

الإسلامية المعرفة

مجلة الفكر الإسلامي المعاصر

مجلة علمية عالمية فصلية محكمة يصدرها المعهد العالمي للفكر الإسلامي

كلمة التحرير

• نحو إعلام حضاري

بحوث ودراسات

• الحتمية القيمية والإعلام المعاصر

• الإعلام الإسلامي: إشكالية المصطلح

• الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي، وواقعها المعاصر: رؤية

تحليلية نقدية

• الاتصال والتواصل في منظومة مجتمع المعرفة: نحو رؤية إسلامية

للتواصل الإنساني

• الحداثة الفائقة ومظاهر انفصال الإعلام المعاصر عن القيمة

• الخصوصيات الثقافية في ظل إعلام العولمة بين ثقافة الأصالة

وثقافة الحداثة

رأي وحوار

• استفتاء علماء الأمة بشأن مواقيت الصلاة وصوم رمضان

هيئة التحرير

عبد الرحمن عزي

علي سلطاني العاتري

هيفاء فياض فوارس

محمد بابكر العوض

عبد الرزاق بلعقروز

السعيد سليمان عواشرية

عبد الحميد أبو سليمان

بسم الله الرحمن الرحيم

هوية المجلة وأهدافها

إسلامية المعرفة منبر مفتوح لتحاوور العقول وتناظر الأفكار والآراء بهدف إلى:

■ إعادة صياغة المعرفة الإنسانية وفق الرؤية الكونية التوحيدية من خلال الجمع بين القراءتين: قراءة الوحي وقراءة الكون.

■ الإصلاح المنهجي للفكر الإسلامي، وإعطاء الاجتهاد مفهومه الشامل بوصفه يمثل التفاعل المستمر للعقل المسلم مع الوحي الإلهي؛ سعياً لتحقيق مقاصده وأحكامه وتوجيهاته فكرياً وسلوكياً ونظماً ومؤسسات، في إطار الأوضاع الاجتماعية والتاريخية المتغيرة.

■ العمل على تطوير وبلورة البديل المعرفي الإسلامي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، على أساس من التمثل المنهجي للرؤية الكونية التوحيدية والقيم الأساسية والمقاصد العليا للإسلام من ناحية، والتمثل العلمي النقدي لمعطيات الخبرة العلمية والعملية الإنسانية في عمومها وشمولها من ناحية أخرى.

وتسعى المجلة إلى تحقيق هذه الغايات والمقاصد الكبرى من خلال التركيز على المحاور الرئيسية

التالية:

- قضايا المعرفة: وما يتعلق بها من رؤية كلية ومنهجية في التفكير والبحث.
- منهجية التعامل مع القرآن الكريم بوصفه أساس المرجعية الإسلامية، ومع السنة النبوية بوصفها بياناً لأحكامه وتوجيهاته.
- منهجية التعامل مع التراث الإسلامي بوصفه تجسيداً للخبرة التاريخية للأمم، يعكس تفاعل العقل المسلم مع نصوص الوحي لتنزيل قيمه وتحقيق مقاصده في السياق التاريخي والاجتماعي.
- منهجية التعامل مع التراث الإنساني عموماً، والتراث الغربي خصوصاً، تعاملًا علمياً ونقدياً يستوعب حكمته وإيجابياته، ويتجاوز قصوره وسلبياته.

الإسلامية المعرفة

مجلة الفكر الإسلامي في العصر

مجلة علمية عالمية فصلية محكمة يصدرها المعهد العالمي للفكر الإسلامي

صيف ١٤٣٦هـ / ٢٠١٥م

العدد ٨١

السنة الحادية والعشرون

رئيس التحرير

فتحي حسن ملكاوي

مدير التحرير

رائد جميل عكاشة

أعضاء هيئة التحرير

التييجاني عبد القادر حامد

عبد الله إبراهيم الكيلاني

صباح عياشي

مازن موفق هاشم

عبد العزيز برغوث

محمد بدي ولد ابنو

المدير المسؤول للطباعة والتوزيع: ماجد أبو غزالة
مركز معرفة الإنسان للأبحاث والدراسات والنشر والتوزيع

الرقم الدولي: ISSN 1729-4193

مستشارو التحرير

تونس	عبد المجيد النجار	البوسنة	أحمد باسج
العراق	عماد الدين خليل	المغرب	الشاهد بوشينخي
الجزائر	عمار الطالبلي	تركيا	بكر كارليجا
السودان	محمد الحسن بريمة	أمريكا	جمال البرزنجي
لبنان	محمد السماك	اليمن	داود الحدابي
سوريا	محمد أنس الزرقا	السعودية	زكي الميلاد
ماليزيا	محمد كمال حسن	السعودية	عبد الحميد أبو سليمان
الهند	محسن عثمانى	مصر	عبد الحميد مذكور
البحرين	نزار العاني	الأردن	عبد السلام العبادي

المراسلات

Chief Editor, Islamiyat al Marifah
IIIT, 500 Grove St. 2nd Floor
Herndon, VA 20170, USA
E-mail: islamiyah@iiit.org

or

P.O.Box 9489 Amman 11191, Jordan.
Email: iokiiit@yahoo.com

ما تنشره المجلة يعبر عن وجهة نظر الكاتب
ولا يعبر بالضرورة عن وجهة نظر المجلة أو المعهد

محتويات العدد

كلمة التحرير

- نحو إعلام حضاري ٥ هيئة التحرير

بحوث ودراسات

- الحتمية القيمية والإعلام المعاصر ١٣ عبد الرحمن عزي
- الإعلام الإسلامي: إشكالية المصطلح ٣٩ علي سلطاني العاتري
- الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي، وواقعها المعاصر: رؤية تحليلية نقدية ٧٥ هيفاء فياض فوارس
- الاتصال والتواصل في منظومة مجتمع المعرفة: نحو رؤية إسلامية للتواصل الإنساني ١٠٣ محمد بابكر العوض
- الحداثة الفائقة ومظاهر انفصال الإعلام المعاصر عن القيمة ١٣٣ عبد الرزاق بلعقروز
- الخصوصيات الثقافية في ظل إعلام العولمة بين ثقافة الأصالة وثقافة الحداثة ١٦٣ السعيد سليمان عواشرية

رأي وحوار

- استفتاء علماء الأمة بشأن مواقيت الصلاة وصوم رمضان ١٩٣ عبد الحميد أحمد أبو سليمان

عروض مختصرة

- ٢١٣ أسماء حسين ملكاوي

كلمة التحرير

نبدأ هذا العدد من المجلة (٨١) عقداً جديداً من عمرها المديد إن شاء الله، بعد أن تمكنا بفضل الله سبحانه من إصدارها بصورة فصلية منتظمة (أربعة أعداد في السنة) منذ صيف عام ١٩٩٥م. ويلاحظ القارئ الكريم أن مجموعة جديدة من العلماء قد انضموا إلى الهيئتين: الإدارية والاستشارية، يحملون معهم كفاءات وخبرات وتخصصات متنوعة، ويتمتعون بمكانة علمية وفكرية مرموقة. وسوف يكون لهم إسهامهم المقدر في توجيه المجلة ودعم رسالتها وترشيد خطواتها. فخطاب الإصلاح والتجديد المنشود يقوم على التكامل المعرفي، ويربط ربطاً بنوياً معارفنا في مجالات العلوم الاجتماعية والإنسانية بالوحي الإلهي والهدي النبوي؛ تحقيقاً للرؤية الإسلامية الشاملة، وتمكيناً للخطاب الإسلامي الراشد من الحضور الفاعل في ساحات التدافع والتثاقف في العالم المعاصر.

نحو إعلام حضاري

هيئة التحرير

أصبح الاتصال والإعلام في الواقع المعاصر شأناً مهماً في حياة الناس أفراداً ومجتمعات. وتعددت مفاهيم الإعلام ووسائله وأساليبه ومضامينه، فلم يعد يملك الإنسان فكاً من وصولها إليه، وتأثيرها عليه. وأخذت المعلومة الصحيحة والخطأ، تنتشر بسرعة هائلة إلى الغالبية العظمى من سكان الكوكب الأرضي، حتى إن وصف الإعلام بأنه السلطة الرابعة، لم يعد تعبيراً عن درجة رابعة في التأثير على أنماط التفكير والسلوك الإنساني، بل إن هذه السلطة تكاد تتحكم في السلطات الثلاث الأخرى. وهذا يدعونا إلى وقفة للتفكير والتدبير في فهم الظاهرة الإعلامية وآليات عملها، ومحاولة تشريحها، وتلمس حضورها في الساحة العالمية بشكل عام والإسلامية بشكل خاص، والعربية بصورة أكثر خصوصية.

يبدو أننا في بلادنا العربية والإسلامية نتعامل مع واقع الإعلام المعاصر من موقع التلقي في غالب الأحيان، ونستخدم وسائل الإعلام وأساليبه على سبيل الاستهلاك في معظم الحالات، وتداول العلوم والمعارف الإعلامية، نتعلمها ونعلمها كما تردنا من مصادرها الثقافية والمعرفية والاجتماعية، دون الوعي بالهوية الحضارية المميزة لأمتنا العربية الإسلامية (والمسلسلات والأفلام المدبلجة مثال على الإسقاط الثقافي)، والقدرة على استثمار منظومة القيم الكامنة في معتقداتنا ورؤيتنا للعالم، ومركزية موقعنا الحضاري والاستراتيجي، ودون التفكير في تكييف هذه المعارف أو توطينها وتبنيها بما يتسق والثقافة العربية الإسلامية ونظامها المعرفي.

ولعلّه قد مضى ذلك الزمن الذي كان يمكن فيه تحديد مصادر الإعلام ووسائله التي تتاح لأبناء مجتمع معين؛ وتُحجب عنه المصادر والوسائل الأخرى. فالفضاء الإعلامي اليوم يكاد يمتلئ بكل ألوان الطيف الفكري والعقائدي والسياسي والاجتماعي؛ فما الذي يمثله هذا التنوع والتعدد من المنافع أو المخاطر التي يمكن أن تصيب شخصية المواطن في مجتمعاتنا؟

وإذا كانت وسائل الإعلام متاحة لكل فئات المجتمع العمرية، فما أثر هذا التعدد والتنوع على الطريقة التي تحاول مجتمعاتنا إعداد الأجيال الجديدة عليها من خلال برامج التعليم والتربية والتوجيه والتشريع، لا سيما في مراحل التنشئة الاجتماعية ومستويات التعليم المختلفة؟

ولعل في هذا دعوة للعقل المسلم كي ينعم النظر في مدى القدرة على إعمال رؤيتنا الكونية الحضارية في المعارف، وانعكاس هذا على الحضور الفاعل في ساحة العالم الإعلامي إنتاجاً وإصلاحاً وترشيداً.

من الملاحظ أنّ التطور الذي حدث ولا يزال يحدث في وسائل الاتصال والإعلام، يضيف باستمرار أدوات ووسائل جديدة، لكنها لا تلغي الأدوات والوسائل السابقة عليها، بل تعيد كل وسيلة صناعة موقع جديد وطريقة جديدة في التأثير، مما ينبئ بأن خط التطور سيبقى متواصلاً، ألا تدعو هذه الحالة من التطور المتواصل في وسائل

الاتصال والإعلام وأساليب تأثيرها، إلى القلق من الوقوف أمامها موقف المتفرج، دون أن نفكر في المشاركة في صنع المستقبل والتحكُّم في أحداثه، ونفتح لدى أبناء الأمة أبواب الإبداع؟ لا سيما أن ثقافة التجديد والوعي بضرورته الحضارية تفرض على العقل المسلم أن يتفاعل مع الخبرة البشرية تفاعلاً إيجابياً، وأن يتفحص المعالم المعرفية المختزنة في الوحي الإلهي والهدي النبوي فيما يتصل بنظريات الاتصال والتواصل، واستثمار ذخائر الحضارة الإسلامية ومكوناتها المعرفية، من أجل النهوض والتجديد.

ولعل الحاجة إلى الإسهام الحضاري الإسلامي مُلحّة في هذا الوقت أكثر من غيره، بعد أن أشارت بعض الدراسات إلى أن وسائل الاتصال والإعلام المعاصرة تُستخدم في جوانب محدودة من الحياة الاستهلاكية الرخيصة، وأن هناك استغلالاً للبشر في الترويج للمنتجات ضمن ما يُسمى بـ"التسليع"؛ إذ يتحوّل الإنسان (والمرأة خاصة) إلى سلعة لترويج المنتج لا قيمة لها في حدّ ذاتها إلا أن تكون استغلالاً بصرياً يداعب غرائز المراهقين من الكبار والصغار.

إنّ الآثار السلبية للإعلام المعاصر ليست قدرأ لا يملك الإنسان أمامه إلا الاستسلام والخضوع، ولا يعني ذلك عدم تقدير الجهود التي تبذلها بعض مؤسسات الإعلام في الإسهام في مشاريع الإصلاح، سواء الموجهة إلى الناشئة أو المتخصصة في البرامج التعليمية، أو التي تهتم بالتوعية العامة. ولعل من أهم معالم الإعلام الحضاري أن يسلط الضوء على الخبرات الناجحة والجهود المميزة لبعض المؤسسات والبرامج والمبادرات الإعلامية في مختلف المجالات؛ إذ هي في عدد من تجلياتها تمثّل لبعض النظريات الإسلامية حول الاتصال والإعلام، وكشف عن دور الإعلام في الحياة المعاصرة في المجتمعات العربية والإسلامية، وما يمثله هذا الدور من إمكانيات هائلة تستطيع أن تسهم في برامج التنمية في هذه المجتمعات، وتعين الوسائل الأخرى للتنشئة والتوجيه والتربية والتعليم في تحقيق أهداف المجتمع وطموحاته في النهوض الحضاري المنشود.

ثمّة حديث متنامٍ عن الإعلام (الديني) في الفضائيات العربية، التي يبلغ تعدادها في الحد الأدنى ٧٦٢ فضائية مجانية. ويستطيع أي متابع لهذا الإعلام أن يصنّفه تصنيفاً

سريعاً حسب موضوعاته ومرجعياته ومقاصده. فهناك إعلام (طائفي) يُعبّر عن توجهات الفِقة والمذهب؛ وثمة إعلام مقتصر على بثّ مستمر ومتواصل للقرآن الكريم، فلا ينقل أية رسالة فكرية أو معرفية أو ثقافية أو تربوية، بل تقتصر مهمته على التغذية الروحية الخالصة؛ ونرى إعلاماً يقيك في (زاوية) منفصلاً عن واقعك ومناشط حياتك؛ وهناك إعلام (ديني) يروج لحزبيلات تتصل أغلبها بمعالجة المرضى من السحر والشعوذة؛ وثمة فضائيات إسلامية توازن بين شؤون الدين والدنيا، وعددها للأسف قليل جداً، وهي ذات مرجعيات محددة، تتحكم في سقفها الفكري وحرّيتها في معالجة الموضوعات ضمن تلك المرجعيات الفكرية والمالية والإدارية.

وثمة إعلام مخصص للأطفال، وهو في أغلبه ترفيهي يعتمد على الأناشيد، ولكنه يقوم بمهمة جليلة على الرغم من أنه يفتقد أحياناً البوصلة التربوية والمنهج السليم في التعامل مع الناشئة؛ إذ يتكئ - في عدد غير قليل من برامجهم - على (الجماهيرية) عبر أناشيده، دون اعتبار للمضمون التربوي، الذي ربما يتعارض في بعض الأحيان مع الرؤية الإسلامية والتربوية في تشكيل شخصية الطفل: سلوكياً ووجدانياً وقيماً. ولكن هذا الإعلام يبقى نقطة مضيئة في سماء الإعلام (الديني)؛ إذ غطّى مساحة تتصل بالأسرة، بعد زمن كان الطفل المسلم يقتدي فيه بالشخصيات الكرتونية الغربية، وبعدها النموذج المثالي له في عالم اليوم والغد.

وثمة إعلام لا نتردد في وصفه بإعلام التفرقة والشحن بالبغضاء والكراهية، لأنه مغرق في المذهبية الدينية والمذهبية السياسية، والتجاوز عن آداب الاختلاف وأخلاقيات الحوار، فغدت هذه الفضائيات منابر معلنة للشتم، ونبش عظام الأجداد من أجل تكريس وضع سياسي أو ديني أو طائفي، لتستمد من هذا الماضي شرعيتها ووجودها. ولم يعد جامع الإسلام إطاراً توحيدياً تلثم حوله الملل والنحل الإسلامية، ولم يعد المذهب مدرسة فكرية واجتهاداً في فهم الدين، بل غدا تعبيراً مطلقاً ووحيداً للدين. وبناء عليه فقد هذا النوع من الإعلام (الديني) الصفات التي تؤهله لأداء رسالة في التنمية الفكرية والتجديد الفقهي والتماسك المجتمعي.

إنَّ الحاجة ماسّة اليوم لرسم سياسة ثقافية إعلامية تهدف إلى تطوير خطاب إعلامي ينطلق من جملة من المبادئ النفسية والتربوية والاجتماعية والسياسية؛ سياسة تتصف المرونة والتجدد للاستجابة للوقائع المتغيرة، والحاجات المتجددة، وتتوجه بصورة مباشرة إلى إصلاح المجتمع وتنميته، وضمان التماسك في نسيجه المجتمعي، والتخطيط الهادف إلى الإسهام الفاعل في بناء الحضارة الإنسانية، والحضور في ساحة العالم. وقد يكون تخطيطاً فكرياً ثقافياً لكنه يؤدي إلى إنجاز مجتمعي وإبداع حضاري.

كان المجتمع العربي خاصة يطمح أن تكون هناك إجراءات عملية على ما أصدره المؤتمر التاسع لوزراء الثقافة العرب، الذي عقد في بيروت عام ١٩٩٧؛ إذ أخذ فيه قرار بإنشاء فضائية عربية مشتركة تُخصّص للبرامج الثقافية، وتكون نواة لوحدة عربية في المجالات الثقافية والاجتماعية واللغوية، بما يمكن أن يمثل حصناً أمام الاستلابات الثقافية، ومعملاً لترسيخ الثقافة العربية في أذهان الناشئة. وهو أمر لم يتحقق بعد، والحاجة إليه تزداد إلحاحاً في كل يوم، والعجز عن تحقيقه يوضح جزءاً من الصورة المشوّهة للواقع العربي الذي يزداد استلاباً وغربة في المجال الثقافي، ويزداد تشظياً واحتراباً في المجال العملي.

إن وعينا بأهمية الإعلام وجميع أشكال التواصل: المرئية والمسموعة والمقروءة في صياغة شخصية الإنسان وتربيته، وفي تشكيل الرأي العام وتوجهاته، يفرض علينا تطوير استراتيجيات إعلامية جديدة، تسهم في حركة الإنتاج العلمي والفكري والاقتصادي، ومعالجة مشكلات الأمة وتلبية متطلبات النهوض الحضاري الذي ينبغي أن تسعى إليه، وتوقف الهدر الكبير في حياة الناس وأوقاتهم، والتوظيف العبثي لإمكانيات المجتمع ومقدراته، بإشغال المساحة الأكبر من برامج الإعلام في وسائله المختلفة في مجالات الحياة الاستهلاكية الرخيصة، وتكريس مظاهر الاستلاب والتبعية.

وإذا كان لوسائل الإعلام مهمة في توفير شيء من الترفيه الذي تحتاجه حياة الإنسان؛ فرداً ومجتمعاً، فإن ذلك لا ينبغي أن يصادر على مهمات جليلة لا بدّ لأمتنا أن تؤدّيها، وهي تحمل رسالة الحق والخير والسلام، وتحمل أمانة الاستخلاف والعمران

في الأرض. وبدلاً من أن يحمل الإعلام في البلاد العربية والإسلامية هذه الرسالة ويشر بها، ويعكس الصورة المشرقة للوحي الإلهي والهدي النبوي، والتاريخ الحضاري الزاهر للشعوب الإسلامية، ويكون مبادئاً ومبادراً في هذا التبشير الثقافي والحضاري، باللغات المختلفة، موظفاً في ذلك الإمكانات الهائلة لفرص التفاعل والتثاقف المتاحة في عالم اليوم من الفضاءات الإعلامية المفتوحة، إضافة إلى ما أشرنا إليها من مسؤوليات بناء شخصية الإنسان وتشكيل الرأي العام في داخل المجتمعات العربية والإسلامي، بدلاً من ذلك نجده عاجزاً عن تحقيق شيء مقدر من هاتين المهمتين، فضلاً عن القيام برد فعل مكافئ لما قام به ويقوم به الإعلام العالمي من تشويه صورة الإسلام وتصوير الشعوب الإسلامية بأبشع الصور.

وحين نتحدث عن رؤية إسلامية للإعلام المعاصر، فإن لا ينبغي أن ننسى ضرورة إسهام هذا الإعلام في تطوير الخطاب الإسلامي الذي يكرّس معاني الوحدة والتكامل، وروح الأخوة والتراحم والتآلف بين أبناء المجتمع، وينقل إلى الناس في المجتمعات الأخرى، مقاصد الإسلام برسائله السمحة ومضامينه الخيرة، ودعوته بالحكمة والموعظة الحسنة، والجدال بالتي هي أحسن. وإذا كان الإعلام هو العلة التي أسهمت في إفساد كثير من هذه المعاني وتشويه حقيقة المقاصد المقاصد، فإن الإعلام نفسه هو الوسيلة الناجعة لمعالجة هذه العلة.

الخطاب الإسلامي الجديد الذي على الإعلام أن يحمله، سوف ينقل الرسالة السماوية بمضامينها الشاملة (الروحية، والتربوية، والمعرفية، والسلوكية، إلخ) إلى بني الإنسان وليس إلى المسلم فقط، وبذلك فإن هذا الإعلام ينبغي أن يكون إعلام دعوة، ويتضمن كل معاني الدعوة تبليغاً، وتعليماً، وتوجيهاً وإرشاداً، ولن يعجز مع ذلك كله أن يقدم برامج بصورة محببة ومريحة، لا تخلو من ترفيه نظيف، وترويح جميل. ولعل هذا ما ركز عليه معظم من كتبوا في مجال الإعلام والاتصال والتواصل من منظور إسلامي، مما ينبغي على العاملين في حقل الإعلام من ذوي التوجهات الإسلامية والملتزمة أن يعوا هذه

الحقيقة، لأنها بمثابة مقياس، نستطيع من خلاله قياس مدى قرب البرامج أو ابتعادها عن منطلقات التصور الإسلامي ومقاصده وغاياته.

في ظل التطورات والتحولات الاجتماعية والسياسية والثقافية...، فُرضت على المجتمعات جميعها أن تنشئ أو تطوّر أو تبلور منظومة قادرة على التعامل مع هذه التطورات، برؤية تعطي قدراً معتبراً للذات وهويتها الحضارية، وقدراً آخر لما يطرأ على ثقافة المجتمع. وإن لم يستطع الخطاب الإعلامي الحضاري أن يعي هذا التطور وتلك المستجدات فإنه سيسير في طريق مجهول، له آثاره السلبية على بناء الذات وتشكيل المجتمع. ولعل المدخل القيمي مدخل مناسب للخطاب الإعلامي كي يخاطب المجتمع؛ إذ لا يختلف اثنان على أهمية القيم، وأن حضورها عاملاً في استقرار حياة الفرد، وفي تماسك المجتمع نفسياً وثقافياً واجتماعياً، إلا أن ثمة تفاوتاً قد يحدث عند تحديد الإطار المرجعي لهذه القيم، لا سيما في ظل الهيمنة الثقافية للغرب (المركز) على المنظومة الثقافية لباقي المجتمعات والثقافات (الهامش)؛ إذ غدت المؤتمرات والملتقيات والمناهج التي تدعو إلى توحيد منظومة القيم وتنميطها لا تراعي خصوصيات الثقافات وهوياتها؛ انطلاقاً من أن الغرب المتقدم قادر على التفكير نيابة عن الآخرين، وأن عبء نقل الحضارة بكل متعلقاتها منوط به. ويستطيع المراقب أن يلحظ الآن أن ثمة قرارات دولية تتعلق بالقيم، تتناقض والرؤية القيمية لمجتمعنا؛ إذ عدّت الثقافة الغربية منطلقاً ومعياراً ومآلاً لجميع الثقافات، وغدت الثقافة الاستهلاكية المرتبطة بالأفلام والمناهج مَعولاً لهدم معالم الثقافة الخاصة بالمجتمع المحلي أو القومي. وهذا يُجمل الخطاب الإعلامي الحضاري مسؤولية أخلاقية وأدبية في أن يكون المنافع عن البُعد القيمي للمجتمع، والمرتبط بهوية الأمة ومرجعيتها؛ إذ إن الخطاب الإعلامي الحضاري، بما يتضمنه من مرجعية دينية، هو المؤهل لتحمل هذا العبء.

إن استثمار خطابنا الإعلامي للبعد القيمي سيمكّنه من تنظيم المجتمع أخلاقياً؛ أي إدماج المفاهيم الأخلاقية في الحياة العامة: السياسية والاجتماعية والاقتصادية والأكاديمية؛ إذ سيسهم الإعلام الحضاري في إنتاج القيم وإشاعتها في المجتمع من خلال

البرامج الثقافية؛ بجميع تمثالاتها، مما سيؤثر بعد ذلك في التنشئة الاجتماعية؛ فيتأسس الفرد على مبادئ وقيم نابعة من هوية المجتمع، فيصبح هذا الفعل مقابلاً منطقياً للتحليل الاجتماعي الذي تتجلى مظاهره في الجوانب السياسية والاقتصادية والقانونية والتربوية والثقافية.

يأتي هذا العدد من مجلة إسلامية المعرفة متضمناً عدداً من البحوث النوعية التي اخترناها من أعمال مؤتمر "الإعلام المعاصر في الرؤية الحضارية"، الذي نظمه المعهد العالمي للفكر الإسلامي بالتعاون مع جامعة وهران عام ٢٠١٤؛ إذ تشترك فيما بينها بالمعالجة الفكرية والمعرفية للإعلام ضمن الرؤية الحضارية الإسلامية. ونأمل أن يكون لهذه البحوث المختارة في مجموعها ما تسهم به المجلة في الحركة الفكرية التي تستهدف تأصيل الرؤية الإسلامية في موضوع الإعلام، وفتح الباب أمام استمرار هذه الحركة وتواصل عطائها تطويراً وبحثاً وتالياً ونشراً.

والله ولي التوفيق

الحتمية القيمة والإعلام المعاصر

عبد الرحمن عزي*

الملخص

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على علاقة القيم بالإعلام من خلال ما أسميناه "النظرية الحتمية القيمة" في الإعلام، وهي جهدٌ معرفي تنظيري حضاري، يهدف إلى تأسيس وتطوير حقل فكري إعلامي مستقل عن السائد في برامج التكوين الإعلامي "الكلاسيكية"، ويتعلق بما يمكن تسميته بـ"علم القيم في الإعلام"؛ إذ تركز الحتمية القيمة على جعل القيمة الانشغالَ الأساس في الإعلام والاتصال. وتركز الدراسة على أن الحتمية القيمة تدفع إلى مزيد من المسؤولية الأخلاقية في اتخاذ القرارات الإعلامية في الميادين الاجتماعية والثقافية والفنية والإنسانية. الكلمات المفتاحية: الإعلام المعاصر، القيم، الأخلاق، الثقافة، المسؤولية.

The value inevitability and contemporary media

Abstract

The study sheds light on the relationship of values and media through what we called "the inevitable theory of value" in the media, a theoretical and cultural effort, which aims to establish an intellectual field in the media independent from the mainstream traditional training programs in media. We called this field the "science of value in the media". The study focuses on the value inevitability which leads to moral responsibility in media decisions in social and cultural fields, and in arts and humanities.

Key words: Contemporary media, values, morals, culture, accountability.

* دكتوراه في الإعلام، جامعة نورث تكساس بأمريكا، أستاذ الإعلام في جامعة الشارقة. البريد الإلكتروني:

aazi@sharjah.ac.ae

تم تسلم البحث بتاريخ ١/٦/٢٠١٤م، وقُبل للنشر بتاريخ ١٤/١١/٢٠١٤م.

مقدمة:

الإعلام (صناعة الإعلام) والاتصال (التواصل بين الناس) ظاهرة أخلاقية (قيمية) بالدرجة الأولى. ويعنى ذلك أن الإعلام بوصفه رسالة يرتبط معيارياً "بما ينبغي أن يكون" من جهة، والارتقاء عملياً بالواقع إلى الأسمى من جهة أخرى. ويكون دور الإعلام من هذا الطرح أكبر من تلك الوظائف النبوية المحصلة؛ أي الإعلام والترفيه والبيع، إلى مهمة كبرى تتعلق بربط المجتمع بقيم مشتركة سامية. ودور الإعلام والاتصال إضفاء قيم إضافية على الآخر (أي المجتمع)، بحيث يصبح أكثر قيمة مما هو عليه، فيتحقق الارتقاء لذاته ولمن حوله. فالإعلام هو دائماً عن الآخر (الآخرين) وليس عن القائم بالاتصال فرداً أو مؤسسة. فالإعلام في ما ينبغي أن يكون واقعاً ينطق بالمجتمع ومن خلاله، فيستمع إليه ويتحسس معاناته ويعكس تطلعاته، وليس نفوذاً يسعى إلى تحقيق مكاسب في المادة أو في الدعاية والتأثير أياً كانت المحصلة. وبمعنى آخر فإن الإعلام فيما ينبغي أن يكون مرآة لواقع الإنسان ودليلاً لتجاوز ذلك الواقع.

والإعلام فيما ينبغي أن يكون ساحة "مفتوحة" للأصوات المتعددة وللحراك الاجتماعي والثقافي والفني، طالما أن قاطرة الإعلام تحمل أبعاداً حضارية يتمثل بها ومن خلالها التدافع بين الخير والشر، وتدفع الكل نحو معرفة الحقائق، والتقليل من الضرر، وتحقيق إنسانية الإنسان. والأمر ليس شأنًا نظرياً، ولكن المطلوب أن ينصت الإعلام إلى الواقع الاجتماعي والحضاري، لا أن يقفز عليه بالارتكان إلى الأهواء والغرائز والتسلط، وما من شأنه تعطيل الطاقة الحضارية نحو الارتقاء في المجالات المعرفية والتقنية والثقافية والإنسانية.^١

والنظرية الحتمية القيمة في الإعلام جهدٌ معرفي تنظيري حضاري، يهدف إلى تأسيس وتطوير حقل فكري إعلامي مستقل عن السائد في برامج التكوين الإعلامي

^١ ونجد هذا المعنى من الإنصات في النص القرآني؛ إذ إن جزءه الأكبر استجابة لحاجة الانسان وحاجته إلى تجاوز الظلم والظلمات، فالكل كان يتحدث ويتحاور في هذا النص، حتى النملة نسع صوتها كما في الآية: ﴿حَتَّىٰ إِذَا أَتَوْا عَلٰى وَرَءِ النَّمْلِ قَالَتْ نَمَلَةٌ يٰأَيُّهَا النَّمْلُ ادْخُلُوا مَسٰكِنِكُمْ لَآ يَحِطَّبَنَّكُمْ سَلٰمٌ مِّن رَّبِّكُمْ وَجُنُودٌ مِّن رَّبِّكُمْ لَا يَبْشُرُونَ ﴿١٨﴾﴾ (النمل: ١٨)

"الكلاسيكية"، ويتعلق بما يمكن تسميته بـ"علم القيم في الإعلام"، وسميناه "نظرية الحتمية القيمية في الإعلام". ونعني بالاستقلالية أن لا يكون علم ديانة (أو شريعة) مع وجود العلاقة الترابطية في الأسمى من المعنى، ولا يكون نقلاً عن الآخر (الغرب)، مع الاستفادة من أدواته منهجياً، عن وعي ودارية. وقد سمحت هذه الاستقلالية بتطور هذا الحقل من زاوية إنتاج مفاهيم جديدة على غرار مفاهيم: الواقع والخيال، فعل السمع والبصر، المخيال الإعلامي المجرد والمجسد، الإعلام بوصفه دراما تمتد من الفلكلور إلى العرض الواحد، والانحدار من القيمي إلى المرئي في تكنولوجيا الاتصال الحديثة "الجماهيرية والشخصية"،^٢ الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي والزمن القيمي، المكان الرمزي والبيئة القيميّة، البنية القيميّة للغة، عنف اللسان والإعلام، بيولوجية التفكير والقيمة، إلخ. أو من زاوية جعل "القيمة" مركز الاهتمام والدراسة الأكاديمية، إن في تحليل المضمون أو دراسات الجمهور أو الدراسات الكيفية. وظهر لحد الآن أكثر من عشرة مؤلفات مرجعية في التنظير الإعلامي القيمي،^٣ وانعقدت أربعة ملتقيات علمية في أربع جامعات عن

^٢ عزي، عبد الرحمن. دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، ط ٣، ٢٠٠٣م.

^٣ انظر:

- عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سابق.
- عزي، عبد الرحمن. الإعلام وتفكك البنيات القيميّة في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، تونس: الدار المتوسطية للنشر، ٢٠١٠م.
- عزي، عبد الرحمن. حفريات في الفكر الإعلامي القيمي: مالك بن نبي، الوريثاني، النورسي، صن تسو، تونس: الدار المتوسطية للنشر، ٢٠١١م.
- عزي، عبد الرحمن. نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، تونس: الدار التونسية للنشر، ٢٠١١م.
- عزي، عبد الرحمن. منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، تونس: الدار المتوسطية للنشر، ٢٠١٢م.
- عزي، عبد الرحمن. قوانين الإعلام والإعلام الاجتماعي: قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، تونس: الدار المتوسطية للنشر، ٢٠١٣م.
- عزي، عبد الرحمن، بوعللي، نصير. حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، الجزائر: دار الرسم، ٢٠١١م.
- مجموعة من الباحثين. قراءات في نظرية الحتمية القيمية الإعلامية، قسنطينة: مؤسسة إقرأ، ٢٠٠٩م.
- بوعللي، نصير. الإعلام والقيم: قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، الجزائر: دار الهدى، ٢٠٠٥م.
- مجموعة من الباحثين. أعمال الندوة الأولى لنظرية الحتمية القيمية الإعلامية، قسنطينة: دار إقرأ، ٢٠٠٩م.

نظرية الحتمية القيمية، منها ما عقد في ديسمبر ٢٠١٤ بجامعة مستغانم تحت عنوان "التنظير الإعلامي القيمي: بين المعيارية والطرح الإمبريقي".

أولاً: السُّلمُ الهَرَمي للإعلام والثقافة والقيمة

يتحرك الإعلام في سياق ثقافة، والثقافة سلّم يمثّل مستواه الأعلى القيم، ويخص ما تعلق إعلامياً بمثل النزاهة والأمانة والوسطية والصدق، وتقليل الضرر الذي يلحق بالآخرين. ويأتي العقل في مرتبة ثانية موازية، ويمثل نشاطاً منطقياً يتعامل مع الظواهر بالاعتماد على الحقائق والعلاقات العلّية بين الحدث ومسبباته، ويدخل في ذلك إعلامياً مسائل الموضوعية والتحري قبل التعرّي، واتخاذ مبدأ الاحتياط في تناول الأحداث، إلخ. ويكون هذا النشاط المنطقي "منطقياً" كلما كان وثيق الصلة. ويأتي في المستوى الثالث حركة الإنسان وفعله (أي الجمهور في واقعه). وفعل الإنسان هذا قد يكون مرتبطاً بأيّ من أو بكلّ من النشاط الذهني والقيم وقد لا يكون، فإن كان الفعل مرتبطاً بالنشاط المنطقي كان الفعل منطقياً، وإن كان مرتبطاً بالقيم كان منطقياً وقيماً.

ونظرياً، فإن هجرة المتلقي من الواقع الاجتماعي "الصعب" و"المتردّي" إلى الإعلام بوصفه ملجأ ومأوى إلى حين، إنما هو عملية اجتماعية رمزية لا تعفيه من مواجهة الواقع الاجتماعي "الطاردي"، ولكنّ هذا الملجأ إن لم يكن محصناً بالبنية القيمية الفاعلة، يصبح إطاراً للهروب من ذلك الواقع، والإلهاء الرمزي بباقات من المضامين الترفيهية، حتى التفاهية التي تكرر الواقع المتردّي بدلاً من دفعه إلى الأفضل في شتى المجالات.^٤

ثانياً: فعل السمع والبصر وخسوف المعنى في الصورة

مالت الكفّة في الإعلام المعاصر إلى فعل البصر على حساب فعل السمع: الأصل في ميلاد المعنى. إن المجتمع المعاصر يعيش حضارة الصورة التي طغت في التلفزيون

^٤ الفصل الخامس "الثقافة وحتمية الاتصال: نظرة قيمية" من:

- عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سابق.

والإعلان والإنترنت والحياة عامة، مثلما نجد في الأزياء والأثاث والديكور والرسومات والمعارض، إلخ. وهذا العامل بحد ذاته أضعف العديد من الفضاءات الثقافية والقيمة المرتبطة بما هو رمزي أو مجرد في المجتمع. فقد تحولت الثقافة إلى صورة جلية تلغي البعد التأملي في إدراك الحقائق. إن ارتباط الإنسان بالقيمة قد تضاعف. وفي هذه الحالة، فإنه يعيش هذا الشرخ السحيق بين العالم الذي تصنعه الصورة وإحساسه بهزل تجربته المعيشية، التي تنجذب صوب ما هو مرتبط بالإشباع المادي الآني، حتى وإن تناقض ذلك مع عالم القيمة. والواضح أن المجتمعات العربية والإسلامية لم تستعد إلا جزءاً من ثقافة المكتوب؛ إذ انتقلت من العالم الشفوي إلى عالم الوسائل السمعية والبصرية، من دون أن تمارس قيمها على نحو يجعلها تتحكم في زمام الإنتاج المسموع والمرئي؛ وبمعنى آخر، فقد تحولت هذه المجتمعات بفعل ذلك إلى مستهلكة لمنتجات الغير، وذلك لا يمكن عدّه إلا تكديساً حضارياً كما يقول مالك بن نبي.^٥

ثالثاً: تفكك البنيات القيمة في الرواسب الثقافية

تتوجه العلاقات الاجتماعية والتواصل بين الناس في الحياة اليومية أو في الحالة المهنية لأن تصبح -وربما حصراً- قائمة على المصالح المادية؛ أي إن المجتمع يسير سريعاً ومخطئاً ثابتة نحو تأسيس المجتمع المادي بامتياز. ولا شك في أن السعي نحو الكسب المادي (أي المادة) أمرٌ مشروعٌ، ولكنه يكون أخلاقياً وقيماً إذا كان لأغراض سامية مشتركة. وقد أدى هذا الجو المادي إلى "إضعاف الجو القيمي أو الأخلاقي"، وتراجع أو تفكك كثير من القيم التي كانت مصدر الطاقة، والمحرك الأساس في الارتقاء الحضاري.

وقد حددت في "الإعلام وتفكك البنيات القيمة في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية"^٦ ستة معالم إعلامية وثقافية تعرضت إلى عملية انحلال سريع، ساهمت

^٥ الفصل الثاني: "فعل السمع والبصر وماهية الحق والحقيقة: قراءة إبستمولوجية في تكنولوجيا الاتصال"، من:

- عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سابق.

^٦ عزي، عبد الرحمن. الإعلام وتفكك البنيات الثقافية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية،

تونس: الدار التوسيطية للنشر، ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، ٢٠٠٩م.

- إلى حد كبير- في شلّ الفعل الاجتماعي الحضاري على نطاق واسع. وسمّيت تلك المعالم بالرواسب الثقافية، بحكم أنها تراكمية، وما زالت آثار الماضي عالقة في العديد من عناصرها، كما أنها قد اهتزت على نحو مشوه إلى حد كبير، بفعل تدخّل الإعلام بوصفه ظاهرة مشوشة أحياناً، وحاملة لدلائل اختراقية تلمس البنيات القيمية أحياناً أخرى. وترتب على هذا التدخّل إعادة تشكيل المشهد الثقافي القيمي، بما يبعد العناصر التراثية الدالة. وعلى رأس سلم هذه الأخيرة "القيمة"، وهو ما فتح المجال على القطاعات التي كانت محلّ الضبط الثقافي، ومن ثمّ الدفع بالمجال نحو الاستبداد ومحاكاة الغرائز والتباهي بالرموز الشكلية الدونية، التي يسوّفها الغالب. وتشمل هذه المعالم: الزمن والمكان والعنف والخوف والرأسمال وبيولوجية التفكير.

إن الزمن فعلاً معاش ومكوّن أساس في البناء الثقافي القيمي. وقد أدخل الإعلام أبعاداً زمانية مستحدثة على المنطقة في أمرين: الوتيرة والنمط التواصلية الثقافي. أما الوتيرة فتقفز على وتيرة الزمن الاجتماعي المعاش الذي يتحرك في إطار قانون اجتماعي يأخذ مداه في إعادة إنتاج المؤسسات والأدوار، وترتب على هذا الإخلال تكسير هذا المدى وتشوّه العمليات الاجتماعية، التي فقدت التوازن باختلال وتيرة المسار. وأما النمط التواصلية الثقافي فقد تأثر بنويماً بإقحام زمن الآخر وإبعاد الزمن القيمي. وأدّت هذه العملية التاريخية إلى تفكّك الزمن إلى أنظمة زمانية متنافرة (الإعلامي والاجتماعي والقيمي)، مما ولّد حالة التمزّق الاجتماعي وانفصام الشخصية، وعدم القدرة على التموقع في حقبة زمانية متكاملة ودافعة من الناحية الثقافية والحضارية.

ويتجلى هذا التفكّك في المكان الرمزي، ويخص ذلك المهمة التي أداها الإعلام في فك الارتباط بين الفرد والمكان في المنطقة العربية، ليس من حيث التواصل القائم على تجاوز المكان، ولكن من جانب تغييب القيمة في علاقة الفرد بالأرض أو التراب بالمفهوم الجسد (تحويل الأرض إلى فضاء منتج للثروة)، والمجرد (المعنى المرتبط بالانتساب إلى الحيز التاريخي الحضاري). وتعبير آخر، يصبح المكان حيزاً جغرافياً "معياريّاً" تنعدم فيه عناصر التاريخ والقداسة والتفاعل الثقافي الحضاري، في الوقت الذي يعمل فيه الإعلام على

تسويق أمكنة رمزية رومانسية، تمثل مجال جذب على حساب المكان المحلي الذي تعرّضت أجزاؤه تاريخياً، وما زالت، إلى الإهمال والإتلاف والاحتثاث والتلوث والتهميش، على ما تدلّ عليه البيئات الطاردة وحركة المهجرة النازحة المتسارعة الداخلية والخارجية بالمنطقة. فالمكان في المنطقة معاش في بيئات غير متجانسة: (أ) البيئة الطبيعية (العلاقة المباشرة مع التراب) التي تقلص مجالها بفعل عوامل داخلية وخارجية، (ب) البيئة الاجتماعية التي يكثر فيها الحراك الاجتماعي "المشوّه" بتشوّه العمران، وانحصار القيمة في الزمن الديني ليس إلا، (ت) بيئة التكنولوجيا التي بدأت تسطع على أجزاء من المنطقة مزيجاً بقايا الزمن الاجتماعي لصالح الزمن الفردي المعفى من المسؤوليات الاجتماعية والقيمية، (ث) البيئة الرمزية التي أوجدتها وسائل الإعلام في شكل إحساس بانهايار الجغرافيا، وفقدان الصلة بالحيّز المكاني، وتعويض ذلك بالصورة النمطية عن المكان الرمزي المتخيّل الجديد.

وحدث هذا التفكُّك في ظاهرة العنف التي تستمد العديد من مؤثراتها من انكسار ما يسمّى بالبنية القيمة في اللسان والإعلام. وإذا كانت اللسانيات قد بيّنت أن الخلل في المبنى يؤدي إلى الخلل في المعنى، فإن الإفساد اللساني على مستوى الإعلام والمحكيات الجماعية أو الكلام الفردي، قد أدّى إلى إزاحة المسافات بين العنف كظاهرة لسانية وإعلامية، والعنف كفعل اجتماعي في الممارسة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية بالمنطقة. وأياً كان منبع التفكُّك في اللسان والإعلام كتأثير عصور الانحطاط والاستعمار، أو الوافد من اللفظ والصوت، أو "المتبقي" (le residu)، فإن الأثر امتدّ إلى مجمل المؤسسات والأدوار، كالعنف الذاتي والثقافي والاجتماعي والسياسي والاقتصادي، مما أفقد اللغة توازنها وهيبتها القيمة، التي كانت مصدر إشعاع واستيعاب في عهد الازدهار الحضاري.

ويتعلق التفكُّك الآخر بظاهرة الخوف، بوصفها مؤسسة تاريخية تتدخل في المنظومة الإعلامية على ثلاثة مستويات: الخوف في الصحافة من خلال ما ينتاب حرّاس البوابة في المؤسسة الإعلامية من آثار الاستبداد الذاتي، وآليات الضبط الاجتماعي. والخوف من

الصحافة وما يترتب عن ذلك من تضيق الخناق على فضاء الحراك السياسي تزامناً مع تسييب المجال الثقافي القيمي، بتحرير الغرائز تحت عناوين شتى. وأخيراً التخويف بالصحافة، ومن ذلك مثلاً تقديم الأمني على المعيشي، والدولي على المحلي وغيرها. والخوف أنواع، ويتخذ مجراه بأشكال ماثوثة، وهو في شكله المرضي حالة ضعف. ويحمل في الإعلام بُعداً خاصاً؛ إذ يمتد من الخوف من "الرقيب" و"القوانين العقابية" إلى نقل تداعياته إلى المتلقي في شكل اليأس والهروب من الواقع، والانشغال بالقضايا الثانوية والمهادنة وغيرها. أما جانب التخويف في الخوف، فيؤدي أدواراً اجتماعية وسياسية بيّنة، منها تبرير سياسات التسلط الاجتماعي، والاستجابة لمطالبات الأجنحة السياسية والإعلامية الدولية. وأياً كانت طبيعة الخوف فإن المحصلة في ذلك تعطيل القيم وإمكانات الفرد والأمة، وحركة الإبداع في تجلياتها المتعددة.

وتوجّه الرأسمال "المادي" في المنطقة حديثاً إلى الاستثمار في المجال الرمزي، وتحويله إلى أداة تمثين الرأسمال الاقتصادي السياسي، وإغراق المتلقي في فضاء تحدي "الممنوعات الثقافية"، ليس من باب الترفيه بذاته فحسب، ولكن من منظور الإلهاء كنهج أيديولوجي يتناغم مع فكرة "تبخيس" المتلقي، وخطاب احتواء النزاعات الذي يحرك الجزء الأساس من الإعلام الدولي في هذه المرحلة التاريخية بالذات. ويُعدّ تدخّل الرأسمال المادي في المسموع المرئي ظاهرة مثيرة، أملت ظروف دولية، ومنها تأثير الحروب الأخيرة في المنطقة، وداخلية تتجلى في الصراع الظاهر الخفي على مجال النفوذ، وشراء الرأسمال الثقافي، والصورة الذهنية، بغض النظر عن واقع الحال. فالرأسمال المادي بوصفه مجال نفوذ يمتد إلى الرأسمال الرمزي بصفته مجال استقطاب، كلاهما يسعى إلى تجاوز الرأسمال القيمي، بحكم أنه مجال تدافع، والكل يتنافس أو يحاول استرضاء المخيال الاجتماعي الذي يمثل مجال استحواذ. وأدّى استبعاد القيمة إلى ازدهار النص الغريزي، الذي يجسد في أعلى مراحل المدخل إلى موت المعنى في حياة الفرد والمجتمع بالمنطقة. وولّد الرأسمال الرمزي نخبة وسيطية استمدت نفوذها من رمزية المجال الذي تنتمي إليه أكثر من أية استقلالية مرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية. وتحوّل المخيال الاجتماعي إلى السكون والاستكانة بفعل ما

سميناه بالقابلية، على الرغم من ظهور معالم التعوّد (l'habitus) الذي يستثيره الإرث الثقافي القيمي.

ويخص الجانب الأخير من عوامل تتبع أثر الإعلام على القيمة: بيولوجية القيمة والتفكير فيما أصبح يعرف بـ (neuroscience)؛ أي دور العمليات الذهنية البيولوجية في التعامل مع الإعلام واكتساب القيمة، ولماذا تُحدِث القيمة مفعولها في الرأي والموقف والسلوك أحياناً وتخفق أحياناً أخرى. إن العلاقة بين القيمة والبنية البيولوجية للعقل جزء من تلك العلاقة التي أسهب فيها العلماء المسلمون الأوائل في مقارنة الصلة بين الجسم والروح. وإذا كانت الروح أمراً "مبهماً" كما جاء في الآية الكريمة: ﴿وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الرُّوحِ قُلِ الرُّوحُ مِنْ أَمْرِ رَبِّي وَمَا أُوتِيتُمْ مِنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا﴾ (الإسراء: ٨٥) فإن العقل "وبنيته البيولوجية" (الخلايا العصبية الذهنية) تأتي في المستوى التالي بين الروح والجسد. فما يفكر فيه الفرد وما ينشغل به "عقلياً" ينعكس على حركية الخلايا وتفاعلها في مستوى البنية التحتية، التي تؤسس العقل من الناحية الفيزيائية، وذلك أمر مفهوم نظرياً. فالقيمة - في نظرنا - متغيرٌ مستقلٌ، وهي التي تؤثر في البنية البيولوجية وليس العكس. فالجسم انعكاس للقيمة والروح وليس مصدرها. وينطبق هذا التناول أيضاً على تأثير اكتساب القيمة، ذلك أن العديد من التفسيرات تطرح تساؤلاً في شأن من يستمع إلى القيمة ثم لا يتأثر بها، أو يتأثر بها جزئياً، أو تمر عليه كأن لم يسمعها. وما يفترضه هذه التناول أنه سواء حدث التأثير أو حدث جزئياً أو لم يحدث، فإن لذلك وقعاً ملموساً على الخلايا الذهنية العصبية. وهذا الربط لا يملية الاختيار الذاتي فحسب، ولكنه التطور الحاصل في علم الخلايا وبعض الإسهامات النفسية في المجال. لعل من الغربيين المحدثين الذين أسهموا في مجال آخر مشابه، ريتا سميلكستان^٧ وهي أحد الباحثين الذين سعوا إلى ربط "التعلم" بالحركة الذهنية العصبية، ورأوا أن التعلم مؤسس على العوامل البيولوجية؛ أي إن له قاعدة بيولوجية. وهناك العديد من الدراسات التي تظهر باستمرار وتفسّر مثلاً اختلاف إدراك

^٧ سنحت لي الفرصة أن التقى بالباحثة ريتا سميلكستان صاحبة مؤلف "ولدنا لتعلم" (We Are Born to Learn) في ملتقى "الجماعات التعليمية" (learning communities) في جامعة أفرقرين بأمريكا سنة ٢٠٠٤ وناقشتها في الموضوع بناء على افتراضاتها في المجال.

الظواهر بين الرجل والمرأة، بناء على "حركية" الخلايا الذهنية العصبية، وأحياناً تجعل هذه الدراسات البنية البيولوجية للعقل المتغير المستقل، وذلك ما تجنّبناه في تناولنا، انطلاقاً من أن الأصل هو القيمة (أو الكلمة) والإنسان تجسيد لها، إن كان الارتباط بين القيمة والبنية البيولوجية أمراً حاضراً.

رابعاً: أخلاقيات الإعلام

تاريخ أخلاقيات الإعلام في المنطقة العربية والإسلامية "هزيل" نسبياً، ولم يكن تاريخياً مستقلاً بقدر ما كان يحاكي المصنوفات اللفظية الغربية في الشكل دون المضمون، الذي ظل باهتاً في الدلالة أو الممارسة.

ومراجعة موثيق الشرف الإعلامية في المنطقة العربية، بدءاً بميثاق "فيدرالية الصحفيين العرب" سنة ١٩٧٢ إلى ميثاق قناة الجزيرة الإخبارية سنة ٢٠٠٤ تبين ما يلي:

- تباين مستوى تطور هذه الموثيق من بلد لآخر.
- الجهة التي تصدر الوثيقة (على الرغم من شكليتها) تكون رسمية (وزارة) أو جمعية تتبع هيئة رسمية أو جمعية شبه مستقلة، ونادراً ما تكون مستقلة. وتأتي بعض الموثيق المشتركة من هيئات رسمية ذات طابع سياسي تقييدي (مجلس وزراء الإعلام العرب) مما يؤثر في طبيعة المضمون الوارد في هذه الموثيق.
- تذبذب المرجعية الثقافية والإيديولوجية، واستثناء المرجعية القيمية في مثل هذه الموثيق، ويمكن إيجاد ملامح سلطوية وأخرى لبرالية وقومية وغيرها في تلك الأخلاقيات. ويكون هذا "الاهتزاز" العنصر الأساس في "الخلل المعرفي" لا الشكلي في مضامين تلك الموثيق.

ولو توقفنا على الاعتبار المهنية "البحثية" دون طرح مسألة المرجعية، فإننا نجد في هذا الباب مجالات تحركت في مجال الممارسة الإعلامية بأشكال مختلفة، على المستوى النظري لا الواقعي:

- أ. مجال تميز ببعض التطور في اتجاه تمتين النزعة المهنية "البحثة"، ومن ذلك:
- حق الصحفي في الوصول إلى مصادر الخبر (إلا ما كان استثناءً بقانون صريح).
 - حق الصحفي في الحفاظ على سرية مصادر المعلومات.
 - فصل الخبر عن الرأي.
 - حق الرد والتصحيح (في الزمن والمساحة المحددة).
 - عدم استخدام الوسائل غير المشروعة في الحصول على الخبر والصورة.
- ب. مجال ما زال "معلقاً" وليس واضحاً إلى حد كبير في أذهان الممارس الإعلامي و"المخيال الاجتماعي" على وجه العموم:
- مسؤولية الممارس الإعلامي: ويعني ذلك، هل هذا الأخير مسؤول تجاه "الجمهور" أو الجهة الرسمية أو سياسة المؤسسة الإعلامية، أو بعض "المفاهيم المجردة" من مثل الوطن والمصالح العليا، وما شابه ذلك.
 - مدى انحراط الممارس الإعلامي في الحدث، وذلك فيما إذا كان هذا الأخير ينظر إلى أدائه بوصفه عملية حيادية. وفي الحياد درجات، ومن ذلك الحياد النسبي، والحياد الإيجابي، وحياد غير المعني، إلخ، أو أنه يقع "داخل" الحدث، وملتزم، وبأي درجة.
 - موقع الاعتبارات التجارية والسياسية في التغطية الإعلامية، والقصد من ذلك أن عدة أطراف قد تتجاذب في ساحة الإعلام دون تقاليد ضابطة. ومن السهولة بمكان تحوّل العملية الإعلامية إلى خطاب سياسي حين يُعدّ الإعلام امتداداً الحقل السياسي، أو قوالب غريزية عند تدخل الرأسمال المادي، سعيًا وراء الاستحواذ على الرأسمال الرمزي.
 - مكانة القضاء والقانون في التعامل مع القضايا الإعلامية الجدلوية.
 - عدم التمييز الدقيق بين "النقد المباح" والقذف. وأدّت هشاشة الخط الرفيع الذي يفصل بين العمليتين إلى الوقوع في كثير من التجاوزات التي يصعب "إصلاحها"، على أساس أن الضرر قد وقع.

ت. مجال تراجعت فيه عدد من الممارسات التراكمية "الموجبة" في مجال المساحة المتاحة في تناول قضايا المجتمع والأمة، وفي مجال "المسؤولية" ولو بمفهوم المصلحة العامة النظرية؛ أي ما يمكن تسميته المسؤولية الاجتماعية. ويدخل في ذلك:

- تقييد إمكانية نقد المؤسسات الرسمية، ومن ذلك "الشخص المسؤول."

- الإحالة في العديد من القوانين الإعلامية إلى قوانين النشر أو القانون الجنائي قصد تضيق مجال الممارسة الإعلامية إلى أبعد الحدود، الأمر الذي يجعل هذه القوانين تبدو ردعية وعقابية بشكل مسبق.^٨

- الإبقاء على الفقرة "المبهمة والمطاطية" المشهورة المقيّدة التي تتكرر في القوانين بل في الدساتير بالمنطقة، ومفادها أن الإعلام حرٌّ في تناول القضايا، باستثناء ما يمس "المصلحة العامة" أو "الأمن الوطني" أو "السيادة الوطنية". وإذا لم تُقنن هذه التعبيرات بدقة، فسيتقى كل شيء تقريباً تحت طائلة مثل هذه الألفاظ.

- ضعف الصلة بين الإعلام والمسؤولية الاجتماعية "البحثة"، ويعنى ذلك "هشاشة" انحراط الإعلام في قضايا المجتمع داخلياً وخارجياً، وخاصة ما تعلق بالجانب القيمي؛ إذ هناك تسيّب ساطع في هذا المجال، وأضحت العديد من وسائل الإعلام "التفاهية" منفذ المضامين التي تعمل بأشكال مبثوثة أو مباشرة على تكسير البنية القيمية والثقافية في المجتمع.

ث. مجال لم يعالج ولم يدخل بعد في أدب هذه الأخلاقيات، ونخص بالذكر "الضوابط الأخلاقية التي يتعين أن تضبط الإعلان (التجاري)"، و"درجة" العنف التي يمكن أن تعرضها^٩ القنوات الإعلامية في أزمنة الحروب والصراعات، وكيفية التعامل مع الأحداث التي يعتقد أنها عرض تمثيلي (staging)، خاصة في مجال الدعاية السياسية،

^٨ يلجأ الممارس الإعلامي في أمريكا مثلاً إلى الاستناد إلى المادة الأولى المعدلة في الدستور الأمريكي من "أن الكونغرس الأمريكي لا يحق له أن يسن قوانين تحد من حرية الصحافة" من أجل رفض أية قوانين إعلامية بفعل أن أي قانون يتضمن قيوداً مسبقاً.

^٩ تتضمن ميثاق أخلاقيات قناة الجزيرة بعض الضوابط في هذا الشأن.

واحترام خصوصية الفرد مثل: تسجيل المكالمات الهاتفية أو عرض شرائط مسموعة مرئية خصوصية على شبكة الإنترنت، وحقوق الملكية الفكرية الإعلامية، إلخ. وتعددت العوامل التي تجعل المواثيق الأخلاقية (أو مواثيق الشرف الإعلامية) غير ذات فاعلية. ومن ذلك الرقابة الذاتية التي يمارسها الإعلامي، وعدم استغلال بعض المساحة من الفسحة "السياسية" المتاحة، والضغط الإداري التي تمارس على الممارس الإعلامي، وغياب ثقافة النقد، مما ينعكس على غياب أهم الفنون الصحفية المساهمة في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ويخصّ التحقيق الصحفي، وكذلك الدور "الهامشي" الذي تؤديه الجمعيات الصحفية المحدودة والشكلية، وتراجع مستوى التكوين الإعلامي الجامعي إلى مستويات دونية إلى حد كبير.

إن هذه العوامل، وإن كانت واقعية وقائمة، لكنها لا تمثل إلا "ستائر" إذا اقتبسنا أحد مفاهيم النورسي. فمسألة الأخلاقيات تحتاج إلى مقارنة على المستوى الكُلّي، ويؤدي ذلك إلى مساءلة المرجعية القيمة أو الفلسفية التي تقوم عليها هذه المنظومة "الأخلاقية". وقد سبقت الإشارة إلى أن تاريخ أخلاقيات الإعلام في المنطقة "هش"؛ لأن العديد من مفردات تلك الأخلاقيات (المذكورة سابقاً) ظلت معلقة دون تأويل واضح المعالم، مما أفرغها جزئياً من مضامينها المحتملة، وجعل التعلّق بها أمراً شكلياً، بل منسياً، وأحياناً تؤوّل بشكل متناقض بين هذا المجتمع أو ذلك، كأن يسمى الحدث "مقاومة" عند بعضهم و"إرهاباً" عند الآخر، والطرفان يستندان إلى الصفة نفسها الواردة في الأخلاقيات؛ أي "الموضوعية". والحاصل أن النقل من الغرب (من الإنجليزية بالأساس) في هذا المجال كان أمراً شكلياً، ومن باب المحاكاة، على أساس أن من شروط الدخول في "الحضارة الإعلامية" تبني تلك الأخلاقيات التي يقال إنها تحكمها نظرياً، بينما التاريخ، ومن ذلك تاريخ الاستعمار، يشهد على إخفاق تلك الاعتبارات في الممارسة الإعلامية "المتحضرة". يضاف إلى ذلك إلى أن بعض هذه الأخلاقيات كان محل نقد عدد من الأكاديميين الغربيين مثل "دافيد غوردن"، الذي يرى أن "حرية التعبير لا ينبغي أن تصبح

مديراً للسلوك الإعلامي غير المسؤول.^{١٠} ويرى "نيغل هاريس" أن موثيق الشرف الإعلامية المتعددة ليس لها أثر في الممارسة الإعلامية ما لم تمسّ بشكل مباشر الممارسة الإعلامية، فهي (أي الموثيق) لا تحدد السلوك "الجيد" وكيف يمكن تحقيقه.^{١١}

ويدخل في تلك الأخلاقيات ما شاع في بعض الفترات التاريخية، وخاصة في بعض الأدبيات الموصوفة "بالاشتراكية" أو "الوطنية" بمبدأ "الالتزام" (أي الالتزام تجاه إيديولوجية معينة) ثم تحوّل في الممارسة إلى "إلزام"، وقد كثيراً من بريقه بتراجع تلك الإيديولوجية. ويبدو هذا المصطلح محدوداً مقارنةً بمفهوم "الإذعان" عند النورسي. فالممارس الإعلامي يحتاج إلى الإذعان للحق وليس التعلق بتيار ظرفي يحتكم إلى "المؤقت" أو إلى الهوى وما يلبث أن يأتي عليه الزمن. وقد دعا النورسي "أن تكون الكلمات إذعاناً لا التزاماً، أي إذعاناً للحق، وتعاليم الحق، وما الإسلام إلا الإذعان المطلق لإرادة الله تعالى، وذلك الإذعان المطلق هو الذي يحقق الحرية التي يتنفسها (الكاتب)، ولا يستطيع أن يجيأ بدونها."^{١٢}

إن المتأمل في إيستمولوجية تلك المصنوفة اللغوية، المنتسبة إلى أخلاقيات الإعلام السائدة، يجدها تصطف أحياناً إلى جانب النزعة الليبرالية، وأحياناً إلى مثالية في الشكل ودونها في المضمون. ويتجسد هذا الأمر في دلالة بعض الألفاظ من مثل: "الحرية" و"المسؤولية الاجتماعية"، المنبثقة من قاموس النظرية الليبرالية التي وضع أسسها عدد من فلاسفة عصر التنوير بأوروبا، أمثال جون استوارت ميل. أو في بعض المفردات التي تحتمل أكثر من تأويل حسب السياق والمؤسسة والفرد، مثل الحياد الموضوعية وغيرها. وهذا ما يجعل إعادة تأسيس تلك الأخلاقيات، كما أسلفنا، أمراً مشروعاً من الناحية النظرية المعرفية والمهنية.

¹⁰ Gordon, David. *Ethics and Freedom: Media Accountability*, in A. David Gordon & John Michael Kittross, *Controversies in Media Ethics*, New York: Longman, 1999, pp. 26-38.

¹¹ Harris, Nigel G. E. *Codes of Conduct for Journalists*, in Andrew Belsey & Rut Chadwick, *Ethical Issues in Journalism and the Media*, New York: Routledge, 1998, p. 75.

¹² الأمراني، حسن. النورسي أديب الإنسانية، مصر: دار النيل، ٢٠٠٥، ص. ١١٨.

إن قوانين الإعلام في المنطقة العربية والإسلامية عامة، تنطلق من المنظور السلطوي: التقييد المسبق، وذلك ما نجد في معظم قوانين النشر، أو قوانين المطبوعات (الخاصة بالكتب والصحافة المكتوبة)، أما مجال التلفزيون وخاصة بعد ظهور الإرسال التلفزيوني المباشر، وإمكانية التقاط مئات القنوات التلفزيونية شرقاً وغرباً، فيمكن تشبيهه بالأرض "السائبة" التي تخلو من "التشريع الإعلامي"، بفعل عدة عوامل، منها التفوق التكنولوجي ودخول الرأسمال المادي بشكل "قوي"،^{١٣} وتقاطع أو تضارب المصالح الوطنية والإقليمية والدولية.^{١٤} أما قوانين الإعلام الجديد (الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية) والشبكات الاجتماعية، مثل: فيسبوك وتويتر، فإن القوانين الموجودة غربية وأمريكية بالدرجة الأولى؛ لأن هذه التكنولوجيا الحديثة من صنع تلك المجتمعات، أما بقية المجتمعات فهي في موضع المستهلك "إن بوعي أو غير وعي"، أو بتعبير ابن خلدون: "المغلوب مولع بتقليد الغالب." وما زالت المنطقة العربية والإسلامية في مرحلة "ترقّب وإرباك" في شأن القوانين التي يمكن اعتمادها في التعامل مع انعكاسات تلك الوسائل الجديدة والشبكات الاجتماعية على الحريات الفردية والجماعية، وعلى قضايا السلم الاجتماعي والآداب العامة، إلخ. لا سيما أن قوانين الإعلام (قوانين المطبوعات وغيرها) في المنطقة العربية والإسلامية "شحيحة" و"مملة" من الناحية المعرفية، كونها تنطلق من قاعدة المراقبة أو التقييد المسبق.

وتقوم نظرية الحمية القيمة في الإعلام على أوليّة الأخلاقي على القانوني؛ أي أوليات أخلاقيات الإعلام على قوانينه، فالانضباط القيمي أდوم وأكثر فعالية من تشريعات "خارجية" تحكم تفاصيل الممارسة الإعلامية. فالفرد الذي يتصفح شبكة الإنترنت بمفرده بعيداً عن أي إشراف أو مراقبة اجتماعية أو ثقافية أو إدارية، قد لا يردعه التشريع بقدر ما يحرك ضميره الرجاء والخوف من الله سبحانه تجاه ما يتعرض له من

^{١٣} انظر كتابنا: عزي، الإعلام وتفكك البنيات القيمة في المنطقة العربية، مرجع سابق.

^{١٤} ظاهرة قناة الجزيرة التلفزيونية، انظر دراستنا:

- Abderrahmane, Azzi, "The Morality of "Al Jazeera Effects:" Beyond Apparent Diversity and Agitation," *Journal of Contemporary Studies of Media and Values*, Issue 1, Number 1, 2012.

محتويات "نافعة أو ضارة"، مثلما ورد في الآية: ﴿إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾ (الإسراء: ٣٦) فكلما تطور المجتمع قد لا يكون العامل الأخلاقي كافياً - ليس في ذاته ولكن في تغييبه أو تعطيله - في إدارة شؤون الممارسة الإعلامية وسلوك الاتصال، مما يجعل العامل القانوني أمراً ضرورياً وحاسماً في هذه الحالة. وكان هذا البُعد الأساس في ربط الأخلاق بالتشريع ربطاً مشروعاً بحكم أن القانون انعكاس لقيمة أخلاقية على النحو المذكور. ويمكن معالجة المسائل الأخلاقية في الإعلام على النحو الآتي:

١. القذف:

يُعرّف القذف عامة بأنه "نشر معلومات خاطئة تسيء إلى سمعة الآخر." والقذف يمس المعلومة وليس الرأي. أما الإساءة فتتوقف على المتضرر؛ إذ قد يكون الضرر "نفسياً" كالقلق والاضطراب والانعزال، أو الإحساس بالإذلال أو الإهانة أو الاحتقار، إلخ. أو مادياً مثل خسارة التجارة أو العمل أو الزبائن، أو السمعة التي بناها الشخص عبر الزمن، إلخ. وعادة ما يصعب تقدير الضرر النفسي مادياً إلا إذا تقدم المدعي بتكاليف العلاج النفسي مثلاً.

وترى مختلف الثقافات أن القذف مسألة غير أخلاقية و"شنيعة"، غير أن الهدى القرآني شدد كثيراً على الانضباط القيمي والتحفّظ الأقصى في عدم الإساءة للآخر، سواء أكان هذا بالكلمة أم بسوء الظن، وحثّ على إعلاء قيمة الكلام اللين أياً كان الظرف، فقد قال تعالى: ﴿وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا﴾ (البقرة: ٨٣) ويتجلى هذا المعنى أيضاً في إحدى صوره في دعوة سيدنا موسى عليه السلام، ذلك أن مواجهة سلطة في وزن فرعون تتطلب للوهلة الأولى الاستعداد للأسوأ، أو ربما ردّ الصاع بصاعين لو أمكن ذلك، أو استحضار أشد الكلمات قذفاً وإساءة للآخر بفعل الوضعية، إلا أن الله سبحانه لمعرفته بطباع البشر، أوصاه بغير ذلك في قوله: ﴿فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيْسًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى﴾ (طه: ٤٤) وقد أسهب الغزالي (أبو حامد) في فصل آفات اللسان "الكتاب الرابع من رُبع المهلكات من كتاب إحياء علوم الدين".^{١٥} في ذكر تلك الآفات التي تعد من باب

^{١٥} الغزالي، أبو حامد. إحياء علوم الدين، بيروت: دار الكتاب العربي، ٢٠٠٨ م، ص ١٠٣٦-١٠٩٩.

القذف، وذكر عشرين آفة منها: "الكلام فيما لا يعينك"، "فضول الكلام"، "الخوض في الباطل"، "المراء والجدال"، "الخصومة"، "التقعر في الكلام بالتشدد"، "الفحش والسب وبذاءة اللسان"، "اللعن"، "السخرية والاستهزاء"، "إفشاء السر"، "الوعد الكاذب"، "الكذب في القول واليمين"، "الغيبة"، "النميمة"، "كلام ذي اللسانين"، إلخ.^{١٦}

ويُعدّ القذف مسألة بالغة الأهمية بالنظر إلى التكاليف التي تتطلبها المحاكمات الطويلة و"التعويضات المادية الكبيرة" التي تطال المؤسسات الإعلامية عندما تخسر الدعاوى القضائية. وتبعاً لذلك، جرت العادة تسوية العديد من قضايا القذف خارج المحكمة. ويأتي "القذف" بوصفه مسألة بَعْدِيَّة؛ أي يحدث القذف بعد النشر أو البث، فلا يمكن وفق النظرية اللبرالية وقف "القذف المحتمل" بشكل مسبق، وإنما تتدخل الأطراف المتضررة بعد النشر أو البث. وإذا أشرنا إلى التجربة الأمريكية مثلاً، فقد حكمت المحكمة الدستورية العليا بأمريكا بعدم دستورية الرقابة المسبقة في القذف في أكثر من قضية. وتختلف قوانين البلدان الغربية في هذه الشأن؛ إذ نجد مثلاً أن القانون البريطاني يسمح للحكومة البريطانية -إذا علمت بوجود قصة خبرية تسيء بالقذف للعائلة الملكية- بأمر المؤسسة الإعلامية المعنية بعدم المضي قدماً في نشر تلك القصة. ويمكن أيضاً للحكومة البريطانية التماس أمر قضائي لوقف قصص خبرية يشبه أنها تلحق الضرر بالأمن الوطني. وعلى خلاف القوانين الغربية التي تدرج القذف في مجال القانون المدني، فإنه في العديد من البلدان العربية يدخل في مجال القانون الجنائي.

٢. الخصوصية:

تُعرّف الخصوصية على أنها حق الفرد في أن يُترك لحاله في شخصه وبيته وعائلته ومعلوماته الشخصية، وغيرها من تلك التي لا يودّ الفرد أن تأتي إلى العلن عبر وسائل الإعلام لاعتبارات عدة. وتختلف الخصوصية من منظومة قيمة لأخرى، ومن ثقافة لأخرى، ومن فرد لآخر ومن حالة لأخرى. ويعد "البيت" (المسكن) المجال الأوضح الذي تتجلى فيه الخصوصية. وتبنّت العديد من قوانين الخصوصية فكرة ارتباط الخصوصية

^{١٦} المرجع السابق.

بالمكان الذي يتوقع فيه الفرد خصوصيته؛ أي بيته. فأخذ صورة الآخر في مكان عمومي قد لا يحل بالخصوصية، ولكن أخذ تلك الصورة في بيت صاحبها باستخدام كاميرا بعدسة خاصة هو تعدد على الخصوصية. وقد سميت إحدى السور القرآنية التي تضمنت آيات الخصوصية بسورة الحجرات، نظراً لأهمية "البيت" في تحقيق هذه القيمة الإنسانية الراقية: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُنَادُونَكَ مِنْ وَرَاءِ الْحُجُرَاتِ أَكْثَرُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ ﴿٤﴾﴾ (الحجرات: ٤) وجاء في تفسير القرطبي أن هؤلاء من "جملة قوم الغالب عليهم الجهل".^{١٧} ويمكن أن نفهم من ذلك أن هؤلاء لم يفهموا قدر الرسول ﷺ، بعدم احترام خصوصيته.

فقد عني النص القرآني بشكل خاص بالخصوصية، بوصفها جزءاً من فطرة الإنسان، وآلية تحفظ "كرامته" في علاقته مع الآخرين. ونقرأ ذلك في الآية الكريمة: ﴿يَتَأْتِيهِمُ الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ بُيُوتِكُمْ حَتَّى تَسْتَأْذِنُوا وَاسْتَأْذِنُوا عَلَىٰ أَهْلِهَا ذَلِكَ خَيْرٌ لَكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٢٧﴾﴾ (النور: ٢٧) فهذه الآية تدل على أن "البيت" مكان الخصوصية. وقد سارت قوانين الخصوصية الحديثة في الغرب خاصة على هذا النهج، وعدد "البيت" الحيز الأساس الذي يتوقعه الناس والمشرع ملاذاً للخصوصية.

واجتماعياً، تختلف الثقافات في درجة وعيها بالخصوصية، فالثقافات الجماعية "التقليدية" تقلص من حيز الخصوصية، وترى أن حياة الفرد شأن جماعي، بل قد تنظر إلى سلوك "الخصوصية" على أنه ضرب من الأنانية وربما الاستعلاء، وربما اتخذت من قضايا الخصوصية مادة اجتماعية ومكوناً في الاتصال الشخصي، وما يترتب على ذلك من "ازدهار" الإشاعة والتعدي عن خصوصية الآخرين. وكلما تطور المجتمع انفصل الفرد تدريجياً عن العقل الجماعي وما يسميه ابن خلدون بالعصبية البدوية، أو ما يعدّه دوركايم الضمير الجمعي، وأصبح ذا نزعة فردانية ترسم حدود المسافة بينه وبين الجماعة في شكل الخصوصية.

وتشمل الخصوصية حق الفرد في أن يكون آمناً في نفسه وبيته وممتلكاته، وأغراضه وأوراقه ومذكراته، ومن التفتيش والحجز غير القانوني. ونجد هذا المعنى في حديث الرسول

¹⁷ <http://quran.al-islam.com/>

ﷺ: "كل المسلم على المسلم حرام: دمه وماله وعرضه."^{١٨} وإذا كان التفتيش والحجز ضرورة قصوى مثل القضايا الجنائية، فيكون بناء على أدلة بيّنة وواضحة وأمر قضائي يحدد بدقة مكان هذا الإجراء وزمانه ومدته. وتفترض الخصوصية عدم التجاوز على الآخر أيّاً كانت الحالة؛ فالتعامل مع إجراءات التفتيش والحجز -عندما تكون قانونية- يكون دون تجاوز، وبمعنى آخر، يتعين أن يحدد الأمر القضائي المذكور مثلاً الأشياء التي يتم تفتيشها بدقة، منعاً لأي تجاوز، وذلك ما يستنبط من حادثة التحيّة في قصة عائشة مع الرسول ﷺ عندما أخبرها بأن الله سبحانه وتعالى يحب "الرفق" في كل شيء (حتى عندما يتعرض للشتم فيكون الرد محدود).^{١٩} ويدخل في الخصوصية أيضاً حياة الفرد الخاصة ونمط حياته، وما يُعدُّ من الشأن الخاص بالضرورة أو بالتوقعات الثقافية السائدة. ويتنوع الأفراد بدورهم في درجة حساسيتهم للخصوصية، فبعضهم خصوصي أكثر من الآخر، لاعتبارات نفسية واجتماعية وقيمة متعددة.

ومعرفياً، فقد ذكر العالم الأكاديمي جاكيت (Dale Jacquette) أن مسألة الخصوصية تمسّ الفرد وحقه في الإعلام والاتصال من ثلاثة جوانب على الأقل:

أ. الخصوصية شرطٌ ضروريٌّ في تحقيق حرية التعبير. إن القيام بأي مشروع ثقافي أو اجتماعي أو سياسي أو حتى تجاري، يتطلب بعض "السريّة" في البداية، وهذه السريّة يصعب تحقيقها دون الخصوصية، وذلك ما نقرأه مثلاً في حديث الرسول ﷺ: "استعينوا في قضاء حاجاتكم بالكتمان." وواضح أن غياب الخصوصية أو تقلُّصها يحدّ أو يخلّ بمبدأ الحرية (حرية التعبير، حرية التجمع، حرية النقد وحرية الصحافة) ويعرّضها للرقابة المسبقة، خاصة في الحالة السلطوية.

ب. الخصوصية حق في ذاته، وجوهره احترام الفرد واستقلاليتته: رأى العديد من منظرّي الأخلاقيات أن الخصوصية حق ذاتي (intrinsic) وليس وسائلياً

^{١٨} الغزالي، إحياء علوم الدين، مرجع سابق، ص ١٠٧٣.

^{١٩} كقوله ﷺ: "يا عائشة! إن الله رفيق يحب الرفق. ويعطي على الرفق ما لا يعطي على العنف. وما لا يعطي على ما سواه." انظره في:

- مسلم، مسلم بن الحجاج النيسابوري. صحيح مسلم، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي: القاهرة: دار إحياء الكتب العربية، ١٩٥٥، كتاب البر والصلة والآداب، باب فضل الرفق، حديث رقم ٢٥٩٣.

(instrumental). وتنبثق الخصوصية من احترام الآخر وما يتميز به من استقلالية وقدرة في إدارة حياته الخاصة، بعيداً عن تدخل الآخرين، عندما يختار ذلك. ويتوقف مجال الخصوصية على الفرد ذاته؛ أي إن الفرد صاحب الفصل في القضايا التي يود الحفاظ عليها شخصياً، والأخرى التي يود إشراك الآخرين فيها. والأمر يختلف من شخص لآخر، فمن حق الفرد أن يدعو الصحفيين إلى تصويره في بيته، مثلما يرى أن من حقه رفض ذلك، والكل يستحق الاحترام بناء على ذلك.

ت. الخصوصية تحدث السعادة، وتجاوزها يحدث الألم لدى الفرد "المتضرر" أو الذي يعتقد أنه تضرر من نقل خصوصيته إلى العلن. ويُعدّ هذا العنصر مسألة نفسية؛ إذ يحتاج الفرد عادة إلى وقت خاص لا يكون فيه تحت محاسبة الآخرين، ويتصرف بحرية دون الخوف من ردة فعل الآخرين أو كيف يفكرون تجاهه. وعندما يتم تجاوز تلك الخصوصية، مثل اقتحام بيت الشخص دون إذن مسبق، فإن ذلك الشخص "المتضرر" قد يشعر بأن شيئاً يُقدّر قد سُلِب منه، حتى وإن لم يكن هذا الشيء محل تقدير من الآخرين. فالعبارة بما يعدّه الشخص حيّزَه الخاص وليس بنظرة الآخرين التي تختلف من فرد إلى آخر. وتُعدّ الخصوصية - خاصة حق الفرد إلى وقت خاص به بعيداً عن وقت العمل والصلة مع الآخرين - من القضايا الأخلاقية "العليا"، بحكم أنه لا يمكن تعويضها، فماذا يتبقى للفرد لو حرّمه الآخرون من حقه في الزمن الخاص المحدود، عندما يريد الانزواء أو الحديث مع النفس. يضاف إلى ذلك أن إحداث الألم النفسي أو انعكاساته بتجاوز خصوصية الآخر أمر غير أخلاقي بذاته، بغض النظر عن طبيعة الخصوصية التي يختارها الفرد.^{٢٠}

٣. الملكية الفكرية:

تخصّ الملكية الفكرية حق الفرد في إنتاجه الفني الإبداعي، سواء أكان في شكل نص أو صورة أو فيديو أو رسم أو موسيقى وغيرها من الأشكال التعبيرية المتنوعة. وقد ازدادت أهمية الملكية الفكرية مع ظهور الإعلام الرقمي؛ إذ أصبحت السرقة الفكرية المباشرة وغير المباشرة "هينة"، وأحياناً تتكرر تلك السرقات دون الارتباط بضرورة بمصدر

20 Jacquette, Dale. *Journalistic Ethics: Moral Responsibility in the Media*. Pearson; 1 edition, December 14, 2006, pp. 179-184.

العمل الفني الرئيس، فالسرقة تقوم على سرقة أخرى سابقة، ويختفي المصدر في هذا السبيل من النقل المتكرر.

وهناك جدل في تعريف الملكية الفكرية في مجال الإعلام والمعارف الإنسانية والاجتماعية، بحكم أن وسائل الإعلام تنقل عن بعضها بعضاً، إضافة إلى "التناص" الذي يحدث بين المعارف الإنسانية محلياً وعالمياً، فتعبير "لاجديد تحت الشمس" مثلاً موجود في أكثر من لغة، دون الرجوع إلى أصله اليوناني، وقس على ذلك. وقد يكون التناص غير مباشر أو "مقصود"، ف"ديكارت" قد يكون اطلع واستفاد من تعبير الغزالي (أبو حامد) من "أن الشك أعلى مراحل اليقين" في تطوير نظرية "الشك" دون أن يشير إلى المصدر. وربما أمكن القول إن أي إبداع يحمل بعض السرقة من زاوية أن المبدع لا يبدأ من الصفر وإنما يتأثر بالآخرين وإن جزئياً.

إن مسألة الملكية الفكرية "قيمة" أخلاقية بالدرجة الأولى. وقد سعت القوانين الحديثة في الغرب وبالأخص الأمريكية إلى ربط الملكية الفكرية بالتعبير (expression) وليس بالأفكار والحقائق. فالقوانين تلك تحمي أشكال التعبير بوصفها عملاً إبداعياً، فالنص الإعلامي - كالعمود - يُعدُّ في حد ذاته شكلاً تعبيرياً إبداعياً يحيمه قانون الملكية الفكرية، أما الفكرة التي يتناولها العمود والأحداث أو الأرقام الواردة فتخرج عن إطار تلك الحماية؛ إذ يمكن أن يتناول الفكرة ذاتها أي صحفي آخر من منظور آخر. فالإبداع يحدث على مستوى التعبير عن الفكرة وليس الفكرة بذاتها. وفي نظرنا، فإن هذا الحسم قانوني وليس بالضرورة أخلاقياً. فالحسم القانوني مرده على ما يبدو صعوبة تحديد أصل الفكرة للتفاعل الحاصل بين البشر والثقافات، خاصة مع تطور تكنولوجيا الاتصال. أما الجانب الأخلاقي فمصدره الأمانة الشخصية والعلمية؛ إذ يصعب الحديث عن فكرة "القابلية للاستعمار" دون الإشارة إلى مالك بن نبي، أو "العصبية" دون ابن خلدون، أو "المجال العام" دون هابرماس، إلخ. وما يعلق بالمعلومات "الحيادية" أو "الجافة" - إن صح هذا التعبير - مثل الأحداث والبيانات، فتدخل وفق تلك القوانين في "الاستخدام العام" (public domain)، ولا تندرج في إطار الحماية الفكرية. ويتم أيضاً استثناء المواد

المعرفية التي تستخدم لأغراض تعليمية أو تدريبية من الحماية الفكرية؛ إذ يمكن تدريس تلك المواد دون إذن صاحبها في إطار مبدأ "الاستخدام المنصف" (fair use)، فيمكن مثلاً تصوير نص إعلامي لغرض التدريب على كتابة النصوص الإخبارية "لأغراض تعليمية"، ولكن لا يمكن نشر ذلك النص في مؤلف، لأن ذلك يتضمن أغراضاً تجارية تفقد حق صاحبه من الامتيازات المترتبة على النشر.

٤. العنف والجنس:

يُعدُّ موضوع "العنف والجنس" قديماً جديداً. فقد اتسم الترفيه في مجال السينما ابتداءً من عشرينيات القرن الماضي والتلفزيون لاحقاً بالطابع التجاري، والتركيز على النزعة "العدوانية" الغريزية في جذب الفئات الشابة، وهم القطاع الأساس في هذه الصناعة. وقد اعتمد أرباب هذه الصناعة من شركات الإنتاج السينمائي والاستديوهات والقاعات السينمائية على حجة "أن الجمهور يريد هكذا." ويوجد في واقع الجمهور ما يؤكد ذلك، مع أن الحجة يمكن أن تأتي بالمقلوب؛ أي إن الجمهور يريد ما تريده تلك الصناعة، أو أن أذواق تلك الفئات الاجتماعية من نتاج التعرض المستمر وليس رغبة أصلية. وقد اختلفت المجتمعات في تعاملها مع هذه الظاهرة الاجتماعية "المرضية" أو "غير الوظيفية" إذا اكتفينا بافتراضات النظرية الوظيفية. وأكاديمياً، كانت دراسات "باين" في أمريكا أواخر العشرينيات من المحطات البارزة في معالجة أثر "الأفلام" في ثقافة المجتمع. وقد أظهرت تلك الدراسات -التي شارك فيها باحثون من مختلف التخصصات ودامت سنوات- أن العلاقة بين الأفلام والجمهور "معقدة"، ويصعب الجزم في شأن طبيعة التأثير بالرغم من إمكانية تحديد بعض جوانب التأثير بدقة شديدة. وتلتها دراسات متعددة، ومنها ما بادر بها الكونغرس الأمريكي، ومعظمها لم تصل إلى إجابات حاسمة في شأن تلك العلاقة، مع ميلها إلى إبراز الآثار السلبية المحتملة. وتكمن جدلية هذا الموضوع في صعوبة تحديد الفاصل بين العنف "المشروع" -مثلاً كالدفاع عن النفس ولو رمزياً- وقضايا الحروب والعنف غير الأخلاقي، والفاصل بين الصورة المقبولة وغير المقبولة، مع أن الصورة "الفاحشة" ثقافياً واضحة على حد قول بوتير ستيورات (Potter Steward)

قاضي المحكمة الدستورية العليا بأمريكا في قضية الفحش (obscenity) عندما قال: "لا أستطيع تعريفها، ولكن أعرفها عندما أراها." وهذه الفواصل تختلف بين الثقافات والفئات الاجتماعية والأفراد، إضافة إلى التغير في درجة الحساسية والأذواق من جيل لآخر. ويمتد هذا الجدل إلى مجال الفنون أيضاً.

ويُعدُّ التلفزيون أكثر الوسائل المعنية بالعنف والجنس، بوصفه مجالاً عاماً ينفذ إلى كافة الشرائح الاجتماعية، بما في ذلك الأقل حصانة مثل الأطفال. أما الوسائل الأخرى مثل الصحف والمجلات والإنترنت، فيمكن للفرد فيها أن يمارس الانتقاء الإدراكي (selective perception)، وبإمكانه نظرياً على الأقل تجنب ما يعتبره منافياً لقيمه وثقافته وقناعاته. وبمعنى آخر، فإن التلفزيون مع تعدد قنواته يتضمن بعض الإجبار؛ إذ يصعب على الفرد أن يتجنب أو يتوقع ما ييثر بشكل إرادي على النحو الممكن في المجلة والإنترنت مثلاً. وهذا العامل وحده يفرض على التلفزيون مسؤولية اجتماعية تخصُّ احترام آداب المجتمع وقيمه وثقافته في هذا المجال. وقد اتخذت المجتمعات المختلفة إجراءات قانونية تحدّ من ظاهرة العنف والجنس في التلفزيون. فالقانون الأمريكي الإداري والتشريعي يفرض على القنوات التلفزيونية احترام آداب المجتمع الذي تتوجه إليه هذه الوسائل، وثقافته، وتركت أمر تحديد المقصود بالآداب المقبولة اجتماعياً للمجتمع المحلي (community)، الذي بإمكانه اتخاذ الإجراءات القانونية في شأن تلك المواد المخلة بالثقافة السائدة.

وتقوم هيئة الاتصال الفدرالية (Federal Communication Commission) بمتابعة مدى امتثال القنوات التلفزيونية لهذا الاعتبار عند إصدار التراخيص أو تجديدها، كما أنها تحدد الزمن الذي لا يمكن فيه بث مواد العنف والجنس الجدلوية، حمايةً للأطفال من التعرُّض غير الإرادي. أما في المنطقة العربية والإسلامية، فإنَّ مجال التلفزيون وبالأخص البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية يُعدُّ "مجالاً سائباً" لا يخضع للمسؤولية الاجتماعية أو للانضباط القيمي، أو لحكم القانون.

ومعظم ردّة الفعل أصواتٌ فحسب، ليس لها التأثير الفعلي على أرض الواقع. وتكمن صعوبة تقنين هذا المجال كون البلد "المتلقي" لا يملك السلطة القانونية على قناة البلد "المرسل"، إضافة إلى المصالح الإقليمية والدولية المتداخلة التي تحول دون معالجة هذا المجال. أما القنوات الحكومية المحلية فانشغالها بمجال العنف والجنس "محدود"، مع أنها أقل إثارة من القنوات التلفزيونية الترفيهية، ولا يبدو أنها تمثل لقانون معين يحكم أداءها في المجال بقدر ما تلجأ إلى التقدير الذاتي أو بعض الرقابة الإدارية، دون إشراك أو مشاركة المجتمع المحلي الذي تنظر إليه بوصفه مجرد "متلقي".

٥. التهديد والابتزاز:

ازدادت أهمية القضايا الجنائية مع ظهور شبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي. ويبدو أن مشكلات الناس في الواقع الاجتماعي انتقلت إلى الشبّكة دون رقيب يذكر. وتوجد على الأقل ثلاثة أنواع من جرائم الاتصال "الحديثة" على الشبكة:

أ. التهديد الإلكتروني المتتابع (cyberstalking): ويقصد بذلك عملية تتبع الشخص برسائل تهدده في سمعته أو ممتلكاته أو حياته أو حياة أسرته؛ لأسباب شخصية أو مرضية. وقد تدوم هذه العملية شهوراً أو سنوات إذا لم يتم القبض على الجاني.

ب. الابتزاز (cyber harassment): ويتعلق الأمر بالضغط والحيلة والتهديد "المبطن" لاستغلال الفرد، لأهداف شخصية أو مادية أو انتقامية. وعادة ما يستغرق الابتزاز مدة أقصر.

ت. ابتزاز الأطفال "القاصرين" (cyberbullying): ويقصد بذلك الابتزاز الذي يقوم به الأطفال والمراهقون ضد الأطفال الأقل سناً أو الأضعف، بهدف إحداث الضرر النفسي بهم إن لم يستجيبوا لأوامر تخدم مصالحهم.

خاتمة:

دراسة الإعلام لا تتم في منظرونا من دون مرجعية تربط محتويات هذه الوسائل بالقيم. إن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابياً إذا كانت المحتويات وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت الوثيقة أشد كان التأثير إيجابياً. وبالمقابل، يكون التأثير سلبياً إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر.

وتتضمن التأثيرات الإيجابية في السياق المذكور: تعزيز القيم، والتنشئة الاجتماعية، وتحقيق الانسجام وتعزيز الترابط الاجتماعي، وتوسيع دائرة الاستفادة من الثقافة، والوعي بالعالم الخارجي وتوسيع المحيط، والنظر إلى الذات والمجتمع من زاوية خارجية، ومعايشة عوالم متعددة تحمل الإنسان عبر الزمان والمكان، والإشباع والتحويل والترفيه، ونقد الذات وتغييرها، والإعلام والتفسير والتحليل، وأخيراً إضفاء قيم إضافية على الآخر.

وتشمل التأثيرات السلبية في السياق نفسه: تحييد القيم، وجمهرة الثقافة (التبسيط والتشويه)، وتضييق المحيط، وتقليص المحلي وتوسيع العالمي، وإضعاف نسيج الاتصال الاجتماعي، وإضعاف دور قادة الرأي والفكر، وتمصص أدوار النجوم السينمائية، والمعيارية والاستهلاكية، والمزج بين الحقيقي والرمزي، وإضعاف الحساسية تجاه الممنوعات الثقافية، والفجوة الإعلامية، والإدمان على الوسيلة، ومنع الفرد من نقد ذاته أو تغييرها، والتركيز على حاسة البصر على حساب الحواس الأخرى.

تركز الخطمية القيمية على جعل القيمة الانشغال الأساس في الإعلام والاتصال. وعندما ينشغل الإعلام بالقيمة (بدل النفوذ والريح) تتحرك العوامل الاجتماعية والثقافية والفنية والإنسانية تبعاً، ولكن فاقد الشيء لا يعطيه. فكيف يمكن للإعلام أن يمارس القيمة إذا كانت منظومة الإعلام بمكوناتها المادية والبشرية والميكليّة قائمة على اعتبارات أخرى. وتدفع الخطمية القيمية إلى مزيد من المسؤولية الأخلاقية في اتخاذ القرارات الإعلامية في الميادين الاجتماعية والثقافية والفنية والإنسانية.

وُتعدّ هذه المسؤولية الأخلاقية واجباً ضرورياً يحقق إنسانية الإنسان لدى الممارس الإعلامي والمؤسسة الإعلامية. ويترتب عن ذلك احترام المتلقي بوصفه كياناً مستقلاً يملك حرية الاختيار واتخاذ القرار بناء على ذلك. ويعني ذلك عدم اعتبار المتلقي وسيلة لتحقيق أهداف تجارية أو أنانية وإنما هدفاً لتحقيق غايات سامية مشتركة في المجتمع الأوسع. وتتضمن المسؤولية الأخلاقية ثلاثة جوانب مصيرية في المعادلة الحتمية:

أ. تمكين القيمة بأبعادها الحضارية والفلسفية -على نحو قيم البحث عن الحقيقة والعدل وتقليل الضرر والتعلق بالمثل السامية- في الممارسة والفعل الإعلامي.

ب. تطوير مواثيق الشرف الإعلامية بشكل متجدد يحتوي الواقع ويحتضن الممارسات الإنسانية المتطورة في المجال، وترسخها بصفاتها مرجعية أخلاقية وليست نصوصاً ورقية فحسب.

ج. الانشغال الأخلاقي بمسائل القذف والتجريح والخصوصية الفردية والملكية الفكرية والعنف والابتزاز الافتراضي الرقمي.

الإعلام الإسلامي: إشكالية المصطلح

علي سلطاني العاتري*

الملخص

تمثل العلوم الاجتماعية المعاصرة ذات المنشأ الغربي تحدياً للعلماء والباحثين المسلمين في جوانب متعددة، منها قضية المصطلح. ولمواجهة هذا التحدي جرت محاولات متعددة تحت عناوين مختلفة منها التأصيل والأسلمة. وواجهت هذه المحاولات معارضة شديدة من دعاة التماهي بالفكر الغربي، من جهة، كما واجهت نقداً من داخل الدائرة الإسلامية نفسها من جهة أخرى، لما رآه الناقدون من مظاهر الخلل والقصور. وميدان الإعلام واحد من ميادين العلوم الاجتماعية التي لا يزال المصطلح فيها يمثل مشكلة في جهود التأصيل وبناء الرؤية الإسلامية. وتهدف هذه الدراسة إلى مناقشة مصطلح "الإعلام الإسلامي" وما يثيره من إشكالات معرفية، وانعكاسات تطبيقية، جعلت المصطلح قاصراً عن أداء الوظيفة المنشودة منه في بناء العلم وتوظيفه في تحقيق مقاصد الإسلام في المجتمع البشري المعاصر.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الإسلامي، المصطلح، الأسلمة، التأصيل

Islamic media: A Terminology Issue

Abstract

Contemporary social science with its Western-origin represents a challenge for Muslim scholars and researchers in various aspects, including the issue of terminology. To meet this challenge various attempts have been made under different titles, such as Islamization and establishing Islamic foundations. Such attempts has faced stiff opposition from advocates of identification with Western thought, on the one hand, and criticism from within the Islamic Circle itself on the other hand, because of what was seen as imbalance and deficiencies. Media is one of the fields of social science, in which the terminology is still a problem in building Islamic perspective and establishing Islamic foundations of the field.

This study discusses the term "Islamic media", its epistemological problems, and practical implications; that makes the term unable to perform the desired function, especially in the construction of knowledge and using it to achieve Islamic objectives in the contemporary human society.

Key words: Islamic media, Term, Islamization, Islamic ta'sil: Establishing Islamic Foundation.

* دكتوراه في الدعوة والإعلام، يعمل أستاذاً جامعياً في جامعة تبسة في الجزائر. البريد الإلكتروني:

alielateri1@hotmail.com

تم تسلم البحث بتاريخ ٢٠١٤/٦/١م، وقُبل للنشر بتاريخ ٢٠١٤/١١/١٤م.

مقدمة:

إن وقوع الباحثين العرب والمسلمين تحت تأثير المصطلحات والتصورات والأفكار الغربية جعلهم يعانون من تبعية فكرية، بل تبعية مصطلحية، ومن ثم يضطر كل باحث في ميدان من الميادين إلى إضافة لفظ (الإسلامي) إلى كل فن يريد دراسته من منظور إسلامي؛ (كالإعلام الإسلامي) و(علم الاجتماع الإسلامي) و(علم النفس الإسلامي)، مع جلب نظريات وأفكار صيغت بناء على أيديولوجيات وأفكار، وفي بيئات بعيدة كل البعد عن معتقداتنا وتصوراتنا وبيئاتنا. وندّعي تأصيلها وأسلمتها، مع أننا لا نكاد نعثر في تراثنا وعند علمائنا على مصطلح (الإسلامي) وإضافته إلى أي فن درسوه، على الرغم من أنهم قد درسوا تراث الأمم الأخرى ونقلوه لنا من مصادره. وحتى لا نبقى أسرى مصطلحات الغرب وتصوراته وأفكاره، فإنّ هذا يتطلّب منا صياغة رؤية متميزة للإعلام، تتناسب ومعتقداتنا وأفكارنا واتجاهاتنا وفلسفتنا في الحياة، ونظرتنا إلى الإنسان وعلاقته بالكون، وكذا علاقة كل من الإنسان والكون بخالقهما.

وتهدف هذه الدراسة إلى مناقشة ما عرف بمصطلح الإعلام الإسلامي، وما يثيره من إشكالات معرفية، وانعكاسات تطبيقية، جعلت المفهوم قاصراً -في نظري- عن استيعاب ما نرمي إليه من تصور عند استخدامنا لمصطلح "الإعلام الإسلامي"، ومحاوله وضع رؤية متميزة مستندة إلى عقيدتنا منطلقة من تصوراتنا وأفكارنا، مستلهمة من القرآن والسنة وتراثنا التليد.

ووفقاً لهذا الطرح، سنحاول طرح إشكالية الإعلام الإسلامي؛ انطلاقاً من القرآن الكريم وتفسيره والسنة النبوية المطهرة، بوصفها مصادر أساسية لدراستنا النظرية، مع الاستفادة من التقارير والتطبيقات العملية، المتوفرة في السيرة العطرة والتاريخ الإسلامي، والتطواف بما قدّمه شراح السنن والمغازي والآثار، دون إهمال الاجتهادات الفقهية والدراسات النفسية والتربوية والاجتماعية لعلماء المسلمين، ومسترشدين بالدراسات الإسلامية المعاصرة، ولن نستنكف عن الإفادة من جهد كل مبدع ودارس منصف؛ شرقياً كان أم غربياً، ف"الحكمة ضالة المؤمن أنى وجدها فهو أحق بها".

إن مجالات الصراع متعددة وجوانبه متشعبة. ومن أدوات الإعلام الصراعية "المصطلحات". فكل ثقافة تسعى إلى نحو مصطلحات واستجلاب أخرى؛ لأن المصطلح هو الوعاء المعبر عن المعتقدات والأفكار والنتاج الحضاري، وقد صاحب ذلك وقوع المسلمين تحت معادلة الاستقطاب الاصطلاحي الحاد، وهو أن يتم فرض التصورات التي يريدونها الآخر على العقلية المسلمة، من خلال حتمية وقوع المسلم في طريقي معادلة الاستقطاب؛ فمن لا يقرُّ بالتوظيف الغربي للمصطلح فهو بالضرورة رافض للعلم والحضارة. ومع قابلية المصطلحات للمرونة، تمَّ استيعاب كل ما يرغب الغرب بإدخاله تحت ظلال تلك المصطلحات كالإعلام، الذي وظف في كل مجالات التشويه والتلاعب بالعقول والسيطرة على الأبدان والأفئدة.

ومع أن الدلالات الشرعية واللغوية للمصطلحات واضحة ودقيقة المعالم، وذلك من خلال ما اعتمده علماء المسلمين في القديم والحديث، إلا أنَّ خضوع الاستخدام الاصطلاحي لضغوط الواقع المتزدي للمسلمين، وظروف الاستخدام السلبي، أدى إلى توظيف المصطلحات توظيفاً أضرباً بالمسيرة الإسلامية في بعض الأحيان، مما اقتضى معه إعادة النظر في الاستخدام التلقائي للمصطلحات، ومراجعة ما تحمله الإيجاءات الاصطلاحية من آثار سلبية على النفسية والعقلية المسلمة.

أولاً: مفهوم المصطلح والاصطلاح

لا خلاف في أنَّ المصطلح له دور فاعل في تكوين المعرفة بما فيها من حمولة دلالية وثقافية. ومثل هذه الصورة لها وجهها التبادلي-الجدلي، كون المصطلح لا يخرج عن مقولة إنَّ المعرفة هي بيئة تتكاثر فيها الدلالات وتتوالد وتتناصُّ تحت ضغط الحاجة الإجرائية، وهذا يساهم في صياغة شكل المصطلح ومفهومه. لذلك فالمصطلح منتج ثقافي لا يغادر ضوابطها أو معاييرها، كونه وجهاً من وجوه التواضع التوافقي بين من لهم أهلية التوليد والصياغة المنتسبين إلى فضاء دلالي له خصوصيته، دفعتهم حاجة مشتركة إلى توحيد الخطاب أو تخصيصه ضمن سياق معيّن، تمييزاً له عن الدلالة العفوية أو المتداول الجمعي.

وهذا الحراك الدلالي لا يعوزه القول بإنتاج آلية مصطلحية دورية، أو قابلة للتعديل - نظراً لمرونة المفهوم - الذي استدعته الحاجة لضبط المسائل ضمن حقول دلالية بعينها، لتمييز الحقول وإضفاء سمة الخصوصية فيما بينها، وذلك عبر فعل المواضعة حول أشكال الاصطلاحات ومفاهيمها.^١ ويفترض هذا العودة إلى المصطلح ذاته من حيث هو حامل للدلالة، والكشف عن أقوال العلماء فيه، وما يرتبط بذلك من وضعيات وصفه الإجرائي في حقول شتى. وعملية الفصل بين المصطلح من حيث هو دال أو مدلول، ليس إلا فصل منهي لا غير؛^٢ لأن من سرى في خلدته أنه يتسنى له اقتفاء أثر الممارسات الثقافية بما هي نواتج متولدة عن احتدام للتصورات وتفاعل بينها، دون تمثل لضوابطها الفعالة، فإثماً شأنه في ذلك شأن من ظن أن الكل يتشكّل أو يتألف بالقفز عن الأجزاء، وأن للأجزاء كياناً منقطعاً عن كيان المجموع.^٣

الاصطلاح والمصطلح لغة واصطلاحاً:

لغة: بالعودة إلى المعاجم العربية القديمة نجد أن عبارة الاصطلاح تحمل دلالة الصلح، فابن منظور يقول في لسان العرب: "تصالح القوم بينهم والصلح: السلم، وقد اصطلحوا وصلحوا وأصلحوا وتصالحوا واصلحوا، مشددة الصاد، قلبوا التاء صاداً وأدغموها في الصاد بمعنى واحد..."^٤ وفي تاج العروس للزبيدي "واصلحها واصلحها مشددة الصاد، قلبوا التاء صاداً وأدغموها في الصاد، وتصالحها واصلحها بالتاء بدل الطاء، كل ذلك بمعنى واحد."^٥ وعند الزمخشري "وتصالحها عليه واصلحها. وهم لنا صلح أي مصالحوه. ورأى الإمام المصلحة في ذلك. ونظر في مصالحي المسلمين. وهو من أهل المفاسد لا المصالح. وفلان من الصلحاء، ومن أهل الصلاح."^٦

^١ عبد الله، إبراهيم. الثقافة العربية والمرجعيات المستعارة، بيروت: المركز الثقافي العربي، ط١، ١٩٩٩م، ص٩٦.

^٢ المسدي، عبد السلام. المصطلح النقدي، تونس: مؤسّسات عبد الكريم بن عبد الله للنشر والتوزيع، ١٩٩٤م، ص١١.

^٣ المرجع السابق، ص١٢.

^٤ ابن منظور، محمد بن مكرم. لسان العرب، بيروت: دار الجليل، دار لسان العرب، ١٩٨٨م، ج٣، ص٤٦٢.

^٥ الزبيدي، محمد مرتضى. تاج العروس من جواهر القاموس، تحقيق: مصطفى حجازي، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مادة "صلح".

^٦ الزمخشري، أبو القاسم محمود بن عمر. أساس البلاغة، تحقيق: محمد باسل عيون السود، بيروت: دار الكتب العلمية، ١٩٩٨م، ص٥٣٥.

أما اصطلاحاً: فقد قال أبو البقاء الكفوي: "الاصطلاح: إخراج الشيء عن المعنى اللغوي إلى معنى آخر لبيان المراد... ويستعمل الاصطلاح غالباً في العلم الذي تحصل معلوماته بالنظر والاستدلال."^٧ وقال الجرجاني: "الاصطلاح: عبارة عن اتفاق قوم على تسمية الشيء باسم ما ينقله عن موضعه الأول."^٨

وواضح مما تقدّم أنّ المعنى المتواضع عليه في المعاجم القديمة هو الاتفاق والتوافق، واصطلاح القوم: تصالحوا، بمعنى وقع بينهم صلح، فالتاء بمعنى التشارك والاشتراك، ومعنى التفاعل مخرج من المطاوعة. والاصطلاح في اللغة هو تواضع واتّفاق على معروف، ومعنى الاتّفاق مأخوذ من دلالة السّلم، فيكون بذلك معنى الاصطلاح في اللغة هو اتّفاق على معروف وتواضع عليه، وأمّا معنى المعروف فمأخوذ من نقيض الفساد.

وأما المصطلح فهو: "اللفظ أو الرمز اللغوي الذي يستخدم للدلالة على مفهوم علمي، أو عملي، أو فني أو أي عمل ذي طبيعة خاصة."^٩ فالمصطلح لفظ خصصه الاستعمال في علم من العلوم، أو فن من الفنون لمفهوم معين، فأخرجه من الاستعمال اللغوي العام إلى استعمال لغوي خاص بعلم من العلوم، فصار له معنى دلالي آخر جديد مغاير لمعناه السابق، بسبب استعمال ذلك العلم أو الفن أو الصناعة له في مجالاته المختلفة، بحيث إذا ذكرت هذه الكلمة في محيط دائرة ذلك العلم لا يسبق لها معنى إلى الذهن، إلا ما كان من معناها العلمي الخاص لا اللغوي العام، وإن كان بينهما نوع ارتباط.

ومع عدم تقييد لفظ المصطلح في القواميس العربيّة القديمة، فقد شاع استخدامه استخدماً إجرائياً خلال القرن السادس الهجري، ضمن العديد من الحقول المعرفيّة

^٧ الكفوي أبو البقاء: الكليات، تحقيق: عدنان درويش، ومحمد المصري، بيروت: مؤسسة الرسالة، ط ٢، ١٩٩٨م، ص ١٢٩.

^٨ الجرجاني، السيد الشريف. التعريفات، تحقيق: إبراهيم السامرائي، عمّان: دار الفكر، ١٩٨٤م، ص ٢٨.

^٩ شاهين، عبد الصبور. دراسات في علم المصطلح العربي (٤)، مجلة القافلة، مع ٣٢، عدد ١، محرم ١٤٠٤هـ/أكتوبر ١٩٨٣م.

والمجالات المختلفة، كالتصوّف والتاريخ، وصناعة الإنشاء، وعلوم الحديث والقراءات، وصناعة الشعر واللغة والمناظرة، وسميت به بعض المؤلفات وذكر في ثنايا الكتب.^{١٠}

وفي القرن الثاني عشر الهجري، استعمل محمد التهانوي (توفي بعد ١١٨٥هـ) لفظي "اصطلاح" و"مصطلح" بوصفهما مترادفين في مقدّمة كتابه: (كشّاف اصطلاحات العلوم) حين قال: "فلما فرغت من تحصيل العلوم العربية والشرعية وثمرت على اقتناء العلوم الحكيمية والفلسفية... فكشفها الله عليّ، فاقبستُ منها المصطلحات أو ان المطالعة وسطرّتها على حدة."^{١١} من كلّ هذا ندرك أنّ المؤلفين العرب القدامى استعملوا لفظي (مصطلح) و(اصطلاح) بوصفهما مترادفين. ومن المعجميين الذين استخدموا اللفظين بوصفهما مترادفين عبد الرزاق الكاشاني (توفي ٧٣٦هـ) في كتابه (معجم اصطلاحات الصوفية)؛ إذ قال في مقدمته: "...فقسمتُ الرسالة على قسمين: قسم في بيان المصطلحات ما عدا المقامات...."^{١٢} واستخدم الكاشاني لفظ "مصطلح" في مقدمة معجمه (لطائف الإعلام في إشارات أهل الإلهام) الذي قال في مقدمته: "فإني لما رأيتُ كثيراً من علماء الرسوم، ربما استعصى عليهم فهم ما تتضمنه كتبنا وكتب غيرنا من النكت والأسرار...، أحببتُ أن أجمع هذا الكتاب مشتقاً على شرح ما هو الأهم من مصطلحاتهم."^{١٣}

أمّا لفظ "اصطلاح" فربّما كان أقدم ظهوراً ورواجاً في تاريخ اللغة العربية من لفظ "مصطلح"، فقد استعمل منذ القرن الثالث الهجري في كتاب المقتضب لأبي العباس المبرّد

^{١٠} فقد تضمنه عنوان كتاب (المقترح في المصطلح) لأبي منصور محمّد بن محمّد البروي (توفي ٥٦٧هـ)، وكذا الألفيّة في مصطلح الحديث لزين الدين العراقي (توفي ٨٠٦هـ)، وكذا (نخبة الفكر في مصطلح أهل الأثر) للحافظ بن حجر العسقلاني (توفي ٨٥٢هـ)، وكذا (التعريف بالمصطلح الشريف) لابن فضل الله العُمري (توفي ٧٤٩هـ)، كما استعمل ابن خلدون (توفي ٨٠٨هـ) لفظ "مصطلح" في (المقدمة) فقال: "الفصل الواحد والخمسون في تفسير الذوق في مصطلح أهل البيان".

^{١١} التهانوي، محمد علي. *كشاف اصطلاحات الفنون*، تحقيق: علي درحوج، بيروت: دار الكتب العلمية، ١٤١٨هـ، ص ١.

^{١٢} الكاشاني، عبد الرزاق. *معجم اصطلاحات الصوفية*، تحقيق: عبد العال شاهين، القاهرة: دار المنار، ١٩٩٢م، ص ١.

^{١٣} الكاشاني، عبد الرزاق. *لطائف الإعلام في إشارات أهل الإلهام*، تحقيق ودراسة: سعيد عبد الفتاح، القاهرة: دار الكتب المصرية، ١٩٩٦م، ص ١.

(توفي ٥٢٨٠هـ)،^{١٤} ووجد في القرن الرابع الهجري في كتابات كل من عبد الله بن محمد الخوارزمي (توفي ٥٣٨٧هـ)، وابن جني (توفي ٥٣٩٢هـ)،^{١٥} وابن فارس (توفي ٥٣٩٥هـ).^{١٦}

ثانياً: توظيف المصطلح

الإسلام منهج متميز في كل جوانبه، ومن جوانب التميز دقة ألفاظه، وتحديد معانيها وبناء الأحكام على ذلك، فليس ثمة أمة عنيت بنصوص وحيها فدرست الألفاظ ومعانيها، دراسة لغوية ودراسة يتتبع فيها استعمال الشارع لتلك الألفاظ كالأمة الإسلامية. أما وقد شاع استعمال مصطلح الإعلام في غير معناه اللغوي، فحري بنا تتبع تطورات هذا المصطلح، وأثر استعمالاته في الصراع الحضاري بين الأمم، توصلاً إلى معرفة تاريخه واستعمالاته، وما ذكر عند الناس في معناه، ثم ذكر الألفاظ الشرعية المستعملة في هذا الباب، والمهمات المناطة بالمفكرين وطلاب العلم في تحرير مثل هذه المصطلحات.

إن العلم بحقائق الأشياء، والوعي بالمفاهيم يُعدّ مدخلاً رئيساً لتضييق دائرة الخلاف أو إزالته؛ إذ تجد جذور الخلاف عائدة في كثير من الأحوال إلى اختلاف المفاهيم، أو الجهل بحقائق الأمور، وهذا أمر متفق عليه بين الأمم. يقول شيخ الإسلام ابن تيمية رحمه الله: "إن كثيراً من نزاع الناس سببه ألفاظ مجملة مبتدعة، ومعان مشتبهة."^{١٧} وقال: "فهذه المواضع يجب أن تفسر الألفاظ المجملة بالألفاظ المفسرة المبينة، وكل لفظٍ يحتمل حقاً وباطلاً فلا يطلق إلا مبيناً به المراد الحق دون الباطل."^{١٨} قال رابو برت: "ولا يخفى

^{١٤} قال صاحب المقتضب: "فهذا الذي ذكرت لك من أن النحويين جروا على الاصطلاح...." انظر:

- المبرد، أبو العباس. المقتضب، القاهرة: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ط ١، ١٩٥٤م، ج ٣، ص ١٢٣، ١١٤.

^{١٥} انظر: ابن جني، أبو الفتح عثمان. الخصائص، تحقيق: محمد علي النجار، بيروت: عالم الكتب، ط ١، ٢٠٠٦م، باب: القول على أصل اللغة أ إلهام هي أم إصلاح.

^{١٦} انظر: ابن فارس، أحمد بن زكريا الرازي أبو الحسين. الصحاحي في فقه اللغة، تحقيق: عمر فاروق الطباع، بيروت: مكتبة المعارف، ١٩٩٣م، باب: القول على لغة العرب أ توقيف أم اصطلاح.

^{١٧} ابن تيمية، تقي الدين. مجموع فتاوى شيخ الإسلام ابن تيمية، تحقيق عبد الرحمن بن محمد بن قاسم، المدينة النبوية، المملكة العربية السعودية، جمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، ١٩٩٥م ج ١٢، ص ١١٤.

^{١٨} المرجع السابق، ج ١٢، ص ٥٥١-٥٥٢.

ما في تحديد معاني الألفاظ من الفائدة، فكثيراً ما يشور الخلاف بيننا في مسألة، ويشتد الجدل في موضوع، ويظهر أنّ المتجادلين على خلاف فيما بينهم، وهم في الواقع على اتفاق، ولو حددت ألفاظهم لتجلى لهم أنهم على رأي واحد.^{١٩} إن أحكام الناس على الأفكار أو على الأشخاص عائدة إلى التصور، وفي المأثور من أقوال العلماء: "الحكم على الشيء فرع عن تصوره"^{٢٠} ولذلك عني العلماء بالألفاظ الشرعية، والمصطلحات الإسلامية عناية بالغة، وحرصوا على تحديدها لأمر أهمها:

أ. ألا تكون هذه الألفاظ والمصطلحات نسبية غير محررة يستخدمها كل فريق كما يحلو له بناء على ما تدفعهم إليه الأهواء، وما تمليه عليهم العقائد الفاسدة، والمذاهب الضالة.

ب. ألا تحمل الألفاظ الشرعية على الاصطلاح الحادث لقوم أو فئة، فكثير من الناس ينشأ على اصطلاح قومه وعادتهم في الألفاظ ثم يجد تلك الألفاظ في النصوص الشرعية، أو في كلام أهل العلم، فيظن أن مرادهم بها نظير مراد قومه، ويكون مراد الشارع خلاف ذلك. قال ابن تيمية، رحمه الله: "ومن لم يعرف لغة الصحابة التي كانوا يتخاطبون بها، ويخاطبهم بها النبي، وعادتهم في الكلام، وإلا حَرَفَ الكلم عن موضعه. فإن كثيراً من الناس ينشأ على اصطلاح قومه وعادتهم في الألفاظ، ثم يجد تلك الألفاظ في كلام الله أو رسوله أو الصحابة، فيظن أن مراد الله أو رسوله أو الصحابة بتلك الألفاظ ما يريده بذلك أهل عادته واصطلاحه، ويكون مراد الله، ورسوله، والصحابة خلاف ذلك."^{٢١} وهذا الأمر اتضح وضوحاً تاماً في العصر الحديث؛ لما للإعلام من أثر في تغيير المصطلحات بكثرة استعمالها، مراداً بها معاني غير المعاني التي كانت لها أصلاً.

^{١٩} رابو برت، أ.س. مبادئ الفلسفة، ترجمة: أحمد أمين، مطبعة لجنة التأليف، ط٤، ١٩٣٨م، ص٣٩.

^{٢٠} هذه هي العبارة المتداولة، ولكنها وردت على نحو مختلف في استعمال المؤلفين: أوردتها: ابن أمير حاج في:

- حاج، ابن أمير. التقرير والتحجير (الحُكْمُ عَلَى الشَّيْءِ فَرْعٌ تَصَوُّرُهُ)، دار الفكر، بيروت، ١٩٩٦م، ج٤، ص٣٦٩. وذكرها الفتوحى ابن النجار في:

- ابن النجار، الفتوحى. شرح الكوكب المنير، تحقيق الزحيلي وزملائه، مكة، مركز البحث العلمي في جامعة أم القرى، ط١، ١٤٠٨هـ، ج١، ص١٧. (الحُكْمُ عَلَى الشَّيْءِ فَرْعٌ عَنِ تَصَوُّرِهِ). وأوردتها ابن تيمية في:

- ابن تيمية، تقي الدين. مجموع فتاوى ابن تيمية، مرجع سابق، ج٣، ص٢٢٥. (الحُكْمُ عَلَى الشَّيْءِ فَرْعٌ عَلَى تَصَوُّرِهِ).

^{٢١} ابن تيمية، مجموع فتاوى ابن تيمية، مرجع سابق، ج١، ص٢٤٣.

١. استخدام المصطلحات في الصراع الحضاري: لقد أصبحت المصطلحات أدوات في الصراع الحضاري والفكري بين الأمم، وفي داخل الأمة الواحدة؛ إذ يهتم أعداء أي مبدأ أو فكر في صراعهم مع المبادئ الأخرى بالألفاظ والمصطلحات، وحين يكون القوم يعادون الحق فإنهم يحرفون الألفاظ والمعاني، ويغيّبون القول الحقّ فيها. وإنما كان المصطلح أداة في الصراع لأنه الوعاء المعبر عن العقيدة، أو الفكر، أو الرأي، ولذلك فإن كسر ذلك الوعاء غرض رئيس للمعادين، ويمثل خطورة كبرى على العقائد، أو الآراء أو الأفكار لأي أمة، وبهذا كان الحفاظ على مصطلحات الأمة من جهة، ومحاربة مصطلحات الأمم المعادية من جهة أخرى ركنين أصيلين في عملية الصراع.

إن استخدام أعداء المبادئ للمصطلحات في الصراع الحضاري يقوم على محورين:

المحور الأول: جلب الألفاظ، والمصطلحات التي هي أعلام على معانٍ سيئة، وإسقاطها على العقيدة أو الفكر أو المذهب أو الرأي الذي يعادونه؛ لتنفير الناس من ذلك الاعتقاد أو المذهب أو الرأي أو مما يتضمنه من الحق، وممن حورب بهذا الرسل، عليهم الصلاة والسلام: "فأشُدُّ ما حاول أعداء الرسول محمد ﷺ من التنفير عنه سوء التعبير عما جاء به، وضرب الأمثال القبيحة له، والتعبير عن تلك المعاني التي لا أحسن منها بألفاظ منكرة ألقوها في مسامع المغترين المخدوعين فوصلت إلى قلوبهم فنفرت منه، وهذا شأن كل مبطل."^{٢٢} ولو نظرت في قصص الأنبياء لوجدتهم وُصموا بالجنون والسفاهة والضلال، وذلك كله لتضليل الناس، وتبغيض هؤلاء الرسل إليهم.

وتاريخ الصراع الفكري بين الإسلام والغرب، لا سيما في العصر الحديث يوضح أن الغرب قدّم عدة مصطلحات ولدت في بيئته، وتحمل معاني ومفاهيم خاصة بالغربيين، ولها خلفية تاريخية لديهم قدموها إلى المسلمين لتسقط على بعض جوانب حياتهم، مع البون الشاسع بين الدين والدين، وبين التاريخ والتاريخ، وبين الظروف والظروف، ولعل

^{٢٢} ابن القيم الجوزية، محمد بن أبي بكر. الصواعق المرسلة على الجهمية والمعطلة، الرياض: دار العاصمة، ١٤٠٨م، ج٣، ص٩٤٤.

من الأمثلة الواضحة على ذلك المصطلحات الآتية: الإعلام، الدعاية، الإرهاب، الأصولية الرجعية، القرون الوسطى.^{٢٣}

فكل هذه المصطلحات ترمز إلى مذهب أو حالة معينة، ولكن يأبي الغربيون إلا أن تُنقل هذه المصطلحات إلى المسلمين، لأسباب تتعلق بفرض الهيمنة وترسيخ الاستعمار، وفتح أبواب الغزو الفكري، ومحاربة الأفكار المقابلة. إن الخلفية التاريخية الموجودة في أذهان الغربيين تجعلهم إذا سمعوا عن الإعلام انطبع في أذهانهم الكذب والتحريف والتشويه. فاختيار هذا المصطلح واستعماله في غير معناه الأصلي ينقُر المسلمين من سماعة واستخدامه وتوظيفه. إن المقارنة المتأنية لدلالات هذا المصطلح بين تاريخنا العربي الإسلامي، والتاريخ الأوروبي لكفيلة بإظهار مدى تجنب استعمال هذا المصطلح في واقعنا العربي. لقد أبدعت الحضارة الإسلامية منطلقاً من تلك الروح التي أوجدها دين الإسلام، في حين ولدت الحضارة الأوروبية الحديثة في واقع صراعها ضد جمود رجالات المسيحية، ثم إن عصور الظلام الأوروبي التي أطلق عليها وصف (القرون الوسطى) هي زمنياً العصور نفسها التي كانت أنوار الحضارة الإسلامية فيها تشرق على العالمين.^{٢٤}

المحور الثاني: أخذ الألفاظ السليمة والصالحة، وجعلها أعلاماً على ما ينفر منه أصحاب الفكرة المعادية، ليسهل تسرب أفكارهم وعقائدهم دون حصول النفرة والكرهية. ومن أمثلة ذلك في الصراع الفكري في الحياة المعاصرة المصطلحات الآتية: (العلمانية، الإصلاح، التقدمية، العقلانية، الإعلام، الدعاية).

واستخدم مصطلح الإعلام في الحضارة الإسلامية لتبليغ رسالة الإسلام إلى الناس كافة، في حين ولد المصطلح في الحضارة الأوروبية الحديثة في واقع حربها ضد الإسلام. واستخدم المصطلح مرتبطاً بإيديولوجيات تسعى إلى الهيمنة والاستعباد. وبعد عقدين من الزمن وعلى أثر نشاطات الأجهزة النازية لجوزيف غوبلز، وقبل هذا المصطلح (Media) في نظر الباحث فولي "بأنه تبادل للمعلومات والأفكار والآراء بين الأفراد" لكنه حصر

^{٢٣} كمجيان، ريتشارد. الأصولية في العالم الغربي، ترجمة وتعليق: عبد الوارث سعيد، المنصورة: دار الوفاء للطباعة والنشر، ١٩٨٩م، ص ١٢.

^{٢٤} سلطان، جمال. دفاع عن ثقافتنا، الرياض: دار الوطن للنشر، ط ١، ١٤١٢هـ، ص ٢٩.

مفهوم الإعلام في عملية تبادل المعلومات وأهمل الوسيلة. ويرى الباحث فرانسيس بال بأن الإعلام تبادل للمعلومات بين الأفراد، وأضاف له عامل الوسيلة والتجهيزات، التي تجعل هذا التبادل ممكناً، لكنه لم يحدد طبيعة هذه الوسائل؛ إذ تركها عامة فأصبحت هذه الوسائل، التي تدخل في الإعلام، معنية بهذا التعريف غير الدقيق، وهو ما جعل المدرسة الإنجلوسكسونية تتدخل لتصحيح التعريف السابق؛ إذ تقول إن هذه الوسائل التي أشار إليها فرانسيس بال *media mass* وسائل الاتصال الجماهيري، وبذلك فإن وسائل الإعلام هي وسائل الاتصال على النطاق الجماهيري.

ومع هذه التعريفات وغيرها يبقى المفهوم غامضاً غير دقيق، مما أدى إلى استخدامه استخدامات سلبية واضحة لم يتحرر منها حتى اليوم، كما أن مصطلح الإعلام يستخدم أحياناً للهروب من الوقع السيئ للفظ الدعاية. ولقد فهم البريطانيون أهمية استخدام المعلومات بهدف النصر في الحرب، وقاموا بإنشاء جهاز لهذا الهدف، لكن هذا الاسم أحدث مشكلة، بسبب استخدام الألمان مصطلح (البروبوجندا) ولذلك اختار البريطانيون مصطلحاً آخر هو (الحرب السياسية). وعندما دخل الأمريكيون للحرب أنشأوا قيادة مشتركة مع البريطانيين وسمي هذا المصطلح الدعائي الجديد باسم الحرب النفسية.^{٢٥}

ومهما تبدلت الألفاظ، وحُسنت العبارات فلن تغير من الحقائق شيئاً. قال ابن القيم رحمه الله: "ولو أوجب تبديل الأسماء والصور تبدل الأحكام والحقائق لفسدت الديانات، وبدلت الشرائع، واطمحل الإسلام، وأي شيء نَفَع المشركين تسميتهم أصنامهم آلهة وليس فيها شيء من صفات الإلهية وحقيقتها."^{٢٦}

وفي الجملة فثمة تلازم بين هذين المحورين؛ إذ إن التلبس على الناس قائم على تشويه الحق، وتحسين الباطل، وهما متقابلان، فما من مشوّه للحق إلا وهو محتاج لتحسين ضده.

ولا بدّ من تأكيد أن ثمة علاقة بين واقع الأمة، واهتمامها بالألفاظ والمصطلحات العلمية، فكلما كانت الأمة الإسلامية عزيزة قوية مهيبة الجانب، كانت الألفاظ الشرعية

^{٢٥} المرجع السابق، ص ٣.

^{٢٦} ابن قيم الجوزية، محمد بن أبي بكر. إعلام الموقعين عن رب العالمين، دمشق: دار البيان، ١٣٩١هـ، ج ٣، ص ١٣٠.

هي السائدة، وإليها المراد عند الاختلاف، وكلما كانت الأمة واقعة تحت سلطان أعدائها مقهورة مغلوبة تجد ألفاظها مهجورة منبوذة، ومصطلحات الأعداء تُتَلَفَّف وتتهافت عليها أبناء الأمة، ويعدون التلفظ بها، والأخذ بما تعنيه من مدلولات وترديد تلك العبارات عين التقدم والتحصُّر.^{٢٧} ولو نظرت في التاريخ الإسلامي، لوجدت الألفاظ الشرعية قد أصابتها الغربة، حيث كانت غربة الدين، ولا تكاد تجد على مر العصور مثل غربة الحقائق والألفاظ الشرعية في هذا العصر، خصوصاً مع المدد الدعائي المكتف الذي يراد منه صياغة العقل العالمي، ليكون على رأي الأقوى. فإشكالية مصطلح الإعلام في أن الألفاظ الشرعية مردّ العلم بها إلى اللغة التي تكلم بها الشارع، ثم إلى مراد الشارع سبحانه. أما الألفاظ السياسية، والمصطلحات الوضعية، أو المتعلقة بالأديان المحرّفة والحضارات فإن دراستها مختلفة؛ فكل مصطلح له أصول يدرس بها.

إن الوسائل اللغوية المتعلقة بالتطور اللغوي والنمو المصطلحي كثيرة منها: (الاشتقاق، والمجاز، والنحت، والترجمة، والتعريب). وعند دراسة أي مصطلح من المصطلحات يجب أن تعرف الوسيلة التي نما بها هذا المصطلح، فإن كان نشوء المصطلح من طريق الاشتقاق كان المناسب العودة إلى جذور الكلمة وأصل اشتقاقها. وإن كان من طريق النحت عدنا إلى الجملة التي نحت اللفظ منها. لذا أحسب أن طريقة كثير من الباحثين في دراسة مصطلح الإعلام خطأ؛ إذ يعودون إلى اشتقاق الكلمة، وكأن وضع هذا المصطلح بإزاء هذا المعنى جاء من هذا الطريق ابتداءً، فتراهم يملؤون دراساتهم بنقول عن المعجمات وكتب المصطلحات. بينما جاء وضع هذا المصطلح نتاج التعريب، فيحتاج إلى العودة إلى أصل الثقافة التي نقل عنها هذا المصطلح، ومعرفة مدى تجانس المعنى مع اللفظ العربي الذي عُزِّب به، وتكون من بعد معرفة الاشتقاق ونحوه رديفة تعين على تصور معنى اللفظ في أصل اللغة، لمعرفة مدى سلامة جعله تعريباً للمصطلح الأجنبي. إن المُعَرَّب لمصطلح Media إلى الإعلام كان أمام خيارات عدة فيما افترض، أو كان المعربون مختلفين في التعريب حتى استقر الاصطلاح على لفظ واحد تقريباً. لقد

^{٢٧} أبو زيد، بكر. المواضع في الاصطلاح، الرياض: دار المؤيد، ١٤١٧هـ، ص ٧٣-٩٠. انظر أيضاً: - اللويحق، عبد الرحمن. الغلو في الدين، بيروت: مؤسسة الرسالة، ط ١، ١٤١٢هـ، ص ٥٣.

كانوا أمام ألفاظ كالدعوة والنشر والتبليغ والإعلام، وقد آثروا استخدام لفظ الإعلام، ثم أضاف إليه دعاة الأسلمة والتأصيل لفظ الإسلام، فاصطلحوا على تسمية هذا الفن الاتصالي "بالإعلام الإسلامي" الذي لا يخرج في إطاره العام عن مفهوم الدعوة؛ إذ "يتحدد إطار الإعلام الإسلامي، أو حدوده على ضوء مفهوم كلمة الدعوة، وكلمة الدعوة من الألفاظ المشتركة التي تطلق اسماً ويراد بها الدين، أي حقائق الإسلام، وأركانه، وتكاليفه...^{٢٨} والدعوة بهذا المعنى مرادفة لكلمة الاتصال الذي يعني كما يرى هوفلاندا: "العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال منبهات عادة ما تكون رموزاً لغوية لكي يعدّل سلوك الأفراد الآخرين مستقبلي الرسالة."^{٢٩} ويرى الدكتور إبراهيم إمام في كتابه (أصول الإعلام الإسلامي) أن الدين الإسلامي دين إعلامي بطبيعته؛ لأنّه يقوم على الإفصاح والبيان بعكس بعض الأديان الأخرى كاليهودية مثلاً التي لا تختص برسالة وتندرع بالكتمان والسرية.^{٣٠}

وأعتقد أن هذا الاختيار لم يبنَ على أصول علمية، بل مبناه على أمرين أو على أحدهما: أغراض وأهداف المترجمين ومن وراءهم، والإعلام العالمي الموجّه.

إن بين استخدام المعاصرين لمادة (اعلم) وما اشتق منها، واستعمالات هذه المادة وما اشتق منها في نصوص الشارع بوناً شاسعاً. فإنك لو درست مادة (اعلم) وما اشتق منها في ألفاظ الكتاب والسنة لوجدت المعاني السامية والمحمودة، أما المعاني السيئة من الكذب والتزييف والتحريف والخداع فتدل عليها ألفاظ شرعية دقيقة تبنى عليها أحكام في غاية الانضباط.

وعند استعراضنا لنماذج من تعريفات الإعلام الإسلامي منها: هو "تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله ﷺ بصورة مباشرة أو من خلال وسيلة إعلامية عامة، بوساطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في

^{٢٨} البدوي، حسن عبد الرؤوف. "سلوك الداعية وأثره في تبليغ الدعوة الإسلامية"، (رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، كلية أصول الدين، ١٩٨١م)، ص ١٤.

^{٢٩} رشقي، جيهان أحمد. الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة: دار الفكر العربي، د.ت، ص ٥٠.

^{٣٠} إمام، إبراهيم. أصول الإعلام الإسلامي، القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٥م، ص ٨-٩.

موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأى عام صائب يعنى بالحقائق الدينية وترجمتها في سلوكه ومعاملاته.^{٣١} ومنها "الإعلام الإسلامي هو أداة الدعوة لبلوغ هدفها، وهو يتميز عن الإعلام غير الإسلامي بأنَّ الأول "إعلام ذو مبادئ أخلاقية وأحكام سلوكية وقواعد وضوابط لا يجيد عنها، مستمدة من دين الإسلام، وهو إعلام واضح صريح عفيف الأسلوب نظيف الوسيلة، شريف القصد عنوانه الصدق، وشعاره الصراحة، وغايته الحق، لا يضلُّ ولا يضلُّ، بل يهدي إلى الحق والتي هي أقوم، ولا يعلن إلا ما يبطن ولا يتبع الأساليب الملتوية ولا سبل التغيرير والخداع والميكيفالية."^{٣٢}

ومنها أنه "لفظ جديد يعبر عنه القرآن الكريم بلفظ آخر بديل هو الدعوة التي يقصد بها دين الإسلام ووسائل تبليغه، وطرق الاتصال بالناس وأساليب مخاطبتهم."^{٣٣}

ونستنتج مما سبق الأمور الآتية:

أ. قصور المفهوم ومحدوديته زماناً ومكاناً ومضموناً: وتتجلى محدودية الزمان من خلال تأكيد أصحاب هذا الاتجاه على أن الإعلام الإسلامي هو النشاط الإعلامي، الذي مارسه المسلمون خلال القرون الماضية للحضارة الإسلامية، وهذا ما يحصر الدراسات الإعلامية عندنا في حقبة زمنية محدودة، بعيدة عن الواقع المعاش.

وأما المحدودية المكانية فتمثَّل في حصر الرسالة في الرقعة الجغرافية الإسلامية، وهو ما جعل إعلامنا موجهاً إلى فئة محدودة من البشر، مع أن المفترض في الرسالة الإعلامية أن تكون موجهة لكل الناس، بغض النظر عن الجنس أو اللون أو العرق أو الدين.

أما محدودية المضمون فيمكن أن نستشفها من مضمون رسالة الإعلام الإسلامي (تزويد الجماهير بحقائق الدين المستمدة من القرآن والسنة النبوية...) وهذا التقييد يحول بين رسالتنا الإعلامية وكثير من الخلق، فضلاً عن أن لفظ الإعلام لغة يعنى الإخبار، ونحن بكوننا إعلاميين مسلمين مطالبون بإخبار الناس عمّا يدور حولهم من أحداث بصدق وتجرد، سواء كانت إيجابية أم سلبية.

^{٣١} عبد الحليم، محيي الدين. الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العلمية، القاهرة: مطبعة الخانجي، ٢٠٠٤م، ص ١٠.

^{٣٢} حسونة، فيصل. اللقاء الثالث عن الإعلام الإسلامي، الندوة العالمية للشباب، ١٩٧٦م، ص ٦.

^{٣٣} إمام، أصول الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص ٢٨.

إن الاختلاف بيننا وبين الغرب ليس في مصطلح (الإعلام) فحسب، بل الاختلاف في أصل الدين، وما المواقف من الحياة والأحياء والأشياء إلا نتاج ذلك، ولا يمكن للخلق أن يجتمعوا على فهم مثل هذا المصطلح إلا أن يكون فهمهم للحياة واحداً. ومن ثم يجب علينا أن نرسم لأنفسنا منهجاً إعلامياً مغايراً، نابعاً من عقيدتنا وتصوراتنا عن الحياة، ومستمداً من مصادرنا الأساسية: القرآن والسنة، مسترشدين بكل التجارب التاريخية لأمتنا، غير مستكفين عن الأخذ بكل ما توصل إليه غيرنا من تقنيات.

ب. التعريفات نسبية وحمّالة وجوه: إن الشأن في المصطلحات وتعريفاتها أن تكون منضبطة ومحررة، بحيث لا يحملها كل أحد على ما يراه، والقارئ لتعريفات (الإعلام الإسلامي) يظهر له أن المصطلح حمّال وجوه لا يمكن ضبطه.

ت. افتقاد المعيار: لا بد عند التنازع في قضية من القضايا من مرجع يرجع إليه الجميع فيقفون عند أحكامه، ولا بدّ من الاتفاق على هذا المعيار أو المرجع بأن يكون صادقاً صواباً، وإذا أردنا ذلك لا نجد غير الكتاب المنزل: "لأن الناس لا يفصل بينهم النزاع إلا كتاب منزل من السماء، وإذا زُذوا إلى عقولهم فلكل واحد منهم عقل."^{٣٤} ومن هنا يستلزم الإعلام مرجعية معيارية ثابتة، تشمل جوانب المشكلة كلها، ففي تحديد حقيقة الإعلام وماهيته لا بدّ من مرجع. وفي الحكم على عمل من الأعمال أو قول بأنه مظهر من مظاهر الإعلام لا بدّ من مرجع يُرجع إليه. وأهل الإسلام بحكم دينهم أحرص الناس على لزوم الصدق والحق. إن فرض مفهوم معين لأمة من الأمم نوع من الظلم، فكيف إذا انضاف إلى ذلك أن المفهوم عندهم لم يتحرر؟! وكيف إذا كانت الظواهر تدل على أن المفهوم مفهوم متسمّ بسمات تجعله غير مقبول!؟

ث. عدم وفاء اللفظ للمعاني الداخلة فيه: إن الأنشطة المعينة التي يراد تسميتها بـ(الإعلام الإسلامي) أوسع من أن تحصر تحت لفظ واحد، فإن ظواهر الاتصال واسعة، ومتعددة الجوانب بالنظر إلى القائمين بها، وإلى المستهدفين، وإلى الظروف المصاحبة، مما يجعل جمعها تحت لفظ واحد تعميماً وتعويماً يخالف التحديد المنضبط للمعاني، الذي هو

^{٣٤} ابن تيمية، تقي الدين. درء التعارض، تحقيق: عبد اللطيف عبد الرحمن، الرياض: دار الكنوز الأدبية، ١٣٩١هـ، ج ١، ص ٢٢٩.

سمة من سمات الأحكام. إن هذه المآخذ هي على التعريف والمفهوم القائم، بل إن بعض الدراسات عن الإعلام الإسلامي لا تكون مصحوبة بمفهوم أصلاً. إن عدم تحديد التعريف، أو انعدامه من الأصل هو الذي جعل كثيراً من الباحثين يحمّلون مصطلح الإعلام الإسلامي ما لا يطبق، ويُدخلون ضمنه كل تضليل وتحريف وتشويه للحقائق، بل ورسخوا في أذهاننا مفهومه السلبي وأساليبه السيئة، وأهدافه المغرضة، مع نقاء أصله ومتانة جذوره، وهناك من جعل الإعلام الإسلامي هو الإسلام نفسه.

ج. الخلط بين الإسلام والإعلام الإسلامي: إن النسبة الإسنادية تجعلنا نحكم جازمين أن الإعلام الإسلامي غير الإسلام، فالإسلام منظومة معرفية حضارية متكاملة، والإعلام وسيلة لإيصال تلك المنظومة المعرفية إلى الآخرين.

وتكمن الخطورة في هذه النسبة عندما تتبنى المؤسسة الدينية ذلك الإعلام، لتظهر الإسلام بشكل خاص، مما يوهم المتلقي بذلك الارتباط الوهمي بين جزأي النسبة الإسنادية (الإعلام-الإسلام) فيحكم المتلقي على الإسلام من خلال ما يطرح في الساحة الإعلامية الإسلامية، من أفكار، ورؤى، ومعتقدات، وصور، وخير مثال على ذلك الفكرة المشوهة التي يتلقاها الإنسان الغربي عن الإسلام من خلال ما يطرح في بعض القنوات الفضائية. إن هذا التوهّم في عدم الفصل بين الإعلام الإسلامي، والإسلام، منح الأعداء فرصة إبراز الإسلام في صورة مشوهة بالتركيز على المظاهر السلبية التي يعاني منها المسلمون، وتبرزها وسائل إعلامهم التي تمثل الإسلام في نظر الغرب.

٢. لا مشاحة في الاصطلاح: وقد يعترض معترض على ما ذهبنا إليه آنفاً بقوله: لا مشاحة في الاصطلاح. ولا نزاع في أن لكل قوم من العلماء اصطلاحات مخصوصة يستعملونها في معان مخصوصة؛ إما لأنهم نقلوها بحسب عرفهم إلى تلك المعاني، أو لأنهم استعملوها فيها على سبيل التجوّز، ثم صار الجواز شائعاً، والحقيقة مغلوّبة.^{٣٥} إن مما ينبغي لمن يطالع فناً من فنون العلم أن يلم بشيء من مصطلحات ذلك الفن، ويأتي على وفق ما اصطّلحوا عليه، وذهبوا إليه.

^{٣٥} الرازي، فخر الدين أبو عبد الله محمد بن عمر. المحصول في علم الأصول، تحقيق: طه جابر العلواني، بيروت: مؤسسة الرسالة، ٢٠٠٨م، ج٤، ص٦٤٧.

يقول ابن قيم الجوزية: "لا ننكر أن يحدث في كل زمان أوضاع لما يحدث من المعاني التي لم تكن قبل، ولا سيما أرباب كل صناعة فإنهم يضعون لآلات صناعاتهم من الأسماء ما يحتاجون إليه في تفهيم بعضهم بعضاً عند التخاطب، ولا تتم مصلحتهم إلا بذلك، وهذا أمر عام لأهل كل صناعة مقترحة أو غير مقترحة، بل أهل كل علم من العلوم قد اصطالحوا على ألفاظ يستعملونها في علومهم تدعو حاجتهم إليها للفهم والتفهم."^{٣٦}

وقد اعتنى أصحاب كل فن بإبراز مرادهم من كل مصطلح درجوا عليه، وإظهار قصدهم من جميع العبارات التي تتوارد على ألسنتهم في مخاطباتهم ومصنفاتهم. وبعضهم خصصوا كتباً لإبراز فحوى المطالب الاصطلاحية، وشرحها بأوجز عبارة؛ تسهياً لمن أراد ارتيادها. وإنما وضعت (مصطلحات الفنون) لتقريب معاني كل فن، وضبط قواعده ومباحثه، وهذا "من أصدق دلالة علي عظيم الجهود المبذولة في خدمة العلم وتذليل صعابه، وتقريب بعيده، وجمع متفرقه من أهل العلم في كل عصر ومصر."^{٣٧}

وعبارة لا مشاحة في الاصطلاح^{٣٨} يقولونها في كل مرة وجد التوافق في المعنى، مع الاختلاف في اللفظ والمبنى، ويعنون بذلك: أنه لا منازعة ولا ظنة على اللفظ ما دام

^{٣٦} الدمياطي، البكري بن محمد. إغاثة الطالبين على حل ألفاظ فتح المعين، بيروت: دار الفكر، ١٩٩٨م، ج ٣، ص ٣٥.

^{٣٧} المرجع السابق، ج ١، ص ١٢٧.

^{٣٨} الدمياطي، إغاثة الطالبين على حل ألفاظ فتح المعين، مرجع سابق، ج ٣، ص ٣٧. انظر أيضاً:

- الشربيني، علي الخطيب. حاشية البحريني علي شرح المنهج، بيروت: دار الكتب العلمية، ٢٠٠٧م، ج ١، ص ٢٤٣، وج ٣، ص ٣٥٢.
- الشاطبي، أبو إسحاق. الموافقات في أصول الشريعة، القاهرة: المكتبة المصرية، ٢٠٠٢م، ج ١، ص ٤١١.
- ابن قدامة المقدسي، عبد الله بن أحمد. روضة الناظر، بيروت: دار الكتب العلمية، ٢٠٠٧م، ج ٢، ص ١٧٧.
- الشرواني، عبد الحميد. حواشي الشرواني، بيروت: دار الفكر، ١٩٨٠م، ج ١، ص ١٧٦.
- الطحاوي، أحمد بن محمد بن إسماعيل. حاشية الطحاوي علي مراقبي الفلاح، بولاق: المطبعة الكبرى الأميرية، ١٣١٨هـ، ج ٢، ص ٩.
- الدسوقي والسنوسي. حاشية الدسوقي على أم البراهين، بيروت: دار الكتاب العربي، ١٩٧٢م، ج ٢، ص ٣٨٣.
- الشوكاني، محمد بن علي. السبيل الجرار، بيروت: دار الكتب العلمية، ج ٢، ص ٣٥١.
- القنوجي، صديق حسن خان. أبجد العلوم، تحقيق: عبد الجبار الزكار، حلب: دار الرشيد، ١٩٨٤م، ج ١، ص ٢٩.

المعني المراد واحداً. والمشاحة: هي المنازعة والظنة. ولهم عبارات أخرى في هذا المعنى مثل "لا مشاحة في الألفاظ بعد معرفة المعاني"^{٣٩} أو "لا مشاحة في الأسماء"^{٤٠} قال الزبيري: "وقولهم لا مشاحة في الاصطلاح، (المشاحة) بتشديد الحاء، (الظنة) وقولهم (تشاحاً على الأمر) أي تنازعه (لا يريدان) أي كل واحد منهما - (أن يفوتهما) ذلك الأمر."^{٤١}

إن اللفظ قد يكون استعماله في معنى مؤدياً إلى فساد ظاهره، وقد يضعه واضع ليصرف به حقاً، ويؤسس باطلاً، "وتأمل ملياً قوله: ... وقد يضعه واضع ليصرف به حقاً ويؤسس به باطلاً... هذا دليل على أن الألفاظ قد تصرف عن مدلولاتها قصداً لتأسيس باطل وطمس حق، وهذا ما حصل مع لفظ الدعاية، وغيرها من الألفاظ العربية الأصلية فكان لا بد من أن يكون لتلك القاعدة إيضاح وتقييد وضوابط تجب مراعاتها، فلا تقبل على إطلاقها وعمومها."^{٤٢} ومما تجدر الإشارة إليه أن هذه المصطلحات منها ما هو موضوع لتقريب علم من العلوم، لا يرمي واضعه من ورائه قصداً سيئاً، كتقسيم الكلام إلى (فعل) و(اسم) و(حرف)، وأن كلاً من هذه يسمي كلمة، فمثله لا حرج فيه. وتبقى المنازعة والظنة واردة على من حمل المصطلحات الحادثة التي الغرض منها التقريب والبيان على النصوص الشرعية. قال الإمام النووي في شرح صحيح مسلم: "والحديث يحمل على اللغة ما لم يكن هناك حقيقة شرعية أو عرفية، ولا يجوز حمله على ما يطرأ للمتأخرين من الاصطلاح."^{٤٣}

وقال الحافظ ابن حجر: اللفظ لا يحمل على الاصطلاح الحادث.^{٤٤} ولهذا فلا مشاحة في الاصطلاح ما لم يخالف اللغة والشرع، وإلا فالحجر والمنع.

^{٣٩} أبو حامد، الغزالي. المستصفي، تحقيق: محمد عبد السلام عبد الشافي، بيروت: دار الكتب العلمية، ١١٩٧هـ، ص ٢٣. انظر أيضاً:

- ابن القيم الجوزية، محمد بن أبي بكر. الروح، الدمام: دار ابن حزم، ١٩٩٧م، ص ٢٠٤.

^{٤٠} المرجع السابق، ص ٣٠٥. انظر أيضاً:

- ابن قيم الجوزية، الصواعق المرسله على الجهمية والمعتلة، مرجع سابق، ج ٣، ص ٩٧٠.

^{٤١} الزبيري، محمد مرتضي. تاج العروس، بيروت: دار إحياء التراث العربي، د.ت، ج ٦، ص ٥٠١.

^{٤٢} ابن موسى، محمد الثاني بن عمر. التقييد والإيضاح لقولهم - لا مشاحة في الاصطلاح، دار مكة للطباعة والنشر، السعودية، ١٤٢٠هـ، ص ٧-٨.

^{٤٣} النووي، محيي الدين. شرح صحيح مسلم، بيروت: دار الكتاب العربي، ١٩٨٧م، ج ٥، ص ٦٣-٦٤.

^{٤٤} العسقلاني، ابن حجر. فتح الباري في شرح صحيح البخاري، بيروت: دار المعرفة للطباعة والنشر، د.ت.

قال ابن القيم: "ولا حجر في الاصطلاح ما لم يتضمن حمل كلام الله ورسوله عليه الصلاة والسلام فيقع بذلك الغلط في فهم النصوص وحملها على غير مراد المتكلم منها." وقال أيضاً: "والاصطلاحات لا مشاحة فيها إذا لم تتضمن مفسدة."^{٤٥} وقد قيد أبو العباس أحمد زروق قيود هذه المقولة في (قواعد التصوف) بتقرير جامع مانع فقال: "الاصطلاح للشيء، مما يدل على معناه ويشعر بحقيقته ويناسب موضوعه، ويعين مدلوله من غير لبس ولا إخلال بقاعدة شرعية ولا عرفية، ولا رفع موضوع أصلي ولا عرفي، ولا معارضة فرع حكمي ولا مناقضة وجه حكمي، مع إعراب لفظة وتحقيق ضبطه، لا وجه لإنكاره."^{٤٦}

ونستطيع أن نكيّف حقيقة الاصطلاح في ضوء ما ذكر أنه: "اللفظ المختار للدلالة على شيء معلوم ليميز به عمّا سواه". ثم ليعلم أن من هذه الألفاظ الاصطلاحية ما لا تثبت دلالاته على وتيرة واحدة، بل يعترضها الاستبدال والسعة والضيق بحيث تتسع مدلولاتها أو تضيق، وتختص بمعنى ما، لكن هذا التغير في نطاق مقاييس اللغة والشرع. وهذا التطور أيضاً في الألفاظ المتلقاة بنص من الشارع غير وارد. ولهذا حصل التفريق في ألقابها، فيقال فيما ورد به نص (حقيقته الشرعية) ولا يقال حقيقته الاصطلاحية. ونخلص من هذا إلى أن قاعدة لا مشاحة في الإصلاح مقيدة بقيود لا تسوّغ لأصحابها استعمال أي مصطلح خارج إطار اللغة والدلالة الشرعية والسياق التاريخي.

ونستنتج مما سبق أن مصطلح الإعلام الإسلامي قد وُظف بعيداً عن معناه اللغوي ودلالاته الشرعية وسياقه التاريخي، حتى عند المسلمين الذين صاروا يُدخِلون تحت مسماه كثيراً من الممارسات السلبية متأسيين بالغرب، فصار مصطلح الإعلام عندهم عاجزاً عن إخفاء وجهه القبيح في ظل الاستخدام المغرض له، والمسيء من طرف النازية والصهيونية والشيوعية.

^{٤٥} ابن قيم الجوزية، محمد بن أبي بكر. إعلام الموقعين عن رب العالمين، بيروت: دار الكتب العلمية، ١٩٩١م، ج ١، ص ٩٠.

^{٤٦} الفاسي، أحمد زروق. قواعد التصوف، بنغازي: دار ليبيا للنشر والتوزيع والإعلان، ١٩٦٨م، ج ١، ص ٢١.

ومن هنا تبرز أهمية التأصيل الإسلامي للعلوم الاجتماعية بإعادة بنائها في ضوء التصوّر الإسلامي للإنسان والمجتمع والوجود، وذلك باستخدام منهج يتكامل فيه الوحي الصحيح مع الواقع المشاهد، بوصفهما مصدرين للمعرفة، بحيث يُستخدم التصوّر الإسلامي إطاراً نظرياً لتفسير المشاهدات الجزئية المحقّقة، والتعميمات الواقعية، وفي بناء النظريات في تلك العلوم بصفة عامة.^{٤٧}

ويمكن تعريف منهج التأصيل الإسلامي للعلوم الاجتماعية بأنّه: "الطريقة المنظمة للبحث التي تستخدم في دراسة الظواهر الاجتماعية، انطلاقاً من التصوّر الإسلامي للإنسان والمجتمع والوجود، على وجهٍ يجمع بين المناهج الأصولية المعتمدة في الاستنباط من نصوص الكتاب والسنة، ومناهج البحث الواقعية "الميدانية" المعاصرة بصورة تكاملية."^{٤٨}

إنّ التأصيل من حيث دلالاته اللغوية يعني الوصل بالأصل، وبما أنّ أصل كل أمرٍ وكل شيءٍ يُرَدُّ إلى الله عزَّ وجلَّ بمقتضى المعرفة، فإنّ مفهوم التأصيل يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمبادئ الإيمان بالله تعالى، مثلما هو مرتبطٌ بهذه المعرفة. لهذا فإنّ تأصيل المعرفة يعني وضعها في نسقها الإيماني القويم المؤسَّس على الاعتقاد بألوهية الله وربوبيته للوجود، بما يشمله من الغيب المستور والكون المنظور.^{٤٩}

لهذا فإنّه يُنظر إلى التأصيل من حيث إنّه وصل بالأصول الدينية وبالقيم الأخلاقية. ويقتضي التأصيل أنّ تتأسَّس المعارف على مبادئ الدِّين التي تعني الإيمان بالغيب وبالوحي، بحسبانه المصدر الجامع لهذه المعارف، أو الموجّه الهادي لاكتسابها. وتأسيساً على عقيدة الإيمان بالله، فإنّ التأصيل يكشف عن الترابط الوثيق بين العلم المُستمد من الوحي، وما يكتسبه الإنسان من معرفة عن الكون والحياة والطبيعة.^{٥٠}

^{٤٧} رجب، إبراهيم عبد الرحمن. "التأصيل الإسلامي للعلوم الاجتماعية: معالم على الطريق"، مجلة إسلامية المعرفة، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، س١، عدد٣، رمضان ١٤١٦هـ/يناير ١٩٩٦م، ص٦١.

^{٤٨} المرجع السابق، ص٦٥.

^{٤٩} شرف الدِّين، علي الطاهر. "تأصيل المعرفة: أسسه وأهدافه"، مجلة التأصيل، إدارة تأصيل المعرفة بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي، الخرطوم، السودان، عدد٦، يناير ١٩٩٨م، ص١.

^{٥٠} المرجع السابق، ص٢-٣.

وفي ظل غياب الفهم الصحيح للإسلام عند الكثيرين، وانتشار العلمانية التي تنادي بأن العلم لا يتفق مع التدين، وأنّ التّقانة لا تلتقي بالتقوى، أصبحت عملية التأصيل أكثر إلحاحاً.^{٥١} وساد هذا الفهم عند الكثيرين ممّن لا يعلمون حقيقة الإسلام، فالإسلام لا يتعارض مع ما توصّل إليه العلم الحديث من نظريات وثوابت، حيث لا تعارض للعقل الصريح مع النصّ الصحيح.

وليس المقصود بالتأصيل إضافة لفظ (الإسلامي) لكل فن نرتاده، كأن نقول "الإعلام الإسلامي"، بل التأصيل هو استنباط النظرية الإسلامية انطلاقاً من العقيدة الإسلامية والتشريع الإسلامي، بعيداً عن الإيديولوجيات الأخرى التي لا تعترف بالوحي مصدرراً من مصادر المعرفة. وهذا أساس الاختلاف مع غيرنا لاعتمادهم على العقل مصدرراً للمعرفة، واعتمادنا على الوحي مصدرراً للمعرفة لا يتعارض مع العقل السليم، ولهذا كتب ابن تيمية كتابه (موافقة صريح المنقول لصحيح المعقول). والأساس الثاني في الخلاف الخاص بالعلوم هو طبيعة العلوم الإنسانية اللصيقة بالإنسان، فهي وليدة البيئة الاجتماعية والنظام السائد والعقيدة التي على أساسها يبنى ذلك النظام.

ويتميز الصراع الحضاري الإنساني المعاصر، بأنه صراع معلوماتي إعلامي، فكري وثقافي، وهو كأى صراع بين متضادات النظم المعرفية أو البنيوية، يتألف من ثلاثة عناصر أو جوانب، تتداخل وتتساند فيما بينها بهدف حسم هذا الصراع.^{٥٢}

وانطلاقاً من هذا لا بدّ للأمة من وعي خاص ودقيق يحصّنها ضد قبول المصطلحات كما هي، فإن المصطلح يتم تجهيزه تجهيزاً خاصاً لدى الذين يطلقونه ويزودونه بمؤثرات خاصة، فما لم يكن المتلقي له محصناً ضده فإنه غالباً ما يستسلم لإيحاءاته، كما حصل في استخدام الغرب لمصطلحات الإعلام والدعاية والتداعيات التي صاحبت ذلك.

^{٥١} مختار، عبده. "التأصيل الثقافي"، مجلة التأصيل، عدد ٩٥، يناير ٢٠٠٢م، ص ٤.

^{٥٢} الحسيني، هشتم طالب الحلبي. الجوانب الاستراتيجية في الحرب الإلكترونية، محاضرات جامعية، بغداد،

ثالثاً: إشكالية الإعلام الإسلامي

لقد غدت الحاجة التاريخية ملحة إلى إعادة صياغة الخطاب الفكري والثقافي والسياسي، وفي مقدمتها الديني، ومخاطبة أهل التخصص الدقيق، في حقول الاتصال والمعلومات والإعلام، وذوي الخبرة والكفاءة المهنية وأهل المعرفة المختصة بهذا العلم حصراً، أو المعارف المؤثرة فيه، وذلك بهدف إعادة تشكيل مدركاتهم واتجاهاتهم، وتوظيف معارفهم ومهاراتهم لتحقيق ذلك. هذه هي المشكلة الجوهرية في هذا الإطار.

من المعلوم أن الحضارة الغربية المعاصرة قامت على إثر الصدام الذي حدث بين المجتمع الأوروبي والكنيسة؛ أي بين المجتمع ورجال الدين، نتيجة لمواقف الكنيسة ضد العلماء والمفكرين آنذاك، ومن ثم ظهر الاستبداد الكنسي في كافة مظاهر الحياة ومناشطها. وانسحب العداء ليتعدى رجال الدين المسيحي ليشمل أيّ دين، مما أحدث المفاصلة الكاملة بين الفكر الديني والعقل الأوروبي في كافة أنشطة الحياة، فظهر الاتجاه المادي المتحلل من تعاليم الدين ليحكم المسيرة العلمية والفكرية للنهضة الأوروبية. ولما كان الإعلام واحداً من هموم هذه النهضة، فقد جاء متأثراً بهذه المفاصلة. ومع التطور الهائل في تقنيات الإعلام وتجدد وسائله، فإن هذه المفاصلة ظهرت في اتجاهين مختلفين في المسيرة الإعلامية الأوروبية.

الاتجاه الأول: الإعلام المادي الدنيوي الذي ابتعد عن الالتزام بالمثل والقيم، واتجه نحو إشباع الميول والغرائز والإلهاء دون النظر إلى كون ذلك حراماً أو حلالاً، حتى أصبح أقرب للتجارة والكسب منه إلى التوجيه والتبصير، فاتجه نحو الجماهير العامة سعياً وراء التسويق والكسب المادي، مما كرس الاتجاهات الرخيصة، فظهرت صحف وأفلام الجنس والإغراء، وقد ساعد اليهود كثيراً في دعم هذا الاتجاه.

الاتجاه الثاني: الإعلام الموجه (الدعاية) الذي استخدمته بعض المنظمات والمؤسسات في أوروبا ودولها لدعم اتجاهاتها ونشر أفكارها، والتأثير بها على شعوب العالم، بعد أن أثبتت الخبرة السياسية المعاصرة أن الإدارة الإعلامية هي إحدى الأدوات المهمة في مجال تنفيذ السياسة الخارجية، مما يندرج تحت ما يطلق عليه بعض الباحثين

اسم (الأدوات الرمزية لتنفيذ السياسة الخارجية)، تلك الأدوات التي تهدف إلى التأثير في مفاهيم الآخرين في الوحدات الدولية الأخرى.

والمفارقة أنه في الوقت الذي بدأت فيه أوروبا نهضتها الحديثة بعيدة عن الدين، كان العالم الإسلامي يعيش حالة تخلف واضح، بسبب تخليه عن الدين، فتراجعت لديه أسباب التجديد والإبداع، وفق قيمه ومثله العليا، بينما العقل الأوروبي يعيش نشاطاً إنسانياً متجدداً متحرراً من القيود، بعيداً عن الإسلام الذي لم يعرفه لقصور المسلمين عن ذلك، وبذلك وقع العالم الإسلامي والعالم العربي أسير هذا الإبداع الأوروبي المتنامي. ونتج عن هذا التدفق الإعلامي الغربي، أن أصبحت المنطقة الإسلامية عامة والعالم العربي خاصة تعيش في ظل الثقافة الغربية بفضل ما تبته أجهزة الإعلام التي لم تجد المقاومة الفاعلة من الشخصية الذاتية الوليدة للمجتمع المسلم، والتي لا تمتلك مصادر التجديد والابتكار، مما جعلها مقلدة أكثر من كونها مجددة مبدعة.

أما الاتجاه التحرري المنحلّ فقد جاء مجرداً من قيم الدين، بل وقيم الإنسان المعتدل، فزخر بالقيم الهابطة، مما أوجد حشداً من الصحف والمجلات والوسائل الإعلامية المسموعة والمرئية تمارس ألواناً من الفساد والتضليل والانحلال، تسرّب معظمها إلى بلاد المسلمين في غيبة من الالتزام الصحيح، فأصبحت تمثل تهديداً لأبناء الأمة في أعز ما تملكه من قيم ومبادئ.

أما الاتجاه الثقافي الموجه، فقد تصدّرت الكنيسة والجمعيات الدينية الغربية، في محاولة للتنصير بين أبناء المسلمين في البلاد النامية، وجاء مسانداً للحملات والمنظمات الكنسية التي تنتشر في معظم أنحاء العالم الإسلامي في إفريقيا وآسيا على وجه الخصوص، امتداداً لحركة التغريب التي بدأت في تركيا المسلمة؛ فظهرت العديد من المطبوعات من صحف ومجلات ونشرات، ثم استخدمت الإذاعة على المستوى القومي والشعبي، حيث استقلت بعض الهيئات الدينية النصرانية بمحطات خاصة، كما حدث في البرتغال وإيطاليا وهولندا.

وواضح مما تقدم أن الإعلام يعدّ من أهم الأسلحة المستخدمة في الصراع الحضاري، ويعكس بالضرورة حقيقة الأوضاع السياسية والفكرية، ويقود الرأي العام في الداخل نحو

التماسك الاجتماعي، مما يتطلب ضرورة الوصول إلى منهج متميز يحقق إبراز رموز الأمة وحملتها الفكر فيها، مع افتراض درجة عالية من النقاء والوضوح.

وتظهر الأهمية أكثر عندما يكون للأمة فكر وعقيدة تسعى لنشرها وحمايتها عن إيمان وصدق ويقين. وأمة المسلمين تحمل عقيدة الإسلام ورسالة التوحيد، فهي -ولا شك- في حاجة إلى تبليغ ما تحمله، ليس عن رغبة في الظهور، ولكن عن يقين وإيمان بأن ما تقدمه للناس هو الأصلح لهم والأفنع لدينهم وآخرتهم. وأمام إحكام السيطرة الغربية على وسائل الإعلام فإن مخاطبة الغرب بأفكاره ومبادئه التي هي في غير صالح المسلمين، تتم مباشرة لشعوب العالم الثالث، وضمنها الشعوب الإسلامية، مما أثر كثيراً في معظم المجتمعات الإسلامية على حساب دعوتها وعقيدها، حتى كادت تضيع ملامح الدين الحق بين إفراط وتسيّب وتشدد ومغالاة. ولعل مما يؤكد سوء النية في التدفق الإعلامي الغربي، الذي سارت عليه معظم الأجهزة الإعلامية في كثير من بلاد المسلمين أنفسهم، ما تقوم به من حملات للنيل من الإسلام والمسلمين، والطعن في معتقداتهم للنيل من عقيدة الأمة وتاريخها وتراثها بعامه، وبتشويه سيرة العلماء فيها، حتى أصبح التاريخ الإسلامي في الإعلام المعاصر لا يمثل سوى مواقف الثأر والغدر والتبذير، بل العشق والغرام.

رابعاً: الإعلام الإسلامي بين الواقع والمأمول

انبرى فريق من الباحثين الملتزمين لإيجاد إعلام متميز تحت مسمى (الإعلام الإسلامي)؛ لأن المتحمسين لإعلام من منظور إسلامي لا يرضون أن يكون ما يسعون إليه هو مجرد فرع لعلم الإعلام الديني، هدفه نشر بعض الأنشطة الإسلامية هنا وهناك. وهذا النقد لا يسلم، لأن أصحابه ما زالوا يفصلون بين الديني والديني، ولا يدركون أن الإسلام نظام شامل يسع كل جوانب الحياة، كما أن النظرة الإسلامية للعلوم لا ترضى أن يكون علم الإعلام فيها أو علم الاجتماع فرعاً من فروع هذا العلم عند الغرب، لاختلاف المناهج والأهداف والتصورات المعرفية عند كل منهما.

وقد حصر أصحاب هذا الاتجاه الإعلام الإسلامي في أروقة ضيقة، وروافد محدودة تمثلت في مجلات وصحف، وبرامج تلفزيونية وإذاعية إسلامية، لتتطور إلى قنوات تحمل صوراً توجيهية وبرامج تتعلق بالدعوة الإسلامية، منها قراءة القرآن الكريم أو حديث ديني أو ندوة، أو كلمة وعظ وإرشاد، فضلاً عن بعض المحاولات التمثيلية والكتابات المسرحية، غير أنها اتسمت بقلّة الإمكانات المادية نتج عنها ضعف في الإخراج وسوء الطباعة، مما جعلها غير قادرة على الوقوف في مواجهة المنافسة مع غيرها من الوسائل الحديثة.

لكنها في النهاية صدرت تحت مسمى البرامج الدينية والصفحات الإسلامية في الصحف، بما كرس مفهوم المفصلة بين ما تقدمه وسائل الإعلام من مواد عامة متنوعة، وتلك التي حملت اسم الدين، فجعلها في عزلة، تعزيزاً للنظرة الغربية التي قامت على الفصل بين علوم الدنيا وعلوم الدين، متعارضة بذلك مع طبيعة الإسلام المتكامل الذي يجعل الحياة كلها عبادة .

ومما زاد من عزلة هذه البرامج التي قدمت تحت مظلة الدين، أنها لم تحظ بنصيبها من الفن الإعلامي في التجديد والتسويق، وظهرت غريبة، وساعد على غربتها: تدني مستوياتها إخراجاً وتقديماً بالنسبة إلى غيرها من البرامج الترويجية والمنوعات والرياضة، كما أنها - في نظري - تمثل نظرة جزئية للإعلام، ورؤية قاصرة لا تفني بما نصبو إليه من رؤية شاملة لإعلام شامل لكل البشر، يتبنى التصور الإسلامي والرؤية الإسلامية.

وقد عارض بعضهم إضافة صفة (الإسلامي) الذي لا أرى - في مذهبي - ضرورة لإضافة لفظ الإسلامي إلى الإعلام، لأنه لا معنى لتخصيص هذا الفرع من فروع المعرفة بالإسلام. ترى هل معنى ذلك أن فروع المعرفة الأخرى التي لم توصف بالإسلامية كإفريقية؟ لأننا لم نقرأ يوماً عن إعلام مسيحي أو إعلام يهودي، وما استعمل العلماء المسلمون عبر العصور لفظ الإسلامي كإضافة لأي علم من العلوم التي درسوها. ومع تسليمنا بوجاهة هذا الاعتراض وإقراره إلا أنه لا مانع في الوقت الحاضر من استعمال مصطلح (الإعلام الإسلامي) دلالة على ما تنتجه حركة التأصيل وعلى ما تسعى إليه. وهذا المسوّغ ظريفي فقط، وإذا زال، زال معه الحكم. حقيقة لا يوجد علم كافر وآخر مسلم،

وإنما توجد نظريات صائبة وأخرى خاطئة، والأصل في العلم أن يكون صواباً متفقاً مع الشريعة، فإذا عارضها فقد انتفت عنه صفة العلمية، وانحط إلى رتبة الجهل أو الضلال والهوى؛ أي إنه لم يعد علماً قط. ومن ثم فلا معنى لتمييز علم عن آخر بوسم الإسلامي؛ هذا هو الأصل، أو هو ما ينبغي أن يكون. ولكن الواقع بخلاف ذلك، فنحن نجد تحريفاً أخذ اسم العلم بل علوماً مبنية على تصورات منحرفة معارضة للشريعة الإسلامية، ومع ذلك لم يسلبها ذلك صفة العلمية عند الكثير، بل إنها تدرّس في بلاد المسلمين ودور علمهم بصيغها المنحرفة، وبما أن التصور البديل ما زال مفقوداً والتصور الغالب هو التصور المنحرف، فلا بدّ من تمييز هذا الوليد الناشئ عن التصور السائد. وهذه التسمية ليس هدفها تمييز تصور عن آخر فحسب، بل وظيفتها الثانية أنها إصبع اتهام مشهور على الإعلام الآخر لا يزال يذكّره بخطئه وينادي بالبديل عنه. لهذا لا مانع في الوقت الراهن من إضافة لفظ (الإسلامي) علماً على إعلام جديد يبنى على أسس إسلامية.

ومن هنا تظهر الحاجة إلى إعلام ملتزم يحمل الإسلام بكل مفاهيمه وشموله، مستقلاً عن المفهوم الغربي باتجاهاته المادية والعنصرية، بل ويحمل تصوراً واضحاً للعالم بأسره، حتى لا تقوم تلك الازدواجية بين ما هو برنامج ديني أقرب إلى الجمود منه إلى الحركة والعطاء، وما هو برنامج غير ديني مقيد بأداب المجتمع وقواعد الشرع، وبذلك يتحقق القضاء على الانفصام القائم بين الإعلام وبرامجه والشخصية السوية والنظرة المستقيمة، وبما يحرر الدعوة الإسلامية نفسها من هذه الأطر والنماذج التقليدية التي أسرتها في كثير من وسائل الإعلام، ويستوعب كل ما لا يتناقض مع أصول الإسلام التي تمثل الهيكل الحضاري لهذه المجتمعات المسلمة، سواء كانت من إبداع المسلمين، أو إسهامات المجتمعات المعاصرة الأخرى.

وهو يقوم على أخذ وقبول إسهامات المجتمعات الأخرى في مجال علم الإعلام وفنونه التي لا تتناقض مع النصوص اليقينية الورود، القطعية الدلالة، وردّ ما يناقضها. غير أن هذا لا يعني القبول المطلق لإسهامات المجتمعات الأخرى في مجال الإعلام كعلم وفن،

بل يعني أن معيار الأخذ أو الرفض في مجال علم الإعلام هو التجربة والاختبار العلميين. ومعيار الأخذ أو الرفض في مجال فن الإعلام هو مدى صلاحية الأنماط المختلفة للعملية الإعلامية لواقع المجتمعات المسلمة، والمشكلات التي يطرحها هذا الواقع.

ونعني بتأصيل الإعلام وصل المصطلح بالأصول الشرعية والقيم الأخلاقية. ويقتضي ذلك أن تتأسس المعارف على مبادئ الشرع، التي تعني الإيمان بالغيب وبالوحي، بوصفه المصدر الجامع لهذه المعارف، أو الموجّه الهادي لاكتسابه.

ومبادئ الوحي تشمل: العقائد، والمعاملات، والأخلاق. وتأسيساً على عقيدة الإيمان بالله، فإنّ التأصيل يكشف عن الترابط الوثيق بين العلم المُستمد من الوحي، وما يكتسبه الإنسان من معرفة عن الكون والحياة والطبيعة.^{٥٣}

إنّ عملية التأصيل في عصر العولمة الذي يتّسم بصراع الحضارات والاختراق الثقافي، تصبح أكثر إلحاحاً.^{٥٤} لا سيما في هذا العصر، الذي ظهر فيه طغيان المادة، والبُعد عن القيم الإسلامية الحقّة، وغاب الفهم الصحيح للإسلام عن الكثيرين، وانتشرت العلمانية التي تنادي بأنّ العلم لا يتفق مع التدبُّن، وأنّ التقانة لا تلتقي بالتقوى.

وانطلاقاً من أن الإسلام منهج كامل متكامل يسع جوانب الحياة كلها، اعتقد أننا لسنا بحاجة إلى أسلمة معارف أنتجت انطلاقاً من تصورات وإيديولوجيات تختلف، بل تناقض معتقداتنا وتصوراتنا، ولسنا مضطرين إلى البحث عن أصول لما أنتجه الغرب من معارف خاصة به منافية عقيدتنا، بل إن جزءاً كبيراً منها جاء لهدمها، فكيف نوصل لفكر أساسه الإلحاد وتاليه العقل؟ كيف نوصل لفكر قائم على نشر الرذيلة والفساد.

والشرع الإسلامي المقدس طالما أنه استمد أحكامه من القرآن الكريم الذي فيه تبيان لكل شيء، ومن ضمن هذه الأشياء العلوم الإنسانية، فلا بدّ عندئذ من أحكام شرعية يلتزم بها، تخص كل العلوم الإنسانية. فالرؤية الإسلامية النابعة من القرآن والسنة تعتمد على تطبيق المنهج الإسلامي في حركة المجتمع الاقتصادية والسياسية والثقافية، التي تأتي

^{٥٣} شرف الدّين، تأصيل المعرفة: أسسه وأهدافه، مرجع سابق، ص ١.

^{٥٤} مختار، عبده. التأصيل الثقافي، مرجع سابق، ص ٤.

لتفسر المجتمع على أساس السنن الإلهية الحتمية التي اعتمدها القرآن في حركة الأنبياء والمصلحين، في مقابل المدرسة الشيوعية والرأسمالية.

والمصطلح يفهم بما تَوَاضَع عليه أهله، والعناية بالمصطلحات جزءٌ من ضابط علميٍّ يُوسَم به الباحث المُسلم؛ وهو التثبُّت قبل إصدار الحُكم، وفَهْم اللُّغة التي يتحدَّث بها الآخرون. ذلك أنَّ الناس لهم من ألفاظهم مُراداتٌ حيَّة ينطقون بها، وليس من المنهجية العلمية التي جاء بها القرآن الكريم أن يُهاجموا أو تصدر عليهم الأحكام، قبل التثبُّت من مصطلحاتهم التي يتفوهون بها؛ لكون اللسان والنطق مِعْرافاً لِمَا في ضمير المتحدث؛ إذ "غالباً ما يشير الاستخدام العامُّ للمصطلحات الفلسفية، والعلمية، والمُفردات اللُّغوية، لبساً لدى الباحثين في مُحاولاتهم التعرف على خصوصية فلسفة ما. ومصدر اللبس أنَّ الأفكار الفلسفية وهي تُنشئ نسيجها المنهجيَّ الخاصَّ بها، تضطرُّ إلى استخدام نفس المصطلحات والمفردات الشائعة التداول؛ للتعبير عن دلالاتٍ معيَّنة في مجال البحث، غير أنَّ هذه الدلالات -وهنا مصدر اللبس- إمَّا ترتبط بالمضمون المَعْرَبِي للفلسفة التي أنتجتها، وكذلك دلالات الألفاظ والمفردات؛ إمَّا ترتبط باللُّغة التي أنشأها، في إطارِ حقلٍ ثقافي تاريخيٍّ معيَّن؛ أي: إنَّ دلالة الألفاظ ترتبط بتصورٍ ذهنيٍّ معيَّنٍ للشيء المُشار إليه، وليست مُجرَّد علامةٍ عليه، وإشارةٍ إليه."^{٥٥} واستعمال المُصطلحات الخاصة ذو تأثيرٍ إيجابيٍّ في بُحوث أهل الفنِّ؛ لأنَّ استعمال المصطلحات لدى المتخصِّصين يساعد على الاختزال والإيضاح، والمصطلح الواحد قد يُستعمل في معانٍ متنوّعة في العصور المختلفة للفكر البشري...^{٥٦} لذلك كان ضبطُ مصطلحات كلِّ فنٍّ مُهمّاً لدخوله وسرِّ أغواره، وإلّا كان القارئ كالتائه لا يدري أين يسير على حزن أم سَهْل، وحَمَل المؤلف ما لا يَعتقد.

وليس بغريبٍ أن "تلعب المصطلحات دوراً أساسياً ومُخوِّراً في أشكال الإبداعات الفكرية كآفة، وما يتصل بها من مُحاورات ومطارحات، وكلِّما اتسعت الرؤية، وتشعبت

^{٥٥} حاج حمد، محمد أبو القاسم. منهجية القرآن المعرفية، أسلمة فلسفة العلوم الطبيعية والإنسانية، بيروت: دار

الهادي، ط ١، ٢٠٠٣ م، ص ٢٠٧.

^{٥٦} البهشتي، محمد الحسيني. المعرفة في نظر القرآن، ترجمة: علي الهاشمي، بيروت: دار الهادي، ط ١، ٢٠٠٢ م،

منافذ الحديث، وتعمّدت القضايا، ازدادتْ خطورهُ المصطلحات، حيث يُمكن لها أن تُجَلِّي الحقائق، وتُختزل المعاني ببراعة؛ لِتُرَكِّزها في الذهن، وتُضَبِّط قواعد الحوار الفكري وآدابه، كما أنّها من جانبٍ آخر يُمكنها أن تزيد الإشكاليات تعقيداً، وأن تكون عاملاً من عوامل تعييب الرؤية، واضطراب قواعد الحوار الفكري وآدابه.^{٥٧}

بل إنّ من خطرها - في زمن الصّراع العقديّ والفكري والثقافيّ بين الأمم - أنّها يُمكن أن تزاخِم المصطلحات الأصيلّة للأمة المسلمة، في مناحي شتى من حياتها؛ لتُحاول ترحيلها من السّاحة العلميّة والثقافية للمسلمين شيئاً فشيئاً؛ تمهيداً لترحيل ما تعبّر عنه من معتقدٍ، أو فكرٍ، أو خلقٍ إسلامي أصيل.

وتلقّي المعرفة المتكاملة يكون من مصادرها، فلكلّ معرفةٍ وحيّة - على اختلاف فروعها - مصادرها التي تُؤخذ منها، ولكلّ معرفةٍ بشريّة - على اختلاف فروعها - مصادرها، فوجد القرآن الكريم يرشد إلى المصادر حال الاستفسار: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَجاً لَأَنُوحِيَ إِلَيْهِمُ فَسَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِن كُنتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾ (٧) (الأنبياء: ٧).

وأهل الذّكر هم أهل التخصص في أيّ جانبٍ من جوانب المعرفة، وهذا مبنيٌّ على عموم لفظ الآية، لا على خصوص السّبب، فسببُ الإشكال كان حول هل يكون الرّسل من البشر؟ فأحاطهم الله إلى أهل الاختصاص في هذا، وهم أهل الذّكر؛ قيل: هم أهل القرآن، وقيل: أهل التّوراة والإنجيل، والإحالة لأهل القرآن بعيدٌ؛ لأنّهم خصم، والقرآن محلّ نزاعٍ عند من استشكلوا، وهم كفّار قريش؛ لذا كان الأوّل غيرهم من أهل الاختصاص، وهم علماء اليهود والنصارى، ما دامت منافع معرفتهم مشروعة.

فمصادر المعارف كتبها وعلماءؤها، فأهل الفنّ أدري من غيرهم بمسائله، ومن تكلم في غير فنّه جاء بالعجب؛ فأخذ المعارف عن المتطفّلين، أو البحث عنها في غير مواردها، ضربٌ من التّعقيم، ونُحِث في الظلام، وكلّ هذا وذلك؛ يُنابي أبسط قواعد القرآن العلميّة؛ التي تُؤكّد على الإسناد في الرواية لضبط حركة المعرفة، وتلقّيها من أصولها، وعزفها من أهلها. فإنّ كانت المعرفة مادّيّة كان العود إلى أهلها فيها أحقّ من غيرهم، والتّفكير في

^{٥٧} سلطان، دفاع عن ثقافتنا، مرجع سابق، ص ٢٤.

بجأها بأدواتها، ومناهجها التي تفي بالغرض؛ للحصول على نتائج صحيحة، فكان الوقوف على الحضارات وعلومها ومعارفها المتراكمة من طريق الأخذ عنهم؛ لتوسيع المدارك، والاستفادة من الإبداعات، ما لم تُعارض نصّاً، أو تُنافي شرعاً للمسلمين.

فالمنهجية العلمية الواعية تلتقط الصّواب من كلّ أحد، ما دام خيراً لا يُصادم ما هي عليه، بَعْضُ النَّظَرِ عن صفاتِ قائله، وخصائص مصدره، لكن يجب التأكيد على أنّ الأخذ من الغَيْرِ له ضوابطُه، فَمَخَاطِرُ الأخذ عن الآخر لا تقودنا إلى "عدم القدرة على التمييز بين الغزو الثقافي والتبادل المعرفي... وإقامة هذا الحاجز من تحوُّف الغزو الثقافي، حرَمَ العقلُ المسلم الكثيرَ من المعارف، وارتداد الآفاق التي تُمكنه من اختصارِ فَجْوَةِ التخلُّف، والمُساهمة في التغيير الحضاري."^{٥٨}

والنظرة الإسلامية للإعلام هي نظرة تنطلق من:

١. منطلق العقيدة: التي تقوم على فطرة البشر، وتستقيم مع متطلبات الحياة الإنسانية، وتعطي للفرد معنى الحرية من قيود الدنيا وشهواتها، فلا يخضع إلا لله رب العالمين، وبذلك تتحقق حرية التعبير والسلوك والفكر في إطار تحكمه قيم السماء؛ لأن الهدف هو إرضاء الله تعالى وليس المكسب الدنيوي فقط.

٢. منطلق العلم: الذي هو طريق المعرفة، فقد جاءت آيات الله سبحانه واضحة، تفرق بين العالم والجاهل، والرسالة الإعلامية مبنية على العلم المحض، بعيداً عن الإيديولوجيات الأرضية الهدافة إلى الاستعباد والاستغلال، تؤتي ثمارها بقدر ما يتوفر لها من علم صحيح ومعرفة واضحة لا يختلف عليها العقلاء.

٣. العدل: فالإعلام الذي نصبو إليه إعلام عادل، يوصل المعلومات والأخبار لكل الفئات والطبقات دون تمييز، ويعالج كل القضايا بكل حياد وموضوعية، بعيداً عن تأثير السلطة أو الجاه أو المال.

^{٥٨} حسنة، عمر عبيد. حتّى يتحقّق الشُّهود الحضاري، بيروت: المكتب الإسلامي، ط ١، ١٩٩٢م، ص ١١.

٤. منطلق الأخلاق: وهي سمة الإنسانية الفاضلة ودستور التعامل بين البشر، فيصدر الإعلام عن نفس تعرف الصدق والأمانة والطهارة عن إيمان وامتنال، وليس عن تقليد ومحاكاة.

٥. منطلق الإنسانية: بما تحمله من معاني الرحمة والتكافل والتعاطف، وما تعنيه من أخوة بين البشر ورغبة في التعايش السلمي، والتعاون المثمر البنّاء، فالإعلام الذي يحمل سمات الإنسانية هو أقدر من غيره على التأثير والتجاوب .

٦. منطلق الجمال: يتطلع إلى حسن العرض وعفة الطرح، ورفع الذوق، وسمو الآداب، بما يحقق الارتياح النفسي، والوثام الاجتماعي، والأمن الإنساني.

٧. منطلق المصلحة العامة للأمة: فهو إعلام بنّاء، يحرص على أمن المجتمع واستقراره، بعيداً عن الإشاعة المغرضة والتحريض الهدام ضد فئات المجتمع وقادته، بل دعوة صادقة ذات مسؤولية مشتركة تحفظ كيان الأمة وتنشر الخير للناس جميعاً.

إن صياغة نظرية إعلامية علمية مدروسة ومتكاملة الأبعاد ومتناسقة التخطيط تستهدف عقل الإنسان في العالم، تمكّن الدعوة والدعاية في الإسلام من خلق رأي عام عالمي مناصر ومؤيد للإسلام، وتمكّن من تحييد العناصر الحاكمة التي تناصبه العداء، تحتاج إلى استراتيجية عليا.

خاتمة:

تستوجب آلية هذه المنظومة الإعلامية وتأثيرها الاستراتيجي، دراسة مفصلة لجملة من العلوم والمعارف، يقف في مقدمتها علم الاتصال والمعلوماتية، الذي يضبط الصلة والتماس بين طرفي المعادلة المجتمعية، وهي جهة المرسل وجهة المستقبل أو المتلقي، وتشكل مادته من خلال رسالة الإعلام والدعاية والخطاب المتضمن فيها، ونقلها عبر قنوات الاتصال، فتكتمل بذلك حلقة أو خطة الاتصال، وتشمل هذه المنظومة جميع

الوسائل المعلوماتية، المقررة والمسموعة والمرئية، والمنقولة عبر شبكات المعلومات المحلية والدولية.^{٥٩}

وتؤسس معلومات الرأي العام بمجموع مصادرها، الحقائق الساندة لدراسة مرتكزات "الاستراتيجية الوطنية العليا"، والمقدمات لنتائجها، باستقراء خيارات البدائل وتحليلها وتقويمها، من خلال مناقشة حزمة من العوامل، وتثبيت نقاط القوة والضعف إزاء كل منها، ومن بين هذه العوامل، الموارد الوطنية المادية والبشرية أو السكان، والكلفة وتأثير الخيارات المتاحة، ومقارنة المزايا والتحديات لكل منها، والبيئة السياسية الإقليمية والدولية، والثقافة المجتمعية أو العقيدة السائدة. ومن بين العوامل أيضاً دراسات الجدوى الاقتصادية للمشاريع الاستراتيجية.

وتأصيل مصطلح الإعلام، يعني: العودة به إلى أسسه وقواعده الشرعية التي تحكمه في ضوء القرآن الكريم، والسُّنَّة النبوية المطهرة، وهو البحث عن أصوله الشرعية التي يستند إليها.

ولما كانت الدعوة الإسلامية هي قدر أمتنا الإسلامية، فقد أصبح لزاماً عليها أن تنظر للإعلام بوصفه قوة لمسيرة المسلمين واتجاهاتهم الفكرية والعقدية أمام هذا الغزو الغربي، الذي لا يمثل النموذج المطلوب وفق الهدى الإسلامي، مما يتطلب محاولات جادة لتأصيل الإعلام، ليكون عنصراً فاعلاً في مسيرة الدعوة الإسلامية.

وإذا أردنا النجاح في إعداد خطط إعلامية في مستوى التحديات ومواجهة الإعلام المضاد للإسلام، لا بُدَّ من الرجوع إلى هدى الإسلام لاستلال نظرية إعلامية منضبطة بقواعد الشرع وأحكامه، ملتزمة بأخلاقه، واستراتيجية محكمة للتعامل مع الإعلام المضاد له، وذلك بالعودة إلى القرآن الكريم، والسُّنَّة النبوية الشريفة، والتاريخ الإسلامي حتى يكون منطلقنا نابعاً من مصادر التشريع الإسلامي الحنيف.

^{٥٩} الشيرازي، محمد الحسيني. المرجعية الإسلامية: رؤى في الأساليب والأهداف، بيروت: دار العلوم، ١٤٢٤هـ، ص ١٢٥.

ولا بدّ من أن تُسترجع المصطلحات الإسلامية من الذين يحاولون توظيفها واستعمالها في غير موضعها، ومن أمثلة ذلك ما شاع من استثمار بعض المصطلحات كالإعلام، الذي هو في الاستخدام الإسلامي الدقيق دعوة إل خير بني الإنسان، وتبليغ للناس وإخبارهم بما ينفعهم. إن إعادة مصطلح الإعلام إلى أصله اللغوي ومدلوله الشرعي وسياقه التاريخي، يكشف كثيراً من الزيف والتشويه الذي علق به من جراء الاستخدام المغرض له لدن النازية والشيوعية والصليبية.

كما يتطلب ذلك اعتماد الطرائق الملائمة لتطوير وبناء الاستراتيجية الوطنية للإعلام والإعلام المقابل، والتخطيط لمرتكزاتها في ظل الأهداف والمضامين والأدوات المتاحة لتحقيقها، وتأثيرات العناصر الأخرى للاستراتيجية الوطنية فيها، في الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية والدفاعية الأمنية.

وتظهر الحاجة إلى إعلام ملتزم يحمل الدعوة الإسلامية بكل مفاهيمها وشمولها، مستقلة عن المفهوم الغربي باتجاهاته المادية والعنصرية، حتى لا تقوم تلك الازدواجية بين ما هو برنامج ديني أقرب إلى الجمود منه إلى الحركة والعطاء، وما هو غير مصنف في خانة الديني ولكنه مفيد بآداب المجتمع وقواعد الشرع، وبذلك يتم القضاء على الانفصام القائم بين الإعلام والدعاية وبرامجهما، والشخصية السوية والنظرة المستقيمة، وبما يحرق الدعوة والإعلام الإسلامي نفسه من هذه الأطر والنماذج التقليدية، التي هي عليها في كثير من وسائل الإعلام، للاستفادة من مميزات عدة تتميز بها هذه الدعوة الإسلامية، نذكر منها: أولاً: الطبيعة الإعلامية للدعوة الإسلامية. ثانياً: قدرة الدعوة الإسلامية على استيعاب الوسائل المتاحة. ثالثاً: تمايز المسيرة الإسلامية ومنطلقاتها.

والتنظير الإعلامي من وجهة نظر الإسلام، كما هو الشأن في المعارف الأخرى، بحاجة إلى تضافر جهود كافة الباحثين المخلصين والغيورين، لإيجاد نظرية مستقلة مستمدة من الأصول الشرعية، وتستوعب كل ما توصل إليه العقل السليم والمنطق القويم من إنجازات، بغض النظر عن المكان والزمان.

ويمكن الوصول إلى شيء مما نصبو إليه من خلال التوصيات الآتية:

أولاً: التخطيط الإعلامي: ونعني به وضع نظرية إعلامية تحدد أسس الإعلام ومنطلقاته وأهدافه ووظائفه، طبقاً لعقيدتنا وقيمنا الحضارية، فضلاً عن استراتيجية إعلامية تحدد الخطة الإعلامية، والأسلوب الإعلامي الذي يحدد المنهج الإعلامي.

ثانياً: تحديد الأهداف: أن تكون أهداف الإعلام واضحة شاملة مستوعبة لكل الفئات والطبقات ولكل الشعوب والأجناس، وترمي إلى تحقيق التوازن بين مصلحة الفرد ومصلحة الجماعة، والمصلحة الخاصة والمصلحة العامة، وتنشد تحقيق السلم والأمن العالميين، والعدالة الاجتماعية العالمية. وكل إعلام يهدف إلى تحقيق المصلحة العامة للبشرية يتبنى الحق ويدافع عنه هو (إعلام إسلامي) وإن لم يضاف إليه كلمة "الإسلامي".

ثالثاً: التنظيم: من خلال تأكيد دور الدولة في إدارة الإعلام كنائب ووكيل عن الجماعة استناداً إلى مفهوم الشورى، مع جواز الملكية الفردية لوسائل الإعلام، بشرط ضبط العملية الإعلامية بالضوابط الشرعية، والقيم الأخلاقية والآداب العامة، وتحقيق المصلحة العامة.

رابعاً: الاستفادة من إسهامات الأمم: الاستفادة من إسهامات المجتمعات المعاصرة في مجالي علم الإعلام وتكنولوجيا الإعلام وتقنياته، لتطوير إعلامنا والرقى به إلى مستوى مخاطبة الآخرين والتأثير فيهم.

خامساً: إرساء مبدأ الحرية الإعلامية: العمل على توسيع هامش الحرية الإعلامية، دون حجر على شخص أو فئة أو طائفة، بشرط التقيد بالضوابط الشرعية والأخلاقية، والمسلمات العقلية، والآداب العامة، والذوق السليم، بوصفها ضمانات لتحقيق هذه الحرية لا معوقاً لها. وهذا ما نريده ونروم تحقيقه وإن لم نربط لفظ الإعلام بالإسلام.

سادساً: إبراز تأكيد الهوية الوطنية: لا بدّ من أن يؤدي إعلامنا دوراً بارزاً في إبراز هويتنا والتأكيد عليها في إطار العالمية الإسلامية، والأخوة الإنسانية، ومقاومة التغريب

والانسلاخ والتفسخ، والتصدي لكل محاولات السيطرة على بني الإنسان واستغلاله، مهما كان مذهبهم أو جنسهم أو لوّثهم.

سابعاً: الالتزام بالصدق: إيصال المعلومة أو الخبر بكل أمانة، وإلى كل إنسان بغض النظر عن هويته أو جنسه أو عقيدته. وقول الحق سواء كان لنا أو علينا، بغض النظر عن المكاسب العاجلة أو الأغراض العارضة، التي يمكن أن يحققها التزييف والتحريف.

ثامناً: الموضوعية والحياد: طرح أي مشكلة ومعالجتها بكل موضوعية وحياد، وردع المحرفين والمزييفين للأخبار، والسماح لكل صاحب رأي بالتعبير عنه بكل حرية كاجتهاد مسؤول يتحمل تبعاته.



السنة الثانية والعشرون
ربيع ٢٠١٥م / ١٤٣٦هـ



أصدر عن
منتدى الكلمة
للدراسات
والأبحاث

الكلمة

مجلة فصلية تعنى بشؤون الفكر الإسلامي وقضايا العصر والتجدد الحضاري

◆ ندوات:

التربية وقضايا
التنمية في
المجتمع الخليجي

◆ رسائل جامعية:

أطروحات
التجديد عند
زكي الميلاد

- ◆ المسلمون الشيعة.. ومسألة التقريب بين المذاهب الإسلامية
- ◆ تقريب المنطق الأرسطي في التراث العربي الإسلامي ابن حزم الأندلسي أنموذجاً
- ◆ التحليل الثقافي لظاهرة العنف الديني
- ◆ دور الدكتور الفضلي في معالجة المفاهيم القلقة
- ◆ موقف مالك بن نبي من الحوار الحضاري مع الغرب
- ◆ إشكالية العلاقة بين الحضارات.. صدام أم حوار أم تعارف؟

الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي، وواقعها المعاصر:

رؤية تحليلية نقدية

هيفاء فياض فوارس*

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى بيان الوظيفة التربوية الذي يمكن للإعلام الإسلامي أن يقوم بها، والكشف واقع هذه الوظيفة المجتمع المعاصر. ولتحقيق ذلك سلكت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي. وقد خلصت الدراسة إلى أن الإعلام الإسلامي يمكنه أن يساهم في تربية الجيل المسلم من خلال: بناء الشخصية الإنسانية الواعية القادرة على الاختيار، وترسيخ الهوية الإسلامية في المجتمع وحفظها من الذوبان أو الاختلال.

إلا أن الإعلام الإسلامي اليوم ابتعد في بعض أنشطته عن أداء الوظيفة التربوية، لأسباب تعود في بعضها إلى ذات العملية الإعلامية، والآخر إلى مؤثرات خارجية. الأمر الذي يتطلب تأصيلاً للإعلام الإسلامي، وإصلاحاً لواقعها، في ظل تخطيط إعلامي واع.

الكلمات المفتاحية: الوظيفة التربوية، الإعلام الإسلامي، التربية الإسلامية، الشخصية، الهوية.

The Educational Function of Islamic media, and its contemporary reality: Critical Analytical Vision

Abstract

This study aims to explain the educational Function that Islamic media may perform, and to reveal its present state in contemporary society. The researcher used the descriptive analytical method and concluded that Islamic media should contribute to the education of young Muslim generation through shaping a human personality capable of informed choice, and the consolidation of Islamic identity in the community to save it from dissolution or deficiency.

However, Islamic media today has strayed away in some of its activities from performing its expected educational Function; for reasons attributed to the media process itself, and to some other external influences. This situation requires establishing sound Islamic foundation of the media, and reforming its present practices by using sound planning.

Keywords: Educational Function, Islamic media, Islamic education, personality, identity.

* دكتوراه في التربية الإسلامية ٢٠١١م، أستاذ مساعد في قسم الدراسات الإسلامية في جامعة اليرموك/ الأردن منذ

عام ٢٠١٢م. البريد الإلكتروني: hyefa@yu.edu.jo

تم تسلم البحث بتاريخ ١/٦/٢٠١٤م، وقُبل للنشر بتاريخ ١٤/١١/٢٠١٤م.

مقدمة:

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين، سيدنا محمد، وعلى آله، وصحبه أجمعين، والتابعين، ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، وبعد:

للإعلام في العالم المعاصر قوة لها أبعادها الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، والعلمية، والتربوية، بما يقوم به من نقل للمعلومات والآراء والأفكار والاتجاهات وتوجيه الطاقات، والمشاركة في اتخاذ القرارات، وترسيخ القيم والمبادئ في نفوس الأفراد والجماعات. وقد استفاد كثيراً من معطيات العصر التكنولوجية ووسائل الاتصال الحديثة، حتى أصبحت الأفكار الإعلامية قادرة على الوصول إلى كل فرد على امتداد هذا العالم.

والإعلام الإسلامي جزء من الإعلام المعاصر الموجه للمجتمعات العربية والإسلامية، ويقع على عاتقه مهمة استثمار منظومة القيم الكامنة في مصادر الإسلام الحنيف، وتعزيز مركزية موقع الأمة الإسلامية الحضاري والاستراتيجي، من أجل القيام بأدواره الإعلامية المنشودة، خاصة في ظل ما يتعرض له الفرد المسلم اليوم من رسائل ومضامين إعلامية متعددة الفسفات، ومتناقضة القيم والمبادئ، تؤثر في تكوين الفرد الفكري والاجتماعي، وتؤثر في زعزعة هوية المجتمعات المسلمة، في ظل التحديات الإعلامية في الواقع المعاصر.

ولما كانت التربية الإسلامية نظاماً شاملاً يتوجه إلى الأجيال المسلمة: أفراداً، ومجتمعات، كان التوافق الجوهرى بين ميداني: التربية والإعلام حاضراً، الأمر الذي يؤكد العلاقة الوثيقة بين الميدانين، ليكون الإعلام الإسلامى أحد الوسائط التي تسهم في تربية الجيل، وتنهض بالوظيفة التربوية بوصفها إحدى الوظائف الأصيلة الملقاة على عاتق الإعلام الإسلامى.

ويعد الإعلام من أقوى الوسائل التربوية وأكثرها تأثيراً في نفوس الأفراد، بعد أن أضحى النشاط الإعلامى من أهم الأنشطة الحياتية التي يمارسها الفرد في حياته اليومية، فضلاً عن أنها باتت تسهم بقوة في تشكيل المواقف تجاه القضايا المختلفة في الحياة، وربط الفرد والمجتمع بعقيدته ومبادئه، ونشر القيم، وترسيخ السلوكيات الاجتماعية الإيجابية، وإقصاء السلوكيات الاجتماعية السلبية وتهميشها.

فتربية الأجيال المسلمة؛ أفراداً ومجتمعات أحد الأدوار التي تقع على عاتق الإعلام الإسلامي. إلا أن هذه الوظيفة المنشودة قد شهدت اليوم تحولاً ملموساً، وانتابها تغييرٌ واضحٌ، الأمر الذي يتطلب القيام بهذه الدراسة، خاصة في ظل قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع، ووجود أزمة مفاهيمية وتنظيرية في الميدان العلمي والعملية للإعلام الإسلامي، إضافة إلى قَصْر بعض المتخصصين الإعلام الإسلامي على الإعلام الدعوي.

من هنا اقتضى بيان حقيقة الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي ابتداءً، ومن ثم الوقوف على واقع هذه الوظيفة وما شهدته من تحول. منطلقين من محاوره الأسئلة الآتية: ما المقصود بالإعلام الإسلامي؟ وكيف يسهم الإعلام الإسلامي في تربية الجيل المسلم؟ وما مظاهر التحول في الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي في العالم المعاصر؟ وما أهم الخطوات التي تسهم في عودة الإعلام الإسلامي لأداء وظيفته التربوية؟

وبعد محاولة الباحثة استقراء الدراسات العلمية في موضوع الدراسة الحالية، وقفت على بعض الدراسات الحديثة ذات صلة، تمثلت فيما يأتي:

أولاً: دراسة منور عدنان نجم (٢٠٠٥ كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الوظيفة التربوية لوسائل الإعلام الإسلامي المحلي وسبل تطوره من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة. واستخدمت الباحثة أداة الاستبانة التي صممتها لهذا الغرض، وقد تكونت من ٦١ فقرة موزعة على ثلاثة مجالات: الوظيفة البنائية، والوظيفة الوقائية، والوظيفة العلاجية. وكان من أبرز نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام تقوم بالوظيفة التربوية المناطة بها في المجتمع الفلسطيني بدرجة جيدة بنسبة ٧٥%، توزعت على المجالات الثلاثة: فكانت نسبة الوظيفة البنائية ٧٧%، والوظيفة العلاجية ٧٢%، والوظيفة الوقائية ٧٥%.

ثانياً: دراسة الدوري (٢٠٠٧م الملتقى العربي الأول "أثر الفضائيات على الأسر

العربية"، القاهرة)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الفضائيات على القيم التربوية والثقافية العربية والإسلامية، وذلك من خلال بيان أثر الفضائيات على القيم التربوية والثقافية والإسلامية، والوظيفة الكبيرة التي أداها الإعلام الأوروبي مستغلاً التقنية الحديثة في إحداث تغييرات أسهمت في تغيير الكثير من قيم الأمة وعاداتها.

ثالثاً: دراسة بدر (٢٠١٣ م مؤتمر الإعلام التربوي، جامعة جرش)

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير الوظيفة التربوية ووسائل الإعلام في غرس القيم المجتمعية وترسيخها لدى الشباب الإماراتي، ومحاولة تدليل ما قد يؤثر سلباً على دورها في تشكيل منظومة القيمة التي تفي بمتطلبات الحاضر، وتستجيب لتطلعات المستقبل. وذلك من خلال تطبيق أداة الدراسة على عينة بلغت ٢٠٠ فرداً من الشباب الإماراتي من الجنسين، باستخدام أداة الاستقصاء إلى جانب الملاحظة والمقابلة العلمية، ومن أبرز ما خلصت إليه الدراسة: أن التلفزيون من أكثر الوسائل الإعلامية تأثيراً وفاعلية في بناء الشخصية الإماراتية، وتقدم القيم التربوية والمجتمعية، تليه الإذاعة، ثم الإنترنت، وقد أجمع أكثر من نصف العينة على أن لوسائل الإعلام دوراً في ترسيخ قيم الانتماء والولاء وإبراز الوجه الحضاري للمجتمع الإماراتي.

رابعاً: دراسة الحمداي والعبيدي (٢٠١٣ م مؤتمر الإعلام التربوي، جامعة جرش)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الوظيفة التربوية لوسائل الإعلام الإسلامي في مواجهة خطر التدفق الإعلامي الدولي في ظل الانفتاح العالمي، وسبل تفعيلها من وجهة نظر أساتذة الجامعة. وقد قامت الباحثين بإعداد أداة تضم ٣٢ فقرة موزعة على أدوار تربوية ثلاثة هي: الوظيفة البنائية، والوظيفة الوقائية، والوظيفة العلاجية. ومن أبرز ما خلصت إليه الدراسة من نتائج: أن الإعلام الإسلامي يقوم بوظيفته التربوية بدرجة متوسطة، وهذا راجع إلى ضعف مستوى الالتزام والوعي الديني في المجتمعات العربية.

ويمكن تلخيص أوجه الاتفاق وأوجه الاختلاف، بين الدراسة الحالية والدراسات

السابقة فيما يأتي:

أولاً: تشترك الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الوقوف على الوظيفة التربوية للإعلام فأكدت دراسة نجم أن للإعلام دوراً بنائياً للقيم والمبادئ السامية. وبين الدوري أن قيم الفرد والمجتمع تتأثر بفعل التحديات العالمية التي تعصف بالإعلام الإسلامي وتسيطر عليه. أما بدر فقدت أكدت أثر الإعلام بوسائله المختلفة في بناء الشخصية. ووقفت دراسة الحمداني والعبيدي على دور الإعلام الإسلامي في مواجهة خطر التدفق الإعلامي، حفاظاً على هوية الأمة المسلمة.

ثانياً: تتفاوت الدراسات السابقة في بيان الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي؛ إذ اقتصرت الدراسات على دور الإعلام في ترسيخ القيم الأصيلة، أو محاربة القيم الدخيلة، فوقفت دراسة الدوري، والحمداني والعبيدي على أثر الإعلام الإسلامي على هوية المجتمع، في حين وقفت بدر على أثره في الشخصية الإنسانية. أما نجم فقد وقفت على أثره في كلا المجالين، وذلك في ضوء مجال القيم التربوية، من خلال دراسة ميدانية عائدة إلى وجهات نظر: إما طلبة الجامعات، أو أساتذتها، أو شباب المجتمع.

ثالثاً: تفردت الدراسة الحالية وتميزت عن الدراسات السابقة فيما تقدمه من دراسة تأصيلية نظرية، تقف على حقيقة الوظيفة التربوية الذي لا بد للإعلام الإسلامي من القيام به في مجالي: بناء الشخصية، وترسيخ الهوية وحفظها، ومن ثم الوقوف على الواقع المعاصر لهذا الوظيفة، وما انتابها من تحول استدعى البحث عن أسباب التحول، وتقديم استراتيجيات تسهم في إعادته إلى مساره.

وقد سلكت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، من خلال الخطوات الآتية:

- جمع المعلومات المتعلقة بالمحتوى من المظان التربوية والإعلامية، ومن ثم ترتيبها ترتيباً منطقياً.
- استخلاص المجالات التربوية التي يؤثر الإعلام الإسلامي بتعزيزها في ظل رؤية تحليلية للواقع المعاصر.
- استنتاج أسباب الانحراف عن هذا الوظيفة، واقتراح أبرز ما يسهم في استعادتها.

أولاً: الإطار النظري للدراسة

إن معرفة حقيقة الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي، يتطلب معرفة مفهوم كل من التربية الإسلامية، والإعلام الإسلامي، وبيان ذلك على النحو الآتي:

١. مفهوم التربية الإسلامية:

يعود أصل كلمة التربية في اللغة العربية إلى الفعل ربّ، أو الفعل ربا ربّي. وتأتي في اللغة على معانٍ مختلفة، تتمثل في الدلالة على التنشئة، والتغذية، والإنعام وحسن القيام على الشيء،^١ وإصلاح الشيء والقيام عليه، ولزوم الشيء ودوامه.^٢ وبناءً على ما تقدم، فإن التربية في اللغة لا تخرج عن كونها عملية تنشئة وتغذية وإحسان وإنعام وإصلاح، تقوم على الدوام والاستمرار.

وفي الاصطلاح تعرّف التربية الإسلامية بأنها: النظام المتكامل المنطلق من الإسلام لإعداد الأجيال المسلمة، إعداداً ناجحاً للحياة الدنيا وللحياة الآخرة.^٣

وتعرّف بأنها: منظومة متكاملة من نسق معرفي من المفاهيم، والعمليات، والأساليب، والقيم، والتنظيمات، التي يرتبط بعضها ببعض في تآزر واتساق، قائمة على التصور الإسلامي للألوهية، والكون، والإنسان، والحياة، وتسعى إلى تحقيق العبودية لله، بتنمية شخصية الإنسان بصفته فرداً وجماعة من جوانبها المختلفة، بما يتفق والمقاصد الكلية للشريعة التي تسعى لخير الإنسان في الدنيا والآخرة.^٤

^١ الفيروزآبادي، مجد الدين. القاموس المحيط، القاهرة: المطبعة المصرية، ط ٤، ١٣٥٤/هـ ١٩٣٥م، ج ٤، ص ٣٣٢. انظر أيضاً:

- ابن منظور، محمد بن مكرم. لسان العرب، تحقيق: عامر أحمد حيدر، بيروت: دار الكتب العلمية، ٢٠٠٣م، ج ١، ص ٣٧٨.

^٢ ابن فارس، أحمد. معجم مقاييس اللغة، تحقيق وضبط: عبد السلام محمد هارون، بيروت: دار الفكر، ١٩٧٩م، ج ٢، ص ٣٨٢-٣٨٣.

^٣ يالجن، مقداد. أساسيات التوجيه والإرشاد في التربية، الرياض: دار عالم الكتب، ١٩٩٩م، ص ١٧.

^٤ علي، سعيد إسماعيل. أصول التربية الإسلامية، القاهرة: دار الثقافة، ط ١، ٢٠٠٥م، ص ٣٢.

أو هي: منظومة المفاهيم النظرية والتطبيقات العملية، المبنية على أسس الإسلام، في تعليم الأمة المسلمة وتزكيته وإصلاحها، أفراداً وجماعات، بشكل مستمر ومتكامل، وبكل الوسائل المشروعة، بقصد تحقيق العبودية لله تعالى في الدنيا، والفوز برضوانه في الآخرة.^٥

أو هي: تغيير في السلوك وتنميته، إلى الدرجة التي تمكن الإنسان من الإسهام الفعال في تحقيق حاجات الحاضر، ومواجهة تحديات المستقبل، وتسخير موارد البيئة وخبرات الماضي، عبر رحلة النشأة والحياة والمصير.^٦

يستخلص من ذلك أن التربية الإسلامية، هي: نظام إعداد الجيل المسلم؛ أفراداً وجماعات، إعداداً متكاملًا لجميع جوانب الشخصية: جسمياً، وعقلياً، واعتقاديًا، وروحيًا، وخلقيًا، واجتماعيًا، ونفسيًا، في جميع مراحل نموها، وذلك في ضوء ما أتى به الإسلام، مما يسهم في إخراج الأمة الإسلامية التي تحقق العبودية لله تعالى في الدنيا، وتفوز برضوانه في الآخرة.

فهذه التربية تتحقق بالتدريب على الأعمال والسلوكات والمسؤوليات، في ضوء تكوين القناعة التامة بما ينشأ أو يدرب عليه، من خلال نظام متكامل يقدم للجيل بأكمله، ويسهم في:

أ. بناء الشخصية الإنسانية المؤمنة بالله - عز وجل - بناءً متكاملًا، من خلال عمليات: التنشئة على الاستعدادات والقدرات الفطرية، وتنمية القدرات بأنواعها المختلفة، وتعديل السلوكات أو تغييرها، وتركية النفس وتهذيبها، إضافة إلى التعليم في ضوء عملية منظمة داخل مؤسسات تعليمية تخضع لأنظمة تعليمية ممنهجة.

ب. إخراج الأمة الإسلامية المتممة لهويتها، القوية في ذاتها، المستخلفة في الأرض، والقائمة بأعباء عمارتها وفق المنهج الرباني، وفي الوقت ذاته قائمة بمهمة الشهادة على غيرها من الأمم.

^٥ خطاطبة، عدنان. "الأساس العقدي للتربية الإسلامية"، (أطروحة دكتوراه، إربد: جامعة اليرموك، ٢٠٠٦م)، ص ٤٥.

^٦ الكيلاني، ماجد عرسان. النظرية التربوية معناها ومقوماتها، إربد: مكتبة الرافدين، ط ١، ٢٠٠٩م، ص ١٢.

فالتربية الإسلامية نظام شامل يقدم للجيل المسلم، يبدأ بإعداد الفرد المسلم، بتكوين شخصيته المتكاملة، وينتهي بإخراج الأمة المسلمة المتمسكة بهويتها الإسلامية، والمنتمية إليها، مما يتيح لها قدراً من القوة الذاتية، والقدرة على الانفتاح على غيرها.

٢. مفهوم الإعلام الإسلامي:

يعود لفظ الإعلام في اللغة إلى الفعل أعلم، ويعني: وضع علامة على الشيء؛ لإظهاره. والإعلام في اللغة الإبلاغ، والبلاغ ما يصلك.

أما في الاصطلاح فقد تعددت تعريفات الباحثين والمتخصصين للإعلام، ومنها: أنه تزويد بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر عنها هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجمهور، واتجاهه وميوله.^٧

أو هو: كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة، خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، بقصد التأثير، سواء عبر موضوعياً أم لم يعبر، وسواء كان التعبير لعقيدة الجماهير أو لغرائزها.^٨

وعليه فمصطلح الإعلام لا يخرج عن كونه: تزويد المستقبل بمجموعة من المعارف، والحقائق، وأنماط من السلوك المتعلق بالفرد، والمؤسسات، والمجتمعات، بهدف تكوين رأي عام حول ما يعرض عليه، ويزوّد به.

ووصف الإعلام بالإسلامي يجعل للإعلام ضوابط ومحددات في التعريف يقتضيها وصف الإسلامي، إلا أن هذه المحددات ليست محل اتفاق لدى الباحثين والمتخصصين في هذا المجال، لذلك تعددت اتجاهات الباحثين في تعريف الإعلام الإسلامي. ويمكن إجمالها فيما يأتي:

^٧ إمام، إبراهيم. أصول الإعلام الإسلامي، القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٥م، ص ١٤.

^٨ الصرايرة، ماجدة. الإعلام التربوي، عمان: دار الخليج، ٢٠١١م، ص ١١.

أ. اتجاه يرى أن الإعلام الإسلامي هو الإعلام الذي يقوم به الإعلاميون الملتزمون بالإسلام، فيعرّف بأنه: عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع، وتؤدي جميع وظائفها الإخبارية، والإرشادية، والترويجية، على المستوى الوطني، والقومي، والعالمى، وتلتزم بكل أهدافها ووسائلها فيما يصدر عنها من رسائل ومواد إعلامية، معتمدة في ذلك على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام.^٩

ب. اتجاه يرى أن الإعلام الإسلامي هو الإعلام المنضبط بقيم الإسلام ومبادئه، أو الإعلام الذي لا يخالف الإسلام؛ إذ يعرّف بأنه: عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي، وتؤدي جميع وظائفه المثلى: الإخبارية، والإرشادية، والترويجية، على المستوى الوطني والدولي والعالمي، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها وفيما يصدر عنها من رسائل.^{١٠}

أو هو: استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي، يقوم به مسلمون عاملون عاملون بدينهم، متفقهون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة، وجماهيره المتباينة، مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأفكار الحديثة، والقيم والمبادئ والمثل للمسلمين وغير المسلمين في كل زمان ومكان في إطار الموضوعية التامة، بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد لإحداث التغيير المنشود.^{١١}

ت. اتجاه يرى أن الإعلام الإسلامي الممارسات الدعوية، ونقل المعارف والمعلومات الدينية؛ إذ يعرّف بأنه: الإعلام الذي يزود الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من الكتاب والسنة، بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال وسيلة إعلامية دينية أو عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق، ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته.^{١٢}

^٩ سليمان، محمود كرم. التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، المنصورة: دار الوفاء للتوزيع والنشر، ١٩٨٨، ص ٦٣.

^{١٠} حسين، منتصر حاتم. أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، عمان: دار أسامة للطباعة والنشر، ط ١، ٢٠٠١م، ص ٤٤.

^{١١} كحيل، عبد الوهاب. الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، بيروت: عالم الكتب، ط ١، ١٩٨٥، ص ٢٩.

^{١٢} عبد الخليم، محيي الدين. الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، القاهرة: ١٩٨٠، ص ١٣٧.

إن المتأمل في اتجاهات الباحثين في تعريف الإعلام الإسلامي يجد أن وصف "الإسلامي" في عملية الإعلام إما يتعلق بالإعلامي الذي يقوم بالعملية الإعلامية، أو بالضوابط العامة التي تحكم عملية الإعلام فتجعله غير مخالف للإسلام، أو يتعلق بمادة الإعلام ومحتواه.

والباحثة في هذه الدراسة تتبنى الاتجاه الثاني المتمثل في اعتبار الإعلام الإسلامي الإعلام المنضبط بمبادئ الإسلام في جميع عناصره لشموله. وعليه تحاول الباحثة في ضوء ما تقدم من تعريفات أن تستخلص تعريفاً للإعلام الإسلامي يتمثل في أن الإعلام الإسلامي هو: تزويد المستقبل بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة وأتماط من السلوك المتعلق بالفرد، والمؤسسات، والمجتمعات، بهدف تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر عنها هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجمهور، واتجاهه وميوله.

فالإعلام الإسلامي ينبغي أن يعكس أحوال المسلمين من جهة، ويرتقي نحو تحسين هذه الأحوال، والدفع نحو التغيير للأفضل من جهة أخرى، فهو بذلك ذو قوتين: ذاتية فيما يقدمه للنهوض بأحوال المسلمين، وخارجية تعكس واقع الأحوال، ومدى التحسن فيها من الحين إلى الآخر.

ومفهوم الإعلام الإسلامي مفهوم عام في محتواه ووسائله، يلتزم في كل ما ينقله أو يذيعه أو يعرضه على الناس بالتصوّر الإسلامي للإنسان والكون والحياة المستمدة مباشرة من القرآن الكريم وصحيح السنة، وما ارتضته الأمة من مصادر تشريعها.^{١٣}

ثانياً: مجالات الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي

إن المتأمل فيما عرض من بيان مفهوم كل من: التربية الإسلامية، والإعلام الإسلامي يجد أن هناك توافقاً جوهرياً بينهما؛ إذ إن الإعلام الإسلامي يحاكي حال الفرد

^{١٣} محمد، محمد يونس. "وظائف الإعلام الإسلامي"، ندوة الإعلام الدولي وقضايا الإعلام الإسلامي، القاهرة، ١٩٩٨ م، ص ٢٨-٢٩.

المسلم ويرتقي بذاته، ويحاكي كذلك واقع المجتمع والأمة المسلمة ويرتقي بها، الأمر الذي يتيح بالضرورة دوراً تربوياً للإعلام الإسلامي، يجعل الإعلام وسيطاً قادراً على القيام بأدوار تربوية تجاه الفرد والمجتمع، إضافة إلى ما يقوم به من أدوار أخرى: ثقافية، وفكرية، واجتماعية، وسياسية، واقتصادية، وما إلى ذلك.

إلا أن هذه الدراسة تقتصر على الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي، وذلك من خلال بيان الوظيفة التربوية المنشودة للإعلام الإسلامي في مجالي: بناء الشخصية الإنسانية للفرد المسلم، وترسيخ الهوية الإسلامية والحفاظ عليها في المجتمع المسلم والأمة الإسلامية. وذلك على النحو الآتي:

١. دور الإعلام الإسلامي في بناء الشخصية الإنسانية:

تُعرّف الشخصية بأنها: التنظيم الدقيق الفريد في استعدادات الفرد للسلوك في المواقف المختلفة.^{١٤}

أو بأنها: حال الإنسان، أو الفرد، أو المرء، أو النفس بمعناها العام، أو الذات الإنسانية، ووجود الإنسان أو ماهيته، وكل ما يختص به ويميزه عن غيره من البشر. إضافة إلى علاقاته المتبادلة تأثيراً وتأثراً مع الآخرين.^{١٥}

فالشخصية هي التفاعل المنظم الدقيق بين استعدادات الفرد، والمثيرات التي تتطلب السلوك، بحيث يشكل هذا التفاعل الحال العام للإنسان في تصرفاته المختلفة: الفكرية، والنفسية، والحركية، والاجتماعية، وما إلى ذلك.

والإعلام الإسلامي يسهم في بلورة التفاعل بين استعدادات الفرد والمثيرات، مما يسهم في تكوين السلوك الإنساني، وتلبية الحاجات النفسية والعقلية والروحية والاجتماعية.

من هنا كان الإعلام الإسلامي في مقدمة الوسائط التي تسهم في إعداد الشخصية الإنسانية، فهو ذو أثر بالغ الأهمية والخطورة سلباً وإيجاباً، في تنشئة الأجيال وتوجيهها،

^{١٤} العيسوي، عبد الرحمن. مقومات الشخصية الإسلامية والعربية وأساليب تنميتها -دراسات ميدانية مقارنة-، المراجعة: دار الفكر الجامعي، ١٩٨٦م، ص ١٥٢.

^{١٥} التل، شادية. الشخصية من منظور نفسي إسلامي، إريد: دار الكتاب الثقافي، ٢٠٠٦م، ص ١٤.

وتكوين رأي عام، لديهم. ومن أبرز مظاهر الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي في مجال بناء شخصية الفرد المسلم ما يأتي:

أ. نقل القيم وترسيخها في نفس المستقيل:

يقع على عاتق الإعلام الإسلامي نقل القيم الإسلامية الأصيلة إلى الجمهور، وتمحيص القيم السائدة في المجتمع، فيعمل على تمحيص القيم السائدة، فيعزز الصحيح، ويبين خطأ المنحرف، وذلك من خلال رسائله المختلفة، وأساليبه المتعددة.

ويتعزز دور الإعلام الإسلامي في نقل القيم وترسيخها من خلال تكرار عدد البرامج الإعلامية التربوية الاجتماعية على نحو ضمني أو صريح، ونشر برامج تبين خطورة الانحراف عن القيم الفاضلة.

وبذلك يشارك الإعلام مؤسسات تربوية أخرى في مهامها وأهدافها، فيسهم في نقل القيم الفاضلة، وترسيخها في النفوس، مراعيًا جميع فئات المجتمع وشرائحه، الأمر الذي يتطلب حسن اختيار المواد الإعلامية التربوية، وملاءمتها للجمهور.

ب. تنمية المقدرة الاختيارية للفرد المسلم:

يبرز دور الإعلام الإسلامي في تنمية المقدرة الاختيارية لدى الفرد المسلم من خلال العرض الموضوعي للحقائق والأهداف، وتقديم كافة المعلومات الضرورية التي تساعد الفرد على أن يكون لنفسه رأياً، وأن يتخذ موقفاً تجاه القضايا المختلفة، لأن للفرد في الإعلام الإسلامي المقدرة الاختيارية الكاملة، والمسؤولية الكاملة على الاختيار، وبذلك يتكوّن الرأي العام الناضج الذي يعتمد عليه المجتمع الإسلامي على الرقي والنهوض والتقدم.^{١٦}

فالوظيفة الحقيقية للإعلام الإسلامي لا تقف عند إرضاء ميول الجمهور فحسب، إنما تقدم المعرفة الجادة والمعلومات الصادقة، التي يقف عليها الفرد المسلم بإيجابية تتيح له

^{١٦} حجاب، محمد منير. الإعلام الإسلامي: المبادئ النظرية والتطبيق، القاهرة: دار عمر للنشر والتوزيع، ط٢،

فرصة الاختيار والانتقاء في ضوء اختلاف التيارات وتعدددها، مما يفجر طاقات الفرد ومقدرته في البحث عن الحق والحقيقة.

ت. تنمية القدرة التوعوية لدى الفرد:

إن الإعلام الإسلامي البناء يسهم في بناء الوعي لدى الفرد، وذلك من خلال قيامه على مبدأ المواجهة الفكرية في ظل الإقناع القائم على الحجة والدليل، لا بمجرد الكلام المرسل، حيث ينبع مبدأ المواجهة الفكرية في الإعلام الإسلامي من طبيعة الأسلوب الإقناعي الذي قام به هذا الإعلام، واعتبار الكلمة أساس التفاهم، وطريق الوصول إلى الحقيقة، ومدار الحوار، ومجال النقاش، مما يسهم في تدعيم إرادة الإنسان، بكونها إرادة مختارة لما يقدم لها وفق العقل والمنطق والفكر المقنع.

فالأسلوب الإقناعي للقائمين بالاتصال يجب أن يكون قائماً على أساس العقل والفكر، لا على مجرد الرغبة في التأثير، فالتأثير القائم على الإقناع لا يكون مجرد تأثير عارض يزول بزوال السبب، إنما يبقى تأثيره أصيلاً ودائماً.^{١٧}

فالإعلام الذي لا يراعى بناء الشخصية الواعية قد يستهدف إقناع المتلقي أو جمهور المستقبل بفلسفة محددة، أو رأي معين، أو وجهة نظر ما، أو دفعه لعمل شيء ما.^{١٨} ومن أجل ذلك كان الأصل في الرسالة الإعلامية في الإعلام الإسلامي أنها لا توجه هكذا فجأة دون مقدمات، إنما تهيمى المستقبل للرسالة الإعلامية، وإحاطته علماً بمصدرها.^{١٩}

ولا يغفل أحد الوظيفة البارزة للإعلام في تشكيل الوعي العام، وصياغة الأحداث، وأحياناً صنعها، فتستطيع أن تقلب الحق باطلاً، والباطل حقاً،^{٢٠} لذلك كانت خاصية الوعي التي تصبغ الإعلام تسهم في رؤية الواقع على حقيقته؛ إذ إن حقيقة الوعي - كما

^{١٧} المرجع السابق، ص ٧٥.

^{١٨} شرف، عبد العزيز. الإعلام الإسلامي، القاهرة: دار فباء، ١٩٩٨، ص ٩٤.

^{١٩} حجاب، الإعلام الإسلامي: المبادئ النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص ٨٦.

^{٢٠} النجار، جمال. صحافة الاتجاه الإسلامي في مصر، المنصورة: دار الوفاء، ط ١، ٢٠٠٠م، ص ٢٢.

أشار بكار- تحاول دائماً النفاذ إلى الواقع على نحو منفرد ومتفلت مع رؤية المجتمع وأسلوب التعامل مع معطيات الوجود.^{٢١}

فالإعلام الإسلامي نابع من فكرة أن الفرد كيان مستقل متكامل، يقوم بمسؤولياته تجاه الشخصية الإنسانية، فيقدم للفرد المعرفة، والعلم، والدعوة بالقدر الذي يتفق مع إمكانياته، وطاقاته، وقدراته المنطقية والعاطفية والروحية، بالصورة التي يشبع بها هذه القدرات المختلفة.

ث. مراعاة قدرات مستقبل الرسالة الإعلامية:

يقدم الإعلام الإسلامي رسائله المتعددة إلى الجمهور، وهو يعي تماماً أن الجمهور مجموعة من الفئات المختلفة في متطلباتها واحتياجاتها، فينوع في الرسائل، لتناسب الجميع دون إهمال نمط من التفكير على حساب الآخر، أو تقديم فئة عمرية على الأخرى.

والإعلام الإسلامي وهو يقوم بهذه الوظيفة لا يطغى عليه عنصر الاجتذاب، أو التملق، أو النظرة الدونية إلى الجمهور، إنما يتوخى الموضوعية في عرض المعلومات والحقائق، يقول حجاب: "مراعاة قدرات الجمهور، في الإعلام الإسلامي لا يعني إلى درجة الإسفاف والابتذال، والتملق لعواطف الجمهور، بقصد اجتذابه، كما أنه لا يعني إهمال عواطف الجماهير تماماً."^{٢٢}

وهذا يتطلب أن يكون الإعلام الإسلامي على وعي كامل بجمهوره، وطبيعة تكوينه، واحتياجاته الفعلية، ومستوياته المختلفة، منطلقاً في ذلك من أنه لا يتعامل مع الفرد باعتباره كياناً مادياً فقط ينزع إلى إشباع احتياجاته المادية، ولا مكوناً روحياً خالصاً ينزع إلى إشباع مطالب الروح، إنما الفرد مكون من جسم وروح، ولكل منهما مطالبه واحتياجاته.^{٢٣}

ولا تقتصر النظرة الشمولية في الإعلام الإسلامي على مكونات الذات الإنسانية، إنما لا بدّ للإعلام الإسلامي أن يحاكي حاجات الفرد، ويسعى إلى إشباعها، بحيث لا

^{٢١} بكار، عبد الكريم. تجديد الوعي، دمشق، وبيروت: دار القلم، الدار الشامية، ط١، ٢٠٠٠م، ص ١١.

^{٢٢} حجاب، الإعلام الإسلامي: المبادئ النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص ٣١.

^{٢٣} المرجع السابق، ص ٥٧.

يستهيّن بأي فرد، ولا يستصغر شأن أي إنسان، وكذلك لا يهتم بكبير على حساب صغير.^{٢٤}

كما أن مراعاة قدرات الفرد وتلّمس حاجاته في الإعلام الإسلامي تقتضي مراعاة خاصة التوازن فيما يعرضه من رسائل، بحيث توجه إلى مكونات الذات الإنسانية، فيوازن الإعلام الإسلامي بين المتطلبات المنطقية والعاطفية والروحية لدى الإنسان، وفي الوقت نفسه يراعي الاختلاف الكبير بين الأفراد في هذه القدرات.^{٢٥}

٢. دور الإعلام الإسلامي في ترسيخ هوية الأمة وحفظها:

تعرف الهوية الإسلامية بأنها: السمات والخصائص والسلوكيات المميزة للأمة، الناتجة عن تفاعل المسلم مع العقيدة والشريعة.^{٢٦}

كما تعرّف بأنها: السمات والصفات والسلوكيات التي تميّز المجتمع الإسلامي عن غيره من المجتمعات.^{٢٧}

فالهوية الإسلامية إذاً هي البصمة العامة التي تطبع الأمة الإسلامية، وتتمايز الأمة بها عن غيرها من الأمم، متمثلة في السمات والخصائص والقيم في كل مجالات الحياة الإسلامية: العقديّة، والفكرية، والاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية، وما إلى ذلك.

وترسيخ الهوية الإسلامية من أهم وظائف التربية الإسلامية؛ إذ إن التربية الإسلامية كما تعني ببناء شخصية الفرد، تعني كذلك بالأمة المسلمة وترسيخ الهوية في أفرادها، من خلال طبعهم بسمات عامة مشتركة تميزهم عن باقي الأمم أو المجتمعات.

وتستند التربية الإسلامية في أداء هذه الوظيفة على مؤسسات مختلفة، ووسائل متعددة، يُعد الإعلام الإسلامي بوسائله ومؤسساته أحد هذه الوسائل.

^{٢٤} سليمان، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، مرجع سابق، ص ١٣٤.

^{٢٥} حجاب، الإعلام الإسلامي: المبادئ النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص ٣١.

^{٢٦} عمارة، محمد. أزمة الفكر الإسلامي الحديث، بيروت: دار الفكر المعاصر، ط ١، ١٩٩٨م، ص ٤٠.

^{٢٧} التميمي، سخاء. "المنهج التربوي الإسلامي في تشكيل الهوية الإسلامية"، (رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، ٢٠٠٦م)، ص ٢٣.

وعليه فإن الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي في ترسيخ الهوية الإسلامية في المجتمع المسلم والأمة المسلمة يظهر من خلال المظاهر الآتية:

أ. المحافظة على وحدة فكر الأمة:

يسهم الإعلام الإسلامي في بناء فكر الأمة، وحفظ وحدته، وذلك من خلال ما يعرض من برامج وموضوعات لا بدّ أن تكون منطلقة من قيم الأمة المسلمة ومبادئها من جهة، ومزودة للجمهور بهذه القيم والمبادئ والمفاهيم الإسلامية من جهة أخرى، الأمر الذي يسهم في تحقيق إجماع أفرادها على الأهداف الفكرية العليا.

وهذا لا يعني أن تكون وظيفة الإعلام الإسلامي فرض رأي بعينه، أو اتجاه ما على الجمهور، إنما يسهم في نقل القيم الإسلامية ومبادئ الرسالة الإلهية إلى الجمهور، الأمر الذي يكفل وجود مؤثر موحد يوحد فكر الأمة المسلمة.

وما تقوم به وسائل الاتصال الجماهيرية من وظائف تكوين الآراء والاتجاهات لدى الأفراد والجماعات والشعوب^{٢٨} لا يناقض وظيفة الإعلام في حفظ وحدة فكر الأمة ومفاهيمها ومبادئها.

ب. تحقيق الوعي المجتمعي بترسيخ القيم المجتمعية وضبطها:

يعد الإعلام الإسلامي أداة قوية لضبط المجتمع، يسهم من خلال رسائله في تحقيق أهداف المجتمع وفقاً للرؤية الإسلامية، إلا أنه لا يقف عند هذا الحد، إنما يتعهد المجتمع بالمتابعة والاستمرارية في ضبط القيم، والحرص على بقائها، حتى لا ينحرف المجتمع عن قيم الإسلام، وأهدافه ومبادئه.^{٢٩}

ويسهم الإعلام الإسلامي في تحقيق الضبط الاجتماعي لقيم المجتمع المسلم من خلال:

^{٢٨} أبو إصبع، صالح. الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمّان: دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، ط٤، ٢٠٠٤م، ص٢١٠.

^{٢٩} شرف، الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص٢٥.

أ. التثقيف: إذ إن وظيفة التثقيف في الإعلام الإسلامي تنطوي على التوعية، والإيقاظ والتنبيه، وبث روح المسؤولية، والإيمان بالقيم والمبادئ والشعور بالولاء العميق للأمة،^{٣٠} الأمر الذي يؤدي إلى توفير قاعدة مشتركة لمعايير وقيم وخبرة جماعية تسهم في قيادة التغيير الاجتماعي، وتوثيق العلاقات بين الأفراد في المجتمع.

ب. التنشئة الاجتماعية للمجتمع المسلم: إذ إن وظيفة التنشئة الاجتماعية للإعلام تتصل بالجوانب الحضارية للتقدم، عن طريق التوعية الكاملة بأهداف المجتمع، وخطته.^{٣١} وهذه الأهداف والخطط تنطلق من المرجعيات التي ينطلق منها المجتمع، وعليه فإن الإعلام الإسلامي وهو يقوم بالوظيفة الاجتماعية يراعي القيم والمبادئ الإسلامية التي لا بد لها من أن تحكم المجتمعات الإسلامية.

ت. تعزيز الانتماء للهوية الإسلامية:

يقع على عاتق الإعلام الإسلامي إعداد الفرد المسلم المعتز بأمته، الذي يسيطر عليه شعور الانتساب والانضمام لها، وأنه جزء لا يتجزأ منها، والذي يربطه بها ليس رابط الدم، أو بقعة الأرض فحسب، إنما ما يؤمن به من قيم ومبادئ الرسالة الإسلامية الخالدة التي تجمع أفراد الأمة حولها، لقوله تعالى: ﴿وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا﴾ (البقرة: ١٤٣) وقوله تعالى: ﴿فَأَسْتَجَابَ لَهُمْ رَبُّهُمْ أَنِّي لَا أُضِيعُ عَمَلَ عَمَلٍ مِّنْكُمْ مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنثَىٰ بَعْضُكُمْ مِّنْ بَعْضٍ﴾ (آل عمران: ١٩٥) التي تشير إلى الانتماء إلى الدين، والتضامن والتكافل.

من هنا كان قيام الإعلام الإسلامي بوظيفة تعزيز الانتماء إلى الأمة وقيمها يتطلب تعزيز الانتماء في بعدين:

- تعزيز الانتماء لهوية المجتمع والأمة في بعدها الاجتماعي، الذي يستهدف حماية أصول العلاقات الإنسانية، وإسباغ معاني الود والمودة والتواصل، وذلك من خلال قيام الإعلام الإسلامي بإشاعة معاني التسامح والتواصل والعفو، وبيان أضرار التخاصم

^{٣٠} إمام، أصول الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص ٨٥.

^{٣١} إمام، إبراهيم. دراسات في الفن الصحفي، القاهرة: المكتبة المصرية، ١٩٧٢م، ص ٨٣.

والقطيعة والإيذاء. فعلى الصعيد الوطني يمكن أن تركز مهام الإعلام على حصانة الهوية، وتعزيز القيم، وتنمية المؤسسات، وتفعيل المشاركة الشبابية، مما يسهم في التنمية المجتمعية.^{٣٢}

- تحقيق الانتماء لهوية المجتمع المسلم في بعدها الثقافي الحضاري، الذي يعني جوانب الخصوصية والتميز لمجموعة الأفراد المؤمنين أمام غيرهم من الأفراد والجماعات.^{٣٣}

وفي ضوء هذا البعد يقع على عاتق وسائل الإعلام الوظيفة الكبيرة في ترسيخ هوية المجتمع المسلم، وإبراز ذاتيته، وذلك من خلال البرامج الإعلامية المتعددة في مجالات الحياة الإسلامية المختلفة.

ث. أداء الإعلام دوره الحضاري:

يقع على عاتق الخطاب الإعلامي الإسلامي غرس الاعتزاز بقيم الحضارة الإسلامية الأصيلة، وأخلاقها القويمة في مجالات الحياة المختلفة، الأمر الذي يسهم في تقدم المجتمع الإسلامي وتطوره في جميع المجالات: السياسية، والاقتصادية، والفكرية، والعلمية.

لكن الدلالة للخطاب الإعلامي لا تقف عند تحقيق النهوض لذات الأمة فحسب، إنما ترتقي من هذا النهوض، لتقدم دلالة أخرى أكثر رقياً من خلال تقديم القيم الحضارية الإسلامية بوصفها مثلاً أعلى للحضارات الأخرى، يقول ملكاوي: "إن الدلالة الحضارية في الخطاب الإسلامي،^{٣٤} تنطلق من أن الجماعة التي تصوغ هذا الخطاب، وتقدم من خلاله أنموذجاً بشرياً للحياة بكل أبعادها ونواحيها، وإنما تقدمه للآخرين ليقتدوا به، ويسيروا وفق منظومته على أساس أنه الأنموذج الإنساني الأجدر بالاتباع."^{٣٥}

وهذا الأمر يتطلب من الإعلام الإسلامي أن يركز على المعاني الحضارية، وإبراز التجارب الحضارية للأمة المسلمة في حالات ازدهارها، الأمر الذي يسهم في دخول الأمة

^{٣٢} حجازي، مصطفى. علم النفس والعولمة: رؤى مستقبلية في التربية والتنمية، بيروت: شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ٢٠٠١م، ص ٨٠.

^{٣٣} زيتون، منذر. "الحرمان من حقوق المواطنة أو الانتقاص منها وأثره على الانتماء"، مؤتمر فقه الانتماء إلى المجتمع والأمة، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، الأردن، ٢٠١١م.

^{٣٤} يعد الخطاب الإعلامي أحد أشكال الخطاب الإسلامي.

^{٣٥} ملكاوي، فتحي. "الخطاب الإسلامي الحضاري"، مجلة أفكار، عدد ١٢٤٢، ١٩٩٦م، ص ٣٢.

المسلمة أبواب الحضارة بنفسية المستبشر الآمل المسؤول، لا بنفسية المتشائم أو المتساهل، لأن روح التشاؤم - كما يشير ابن نبي- تجعل تحقيق النهوض في حكم الاستحالة، ومن العبث التفكير بالتغلب على المستحيل، في حين تعكس نظرة التساهل نظرة احتقار وتوهين.^{٣٦}

إن الحضارة الإسلامية حضارة عالمية، فكما أن الإعلام الإسلامي يسعى إلى تبليغ الإسلام فكراً، بمبادئه وقواعده للعالم، فهو مسؤول أيضاً عن تقديم الحضارة الإسلامية المتمثلة في ترجمة فكر الإسلام ورسالاته الإسلامية في كل معطياتها المادية والمعنوية.

إن الإعلام الحضاري بالضرورة يتصل بأسباب الحضارة، وينتشر بازدهارها، ولذلك يغدو فن الإعلام طبقاً لمقتضيات نمو المجتمع وتنوع اختصاصاته، وتعمد مشكلاته ضرورة حتمية بعيدة عن الخبرة الفردية المباشرة، وحالاً لصياغة المعرفة بصورة واقعية عملية. وهكذا تصبح لغة الإعلام لغة حضارية، تسعى لشرح وتفسير والتكامل الحضاري باعتبارها من وسائل وصور الفكر العالمي ونقل المعلومات في المجتمع البشري كله، ومن ثم صياغة الحضارة.^{٣٧}

ثالثاً: واقع الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي

شهد الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي اليوم تحولاً عن مساره الصحيح. ويقف هذا المبحث على بيان مظاهر هذا التحول، وأسبابه، وتقديم استراتيجيات تسهم في عودته إلى مساره الإسلامي المنشود، على النحو الآتي:

١. مظاهر التحول في الوظيفة التربوية:

المتأمل في الوظيفة التربوية الذي لا بد للإعلام الإسلامي من القيام به، يجد أنه قد شهد في الساحة الإعلامية المعاصرة قصوراً وتحولاً. ويمكن تلخيص أبرز مظاهره فيما يأتي:

^{٣٦} ابن نبي، مالك. تأملات، دمشق: دار الفكر للطباعة والنشر، ١٩٨٦م، ص ٢٦.

^{٣٧} حسين، أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص ٢٢.

أ. محاكاة الإعلام الإسلامي لأسر اللحظة الحاضرة:

إن محاكاة الإعلام الإسلامي للواقع المعاش، سواء كان للفرد أم للأمة، دون وقوف عند أبعاد هذا الواقع، وما أسهم في صيرورته على هذا الحال، وقوفاً عند خبرات الماضي، ومروراً بمعطيات الحاضر، واستشرافاً لمستقبل أفضل، يؤكد عدم قيام الإعلام بدوره التوعوي المتمثل في نقل حقيقة الواقع بعيداً عن المغالاة أو التزييف. يقول بكار: "من أخطر المشكلات التي تواجه وعي الإنسان قابلياته الشديدة في الوقوع بأسر اللحظة الحاضرة، والمعطيات الجاهزة، والبيئة المحيطة، وعلى مدار التاريخ كان كبار المفكرين مصلحين، يحاولون إيجاد مداخل تجعل الوعي يفتح على الماضي والمستقبل، والقريب والبعيد، والبسيط والمركب، والكلّي والجزئي، على أمل أن يظل على درجة من التحرر تمكنه من التعامل بواقعية مع واقع الانحطاط، وإمكانات التقدم لا سيما الكامن منها."^{٣٨}

من هنا كان انحراف الإعلام الإسلامي عن دوره التوعوي للفرد المسلم، وللمجتمع الإسلامي سبباً في تعايش كل من الفرد والمجتمع مع الواقع بعيداً عن إحساس حقيقي بمشكلات الواقع، ومن ثم غياب الشعور الفردي والجمعي بضرورة الارتقاء بالواقع نحو الأفضل.

ب. المبالغة في الاجتذاب والحماس:

المتأمل في واقع الإعلام الإسلامي اليوم، يجد أن الجاذبية هي الصبغة العامة لرسائله، بحيث تجتذب الجماهير جذباً، وتقدم الموضوعات التي لا يراعى مستواها العلمي، إنما تفرض على أفراد المجتمع بقطع النظر عن مستوياتهم الثقافية، والعقلية، والعاطفية، والروحية.

فقد غدت وسائل الإعلام اليوم سلاحاً ذا حدين: فهو قوة إيجابية داخل المجتمع تعمل على تماسكه وتدعيم بنائه، وقوة سلبية إذا لم يحسن استخدامها، تعمل على تخريب المجتمع، وتفتيته، وتحطيم معنوياته، وتشويه شخصيته الوطنية لغرس قيم غريبة فاسدة، وتقديم صور من نماذج غريبة للاحتذاء.^{٣٩}

^{٣٨} بكار، تجديد الوعي، مرجع سابق، ص ١١٤.

^{٣٩} أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، مرجع سابق، ص ٢٠٣.

وإن كان من أهم مظاهر الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي التأثير في الجمهور، إلا أن خاصية التأثير ينبغي ألا تتحول إلى اجتذاب براق بعيد عن المضمون الذي يتطلب تحليلاً عقلياً ونفسياً يتأثر به الفرد.

ت. محاكاة الإعلام الإسلامي لواقع المجتمع، ونقل الواقع وترسيخه:

يسهم الإعلام في بعض الأحيان في ترسيخ واقع المجتمع، وتحقيق التآلف بين الأفراد وواقعهم المعاش، كون المجتمع هو المرجعية التي لا بدّ لرسائل الإعلام أن تحتكم إليها، ولعل هذا راجع - كما أشارت بدر- إلى اعتماد الإعلام على نظرية الغرس الثقافي التي تهدف إلى إكساب الفرد اتجاهات وسلوكات تسهّل له عملية التفاعل والانتماء في حياته الاجتماعية وفقاً لمبدأ التكرار.^{٤٠}

من الملاحظ أن المجتمع الإسلامي المعاصر يعاني من قصور في تأكيد ذاته وهويته الثقافية، إلى جانب معاناته من قصور الوسائل الحضارية والمادية، ولعل هذا يعود في معظمه إلى معاناته الحقيقية من تخلخل البناء المعياري القيمي، واهتزاز نسق القيم لديه،^{٤١} ولما قصّر الإعلام الإسلامي عن القيام بهذه الوظيفة أصبحت القيم المحلية عرضة للتهديد من السيل الجارف للقيم الغربية على الخصوص، التي تندفق في جهة واحدة وتغمر المجتمع إلى درجة لا تقدر فيها على المواجهة، ولا على الحفاظ على أدنى نسبة من القيم والثقافة الإسلامية.^{٤٢}

ث. طرح الحضارة الغربية على أنها الحضارة المثالية الأجدر بالاتباع:

يغيب عن الإعلام الإسلامي اليوم الوظيفة الحضارية المتمثلة في طرح المعطيات الحضارية للأمة المسلمة عبر التاريخ، وتوجيه رسائله نحو ضرورة استعادة هذه الحضارة، لا

^{٤٠} بدر، أمل محمد. "الدور التربوي لوسائل الإعلام في بناء وترسيخ القيم المجتمعية: دراسة تطبيقية على عينة من المجتمع الإماراتي"، مؤتمر الإعلام التربوي: الواقع والرؤى المستقبلية، جامعة جرش، الأردن، ٢٠١٣م، ص ١٤٥.

^{٤١} حمدان، محمد. "تقوم دور الجامعة كنظام في بناء شخصية الشباب من منظور قيمي"، مؤتمر الشباب الجامعي: ثقافته وقيمه في عالم متغير، جامعة الزرقاء، الأردن، ٢٠٠٤م.

^{٤٢} الحمداني، ربيعة، والعبيدي، صباح. "وسائل الإعلام الإسلامي ودورها التربوي في مواجهة خطر التدفق الإعلامي الدولي في ظل الانفتاح العالمي"، مؤتمر الإعلام التربوي: الواقع والرؤى المستقبلية، جامعة جرش، الأردن، ٢٠١٣م، ص ٢٠٠.

تحميش الحضارة الإسلامية، ولفت الانتباه إلى الحضارة الغربية - بقصد أو بغير قصد - بوصفها هي الحضارة التي لا بد أن تتبع في العالم المعاصر.

وتجد في بعض البرامج التي تعرض القيم الإسلامية نماذج غربية وتجارب أوروبية تؤكد الالتزام بهذه القيم، فتعرض التجربة اليابانية على أنها المثال الأعلى في التقدم وفق مدى زمني قليل، باستثمار مواردها وطاقات أبنائها، من غير لفت الأنظار إلى أن الأمة المسلمة وإن لم تتقدم حضارياً اليوم، إلا أنه يظهر التقدم فيها على مستوى فردي على يد بعض مفكرها وعلمائها، الأمر الذي يتطلب تعزيز هذه النماذج لترتقي إلى مستوى شمولي.

٢. أسباب تحول الإعلام الإسلامي عن الوظيفة التربوية:

تتعدد الأسباب التي تجعل الإعلام الإسلامي اليوم ينحرف عن أداء وظيفته التربوية، ومن أبرز هذه الأسباب ما يأتي:

أ. تقديم الإعلام الإسلامي بوصفه اتجاهاً أو فكراً لجماعة بعينها:

كثرت الوسائل والمؤسسات الإعلامية ذات التوجه الإسلامي، على اعتبار أن ما تقدمه في رسائلها الإعلامية هو الإعلام الإسلامي المنشود، مما أسهم في ذبذبة الإعلام الإسلامي للمواقف الإسلامية، والبعد عن العرض الحقيقي والواقع للبرامج والرسالة الإعلامية التي تسهم في ترسيخ الهوية الإسلامية في الأمة المسلمة.

إن قيام الإعلام الإسلامي بوصفه اتجاهاً إسلامياً بعينه، ينفي عن الإعلام الإسلامي سمة الاستقلالية والحرية، ويجعله إعلاماً خادماً لهذا الاتجاه، وناقلاً لفكره، ومرسحاً له في نفوس الجمهور.

وهذا لا يعني أن الإعلام ينبغي أن لا يمثل تياراً بعينه، أو يتبنى اتجاهاً ما، إنما اختزال الإعلام الإسلامي باتجاه ما، أو تيار إسلامي ما، هو التحول الملموس في العالم المعاصر، فينسى أصحاب هذا الاتجاه الوظيفة الحقيقية للإعلام الإسلامي، ويسيطر عليهم هدف نشر الفكر الذي يتبنونه.

ب. فقدان التأهيل العلمي والعملية:

يعاني الإعلام الإسلامي من ضعف في مجالاته المتعددة: ضعف في الكوادر، وضعف في الأداء وضعف في التقنيات المستخدمة، وضعف في فهم الوظيفة الحقيقية للإعلام الإسلامي.

وقد يعود هذا السبب إلى سبب أعمق منه، هو فقدان التأصيل الحقيقي للإعلام الإسلامي مباشرة من مصادره الأصيلة؛ إذ يحتاج إلى بناء نظرية إسلامية للإعلام في ضوء مصادر الإسلام وينابيعه الصافية، كما يحتاج إلى قيام عملية إعلامية إسلامية متكاملة في أركانها في ضوء النظرية الإعلامية الأصيلة.

وعليه فإن الأزمة التي تعصف بالإعلام الإسلامي في جانبه: النظري والعملية تقف عائقاً أمام قيامه بالوظيفة التربوية المنشودة.

ت. اختزال الإعلام الإسلامي بالإعلام الدعوي:

وهذا السبب راجع إلى ما عرض في تعريف الإعلام الإسلامي؛ إذ إن بعض المتخصصين يعدّون الإعلام الإسلامي الذي يقوم بمهمة تبليغ الرسالة الإسلامية وهداية الناس، ومن ثم يحصرّون مهمة الإعلام بالتبليغ، وإن كانت الوظيفة الدعوية إحدى وظائف الإعلام الإسلامي، إلا أن حصر الإعلام الإسلامي بالوظيفة الدعوية يجعله غير قائم بالوظائف الأخرى: التربوية والثقافية والاجتماعية وما إلى ذلك.

ث. سيطرة النظرة الماضوية على الرسالة الإعلامية الإسلامية:

إن تقديم التراث الإسلامي بوصف إعلاماً إسلامياً خاصاً، جعل الإعلاميين القائمين عليه لا ينتبهون إلى الوظيفة الواقعية التي لا بدّ أن يؤديه الإعلام تجاه الفرد المسلم، وتجاه المجتمع الإسلامي المعاصر، خاصة في ظل التحديات المعاصرة التي تؤثر في تنشئة الفرد، وتحدد هوية المجتمع؛ إذ إن النظرة الماضوية المسيطرة على رسالة الإعلام الإسلامي تعرض التراث الإسلامي بوصفه واقعاً معاشاً، وليس خبرات ماضية يستفاد منها في الواقع المعاصر، لاستشراف مستقبل أفضل.

ج. أزمة التبعية والتأثر بإفرازات العولمة:

إن محاكاة الإعلام الإسلامي للإعلام الغربي وصل إلى درجة استيراد القيم والمبادئ، وليس استيراد التقنية والوسائل والأساليب فحسب، الأمر الذي أدى إلى ترسيخ قيم الغرب وإبرازها على أنها الأجدر بأن تحكم العالم، مما أسهم في بُعد الرسالة الإسلامية عن نقل القيم الإسلامية الأصيلة.

وهذا يعود إلى عامل سيطرة العولمة على العالم بما تنقل من فكر وقيم تسعى من خلالها إلى حكم العالم، باسم جعله قرية صغيرة محكومة بفكر واحد، الأمر الذي يؤثر في هوية المجتمعات الإسلامية، يقول العلي: "العولمة تسعى لإعادة تشكيل المفاهيم الأساسية عن الكون والإنسان والحياة عند المسلمين، والاستعاضة عنها بالمفاهيم التي يروج لها الغرب ثقافياً وفكرياً."^{٤٣}

٣. خطوات في طريق التصدي للتحول:

يتطلب التصدي لهذا التحول القيام بخطوات واقعية وعملية تتوجه للموجود من إعلام إسلامي، فتصلح ما شابه وما اختلط به من انحراف وأخطاء، وخطوات أخرى تؤصل لنظرية إعلامية وعملية إعلامية إسلامية، وذلك لا يكون إلا وفق تخطيط منظم، وبيان هذه الخطوات فيما يأتي:

أ. التخطيط الإعلامي:

يقصد بالتخطيط الإعلامي الإسلامي: اتخاذ تدابير عملية للاستفادة المثلى من الإمكانيات وقوى وطاقات إعلامية، لتحقيق أهداف إعلام إسلامي، في إطار سياسي إعلامي إسلامي محدد، باستخدام خطط إعلامية إسلامية متكاملة.^{٤٤}

فالتخطيط الإعلامي الإسلامي يتطلب حشد الطاقات الإعلامية المادية والبشرية والمؤسسات الإعلامية الجماهيرية والشخصية وغيرها، ويتم إخضاعها لما يأمر به الإسلام، دون الخروج على أي مما أمر به.

^{٤٣} العلي، حامد. الحفاظ على الهوية في حقبة العولمة، قطر: مركز البحوث والدراسات، ٢٠٠٠م، ص ١٦١.

^{٤٤} سليمان، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، مرجع سابق، ص ٦٧.

وهذا التخطيط لا يتم إلا من خلال قيامه على مبدأ مراعاة الأولويات في العملية الإعلامية في جوانبها المختلفة، فلا بدّ أن يبقى مبدأ الأولويات حاضراً في كل عناصر العملية الإعلامية، فيراعى مبدأ الأولويات في الرسالة الإعلامية وخطابها وما ينبغي تقديمه من موضوعات، فيقدم الأهم على المهم في ضوء ما يحتاجه الواقع المعاش، وطبيعة المجتمع الذي تقدم له الرسالة الإعلامية.

ومن جهة أخرى فإن التخطيط الإعلامي يتطلب مراعاة الأسس العلمية في العملية الإعلامية، ولا يتحقق ذلك إلا من خلال توفير قنوات علمية ترتقي بالإعلام الإسلامي، مثل: عقد دائم للمؤتمرات الإعلامية، وإقامة الندوات، والمحاضرات، واللقاءات التي تتيح فرص تبادل الخبرات الإعلامية، والاطلاع على تجارب الآخرين والاستفادة منها.

كما أن التخطيط الإعلامي السليم يتطلب تكافل الجهود والطاقات، فيضع في اعتباره من البداية وحدة العمل الإعلامي بكافة صوره وأشكاله، مع استثمار كافة القنوات الإعلامية والاتصالية وعناصرها المادية والبشرية وجعلها في خدمة الاستراتيجية العليا.^{٤٥}

ب. إصلاح واقع الإعلام الإسلامي المعاصر:

يعاني الإعلام الإسلامي في جوانبه النظري والعملية من إشكالات تشوب بعض عناصره، تؤدي إلى انحرافه في بعض الأحيان عن القيام بأدواره الحقيقية والمنشودة، خاصة في ظل ما تعيشه المجتمعات اليوم من تحديات.

فالموجود من إعلام يتحدث باسم الإسلام، أو يحاول أن يلتزم بقيم الإسلام، ويقوم بالوظيفة الإعلامية الإسلامية، هو في حقيقة الأمر إعلام يحتاج إلى إصلاح في مؤسساته، وترشيد في رسالته، وتأهيل لكوادره، من خلال إعداد الإعلاميين القادرين على القيام

^{٤٥} حسين، أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص ٣٢.

بدورهم الإعلامي، ويتطلب ذلك إعدادهم: فكرياً، ولغوياً، وثقافياً، وتخصصياً، وفنياً، وخلقياً.

كما أن الإصلاح الواقعي للإعلام الإسلامي يتطلب تنقية وسائل الإعلام والثقافة من مظاهر الإساءة، وإتاحة الإعلام الإسلامي الفرصة للعلماء والمفكرين لتقديم الرؤية الصالحة للإسلام، بكونه ديناً منفتحاً يقبل الجميع، ويقبل عليهم في ظل القيم الإسلامية العالمية: الرحمة، والعدالة، وتكريم بني آدم.

ت. تأصيل الإعلام الإسلامي:

إن المتدبر لمؤلفات الإعلام الإسلامي ودراساته لا يقف على نظرية إعلامية إسلامية مستقلة ومستقاة مباشرة من مصادر الإسلامي الحنيف، وفي الوقت ذاته معاصرة لما وصلت إليه النظريات الإعلامية الغربية من تقدم في بناء فلسفتها وأهدافها في ظل التطور التكنولوجي والتقني المعاصر، الأمر الذي يتطلب خطوة عملية في ضرورة صياغة نظرية إعلامية إسلامية أصيلة ومعاصرة.

إلا أن صياغة النظرية الإعلامية الإسلامية اليوم ليست أمراً سهلاً سريع التنفيذ، بل هو نشاط يتطلب جهداً مؤسسياً وفردياً يجمع بين الدراسة الإعلامية لمصادر الإسلام، لاستنتاج أسس النظرية الإعلامية وأهدافها، ومن ثم بناء فلسفة النظرية الإعلامية الإسلامية، والاستفادة من نتائج الدراسات الإعلامية الحديثة لبناء عملية إعلامية معاصرة في أدواتها واستراتيجياتها، أصيلة في أهدافها وقواعدها وقيمتها التي تقوم عليها.

ولا يقف التأصيل عند حد صياغة النظرية الإعلامية الإسلامية، إنما يتعداه إلى ضرورة توفير الجهد العملي الذي يتمثل في بناء معاهد وكليات إعلامية إسلامية مزودة بكوادر علمية مؤهلة، ومزودة كذلك بأدوات ووسائل تسهم في صقل القدرات الإعلامية لطلبتها، الأمر الذي يسهم في تخريج إعلاميين مؤهلين ومتخصصين في مجال الإعلام الإسلامي.

خاتمة:

يقتضي وصف الإعلام بالإسلامي انضباط الإعلام بمبادئ الإسلام وتعاليمه في جميع عناصره، وبناء على ذلك يعرف بأنه: تزويد المستقبل بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة وأنماط من السلوك المتعلق بالفرد، والمؤسسات، والمجتمعات، بهدف تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجمهور، واتجاهه وميوله.

ويسهم الإعلام الإسلامي في تربية الجيل المسلم من خلال:

أ. بناء الشخصية الإنسانية، وذلك بنقل القيم الأصيلة وترسيخها في نفس المستقبل، مع تمحيص القيم القائمة ومحاربة الضال منها، إضافة إلى تنمية المقدرة الاختيارية بالعرض الموضوعي للمعلومات والحقائق بعيداً عن فرض الآراء والاتجاهات، الأمر الذي يسهم في تنمية القدرة التوعوية لدى الفرد المسلم خاصة في ظل قيام الإعلام الإسلامي على مبدأ الإقناع، وواقعية الرؤية، وذلك في ضوء نظرة متكاملة للذات الإنسانية.

ب. ترسيخ الهوية الإسلامية في المجتمع والأمة وحفظها من خلال حفظ وحدة فكر الأمة، وتحقيق الوعي المجتمعي، وتعزيز الانتماء للهوية الإسلامية، في ضوء أداء الإعلام للدور الحضاري المتمثل في نقل القيم الحضارية وتعزيزها لدى الأمة المسلمة، ومن ثم تقديمها للآخر بوصفها قيماً تستحق الاتباع.

شهد الإعلام الإسلامي اليوم تحولاً عن أداء دوره التربوي تمثلت مظاهره في: محاكاته لأسر اللحظة الحاضرة دون الوقوف على أبعاد الحاضر الماضية والمستقبلية، وذلك في ظل ترسيخ واقع المجتمع بسلوكاته الصحيحة والخاطئة، إضافة إلى سيطرة سمة الجاذبية والحماس في رسائله المختلفة.

وإن ما شهدته الإعلام الإسلامي اليوم من تحول في أداء دوره التربوي يعود إلى تقدم الإعلام الإسلامي بوصفه فكراً لجماعة أو تيار إسلامي ما، أو اختزال الإعلام الإسلامي بالإعلام الدعوي، إضافة إلى فقدان التأهيل العلمي والعملية، وذلك في ظل أزمة التبعية وسيطرة تيار العولمة على أنشطة الإعلام بأنواعه وإيديولوجياته المختلفة.

يتطلب الخروج من أزمة الإعلام الإسلامي في أداء دوره التربوي تخطيطاً إعلامياً يوحد العمل الإعلامي، ويتيح قنوات علمية ترتقي بالإعلام الإسلامي علمياً وعملياً، إضافة إلى إصلاح واقعي للإعلام ذي التوجه الإسلامي ليقوم بالوظيفة المنوطة به باستقلالية وموضوعية، كل ذلك لا بد أن يكون في ضوء جهود حقيقية لتأصيل الإعلام الإسلامي في جانبه: النظري، والعملية، من قبل المتخصصين في مجالي: الإعلام، والعلوم الشرعية المختلفة.

وفي ظل نتائج الدراسة فإن الباحثة توصي بما يأتي:

١. قيام الباحثين والدارسين بدراسات تربوية تبرز دور الإعلام الإسلامي بوصفه أحد وسائط التربية الإسلامية ومؤسساتها.
٢. تعزيز الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي في الفضاء الإعلامي المعاصر.
٣. عقد مؤتمرات تتبنى بناء نظرية إعلامية إسلامية معاصرة.
٤. حث الباحثين على القيام بدراسات إعلامية إسلامية تستنبط مبادئ الإعلام الإسلامي.

الاتصال والتواصل في منظومة مجتمع المعرفة:

نحو رؤية إسلامية للتواصل الإنساني

محمد بابكر العوض*

الملخص

تتكون الرؤية الاتصالية لأية مجموعة بشرية من الروابط التي تشكل العلاقات بين الرؤية الحضارية لتلك المجموعة، وممارسة وسائل الإعلام، والسلوك الاتصالي لأعضائها، من منظور واقعي. تعالج الدراسة موضوع الرؤية الاتصالية لنموذج مجتمع المعرفة وعلاقته بالمنظور الحضاري الإسلامي، وتناقش مفاهيم الاتصال والتواصل، والاختلافات حول مجتمع المعرفة في السياقات الغربية والعربية، لتخلص إلى بيان أهم المحددات اللازمة لبناء رؤية إسلامية للتواصل الإنساني.

الكلمات المفتاحية: الاتصال، التواصل، مجتمع المعرفة، الرؤية الإسلامية، التواصل الإنساني، رؤية العالم، التمركز اللغوي، الاغتراب الحضاري، الأنساق المعرفية.

Communication in the system of knowledge society: Towards an Islamic perspective of human communication

Abstract

Communication perspective of any society consists of relations that constitute civilizational vision of that society, communicative behavior of its members, and the media practices. This study deals with the communication perspective of the knowledge society and its relationship with the Islamic cultural perspective. It discusses the various concepts of communication, and differences in understanding the knowledge society between the Western and Arab contexts. It concludes with identification of the most important determinants of Islamic perspective of human communication.

Key words: communication, knowledge-based society, Islamic perspective, worldview, Language centrism, cultural alienation, epistemological patterns.

* دكتوراه في علوم الاتصال، أستاذ الإعلام وعلوم الاتصال المشارك - عميد معهد إسلام المعرفة (جامعة الجزيرة)،

mohd702002@yahoo.com

تم تسلم البحث بتاريخ ٢٠١٤/٦/١ م، وقُبل للنشر بتاريخ ٢٠١٤/١١/١٤ م.

مقدمة:

قد تبدو القضية الاتصالية -للوهلة الأولى- أمراً طارئاً على الفكر الإنساني؛ مرتبطاً في أصل وجوده بالطفرة التقنية التي تعيشها المجتمعات الإنسانية المعاصرة، في حين ينتمي الاتصال إلى جذور بعيدة الغور في سلوك الإنسان وأبنية المجتمع. وقد تثار مخاوف وشكوك على المستوى المعرفي حول التحديدات العلمية للاتصال لدى من يغلبون في تعاملهم معه جانب النظر بوصفه سلوكاً إنسانياً وظاهرة مميزة للمجتمعات الإنسانية المعاصرة، متناسين أثناء ذلك أن الاتصال قد غدا فرعاً معرفياً فتيماً أخذاً في التكوّن، ودائماً على فرض وجوده على الساحة المعرفية.

ولعل استعراض مراحل تطور الفكر الاتصالي المعاصر يعين على استكشاف الأسس المعرفية التي قام عليها في صورته العامة، ويعرف بالعوامل التي أثرت في تطوره بوصفه حقلاً معرفياً حديث النشأة في البيئات العربية والإسلامية. وهو ما يستدعي وعياً منهجياً قادراً على استيعاب المزايا العلمية لمعطيات الفكر الاتصالي السائد، وتجاوز ما يشوبه من علائق معرفية ونظرة سالبة ولّدتها بيئة المنشأ الغربي أو بيئة المواطن الجديد.

وقد شهد العقدان الأخيران من القرن العشرين تركيزاً ملحوظاً على موضوع (المعرفة) وعلاقتها بالتطورات الناتجة عن ثورة التكنولوجيا والاتصالات، والتغيّرات الاجتماعية والاقتصادية المصاحبة لها، كما أكدت الخبرات البشرية منذ فجر الإنسانية على المضمون الاجتماعي للمعرفة وأهميتها في تحقيق التواصل وتعزيز الروابط العقلية، التي تؤلّف بين الناس وتجعل التفاهم بينهم ممكناً.

ومهدت تلك الفكرة الموروثة عن التواصل المعرفي المؤتلة بنواتج الفكر الاتصالي المعاصر لبروز جملة من المقترحات والصيغ المنظّمة لحركة التواصل الإنساني، والمعزّزة بعوامل دولية جديدة؛ منها عولمة النظام الاقتصادي، والسعي إلى استدامة التنمية، والمنافسة

القوية بين شبكات الاتصال وشركات التقنية في توسيع نطاقات عملها واكتساب عملاء جدد، والخوف من المستقبل.

وقد أسهمت تلك العوامل مجتمعة في ظهور ما عرف بالنظام الإعلامي العالمي الجديد، الذي لم تمض عقود حتى تبلور تحت شعار العولمة، مجسداً أهم ظاهرة دولية يشهدها ذلك القرن. وفي أثناء ذلك التداعي بدأت فكرة "مجتمع المعرفة" تتشكل في صورة مشروع يحظى باهتمام الباحثين والمؤسسات العلمية ومراكز الأبحاث، بالإضافة إلى انشغال الحكومات والمنظمات وناشطي المجتمع المدني بالمنافسة المحمومة، في سبيل تحقيق أكبر قدر من تطبيقات تقنيات الاتصال والمعلومات وتوظيفاتها، التي تمثل المعطيات الأولية لقيام النموذج.

ومن البدهي القول إنَّ التعايش الواعي مع هذه المنظومات أو عَبرها أو خارجها، واتخاذ موقف يتَّسم بالموضوعية والرشد من أطروحاتها، يتطلب -ابتداءً- وجود رؤية حضارية مستقلة، وأداة منهجية ذاتية للقراءة والتحليل، وبناءً تقنيّاً متطوراً قادراً على مواكبة تطورات البيئة التواصلية للاجتماع الإنساني والتفاعل معها بإيجابية.

ويفرض هذا الأمر على مختلف المجتمعات ومنها مجتمعات العالم العربي والإسلامي، إعادة النظر في نماذج التحديث السائدة -كـنموذج مجتمع المعرفة-، والانتباه للتحديات والتطورات الحادثة في واقع الاتصال الإنساني ومواكبتها بالقراءة والتقويم، واختبار مناهج وطرق التعامل معها بما يوسع دائرة الوعي بها، والتنبؤ بمآلاتها، والقدرة على التعامل مع انعكاساتها وآثارها المترتبة على حياة المجتمعات والأفراد.

وتقوم المنهجية المقترحة لهذه الدراسة على افتراضٍ أساسيٍّ بأن نموذج مجتمع المعرفة يعود في أصوله التكوينية إلى جذور وجودية "أنطولوجية" ضاربة في العمق، تنتمي إلى مرحلة ما قبل التقنية، وإلى جذور معرفية "إبستمولوجية" تتأثر بالتطور المنهجي للعلم وأدواته، وجذور واقعية "إيكولوجية" تخضع للتفاعل المباشر مع الواقع المحسوس.

ومدار الدراسة كما يشير عنوانها ثلاثة مفاهيم هي: مفهوم الاتصال، ومفهوم التواصل، ومفهوم مجتمع المعرفة. ويُشير الأخير إلى الصلة الاجتماعية المُتزايدَة للمعرفة العلمية، ويعكس - في هذا الخصوص - التفاؤل العظيم الذي ساد أوائل الستينيات من القرن العشرين. وإذا عدنا "دانيال بيل" من أوائل من عرّف بمفهوم مجتمع المعرفة، فإننا تبعاً لذلك نكون قد سلّمنا ضمناً بأن المقصود بمجتمع المعرفة هو المجتمع ما بعد الصناعي. ويشير الأكاديمي البريطاني "ديلانتي" إلى تحليلات (مانويل كاستلز Manuel Castells)^١ الأكثر شمولاً حول مجتمع المعرفة؛ إذ يراه كاستلز "مجتمعاً عالمياً تم اختزاله في حدود قياسات الدولة القطرية". وربما تم تعريف مجتمع المعرفة بوصفه المجتمع الذي تحركه التطورات الجديدة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، أو بأنه نموذج أكثر ديمقراطية من المجتمعات التي تتأسس على إمكانات ديمقراطية. وبعمامة يمكننا القول إنَّ مجتمع المعرفة هو مجتمع تُشكّلُ المعرفة فيه مطلباً أولاً في البناء الاجتماعي، وأنه يمتاز بتبلور طبقة جديدة من المشتغلين بمحالات إنتاج المعرفة ونشرها وتوظيفها، وأنه يهتم بإعطاء قيمة اقتصادية للمعرفة.

وعادة ما يتأثر تحليل ظواهر الاتصال بنوعين من المتغيرات؛ الأول معرفيُّ يتعلق بالتطور العلمي والمنهجي. والثاني فني تقني، يرتبط بالتطورات التكنولوجية. ويلاحظ أن معظم التحليلات التي أجريت على نموذج مجتمع المعرفة ركزت على النوع الثاني من التطورات، في حين أن الرؤية الاتصالية التي يستند إليها النموذج ذات طابع معرفي يجعلها أكثر انتماء إلى النوع الأول.

وقد تواضعت أدبيات البحث الاجتماعي على أن دراسة الظاهرة التواصلية قد مرت خلال تطورها بتحويلات جوهرية تتمثل في مرحلة المجتمع الجماهيري، الذي يعكس حالة التخوّف الأول من أثر وسائل الاتصال على البناء الاجتماعي، لتأتي بعده حقبة تعكس

^١ أستاذ في علم الاتصالات، يشغل كرسي الأستاذية وليس أنبرغ للاتصالات والتكنولوجيا والمجتمع، في مدرسة أنبرغ للاتصالات، التابعة لجامعة جنوب كاليفورنيا، لوس أنجلس، الولايات المتحدة، ومدير مشروع الإنترنت كاتالونيا في جامعة أورتا في كاتالونيا، وبرشلونة، وإسبانيا.

نظريات الاتصال السائدة فيها تحقّق الوعي بتأثيرات الاتصال السلوكية والاجتماعية. وتحتوي هذه نوعين من النظريات؛ الأولى تعبر عن التأثير غير المحدود لوسائل الاتصال، وأخرى مقابلة لها تتحدث عن التأثير المحدود والمشروط للانتقال المُمرّحل للمعلومات. وفي المرحلة الأخيرة - التي تشير إليها الأدبيات الاتصالية في مرحلة انتشار الاتجاهات التحليلية والنقدية - تنتهي المسيرة لمرحلة راهنة تتمثل في نموذج مجتمع المعرفة وانعكاساته الاقتصادية والتقنية الاجتماعية، وهي مرحلة تستقطب باحثي الاتصال على نحو لافت، وإن لم يتحقق إجماع حولها بعد.

ولا شك في أن لتحفظ بعض الاتجاهات العلمية في عالمنا العربي والاسلامي على تأسيس الدراسات الاجتماعية والإنسانية على التجربة الغربية قدرًا من الواجهة، إلا أن الرجوع إلى الحِيثيات التاريخية لتلك التجربة لا يفقد أهميته في مثل دراستنا، ما دام قد ثبت أن "مجتمع المعرفة" - كما هو مُتداول - مشروع غربي المنشأ، وحلقة من حلقات التطور المعرفي للمجتمعات الحديثة في نسختها الغربية. ومن ثم فإن تحديد موقف علمي منه يظل رهناً بأخذنا له في سياقه الموضوعي والتاريخي، وهو ما يلزمنا بالرجوع إلى التجربة التاريخية والمعرفية التي تولّد عنها.

ويزخر رصيد المعرفة الاتصالية الحديثة بمعين غنيّ بالمقاربات وأطر التحليل المتحددة في موضوع عملها، والمتباينة في تركيبها ومدخلها المنهجية. وتعدّ نماذج الاتصال التقليدية هي أول هذه الأطر على مستوى علوم الاتصال،^٢ وهي بالتأكيد سابقة تاريخياً لشيوع مسميات مجتمع المعرفة والمعلومات. ومع بروز (مفهوم عصر المعلومات) على سطح الاهتمام العلمي وازدياد الدراسات في هذا المجال وتكاثفها، برزت محاولات إيجاد معايير

^٢ مع أن نماذج الاتصال الأولى قد وجدت في الأصل لتقدم تفسيرات مدرسية لعملية الاتصال، فحاجت بسيطة في بنائها ووحداً، إلا أن كثيراً منها قد وجد فرصته ليتطور ويأخذ مكانه إطاراً أوسع للتحليل. ومن أمثلة ذلك نموذج هارولد لاسويل الذي أسس من خلال أسئلته الخمسة الشهيرة 5w&h تقليداً في التحليل الاتصالي، يربط شمول التحليل باستيفاء تلك العناصر الخمسة المشار إليها آنفاً وهي: ١. القائمون بالاتصال (المجتمع). ٢. الوسائل المستخدمة (الاتصال). ٣. الرسائل المتبادلة (المعرفة). ٤. البيئة الاتصالية (النظام). ٥. نواتج عملية التواصل (الآثار).

عامة^٣ لتحليل الأبعاد المختلفة لعصر المعلومات. أما مجتمع المعرفة فقد برز إلى الوجود مصحوباً بنوع جديد من التحليلات التي أبرزتها كتابات الرواد^٤ الذين عرّفوا بالمفهوم

^٣ سعى باحثون أمريكيون ويابانيون وأوروبيون لاستخلاص معايير عامة لتحليل عصر المعلومات بمراجعات كثيفة لعدد كبير من دراسات عصر المعلومات، ليتمكنوا من استخلاص خمسة معايير لعصر المعلومات. للمزيد انظر:

- Martin, W. J. *The Information Society*. London: Aslib. The Association for Information Management , 1988 , P.40.

^٤ تتسم تحليلات رواد الفكرة (دانيال بيل وبيتر دروكر ومانويل كاستلز) بكونها مقاربات علمية (أكاديمية في أغلب الأحوال) لكنها تؤدي دوراً رئيسياً في توجيه التفكير حول الموضوع، وتسهم في إعادة توجيه النموذج ومؤسسته؛ إذ كان لدانيال بيل الريادة في مجال التعريف بمجتمع المعرفة، فقد صرح مبكراً أن المجتمع المعاصر الذي نعيشه اليوم يتسم بأنه (عصر المعلومات)، وتنبأ باقتراب سيطرة اقتصاديات المعلومات وهيمنتها على الاقتصاد ومختلف مجريات الحياة المعاصرة. وتعدّ أطروحته من أولى التحليلات الاجتماعية الشاملة للمجتمعات التي تحصل فيها قطاعات إنتاج المعرفة على أهمية حاسمة، فالمعرفة وليس العمل هي معيار التقويم في مجتمع ما بعد الصناعي. وقد ركزت أطروحة "بيل" حول مجتمع المعرفة على وضع قوى العمل المعلوماتي؛ والتدفق المعلوماتي "وبشكل أحص تدفق المعرفة العلمية"؛ والدور المحوري للكمبيوتر في وثورة المعلومات. ومع أن بعض الآراء المتجنبة رأت في تحليلات بيل تعبيراً عن ضعف في الجانب البرهاني، وانشغالاً تكنوقراطياً بالأطر العامة، وولعاً غير مبرر بالحاسبات العملاقة، فإن عمل دانيال بيل "ما زال يعدّ مساهمة رائدة في مجاله" أما مانويل كاستلز: فقد عدّه بعض الباحثين كارل ماركس القرن الحادي والعشرين، بوصفه أهم منظري المجتمع الصناعي الرأسمالي. لقد صاغ كاستلز رؤيته حول مجتمع المعرفة في أطروحة من ثلاثة أجزاء منفصلة؛ يعرض في أولها كتاب المجتمع الشبكي *The Network Society* الملامح الأساسية للمجتمع العالمي الجديد من زاوية بنيته السياسية والاقتصادية والاتصالية. بينما يعرض في الجزء الثاني (قوة الهوية) التي عبرت عن نفسها في مواجهة العولمة، وفي الجزء الأخير (نهاية الألفية) يحلل كاستلز أزمة الدولة الصناعية الجامدة وسقوط الاتحاد السوفيتي وما ترتب عليه من تداعيات سياسية واقتصادية وثقافية، أهمها صعود العالم الرابع، وبروز الرأسمالية المعلوماتية، وتصادم معدلات الفقر. وثالث رواد الفكرة هو بيتر دروكر *Peter Drucker* الذي ساهم كتاباته في انتشار استخدام مفهوم مجتمع المعرفة، وطوّر من خلالها مفهوم (مجتمع المعرفة) بصورة أوسع، فقد اهتم بظاهرة النمو العالمي لاقتصاد المعرفة. ويرى دروكر أن المعرفة لا تسمى (معرفة) إلا إذا كان لها طابع تطبيقي "Knowledge in Action"؛ أي إذا تم استخدامها في المجتمع والاقتصاد، أو في تطوير المعرفة ذاتها. وقد تبه دروكر في وقت مبكر إلى تغيرات قوى العمل وصعود طبقة (عمال المعرفة *knowledge workers*). وفي العقود الختامية لهذا القرن (العشرين) يقول دروكر إن القوة العاملة الصناعية في الولايات المتحدة انكمشت بشكل أسرع من أيّ من البلاد المتطورة الأخرى، في حين نما الإنتاج الصناعي بها أسرع من أيّ من البلاد المتقدمة الأخرى ما عدا اليابان. " للمزيد، انظر:

- يسن، السيد. الهوية في مواجهة العولمة، *صحيفة المصدر الإعلامي الحر*.

<http://www.freemediawatch.org/81-010706/8.htm>

- كاستلز، مانويل. "وسائل الاتصال الجماهيرية الفردية الجديدة"، *صحيفة لوموند ديلوماتيك النسخة*

الإلكترونية، النشرة العربية، أغسطس ٢٠٠٦، على الرابط:

[http://www.mondiploar.com/article412.html?PHPSESSID=2f20e3214aa4b7a5777008a](http://www.mondiploar.com/article412.html?PHPSESSID=2f20e3214aa4b7a5777008a9cc0e905)

9cc0e905

ورؤجوا له، وكان رواد الفكرة ينتمون إلى حقول معرفية مختلفة، وإن اشتركت في انتمائها إلى مساق العلوم الإنسانية والاجتماعية. ولكن عندما تحوّل المفهوم إلى واقع فعلي يستند في بنائه وحقيقته وجوده ومستلزمات التحقق بمطلوباته إلى أسس تكنولوجية، بدت التحليلات القادمة من القطاع التقني تتخذ مكاناً مميزاً، لا في حدود التحليل فحسب بل على مستوى وضع سياسات الاتصال الدولية والمحلية، التي أصبح لشركات الاتصال (متعددة الجنسية) فيها صوت يكاد يكون الأعلى، ويأتي معيار الجاهزية الإلكترونية^٥ واحداً من الأطر القادمة من هذا الأفق.

- Bell, Daniel. *The Coming of Post-industrial Society*. New York: Basic Books, 1999.
- Böhme, Gernot and Stehr, Nico. *The Knowledge Society The Growing Impact of Scientific Knowledge on Social Relations*, Springer, 1986. p 9
- Smeby, Jens-Christian. Professionalism in a knowledge society: The academic drift of professional education in the "new" professions , Centre for the Study of Professions Høgskolen i Oslo ~ Oslo University College Working paper no. 07/2006 www.hio.no/sps,p8
- Drucker, Peter. *The age of Discontinuity*. New York: Horper and Row. 1969. P.269.

^٥ لعل آخر الأطر التحليلية المستخدمة في حدود دراستنا هو معيار الجاهزية الإلكترونية، الذي يتأسس على القول إن كل أمة تحتاج إلى أن تكون جزءاً من عالم رقمي واحد مترابط بالطريقة نفسها التي ترابط بها العالم القلم بالخطوط الحديدية والطرق وأجهزة التلغراف، ولتحقيق ذلك فإن هناك إعداداً مسبقاً ينبغي أن يوفر، والتعبير الفني عن هذه الإعداد المسبق هو الجاهزية الإلكترونية؛ ويعني "جاهزية كيان ما لأن يكون مترابطاً شبكياً، وبهذا المفهوم فإن الجاهزية الإلكترونية يمكن تطبيقها على مؤسسة أو على دولة كاملة. ويقع الجهد هنا على الناحيتين البنوية والمادية. وعلى نطاق أوسع يمكن أخذ الجاهزية الإلكترونية على أنها الجاهزية القومية لتلبية المتطلبات الاستراتيجية والتنمية لاستعمالات وتطبيقات ICT وحرف E الذي يسبق كلمة Readiness (جاهزية) والذي يرمز إلى كلمة Electronic التي تغطي كل نواحي جاهزية ICT وليس تأسس الجاهزية الإلكترونية على الانترنت فقط كما هو الاعتقاد السائد. وهذا ما يقوم به المشروع".

والغرض من الجاهزية الإلكترونية كما ورد في Term Of References الذي أصدرته UNDP و NIC هو تصميم وإدارة تحليل لتقييم الجاهزية الإلكترونية للحكومة، والقطاع الخاص، والتعليم العالي، والتعليم الثانوي والأساسي، وقطاع الأفراد من أجل المساعدة في تحديد الحالة الشاملة للبنات بناء ICT وغير ICT التي تمكّن لأوليات التنمية القومية. ويعدّ تقييم الجاهزية ممارسة تحدف إلى وضع التحديات والفرص بمواجهة استعمالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) بصفة عامة، واستعمال الانترنت على وجه الخصوص. والحالة الراهنة هي تقييم لدرجة الجاهزية للمشاركة في الاقتصاد الرقمي. ولإنجاز تقييم الجاهزية الإلكترونية لبلد ما، يجب دراسة عدة نواحٍ في وقت واحد، وهي على وجه العموم تغطي البنية الأساسية للاتصالات؛ مستويات التعليم، والبيئة الاجتماعية والقدرات البشرية، ومعدلات الدخل، والمناخ الاقتصادي والتجاري، إضافة إلى القوانين والنظم ذات الصلة. وبصفة عامة فإنه يجب طرح الأسئلة الآتية:

ولتحديد الموقف من الأطر السابقة ومدى إمكانية الاستفادة منها، لا بدّ في البدء من تبني إطار نظري متكامل لدراسة البنية الاتصالية للمنظومة؛ إطارٍ متكامل فيه الجوانب التفسيرية والتحليلية، على نحو يمنحه القدرة على تحديد الأبعاد النظرية والفلسفية لهذا الواقع، وما يتعلق منها بالرؤية الحاكمة للنظام، وأبعادها الثقافية والاجتماعية، وما يرتبط بها من قرارات، وأبعادها التطبيقية، وما يتعلق بالآليات المستخدمة في إدارة النظام وتشغيله، وهي المحاور الأكثر حضوراً في المحاولات السابقة لدراسة التطورات الراهنة للنظام الاتصالي الدولي.

يتميز نموذج مجتمع المعرفة بسعة الانتشار على رقعة جغرافية شاسعة؛ إذ تمت مراجعته ونقده من قبل عدد من المجتمعات التي سبقت إلى النظر في النموذج والحكم عليه. وتحتاج المجتمعات الإسلامية لرؤية في مجال الاتصال تحفظ لها خصوصيتها وتميزها عن المجتمعات الأخرى، كما حدث في مجالات الاقتصاد والاجتماع والسياسة؛ لأن البنية النظرية الاتصالية التي تم تطبيقها في عالمنا لم تفلح في الوفاء بالاحتياجات التواصلية لإنسان هذا العالم.

ومع تنامي الاهتمام بالنموذج في بلادنا؛ فما زالت المنطقة العربية تُعدُّ منطقةً ظلّ في خارطة دراسات مجتمع المعرفة، فهي بعيدة عن الجزء النشط من الإطار الحيوي للتفاعل النظري حول موضوعاته، المتمثل في المؤسسة البحثية الغربية بشقيها الأوربي والأمريكي، والآخذ في الانفتاح على الجامعات ومراكز الأبحاث في مختلف دول العالم. ويعزز ذلك ما تعبّر عنه نتائج البحث^٦ والمسح البليوغرافي للموضوع من ندرة في الدراسات التقويمية الشاملة، والتحليلات النظرية الجادة للنموذج في المنطقة العربية والإسلامية؛ إذ يلقي الاهتمام بتحقيق المطالب التقنية والاقتصادية للنموذج وتطبيقاته من الأولوية والاهتمام ما لا يلقاه التقويم العلمي والمنهجي للجهود المبذولة في هذا الاتجاه. وعليه؛ فإن بوسعنا

= هل ينتفع المجتمع بالإمكانات القصوى لـ ICT؟ وهل لدى المجتمع الاستعداد للتحويل إلى مجتمع معرفي؟ وما هي المتطلبات الدنيا لكي يصبح معرفياً؟ وما هي المتطلبات الإضافية الأخرى للارتفاع إلى مستوى أكثر تقدماً؟ وهل ICT هي جزء مكمل للتنمية الاقتصادية الاجتماعية؟ وما الذي يجب فعله لجعلها تسير في هذا الخط؟

^٦ اعتمدنا على البحث النوعي في google scholar, google book.

القول إن غاية ما يسعى له هذا التحليل هو الوصول لآلية منهجية منضبطة، تساعد في قراءة مجتمع المعرفة في ضوء معطيات ومقتضيات الواقع العربي الإسلامي.

يسعى البحث عملياً لتعزيز موقع الوظيفة المعرفية، لتكون ضمن الوظائف الأكثر أهمية وإلحاحاً في سُلّم أولويات التواصل في المجتمعات الإسلامية المعاصرة، تلك التي تنزّل فيها قوله تعالى: ﴿أَمَنْ هُوَ فَنِتْءَانَاءَ اللَّيْلِ سَاجِدًا وَقَائِمًا يَحْذَرُ الْآخِرَةَ وَيَرْجُو رَحْمَةَ رَبِّهِ ۗ قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ ﴿٩﴾ (الزمر: ٩) وقوله تعالى أيضاً: ﴿يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ﴿١١﴾﴾ (المجادلة: ١١). إن ما يمكن أن تقدمه ثورة الاتصال في جانب التواصل المعرفي، يتم من خلال تحليل البنية التواصلية لنماذج التنمية الاجتماعية، وما يجب أن تنعكس به على واقع مؤسسات المعرفة كالجامعات والمدارس والمراكز العلمية والثقافية، التي تعدّ من أهم مؤسسات مجتمع المعرفة؛ وكذلك الإجابة عمّا يثار من تساؤلات منهجية حول الموضوع من قبيل:

ما هو موقع نظرية مجتمع المعرفة في سياق الفكر الاتصالي المعاصر؟ وما ملامح كل من الأطروحة النظرية والرؤية الاتصالية لنموذج مجتمع المعرفة؟ وما هي الأبعاد الاجتماعية والاتصالية لنموذج مجتمع المعرفة؟

ومنهجياً تعتمد الدراسة مدخلاً إبستمولوجياً، فيه مكان لتحليل المفاهيم والأطر النظرية والأصول المعرفية للظواهر. كما استفادت من المنهج الوصفي التحليلي، لما يمتاز به من إفادة في جوانب وصف الواقع الفعلي للظاهرة وتفسيرها، واهتمام بتحديد الظروف والعلاقات التي تجمع بين الوقائع والحقائق. كما يهتم بالتعرف على الاتجاهات والمعتقدات وطرائق نموها وتطورها، وكلها مزايا تحتاجها الدراسة.

وقد جاء تقسيم الدراسة في خمسة محاور؛ تبدأ بمحور مفاهيمي يناقش موضوع الجدل حول مفاهيم الاتصال والتواصل. ويعالج المحور الثاني معنى مجتمع المعرفة ودلالاته في السياقين الغربي والعربي. ويقدم المحور الثالث رؤية تحليلية لنموذج مجتمع المعرفة. وفي المحور الرابع يتم عرض رؤية العالم بوصفها الأداة الأنسب لتحليل الرؤية التواصلية. ويأتي المحور الأخير ليعرض أهم محددات بناء الرؤية الإسلامية للتواصل.

أولاً: جدل الاتصال والتواصل

أ. مفهوم الاتصال:

تبدو اشكالية المفاهيم في هذا العلم أوضح ما تكون حين تثير كلمة اتصال -لشيء في طبيعة استخداماتها- نوعاً من التداخل يصعب تجنبه، وهو المعنى الذي يتأكد عند متابعتنا للجهود المتوالية لمحاولة صياغة تعريف جامع ومانع لمفهوم الاتصال والمفاهيم المرتبطة به. وتكاد إشكالية التعريف تمثل ظاهرة في حد ذاتها في مباحث هذا العلم، لا في صورته العربية فحسب بل حتى في داخل العلم الاتصالي الغربي نفسه. وقد عملنا في دراسات سابقة على تتبع سيرة مفهوم الاتصال في السياقين العربي والغربي عبر استعراض وتحليل أهم وأشهر التعريفات الواردة في كلٍّ، وبيان المضامين الكامنة في تلك التعريفات، وأهم العوامل المؤثرة في بنائها. فكلية اتصال تستخدم في سياقات مختلفة وتتضمن مدلولات متعددة، فهي في صيغة المفرد "Communication" تشير إلى الاتصال بكونه مفهوماً أو نشاطاً أو سلوكاً أو عملية، بينما تشير في صيغة الجمع "Communications" إلى الوسائل الاتصالية.^٧

ويلاحظ أن هناك تداخلاً آخر بين مفهوم الاتصال وتقنيات الاتصال الشخصي والهواتف بأنواعها. فعندما أراد الناقد والفيلسوف الأمريكي بورك "Burke" طبع كتابه المعنون: أطروحات عن الاتصال Treaties on Communication، اضطر في النهاية لتغيير العنوان لتخوُّف الناشر من أن القراء سيرونه دراسة عن الهواتف.^٨

إذا رجعنا إلى جذور الاستخدام اللغوي، فسنتكشف أن مفهوم الاتصال في الثقافة الغربية كان يحمل مضموناً ميتافيزيقياً بارتباطه بمفهوم التخاطر "Telepathy"، الذي يعني تبادل الأفكار دون وسيط.

^٧ مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلى حسين. الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط٤، ٢٠٠٣م، ص٢٥.

^٨ المحنة، فلاح كاظم. علم الاتصال بالجماهير، عمان: مؤسسة الوراق، ط١، ٢٠٠١م، ص٢٢.

وتتشترك الحضارات الشرقية في إضافتها على الاتصال بُعداً داخلياً ومسحة روحية. فالاتصال في التراث الصوفي الإسلامي درجة من درجات الترقّي الروحي في سُلّم الكمال، وهو أمر لا حضور له في معظم التعريفات العربية لمفهوم الاتصال. وليس ذلك لعدم قدرتها على تمثيل روح الفكر الاتصالي الغربي المتأسس على مبادئ العقلنة "Rationalizing" والعلمانية فحسب، بل لفشلها أيضاً في استيعاب التراث (العربي الإسلامي) الذي يحتوي على تحليلات عميقة لجوانب أساسية في عملية الاتصال، مثل الإدراك، واكتساب المعاني، والإقناع، وتغيير الاتجاهات، التي يمكن استقاؤها من أعمال ابن الطفيل وابن رشد والبيروني وابن الصانع وغيرهم.

ويبدو التداخل بين المفاهيم الاتصالية أكثر بروزاً في الدراسات العربية، حين تقدم تلك الدراسات تعريفات متعددة للمفهوم الواحد، لا يكاد يشاكل بعضها بعضاً، فضلاً عن عدم وجود اتفاق على ما بين تلك المفاهيم من علاقات، وما إذا كانت علاقات مترادف أو تباين. ومرجع هذا الاختلاف هو نشوء المفهوم الاتصالي في بيئة معرفية مغايرة من ناحية، وضعف عملية الاستيعاب والتمثّل للعلم الاتصالي ومفاهيمه في البيئة العربية. وربما تعلق الأمر بجدائة نشأة علوم الاتصال حتى في بيئتها الأصلية.

ومن ثمّ واجه المفهوم في الدراسات العربية إشكالات يتعلق بعضها بالترجمة عن اللغة الأصل، التي هي في غالب الأحيان الإنجليزية أو الفرنسية. وسنلاحظ في الفقرات الآتية أن هذه الثنائية في المصدر كان لها دور في تعقيد عملية تسكين المفهوم الاتصالي في الدراسات العربية. ومن ناحية ثانية سنلاحظ أن الممارسات الاتصالية السائدة في المجتمعات العربية، التي لا تحفل بها بحوث الاتصال العربية، تظل غائبة بمفاهيمها عن التداول العلمي، وهو ما يعطي انطباعاً بأن الفضاء المفاهيمي لعلوم الاتصال في الجامعات العربية يعبر عن مضامين الاتصال الغربي أكثر من تعبيره عن واقع الاتصال في المجتمعات العربية نفسها.

وقد هبى لهذه الكلمة "اتصال" أن تعبر من اللاتينية إلى الثقافة العربية المعاصرة عن طريق معبرين رئيسيين؛ هما اللغة الإنجليزية واللغة الفرنسية. والتفريق بين المصدرين مهم، لما

له من انعكاسات لاحقة على شكل الترجمة ومضمونها. ففي المشرق العربي ترجمت كلمة Communication إلى المفردة العربية "اتصال" على اختلاف مجالات الاستخدام، سواء في دائرة علم الاتصال أو العلوم التقنية أو الفلسفة. أما في المغرب العربي فقد تم التفريق بين الاستخدامين؛ فعلى مستوى العلوم التقنية يتم استخدام "اتصال". وبعض من ترجموا الكتابات الإعلامية عن الفرنسية استخدموا كلمة "اتصال". أما في نطاق الدراسات الفلسفية وغالب الدراسات الإعلامية وبقية العلوم الإنسانية فظل التفضيل لاستخدام كلمة "تواصل".

ويمكن وصف المحاولات العربية لتعريف الاتصال بأنها تصدر عن قراءة سكونية للمفهوم؛ إذ تنظر إلى مفهوم الاتصال من موضعه "الإبستمولوجي" الذي اتخذ بعد عزله من سياقه الاجتماعي. وهي قراءة سكونية، لأنها عاجزة عن ربط المفهوم "الإبستمولوجي" الفوقي بجذوره الاجتماعية الدنيا، وتقدمه في إطار القوانين الداخلية لعملية الإنجاز الفكري، وطبيعة القوانين العامة التي تحكم حركة الواقع الاجتماعي.^٩ وظلّت هذه القراءة العربية للمفهوم تؤكد عجزها عن صياغة تعريفات مستقلة، قادرة على التعبير عن واقع الظاهرة الاتصالية في المجتمعات العربية.

إن الفصام القائم في العقل الأكاديمي العربي بين الأطار النظري لعمله، وما تمت صياغته غربياً، والواقع الاجتماعي المعيش الذي يفترض أنه يمثل المحيط الموضوعي لعمله، له دور كبير في إضعاف مستوى الأصالة في الطروحات العربية والإسلامية. وهي مشكلة بنيوية ترتبط بتكوين الباحث نفسه أكثر من ارتباطها بعملية التعريف في حد ذاتها.

ومما تجدر ملاحظته أن حقل الإعلام والاتصال يحظى بما يشبه الإجماع على أهميته ووظائفه. إلا أنه لم يحقق حتى الآن إجماعاً على تحديد مفاهيمه وأطره النظرية، وهناك اتجاه لتعريفه قياساً على تطبيقاته واستخداماته أكثر منها ارتباطاً بالجوانب النظرية التي تسمح لنا بنقد هذه الاستخدامات وتقييمها.

^٩ انظر: أبو شوكة، أحمد إبراهيم. "موت مؤرخ: محمد سعيد القدال"، صحيفة الأحداث، عدد ٩٨، بتاريخ ٢٠٠٨/١/١٠ م.

وتبعاً لما سبق يمكن تعريف الاتصال بأنه:

وصفٌ لعلاقة قائمة على نوع من الاستعداد الذهني بين شخص أو أكثر، يسمح بتحقيق قدر من الاشتراك والتبادل والنقل للمدركات والمواقف الشعورية أو الصور الذهنية، باستخدام الحواس وامتداداتها التقنية من الوسائل الاتصالية المختلفة.

ويشمل الاستعداد الذهني: وجود إطار دلالي مشترك، أو إطار من الخبرة المشتركة بين أطراف العملية الاتصالية. واستخدام مهارات الاتصال الأساسية والمكتسبة (السمع والكلام - القراءة والكتابة) ونحوها.

ونعني بالاشتراك: إيجاد أو التحقق من مستوى المعرفة المشتركة بين أطراف العملية.

أما التبادل، فنعني به: الانتقال المتبادل للمعرفة بين أطراف العملية.

ويشير النقل إلى انتقال المعرفة من طرف لآخر بقصد الإخبار والإعلام أو التعليم والتدريب.

ب. مفهوم التواصل:

يقصد بالتواصل: "السلوك الاتصالي الموجب بين أطراف العملية الاتصالية، الناتج عن تحقق القدر الضروري من الثقة والفهم المشترك. ويكون التواصل بهذا المعنى هدفاً رئيسياً من أهداف العملية الاتصالية". ونحاول هنا تقديم تحليل معرفي لهذا المفهوم على نحو يضعه في سياقه، في الوقت الذي يجد فيه الأفراد أنفسهم في بيئة جديدة ليست لهم بها خبرة أو علاقات سابقة، فتبدو الحاجة إلى الاتصال واضحة بأبعادها النفسية والاجتماعية؛ إذ إن الشعور بالعزلة والاعتراب يزيد من الوعي بتلك الحاجة التي تأتي كغيرها من الحاجات الإنسانية مصحوبة بقدر من التوتر النفسي، الذي يزول بزوال المؤثر وتحقيق إشباع تلك الحاجة.

وقد يكون التواصل مشتركاً في بعض دلالاته مع التقبل الاجتماعي، والتعارف، والتفاهم. وجميعها تؤدي إلى إشاعة نوع من الطمأنينة والألفة بين أطراف عملية الاتصال.

والمؤثر المقصود هنا هو وعينا بوجود آخرين (زملاء، جيران، أقران)، وحالة الإشباع المستهدفة التي يُنهي الوصول إليها التوتر، هي حالة التواصل الوجداني -الاجتماعي- الإنساني.

إننا طوال ممارستنا ومشاركتنا في عمليات الاتصال المختلفة، نسعى للتحقق من أننا قد وصلنا أو اقتربنا من حالة التواصل. والمُفْتَرَضُ هنا أن حالة التواصل هي غاية العملية الاتصالية، وأنها الهدف الذي يتبعه من يندفعون إلى المشاركة في النشاط الاتصالي الإنساني في الأحوال العادية، ومن ثم فإنه فور بلوغ حالة التواصل بين أطراف العملية الاتصالية يتحقق الاستقرار، ويتهيأ ظرف أكثر إيجابية لإنجاح عملية الاتصال.

ومن هنا يظهر وجه آخر من وجوه الاختلاف بين الإعلام والاتصال. فعملية الإعلام تنتهي حال تغيير الحالة المعرفية للطرف المراد إعلامه أو تزويده بمعلومة ما، أما الاتصال فهو عملية مستمرة، تسعى باتجاه بناء علاقة (معرفية، اجتماعية، وجدانية) بين طرفين أو أكثر، تكون المعلومة فيه أداة أو عاملاً مساعداً. فعلم الإعلام يهتم بدراسة أنماط معينة للاتصال. ويساعدنا النظر في المداخلات الأحدث على المستوى الفلسفي في بيان جوهرية الإشكال المفاهيمي في هذه العلوم، وذلك إذا قرنا بين موقف كل من الفرنسي (ريجيس دوبرييه) والألماني (يورجن هابرماس) في التفضيل بين مفردتي الاتصال والإعلام. فقد اختار الأول أن يسمى كتابه "علم الإعلام العام"، في حين اختار الفيلسوف الألماني هابرماس مفهوم "الفعل التواصلية".

والاتصال بطبيعته يُعدُّ المقدمة الضرورية لحصول التواصل. ولتحقيق ذلك فمن الضروري أن يكون الاتصال نشاطاً قاصداً منذ البداية لتحقيق التواصل، أما إذا ظللنا نتعامل مع الاتصال بوصفه أداة تحكمية لتغيير الاتجاهات، ووسيلة لتنميط الرأي العام، فإننا بذلك نكون قد عملنا على توسيع الشقة ووضع العراويل في المسافة القائمة بينا وبين تحقيق التواصل المنشود.

وإذا عدنا إلى الواقع ونظرنا في مفارقة ضعف التواصل مع ضخامة البنية التقنية للاتصال؛ أعني ذلك الواقع الذي التفت إليه عدد من علماء الاتصال والإعلام وخبرائه،

الذين تحوي أعمالهم تعبيرات بليغة في وصف الحالة، منها (وسائل الاتصال التي تركز العزلة) وعبارة (اتصال بلا تواصل)، التي انطلق منها البحث، تبين لنا مقدار التشابه والاختلاف بين مفهومي الاتصال والتواصل، وانتهى بنا إلى ما نحن فيه الآن.

وفي البحوث الاستطلاعية حول المفهوم في سياقاته اللغوية والاجتماعية، تظهر القرائن التي تربط المفهوم بأبعاد روحية ميتافيزيقية. وإجمالاً لما سبق فإن الملاحظة تحيل إلى أن ثمة عوامل كان لها دور بارز في خلق نوع من الضبابية على الفضاء المفاهيمي لعلوم الاتصال بعامة، من أهمها:

- الحدائة النسبية لظهور الاتصال على أنه علم قائم بذاته.
- شدة التداخل بين مباحث علم الاتصال والعلوم الأخرى.
- تسارع وتيرة التطور في مجال تقنيات الاتصال المعاصرة ونظمها.
- ومن أبرز العوامل التي أسهمت في تكريس هذا الوضع في البيئات العربية:
- نشوء هذا العلم في بيئة معرفية مغايرة (بيئة العلم الغربي).
- الاختلاف في لغة مصدر المعرفة العلمية الاتصالية بين اللغة الإنجليزية واللغة الفرنسية.
- الاعتماد على جهود الأفراد في ترجمة المصطلحات والكتب المرجعية في مجال الاتصال.

ويتوقع -مع تزايد الاهتمام بالحقل الاتصالي واتساع دائرة المشتغلين به، ودأب باحثيه ومؤسساته العلمية على تأكيد شخصيته بوصفه علماً قائماً بذاته- أن تتجه بنيتة المفاهيمية وقاموسه الاصطلاحي لاكتساب ملامح أوضح.

وتتمثل أبرز الإشكالات الناتجة عن هذا الوضع، في العجز الذي تبديه دراسات وبحوث الاتصال المعاصرة حيال الواقع العربي الإسلامي، وضعف قدرتها على العمل بذات الفعالية التي عملت بها في بيئاتها الأصلية. وقد اكتفينا في هذا الجزء -أثناء محاولتنا

إعادة قراءة المفهوم الاتصالي - بالنظر في المفاهيم المشتركة والأساسية لدراسة الظاهرة الاتصالية، واستبعدنا بوعي، المفاهيم ذات الارتباط بنظام الاتصال الإسلامي (مثل مفهوم الدعوة والاستجابة...) وفق منهجية في التحليل، تجمع بين مناهج التحليل اللغوي والتحليل الإستمولوجي لمفاهيم الاتصال. وللوقوف على العلة الكامنة وراء هذا الوضع، لا بدّ من النظر في المكونات الأساسية للبنى النظرية لتلك العلوم، وهو ما سيحملنا على استصحاب الرؤية النظرية الإسلامية للاتصال إذا صح التعبير (أو رؤية علوم الاتصال في البيئات الإسلامية)، وهي رؤية لا تزال في طور التشكّل، ومحاولات التعبير عن ذاتها.

ثانياً: في معنى مجتمع المعرفة

كان من النتائج المعروفة للثورة الصناعية في القرن التاسع عشر تغيير السلع الاستراتيجية وقوى الإنتاج وعلاقات الإنتاج. فقبل الثورة الصناعية كانت السلعة الاستراتيجية هي المنتجات الزراعية؛ إذ لم يكن هناك صناعة كبيرة في ذلك الوقت، وكانت قوى الإنتاج الرئيسية هي المزارعين، وكانت علاقات الإنتاج هي العلاقات الاستبدادية، فلم يكن للمزارعين حرية اختيار من يعملون له في أغلب الأحيان، وكثيراً ما نقرأ عن بيع مقاطعة ما بأرضها وزرعها وما عليها من مزارعين ودواب. وتمثلت الثورة الصناعية في تغيير أسس الإنتاج الثلاثة؛ فتغيرت السلعة الاستراتيجية من المنتجات الزراعية إلى المنتجات الصناعية، وتحوّلت قوى الإنتاج الرئيسية من مزارعين إلى عمال صناعيين، وتحوّلت علاقات الإنتاج من علاقات استبدادية إلى علاقات يختار فيها العامل صاحب العمل، وأصبح لقوى الإنتاج الحق النظري في الانتقال من مكان لمكان، وأن تتفاوض من خلال نقاباتها مع أصحاب العمل، للحصول على شروط عمل أفضل، وظهرت فكرة ساعات العمل المحددة.

وما يحدث الآن هو بالتحديد تكرار لما حدث في القرن التاسع عشر. فقد تغيرت السلعة الاستراتيجية من المنتجات المصنعة إلى المعلومة. ويتحدث (نيف) بالتفصيل عن

مجتمع المعرفة الحالي في الولايات المتحدة. ضارباً المثل بالشركات الأمريكية الجديدة كشركة جوجل Google وغيرها، التي لا تنتج أي بضاعة مصنعة، ولكنها تحقق أرباحاً خيالية، لدرجة أن أسهم هذه الشركة التي طرحت أول مرة منذ عام ونصف بسعر ٨٥ دولاراً أمريكياً، قد قفز بعد سنة واحدة إلى أربعمئة دولار للسهم الواحد. ومن مظاهر التحول الاقتصادي الحالي ظهور قطاع ضخيم من الشركات التي تنتج برمجيات حاسوبية متقدمة. والملاحظة المهمة التي يرصدها نيف (١٩٩٨) وغيره، هو تحول الهيكل العام للاقتصاد الأمريكي من قطاع التصنيع الذي كان يمثل حوالي ٥٠% من الإنتاج الكلي إلى ٢٠% فقط، بينما زاد قطاع الخدمات زيادة كبيرة. وكان أن تغيرت السلعة الاستراتيجية وأصبحت المعلومة؛ فقد تغيرت قوى الإنتاج الرئيسية في المجتمع الأمريكي الحالي إلى ما يسمى عمّال المعرفة. وعمّال المعرفة هم أفراد على أعلى مستوى من العلم والتدريب، وعلى درجة عالية من الذكاء، وأصحاب قدرة فذة على الابتكار. وتتنافس الشركات الأمريكية في إغراء هؤلاء العمّال للعمل بها، وتمنحهم مرتبات خيالية، بالإضافة إلى أسهم شبه مجانية في الشركات، حتى يعملوا بها كما لو كانت شركتهم الخاصة. هذه هي قوى الإنتاج في الثورة المعلوماتية، فعلاقات الإنتاج أصبحت علاقات شبه مشاركة في الرأسمال. أما الشركات الصناعية التي تنتج المنتجات الصناعية فيتم تصديرها إلى الخارج للاستفادة من رخص العمالة، والقرب من الأسواق العالمية.^{١٠}

وإذا اعتمدنا الرأي القائل إن "دانيال بيل" هو أول من عرّف بمجتمع المعرفة، فإننا تبعاً لذلك نكون قد سلّمنا ضمناً بأن المقصود بمجتمع المعرفة هو المجتمع ما بعد الصناعي.

^{١٠} المعلومات أوسع، انظر:

- فرغلي، علي. "الهوية العربية وازدواجية اللغة في عصر المعلومات"، مجلة الفكر العربي: مجلة الإنماء العربي للعلوم الإنسانية، بيروت، العدد السادس والتسعون، ربيع ١٩٩٩م.

- Neef, Dale. Ed. *The Knowledge Economy*, Boston, Massachusetts: Butterworth-Heinemann, 1988.

- Neef, Dale. *A Little Knowledge is a Dangerous Thing*. Boston, Massachusetts, Butterworth-Heinemann, 1999.

إلا أن الأكاديمي البريطاني "ديلانتي" يرشدنا إلى "ماتويل كاستيلز" صاحب أكثر التحليلات شمولاً في رأي ديلانتي، الذي يرى أن مجتمع المعرفة هو مجتمع عالمي تم اختزاله في حدود قياسات الدولة القطرية.

وربما تمّ تعريف مجتمع المعرفة بوصفه المجتمع الذي تحركه التطورات الجديدة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات. أو بأنه نموذج أكثر ديمقراطية من المجتمعات التي تتأسس على إمكانات ديمقراطية.

وبعامة يمكننا القول إن مجتمع المعرفة هو مجتمع:

١. تُشكّل المعرفة فيه مطلباً أولاً في البناء الاجتماعي.
٢. يتّسم بتبلور طبقة جديدة من المشتغلين بمجالات إنتاج المعرفة ونشرها وتوظيفها.
٣. من سماته أنه يهتم بإعطاء قيمة اقتصادية للمعرفة.

ومما ينبغي التنبّه له في هذا المقام أن مفاهيم مثل: مجتمع المعلومات، ومجتمع الشبكة، ومجتمع الحكمة، قد يتم استخدامها على أنها مرادفات لمفهوم مجتمع المعرفة. وقد تستخدم بوصفها تشير إلى قطاعات عاملة في البنية الكلية لمجتمع المعرفة. ومع انعقاد ثلاثة ملتقيات للقمة الدولية لمجتمع المعلومات، تهتم أساساً بالجوانب المتعلقة بإدارة شبكة المعلومات الدولية، إلا أن ما يبدو واضحاً أن مجتمع المعرفة على حدّ ذاته يبدو أكثر شمولاً واستقراراً وتعمقاً، لأنه يجمع بين المضمون الاقتصادي والتقني والمعلوماتي بمستوى متقارب.

يعرّف تقرير التنمية البشرية المعرفة بأنها: "حجم البيانات والمعلومات والخبرات والإرشادات التي يكتسبها الفرد في مراحل مختلفة من الزمان، وترسخ في الأذهان، ويتم استخدامها للخروج بمعلومة جديدة علمية أو تطبيقية، ويمكن أن تؤدي إلى منتج جديد سلعي أو خدمي، بما يحقق معه التنمية المستدامة."^{١١}

^{١١} عبد الونيس، أحمد، وأيوب، مدحت. اقتصاد المعرفة، القاهرة: مركز دراسات وبحوث الدول النامية كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦ م، ص ٥٤.

ثالثاً: الرؤية التحليلية لنموذج مجتمع المعرفة:

تتكون الرؤية التواصلية لدى أي جماعة بشرية من مجموعة الروابط المشكّلة للعلاقة بين الرؤية الحضارية والممارسة الإعلامية والسلوك الاتصالي للوحدات المكوّنة لتلك الجماعة، ممثلة في أفرادها أو مؤسساتها الإعلامية والاجتماعية والثقافية، أو حتى منظومتها السياسية وأنظمتها الاقتصادية. وإذا علمنا أن مجتمع المعرفة يقصد به ذلك النمط من الاجتماع الدولي الذي أفرزته ثورة المعلومات والاتصال، فيلزمنا ابتداءً أن نتحقق من طبيعة الرؤية الاتصالية في مجتمع المعرفة؛ تلك الرؤية التي يبدو من خلال الاستقراء العام لأدبيات مجتمع المعرفة/ المعلومات/ العولمة أنها قد تطورت، تأسيساً على قناعات تعززها الحتمية الإلكترونية التي أكسبتها نبوءات (ماكلوهان) حول المعرفة الإلكترونية قوةً كاريزمية، ولكن الحقيقة العلمية لا تعزز هذا الإيمان بالتكنولوجيا. إنَّ تقلص المسافات لم يقرب نفسياً بين الشعوب بل زاد في إبراز الفوارق وتعزيز العزلة.

الإدماج والاندماج في مجتمع المعرفة:

إذن؛ ما السبيل الأمثل إلى إدماج مجتمعنا بالمجتمع العالمي القائم؟ وكيف سنقرأ أطروحة (مجتمع المعرفة) في مثل مجتمعاتنا العربية بكل ما نعرفه من خصائصها؟ وما هي المداخل التي سنعتمدها لتحديد موقفنا منها؟

تتوقف الإجابة ابتداءً على نوع ما نحمله من تصور تجاه انتمائنا للمجتمع الإنساني القائم، وموقفنا من النُظم الحاكمة لجوانبه المختلفة. لا شك في أن دراسة نموذج مجتمع المعرفة يمكن أن تعطي مؤشرات مفيدة باتجاه الإجابة عن تلك التساؤلات، بوصفه إحدى الأطروحات المقدمة لتحفيز حركة الإدماج بين مجتمعات التخوم أو مجتمعات الهوامش، كما تسميها بعض الدراسات.

سيظل حديثنا عن عملية الإدماج محكوماً بالصيغة التي ورد بها السؤال، ولكننا نود قبل ذلك تأكيد اعتبارات عدّة تجب مراعاتها والانتباه إليها، وهي:

١. الاعتبار الأول: ارتباط مفهوم مجتمع المعرفة بالسياق الغربي (الرأسمالي) الذي يصدر عنه، والذي يبرز فيه النموذج بوصفه مرحلة من مراحل تطور المجتمع الصناعي الغربي.

٢. الاعتبار الثاني: مراعاة التباين في الأفق الحضاري الذي يتغني هذا النمط الاجتماعي الجديد التمديد من خلاله.

٣. الاعتبار الثالث: الارتباط العضوي بين "مجتمع المعرفة" بوصفه مفهوماً نظرياً، وظاهرة العولمة على أنها حالة آخذة في الصيرورة على مستوى الواقع الإنساني.

٤. الاعتبار الرابع: الانتباه إلى أن الرغبة في الانضواء إلى منظومة مجتمع المعرفة قد تظهر - في غالب الأحوال - كأنها نابعة من إرادة ذاتية للدول والمجتمعات الأقل نمواً. وربما ساعدنا ذلك في اكتشاف الاقترابات الأنسب لمعالجة المفهوم والوصول إلى موقف أرشد تجاهه.

رابعاً: رؤية العالم أداة للتحليل

كانت أولى الشكاوى من عدم التوازن في التدفق المعلوماتي والدعوة لقيام نظام إعلامي عالمي جديد، شكاوى مؤسسية، تولدت داخل المؤسسات الرسمية والمنظمات الدولية للنظام المتمركز. أما اليوم فقد أصبحت إجراءات الاتصال مع الآخر الدولي (الشريك الاقتصادي والعميل والصديق الإلكتروني والرفيق الافتراضي) عملاً يومياً للمواطن العالمي، وحاجة ملحة للشركات ومؤسسات الأعمال. ومع ما تحقق من تقدم في صياغة المواثيق المؤكدة على حق الاتصال والحقوق المرتبطة به من حقوق النفاذ إلى مصادر المعلومات العامة، والحق في التدريب على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والإعلام، إلا أن الأصوات الشاكية من انتهاك الخصوصية الثقافية والتوظيف الدعائي لمقدّرات الاتصال الدولي، ومحاولة التأثير على القناعات، وممارسات الابتزاز الرقمي التي تمارسها بعض الجهات، والهيمنة الإلكترونية التي تستهدفها دول وشركات ومؤسسات متعددة الجنسية، وغير ذلك من مشكلات الاتصال ما زالت أصواتاً عالية،

وتساؤلات مثل ما أطلقه المفكر الكبير "تيري إيجلتون": "كيف يمكن لثقافة أن تُعوِّم ذاتها دون أن تختفي؟"^{١٢} ما زالت تجد لها وجاهة في ظل محاولات تعميم النموذج. ويولّد مثل هذا الاستفهام اهتماماً جديداً في دراسات الاتصال، يتعلق بمرحلة ما قبل المنهج؛ مرحلة بناء التصورات ورسم الرؤى الكلية، متجسداً في مفهوم "رؤية العالم". وهو العنصر الغائب في جل الأطر التحليلية المشار إليها سابقاً.

يرى أصحاب تقرير (لجنة إدارة شؤون المجتمع العالمي) أن الانفتاح من خلال وسائل الإعلام على الثقافات وأنماط الحياة الأجنبية "يمكن أن يمثل عامل تحفيز وعامل زعزعة للاستقرار في آن واحد؛ إذ يمكن أن يثير كلاً من التقدير والحسد. ولا يتعلق القلق بأن تؤدي سيطرة وسائل الإعلام عبر الوطنية إلى تجانس ثقافي. وربما إلى تدمير الثقافات الأصلية، في البلدان غير الغربية وحدها، فكثير من الناس يشعرون بالقلق من أن تؤدي الصور المنقولة بوسائل الإعلام إلى تقوية الروح الاستهلاكية في المجتمعات خلال المراحل الأولى للتنمية فيها. وتثور تساؤلات بشأن التشوهات والاختلالات الناجمة عن "تصفية" الأنباء العالمية أساساً من خلال مرشحات غربية. ويثور أيضاً شعور بالاستياء؛ لأن تدفقات المعلومات من العالم النامي وداخله ليست كافية. ويأتي الخوف كذلك من تركّز ملكية وسائل الإعلام مقرونًا بالقلق من أن قوة هذا القطاع في تشكيل برنامج العمل السياسي قد لا يتوافق معها شعور بالمسؤولية. وأدّت أوجه القلق المتنوعة هذه إلى طرح اقتراح بأن يحاول المجتمع المدني بنفسه أن يوفر قدرًا من خدمة البث العامة العالمية، التي لا ترتبط بالمصالح التجارية.^{١٣} وهو ما أسهم في خلق جو من التأزم والتوتر خلال فترة الحرب الباردة، وإن كانت المحاولات الأخيرة لتنظيم حركة الاتصال الدولي اتسمت بالهدوء النسبي. ومثّل السعي إلى استخدام تقنيات الاتصال الجديدة وتوسيع نطاقات انتشارها حركة إيجابية بين محوري الشمال والجنوب، وربما قللت الفجوة الرقمية القائمة بين المحورين من حدة التخوُّف الغربي من أن تستخدم دول التخوم هذه التقنية فيما يعكّر صوف استقرارها، ولكن هذا لم يمنع بدوره من ظهور أصوات بين الحين والآخر تؤكد تداعي

^{١٢} إيجلتون، تيري. *فكرة الثقافة*، ترجمة: شوقي جلال، المشروع القومي للترجمة، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، ٢٠٠٥م، ص ٩٨.

^{١٣} لجنة إدارة شؤون المجتمع العالمي. *جيران في عالم واحد*، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٩٥م، سلسلة عالم المعرفة، عدد ٢٠١، ص ٤٣-٤٤.

الآثار الخطيرة للتفاوت التكنولوجي بين المجتمعات الإنسانية، يمكن أن تكون له آثار كارثية على البنى الثقافية والقيمية لدى كثير من المجتمعات.

إن المفترض في الطرح الدولي المتضمن في نموذج مجتمع المعرفة والمنبعث من عدد من المنابر الدولية والإقليمية أن يعبر عن مجمل الاحتياجات الاتصالية لمجموع الدول والأقاليم والثقافات المكونة للمنظومة، كما يتصور أن الاهتمام بإنفاذ مقررات الملتقيات الدولية المؤسّسة للمنظومة سيتم على نحو متساوٍ بين تلك الدول دون تمييز. وبما أن ذلك لم يحدث في الفترة السابقة فإن السبيل الوحيد إلى إنفاذه هو تصفية الأوضاع التي يمكن أن يكون في استمرارها تعزيز لمظاهر التحيز المختلفة.

ولكن ما يقابل الناظر في أحوال الاتصال الدولي من أوضاع لا يتفق مع مثالية الطرح الذي تعرضه مقولات نموذج مجتمع المعرفة. ومع أنه قد حدث توسع هائل في المدى الذي تصل إليه بعض وسائل الاتصال، تظل هناك أوجه اختلال خطيرة فيما يتعلق بفرص الوصول إلى المعلومات، وفي توزيع التكنولوجيات الأساسية.^{١٤}

ويسفر إغفال بُعد الرؤية الاتصالية عن حالتين، تعبّران عن طرق التعامل مع المنظومة، هي حالة التمركز أو المركزية التي تمثلها الدول الكبرى (الغربية)، وحالة الاغتراب الحضاري والتهميش التي تعيشها دول الجنوب. إن الشعور بالانعزالية وعدم القدرة على المشاركة والتواصل الذي تعيشه مجتمعات الأطراف، هو وضع يمكن أن يولّد في مقبلات الأيام أزمات يصعب التنبؤ بها. كما أن الحاجة إلى الاتصال، التي قد تكون فيما يتعلق بالأفراد حاجة تحسينية تتحرك باتجاه الضروري كلما تزايد حجم الجماعة. وتزداد تأكيداً في حالة المجتمع الكوني الذي زادت فيه حالة الضرورة الاتصالية مع اطراد التطور في تقنيات الاتصال.

مظاهر التمركز في بنية النموذج:

لقد برزت فكرة المركزية تاريخياً وفعلياً لتأكيد أهمية التمييز بين بعض البشر وبعضهم الآخر، لأغراض لم تكن عادة لتثير الإعجاب. وحين يستخدم المرء تعبيرات مثل شرقي

^{١٤} المرجع السابق، ص ٤٤.

وغربي لتمثّل نقاطَ بداية ونهاية للتحليل والبحث والسياسة، فإن النتيجة عادة هي استقطاب التمييز وتعميقه؛ إذ يصبح الشرقي أكثر شرقية، والغربي أكثر غربية.^{١٥} إنهما تعبير عن نوع من الإعلاء غير المبرر للذات والتمركز حول الأنا المضخمة، ويقابلها تهميش كامل للآخر. إن هذا التحيز الجلي للمركزية الغربية في النماذج التنموية والعلوم الإنسانية الغربية يُفقد محاولات الإنسان الغربي عولمة تلك النماذج والنظريات مشروعيتها ومنطقيتها في الوقت ذاته. وإضافة إلى ما سبقت الإشارة له تبرز معالم التمركز الغربي بوضوح في ظاهرة مهمة، هي ظاهرة التمركز اللغوي.

أ. التمركز اللغوي: تمثل حصة الشعوب المتحدثة بالإنجليزية ٦٠% من بين إجمالي مستخدمي الإنترنت. ومع أنّ حصة الشعوب الأخرى مرشحة للزيادة التدريجية خلال السنوات المقبلة، فإنّ ذلك لن يتعارض مع سيادة الصبغة الإنجليزية للشبكة التي تركزت طوال السنوات الماضية.^{١٦} يعلي التمركز اللغوي من شأن اللغة الإنجليزية على حساب اللغات الأخرى في مجالات تقنيات المعرفة بشقيها البرمجي والاعتادي. وبالنسبة للشعوب التي لا تعدّ الإنجليزية لغتها الأم، فإنّ تنقذ اللغة الإنجليزية وعدد قليل من اللغات اللاتينية الأخرى في عالم البرمجيات وتطبيقات الإنترنت، يترك أثره في كبح جماحها عن التعامل مع الشبكة الدولية والاستفادة من معطيات التقنية الاتصالية على النحو الأقصى. ومن مظاهر التحيز والتمركز الغربي سيادة القيم الاتصالية الغربية، فهناك انتقاد مقدّم مفاده أن القيم الحاكمة على حركة المعلومة ونشرها قد صيغت هي الأخرى على نحو يعلي من القيم الاتصالية الغربية، التي تصنف على أنّها قيم منحازة في الأساس الذي تشكّلت به؛ لأنها تعبّر عن حاجات ثقافية وأيدلوجية غربية، ومن ثمّ تفتقر إلى المعيارية التي ينبغي أن تكون سمة لأي نسق قيمي.^{١٧}

^{١٥} سعيد، إدوارد. الاستشراق: المعرفة، السلطة، الإنشاء، ترجمة: كمال أبو ديب، بيروت: مؤسسة الأبحاث العربية، ط ٤، ١٩٩٥م، ص ٧٦.

^{١٦} شاكر، حسام. المشكلات الثقافية فاقمت الفجوة التقنية بين الشمال والجنوب، رابط المقال:

- <http://www.onislam.net/arabic/madarik/culture-ideas/97776-2000-11-04%2000-00-00.html>

^{١٧} ولنا هنا أن نتخذ ثلاثة نماذج للتحيز في صياغة القيم الحاكمة للنشاط الاتصالي: الأصولية والإرهاب وحقوق الإنسان.

ب. الاغتراب الحضاري: تعيش بعض الأنساق الحضارية المقحمة في المنظومة حالة من الاغتراب الحضاري تجاه النموذج الحضاري الذي يعمل النظام على تعميمه؛ إذ ترتبط هيكله النظام الاتصالي الدولي بظاهرة الاغتراب الحضاري على نحو عضوي، حيث نجد ارتباطاً إيجابياً بين مقدار ما يوقره النظام من قابلية للتنوّع، وما يتيح من تعددية في التمثيل، وبمقدار ما يراعيه من تكامل في الرؤية بين الخيارات الحضارية المختلفة. وقد أشار تقرير (شون ماكبرايد) منذ سبعينات القرن الماضي إلى سمتين تشوبان حركة التدفق الإعلامي من الشمال للجنوب هما: تحريف المضمون والاغتراب الثقافي.^{١٨}

خامساً: محددات بناء الرؤية الإسلامية للتواصل

لمعالجة ما سبق عرضه من إشكالات متعلقة بواقع التواصل الإنساني، لا بدّ من وضع محددات منهجية لبناء الرؤية التواصلية القادرة على تحقيق الاستيعاب المنهجي المتجاوز لسلبيات واقع الفكر الاتصالي السائد. وقبل ذلك وأثناءه فإن التواصلية الإسلامية مطالبة بجملة من الإجراءات المنهجية، أهمها:

١. استيعاب المعرفة التواصلية المعاصرة:

تمثل ظاهرة التسليم المطلق بنواتج علم الاتصال الغربي، والأمريكي منه على وجه الخصوص أحد أشكال التبعية التي قعدت بحركة البحث العلمي في الجامعات العربية والإسلامية. إن هذا النوع من القبول المطلق بنظريات الاتصال الغربية دون إخضاعها للمراجعة النقدية والتقويم المنهجي، والتأكد من قابليتها للتعميم النظري، والتوسّع في التفسير إلى نطاقات تتجاوز أطرها الميدانية، هو ما نددت به بعض الأصوات العربية وهي تدعو لمراجعة عامة للتراث الغربي في هذا المجال، "وخصوصاً الكتابات الأمريكية في

^{١٨} ماكبرايد، شون وآخرون. أصوات متعددة وعالم واحد، الجزائر: المؤسسة الوطنية للنشر والتوزيع واليونيسكو، ١٩٨١م، ص ٣٣٢-٣٤٨.

الإعلام والتنمية، وذلك بسبب تأثيرها الحاسم على صنّاع القرار السياسي والثقافي والإعلامي في معظم دول العالم الثالث.^{١٩}

وموقف الرفض لنتائج العلم الغربي دون إخضاع ظاهرة التخلف في هذه المجالات لدراسة شاملة، والتأكد ما إذا كانت الأسباب المنهجية المذكورة هي أصل العلة بالفعل، يظل موقفاً وسيطاً إزاء الوضع السابق. هذا مع الإقرار بأن واقع العلم الاتصالي المعاصر منفتح وقابلٌ لتلقي واستيعاب رؤية اتصالية مغايرة. الإقرار الذي يؤسس لموقف أكثر إيجابية؛ إذ ليس هناك -على الأقل- موقف ثالث سوى العكوفية والانكفاء على التجربة الذاتية، التي سلّمنا بتواضعها ابتداءً. فهذه الجدلية والتحاذب من الصعوبة بحيث تتدخل فيها المقدمة بالنتيجة، فتزيد من التعقيدات التي تكتنف حركة البحث الاتصالي في مجتمعاتنا العربية والإسلامية.

٢. الوعي المنهجي بالفضاء المفاهيمي للاتصال المعاصر:

ذكرنا فيما سبق أن المقاربات النظرية لظاهرة الاتصال تصالحت في ثلاثة إشكال أساسية على النماذج والنظم والنظريات. ومع أن هذه الصيغ والأشكال التنظيرية موجودة في كثير من العلوم الاجتماعية والإنسانية، فإن التباين بين النموذج والنظرية والنظام يُعدّ أمراً بديهياً هناك. فالنموذج التفسيري في الاقتصاد ليس هو النظرية الاقتصادية، ولا هو النظام المعرفي أو (البراداييم). أما في علوم الاتصال فإن التداخل بين هذه المفاهيم الثلاثة هو عرف شائع، وقد يصل إلى درجة استخدامها بوصفها مترادفات يحلّ أحدها محل الآخر، دون تحفظ، فقد يطلق على النموذج نظرية كما هو الحال في نماذج (شانون وويفر، وهارولد لازويل، وشرام وغيرهم)، وقد يطلق على النظام نظرية أو العكس كما ورد في دراسة (شرام بيترسون وسيبرت) حول نظريات الصحافة الأربعة. ومن الشواهد الحية على هذا التداخل هذه العبارة التي أوردتها جيهان رشتي في كتابها المهم (الأسس العلمية لنظريات الاتصال) باستخدامها للمفاهيم الثلاثة؛ إذ تقول: "النظرية أو النموذج

^{١٩} عبد الرحمن، عواطف. قضايا التبعية الإعلانية والثقافية في العالم الثالث، الكويت: المجلس القومي للثقافة، ١٩٨٤م، سلسلة عالم المعرفة، عدد ٧٨، ص ٥.

هي محاولة لتقديم العلاقات الكافية التي تفرض وجودها بين المتغيرات التي تضم حدثاً أو نظاماً معيناً...^{٢٠}

٣. المساهمة في بلورة نظرية شاملة للاتصال:

تعاني علوم الاتصال كما ذكرنا من غياب تفسير محدد للعملية الاتصالية. وإذا كان حلم (شرام) في أن يصبح (مفترق الطرق) الإعلامي حقلاً جاذباً قد تحقق، فإن حلم (ألبرت إنشتاين) بإيجاد نظرية للمجال الموحد قادرة على تفسير كل الظواهر يبدو حلاً صعب التحقيق. وحقل علوم الاتصال والعلوم الاجتماعية دليل على ذلك، ففي "العلوم الاجتماعية يمكننا أن نرى العديد من النظريات التي تتعايش وتتزوج، ولكن لا يوجد نموذج علمي إلا إذا وجدت نظرية قابلة للتحقق والاختبار يمكنها السيطرة على غيرها من النظريات، وتحظي ككل بالقبول في الوسط العلمي. وفي مجال العلوم الاجتماعية لا توجد اكتشافات جوهرية تتناول الأصول الأساسية لهذه العلوم على خلاف الحال في العلوم الاجتماعية، وبدلاً من ذلك يتم صياغة وبناء نظريات يتعذر اختبارها أو التحقق من صحتها، ويرجع السبب في ذلك جزئياً إلى أن الواقع الاجتماعي يتغير بوتيرة أسرع وأكثر تعقيداً وتشابكاً من المحيط الطبيعي. وقد يبدو من الأصح أن نتحدث في مجال العلوم الاجتماعية عن وجود نظرية أساسية أو تقدم كبير في المعرفة، فذلك أفضل من الادعاء بوجود نموذج علمي ثابت فيها؛ لأن ذلك يقتضي الإقرار بوجود مضامين ودلالات نظرية غير متوافرة في العلوم التي لا تقوم على التجربة العلمية، لقد أصبح من الأمور المعترف بها الآن أنه لا يوجد نموذج علمي ينشد الوصول إلى ما هو أكثر من تنظيم حقل العلوم الاجتماعية فضلاً عن توحيد هذه العلوم."^{٢١}

وإذا كنا قد قدّمنا الحديث حول المفاهيم والنماذج والنظم والنظريات، فلعل من المفيد من الناحية العملية أن نحاول تعريف النموذج العلمي وموقفه في بناء النظرية، ثم التعريف بالنموذج المعرفي Paradigm. ويعدّ النموذج القياسي الذي تستند إليه النظرية

^{٢٠} رشتي، جيهان أحمد. الأسس العلمية لنظريات الاتصال، القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٧م، ص ٣١.

^{٢١} عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، مرجع سابق، ص ٢٧.

هو أول دعومات النظرية، وهو ذلك النموذج الذي يشتمل على الصياغة الخاصة بالظواهر التي تقوم النظرية بتفسيرها، وعلى العلاقة التفسيرية الأساسية التي توضح الأسلوب الذي تعمل بواسطته الظواهر.

٤. التواصل مع الأنساق المعرفية الفاعلة في بنية العلم:

من الطبيعي - نظراً للاختلاف العميق في المنطلقات الفكرية للعقل المسلم مع نظيره الغربي - أن تكون له رؤيته الخاصة لعلم الاتصال وظواهره. لقد ملئت المكتبة الإسلامية بنتاج غزير من الدراسات النظرية البحتة حول قضايا الاتصال والإعلام من المنظور الإسلامي، ولكننا - على الأقل في وقتنا الراهن - لا نقوى على القول إن التنظير المجرد في مجال الأُسْلَمَة "عديم الفائدة"، ولكنه بكل المعايير "قليل الجدوى"، فعلوم الاتصال ذات طبيعة تطبيقية، والتنظير لها يجب أن يستصحب هذا البُعد، ومن ثم إذا أعدنا النظر في المحادلات العلمية سنجد أنها تدعونا أولاً إلى تقويم الواقع التطبيقي.

ومن هذه الزاوية يجب التسليم بأن اتجاهات التأصيل النظري العربي والإسلامي لم تفلح في توجيه نقد قوي ومؤثر لنظريات الاتصال الغربية بحيث ينعكس ذلك على وجودها المتنفذ، حتى على مستوى المؤسسة العلمية العربية الإسلامية نفسها، أو يسوغ القبول المنطقي للبدائل النظرية التي تطرحها.

استندت محاولات التنظير إسلامياً - في تسويغها لأهمية التأصيل - إلى استشهادات شرعية ووقائع تاريخية وتجريدات منطوية. ومن أمثلتها حزمة المسوّغات التي قدمها عبد القادر طاش في مقاله: إضاءات حول الإعلام الإسلامي، الذي نشره ضمن سلسلة كتاب الأمة.

اتسمت التنظيرات الإسلامية بالتشتت الأفقي زماناً ومكاناً، وظلت على افتقارها إلى التراكم الضروري، وهو ما يجعلنا نستغرب كون بعض التنظيرات الأقدم صدوراً بدت أكثر نضجاً ورسانة، وأشدّ إتقاناً من الدراسات الأحدث، التي ظلت إلى وقت قريب تتسم بالسطحية وضعف التأثير.

ويلاحظ أيضاً أنه لم يتم استيعاب الاجتهادات الإسلامية في مجال النظرية الاتصالية على المستوى الكلي للعلم (عربياً وإسلامياً وعالمياً) مع توالي التأكيد عالمياً على أهمية توسيع الأفق النظري لعلوم الاتصال. كما لم يتم استيعاب تلك الاجتهادات في صلب المؤسسة (الجامعية) في بلدانها في هيئة مساقات دراسية أو كتب منهجية، أو برامج بحثية جادة وفاعلة.

كل ذلك يؤكد:

- أ. أهمية وجود برنامج بحث علمي في مجال أسلمة علوم الاتصال يعمل على أن ينظم الجهود التأصيلية في سياق كلي تراكمي، ويكفل لها الاستدامة.
- ب. أهمية استيعاب الاجتهادات النظرية في سياق المؤسسة الجامعية وكليات الإعلام في هيئة كتب منهجية، وهو أمر يستدعي المرور بثلاث مراحل:
 ١. رفع مستوى التفاعل العلمي عبر الملتقيات الدورية الضرورية، لمراجعة تلك الاجتهادات ومناقشتها على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي.
 ٢. السعي إلى النفاذ بقضايا الاتصال الإسلامي إلى مركز اهتمامات الجماعة العلمية الاتصالية، ويجب أن نسلّم هنا أن هذا المركز يوجد الآن في الغرب.
 ٣. تشجيع الدارسين من خارج الدائرة الإسلامية على دراسة نظم ونظريات الاتصال الإسلامية، مما سيمنحها قدرة أكبر على النفاذ والمقبولية، ومن ثم يرفع من فرص الدول الإسلامية في المساهمة في إعادة توجيه المنظومة الكلية للاتصال الدولي.

خاتمة:

وفي الختام لا بدّ لمسألة الأسلمة والتأصيل من أن تجد مكانها ضمن السياق الكلي للفكر الاتصالي العالمي، ومجرد محاولة التأسيس على أن النموذج التأصيلي هو نموذج قائم

بذاته ومنعزل باهتماماته الخاصة عن الحركة الكلية لعلوم الاتصال، هو وضع غير طبيعي، وسيجعل الأطروحات التأصيلية تعمل خارج دائرة التأثير والتفاعل المنتج. وربما انتهى بالمحاولة التأصيلية إلى نمط إيدلوجي مغلق ومنغلق في الوقت ذاته، أو خيارٍ طرفيٍّ ميؤوس منه.

إن الطرح الإسلامي مطالب بأن يوجد لنفسه مكاناً في عمق بنية العلم الاتصالي، مروراً بالمشاركة الفاعلة في خضم ساحة الجدل النظري المشغولة بخليط غير متجانس من التوجهات والرؤى النظرية. والاستدراكات النقدية الإسلامية على الواقع الاتصالي يجب أن توجه مباشرة إلى النموذج المائل، مع التأكيد على مشروعية وأحقية النموذج الإسلامي في أن يطرح نفسه بديلاً أو نموذجاً مقابلاً.



المسّالم المعاصر

في هذا العدد

- الوساطة الفكرية وأثرها في الاجتهاد المعاصر د. مسعود صبري
- الاجتهاد والتفسير مدخل منهجي أول د. يحيى رضا جاد
- التعزيز، صوره وصوابه: دراسة فقهية مفاصلية معاصرة د. رمضان محمد عبدالمعطي
- إشكالات العقل في فلسفة طه عبدالرحمن أ. عادل الطاهري

العدد (١٥٥) السنة التاسعة والثلاثون

ربيع الأول - ربيع ثاني - جماد الأول ١٤٣٦ هـ
يناير - فبراير - مارس ٢٠١٥ م

الحدائفة الفائقة ومظاهر انفصال الإعلام المعاصر عن القيمة

عبد الرزاق بلعقروز*

الملخص

يَنْظُرُ البحث في الظاهرة الإعلامية نظرة خارجية، موظفاً أدوات التحليل المعرفي والمساءلة الأخلاقية، فالتحليل المعرفي يظهر الاعلام المعاصر، ليس مجرد صور أو معلومات يتم تداولها، إنما هو رؤية للعالم، ونمط إدراكي للوجود. ومن علامات ذلك، انتشار التَّمَط الاستهلاكي وهيمنة التصنع، والانجذاب نحو دائرة الحياة المادية، وتحول المعرفة إلى أدوات، للغزو الناعم للعقول والتفوس. أما المساءلة الأخلاقية فُتَبَيَّن مدى انفصال الإعلام المعاصر عن قيم الفطرة الإيمانية الهادية، وحجم الإفقار المعنوي الذي تبثه بين أفراد الجمهور. وهذا يستلزم إنشاء شكل جديد من الأخلاق تُحَقِّقُ التحرر من هذه الإمبريالية الإعلامية، وتُعلي من قيم الوجود الأخلاقي للإنسان بدلاً من الوجود الطبيعي الذي أمسك بالحياة من كل جوانبها.

الكلمات المفتاحية: الحدائفة الفائقة، الإعلام المعاصر، الانفصال عن القيم، القيم الهادية، الرؤية الإعلامية إلى العالم، التحليل المعرفي، المساءلة الأخلاقية، الوجود الأخلاقي.

High Modernity and manifestations of the Separation of Contemporary Media from Value

Abstract

This paper looks at media phenomenon from outside, employing tools of epistemological analysis and moral accountability. Epistemological analysis shows that the contemporary media is not just images or information to communicate; rather it is a worldview and a cognitive pattern of the existence. Wide spreading consumerism, domination of artificiality, attraction to material life, and the change of knowledge into tools of soft invasion of minds and souls are just clear indicators of this.

Moral accountability shows how contemporary media is separated from the guiding and faithful affirming innate disposition (fitrah). It also exposes the extent of moral impoverishment sent to the public. Addressing this problem would require setting up a new form of morality that would help achieving the freedom from media imperialism, and upholding human moral values rather than the material existence which grabbed life in all its aspects.

Key words: High modernity, Contemporary media, Separation from values, guiding values, media worldview, epistemological analysis, moral accountability, moral existence.

* دكتوراه في فلسفة القيم من جامعة قسنطينة، ٢٠١٢، أستاذ محاضر ورئيس قسم الفلسفة بجامعة سطيف ٢ الجزائر من ٢٠١١م. البريد الإلكتروني: abderrezakbelagrouz@yahoo.fr
تم تسلم البحث بتاريخ ٢٠١٤/٦/١م، وقُبل للنشر بتاريخ ٢٠١٤/١١/١٤م.

مقدمة:

إن موضوع هذه المسألة البحثية للظاهرة الإعلامية المعاصرة، هو رصد حقبة الحداثة الفائقة التي بلغت أوجها في الزمن الإعلامي المعاصر، وذلك من زاوية التحليل المعرفي والتقويم الأخلاقي للفاعليات الإعلامية المشهودة، وما يطالنا به هذا التحليل المعرفي وهذه المسألة الأخلاقية، من انفصال الإعلام المعاصر عن منظومة القيم الهادية والسامية، واندرجاه ضمن منظومة قيم متمركزة حول رؤية للعالم، تصوّر العالم بوصفه نمطاً استهلاكياً وجنة اصطناعية تُعبد فيها الدنيا، وتزيّن للقلوب الانجذاب نحوها، ومُهندس نظاماً في المعرفة، قوامه صراع إرادات القوى التي لا تبتكر المعرفة أو المعلومة من أجل الحقيقة النافعة، وإنما من أجل تلبية دوافع القوة والهيمنة، ومن أجل مضاعفة الأرصدة الرّبحية، كما تشرّع لقيم غير معهودة في الممارسات الثقافية للإنسان، على رأسها التلويث الروحي والإفقار المعنوي للحماهير المُتلقية، واستخدام أدوات الإعلام الجديد من أجل الاستعلام على الخصوصيات الإنسانية، والتحكم فيها سلطوياً، وإفقاد الفن دوره التحرّري ورسالته نحو إنسان القيمة والمعنى.

وفي مقابل هذا التصوير التقويمي للظاهرة الإعلامية المعاصرة، فإن الحاجة تبدو ملحّة لبلورة نظام أخلاقي يرشّد الممارسة الإعلامية المعاصرة، بتحريرها من الرؤية الانفصالية عن القيم، وإنزالها في صلب الرؤية الأخلاقية، بالمعنى الذي نستخرجه من الرؤية الإسلامية الكلية للوجود، مشترطين في هذا المقام، فهماً مخصوصاً للأخلاق، بوصفها نموذجاً حاكماً، ومفهوم مظلة، ومقام وصل، وليس أخلاقاً تكميلية أو تصحيحية لأزمات الإعلام المعاصر، وإنما أخلاقاً جذرية تحقق الإصلاح الجذري للإعلام المعاصر، وتعيد وصل الصلة المُمرّقة بين القيمة والمعلومة.

وتأتي أهمية هذا الموضوع من راهن الإعلام الجديد، الذي تجاوز دوره الأصلي، وانخرط في سياق تشكيل رؤية كلية إلى العالم، تعكس في مضمونها مفهوماً مخصوصاً عن الإنسان، ونسقاً مخصوصاً في القيم، ومقاصد تتسق مع هذه النظرة الإعلامية للعالم، فقد أضحى العالم نمطاً استهلاكياً والإنسان كائناً نرجسياً غرائزياً، والقيم نسبية متغيّرة لا

تتأسس على قوام ثابت، وإنما قيم تحتفي بالحياة الحيوية وتمجد المؤقت والعابر. وضمن هذا الإطار فقدت القيم دورها الرافع والحافز، واحتجبت بفعل هذه الهيمنة الإعلامية على الحياة الاجتماعية والفردية، وأضحت المهمة المستعجلة هي التفكير في كيفية تفعيل القيم مجدداً، وتجديد الوجدان الأخلاقي، وتنمية الوعي الفلسفي، بوصفه الوعي الذي يحوز آليات تحريك قوى الوعي التقدية والتحليلية والمقارنة، التي تتركب منها البنية الإدراكية للإنسان، وتتصدى لإرادة التنميط الإعلامي التي لا تتواءم مقاصدها مع مقاصد الدرس المعرفي الذي لا يقبل معلومة، إلا بمرورها عبر محكمة التقد.

وتحفزنا أهمية هذا الموضوع إلى رصد الأهداف المتوخاة من ملامسة إشكالية العلاقة الممزقة بين الإعلام المعاصر والقيم، والتفكير في بلورة أخلاقيات حاكمة للظاهرة الإعلامية، متى ابتغت أن تكون هذه الظاهرة حضارية ومستقيمة. وهذه الأهداف نجليها في الآتي:

- رصد حقبة الحدائفة الفائقة وبيان معانيها، وهي الحقبة التي بلغت فيها الظاهرة الإعلامية مبلغاً اتساعياً، أسمى هذه الدراسة ب: الرؤية الإعلامية للعالم، وهي رؤية كلية أو شاملة تختلف عن الرؤية الجزئية التي تتناول بالاهتمام مثلاً: التسلسل الزمني للإعلام، ونظريات ووسائل، أو دراسات اقتصادية أو دراسات أفلام ميكروسكوبية؛ أي متناهية في الصغر.

- رصد مظاهر انفصال الإعلام المعاصر عن القيمة. والقيمة هنا هي القيمة الهادية والسامية، وبالمفهوم الذي نستخرجه من الرؤية الإسلامية الكلية للوجود، التي تجعل التركية مقصداً من مقاصد هذه الرؤية.

- التفكير في آليات عمل تُمكن من تحصيل القوة العقلية والنفسية، القادرة على نقد الظاهرة الإعلامية المنفصلة عن القيمة، والتأهمة بتشكيل نموذج الإنسان الاستهلاكي، الذي يتحرك وحيماً من غرائزه، ورغباته الحيوية.

- تحرير الإعلام المعاصر من الرؤية الإعلامية المنفصلة عن التوجيه الأخلاقي، والتفكير في بلورة أخلاقيات جذرية، تُعيد موضوعة الإعلام المعاصر، ضمن نسق حضاري

لا يقطع مع القيمة التوجيهية، ولا يقطع مع الدور الحضاري الإصلاحية، وإنما يكون مدخلاً محورياً لحفظ قيم الأمة، وتنمية شبكة العلاقات الاجتماعية، وإنجاز المشروع الإصلاحي، وترسيخ القيم في وعي الإنسان المسلم، وتفعيل المشروع التعارفي الذي يوحد بين المعلومة والقيمة.

ونظراً لهذه الأهداف التي نقصد تطويرها وبلوغها، فإن مسالكنا المنهجية التي نتوسل بها ضمن هذه المقامات التحليلية، هي المنهجية التحليلية التي تُقسّم وتُشرح عناصر الظاهرة الإعلامية المعاصرة المنفصلة عن القيمة، وترصد مظاهرها، وتقسّم هذه المنهجية التحليلية الأسس البنائية للأخلاقيات التي تعمل على الأخذ بالإعلام إلى المقاصد الأخلاقية بدلاً من المقاصد التفعيلية الأولية، بالإضافة إلى تشغيلنا لمفردات منهج تحليل المضمون، الذي يتقصى فيه المنهج حقيقة المضامين أو الرسائل المستبطنة خلف الممارسات الإعلامية، ويكشف عن دوافعها الحقيقية، ويستخرج منها النموذج الإنساني الكامن: هل هو النموذج الإنساني الاستهلاكي أم الاقتصادي أم اللذائذي. فضلاً عن أننا نُشغّل معطيات المنهج النقدي، الذي يبيّن مظاهر انفصال الحداثة الفائقة عن القيمة، وارتباطها بالقيم التفعيلية الأولية، ونتوسّل به قاصدين الاعتراض على هذا الفصل بين الإعلام والقيم.

من هنا، فإن السؤال الذي تجيب عنه هذه الدراسة وتسعى لكي تفكّ معاقده، هو

الآتي:

كيف تُسهم الحداثة الفائقة في إيقاع الانفصال بين الإعلام والقيم؟ وما هي الجذور المعرفية والأخلاقية التي أرّخت لهذا الفصل بينهما؟ وما هي مظاهر هذا الانفصال في الممارسات الإعلامية المعاصرة؟ وما هي نتائجها على سلّم القيم الأخلاقية؟ وهل تكفي أخلاقيات الإعلام التي يجري التنظير لها من خلال إنشاء أخلاقيات داخلية؟ أو أن المقتضى والمستلزم الذي يلوح في الأفق علاجياً هو تطوير أخلاقيات جذرية، تكون هي الحاكمة على الظاهرة الإعلامية ومحددة لمقاصدها؟ وما هو أساس هذا النظام الأخلاقي الذي سينقل الظاهرة الإعلامية من فضاء الانفصال إلى فضاء الاتصال؟ وما أثر هذا الوصل بين القيمة والمعلومة على عناصر الإعلام المعاصر من جهة علاقته بالثقافة ومن جهة مقاصده؟

أولاً: مفاهيم الدّراسة

لهذه الدّراسة كما يتبدى في العنوان مفاهيم مركزية تتطلّب منّا إجلاء معانيها، كيما تكون هناك نسقية في البناء ووحدة في استخدام هذه المفردات أثناء مسارات التّحليل. ولإنجاز هذه المهمة حرصنا على رصد مفاهيم الدّراسة، وهي:

١. **الحدثاء الفائقة:** يعني هذا المصطلح الشكل الأخير لمسار الحدثاء التي افتتحت أفقها مع الإصلاح الدّيني، وعصر التنوير ثم عصر التّهضة، والعصر الصّناعي والعصر التقني المعلوماتي، بما هو الظرف الأكثر ضغطاً وهيمنة على أشكال الحدثاء التّقليدية. والحدثاء الفائقة تدل على نمط وجودي غير معهود، تتحكّم فيه الوسائل الإعلامية التي تستبق الواقع الواقعي، وتهندس العيش مع نمط إعلامي للحياة، لا يتطابق مع الواقع ولا يحاكي النّماذج الواقعية، وإنما يصطنع صوراً من الواقع لكي يركّب منها واقعاً آخر، لكنه ليس الفعلي أو الحقيقي وإنما المصطنع. فالحدثاء الفائقة تماثل عصر الاصطناع، الذي "ينفتح على تصفية كل النّظم المرجعية، بل أنكى من ذلك، على انبعائها الاصطناعي في جميع أنظمة الإشارات، وهي مادة أكثر طواعية من الحس، لكونها قابلة للاندراس في جميع نظم المعادلات وفي كل التناقضات الثنائية وكل الجبر التّركيبي. وليس المقصود محاكاة ولا تكراراً... بل المقصود استبدال الواقع برموز عنه؛ أي بعملية ردع لكل سيورة واقعية بديلها الإجمالي".^١ ومن مواصفات هذا المجتمع الفائق أيضاً الخروج عن أنماط الأنظمة الموروثة وأشكالها، إنه "المجتمع الذي تسيطر فيه القوى المعارضة للديمقراطية الحديثة، ذات النّزعة الفردية والتاجرة، مهيكلة، ومن ثم تجدد نفسها أسيرة دوامة مغرقة في المبالغة، وتصعيد للدّورة في أكثر مجالات التكنولوجيا تنوعاً، والحياة الاقتصادية والاجتماعية بل الفردية؛ تكنولوجيايات وراثية، رقميّة، أماكن للإترنت، تدفقات مالية، مدن عملاقة، لكن أيضاً إباحية، وسلوكيات محفوفة بالمخاطر، ألعاب رياضية قصوى، أداء، حدث، سمنة، إدمان، كل شيء يتضخّم. كل شيء يصل إلى حدّه الأقصى، ويصبح مثيراً للدّوار خارج

^١ بودريار، جون. المصطنع والاصطناع، ترجمة: جوزيف عبد الله، بيروت: المنظمة العربية للترجمة، ٢٠٠٨م، ص ٤٧.

الحد. هكذا مثل مخاطرة هائلة سلسلة لا تنتهي، عملية تحديث مغالٍ فيها تمنحها الحداثة الثانية لنفسها.^٢

٢. **الانفصال عن القيمة:** مقصود هذا المفهوم هو تحول الصّلة بين الإنسان ومنظومة القيم العليا بما هي جملة المبادئ المتجاوزة، التي يسعى الإنسان من أجل إتيان أفعاله وفق مقتضاها، تحوّل الصّلة من محبة أو التزام، إلى انفصال وهجران معرفي وسلوكي وحضاري، بخاصة في نسق الحداثة الغربية؛ "إذ تحوّل الإنسان من بداية العصور الحديثة من عابد للإله يمدد التّواصل الروحاني والمقصدية الأخلاقية إلى عابد لذاته ومصالحه، وهو ما تعنيه الحرية بوصفها قيمة أولى تتراتب بعدها القيم الأخلاقية... ومع هذا التّهافت للمرجعيات تنبلج أمام الفاعل روح التحرّر المتواصل، لتكون الحرية هي قائدة القيم، ومن ثمة التشريع للذّات في انفصال كلي عن أشكال الأمر. إنه عصر إرادة القوة حيث يخرج الفرد من ربة كل الإلزامات؛ إلزام الكنيسة والمجتمع وكل سلطة خارجية... فقد انتهت المثل العليا وغاب كل إيمان وأصبح مطلب ما بعد الحداثة التمتع بالوجود الجميل."^٣ وفي السياق الإعلامي الذي نحن بصدد مساءلته، فإن الانفصال عن القيمة يجوز لنا وصفه بخلوّ المضامين الإعلامية من قيم توجيهية، واستنادها إلى قيم مادية، لا تأبه لحاجات الإنسان الروحية وهمته في الارتقاء الأخلاقي بهذه المضامين، وإنما تنخرط في النسق القيمي التجاري والإعلاني، وتحويل العالم إلى أشكال دون مضامين، وفصل الكلام عن دوره في النّفع والخير أو قول المعروف، وانفصال التّواصل على التّعارف؛ أي القول الخيّر الذي ينشئ علاقات تعارفية أخلاقية تشترك في التّكريم الإنساني، وفي وحدة أصلها وفي تكامل وجودها.

منظومة القيم: مع أن الكلام في الانفصال عن القيمة جرت الإشارة إليه في العنصر السابق، إلا أن دلالة القيم ضمن هذا المقام التّساولي، يستلزم منا تحديد مفهومنا للقيم الأخلاقية من أجل تعيين الدّور العلاجي الحقيقي لها، فليست القيم الأخلاقية في التصور

^٢ ليوفتسكي، جيل، وسيرو، جان. شاشة العالم، ثقافة، وسائل إعلام وسينما في عصر الحداثة الفائقة، ترجمة: راوية صادق، مصر: المركز القومي للترجمة، عدد ٢٠٤٠، ٢٠١٢م، ص ٥٢.

^٣ بوحناش، نورة. الأخلاق والزّهانات الإنسانية، المغرب: إفريقيا الشرق، ٢٠١٣م، ص ١٠.

الإسلامي فضائل فحسب؛ أي وصفاً تكملياً لا يحدث الضّرر بفقده، إنّما هي إطار ناظم وعنصر تأسيسي ومفهوم محيط بكافة العناصر المشكّلة للحياة. وقد برزت اجتهادات معتبرة ضمن هذا الإطار، تهدف كلّها إلى تأكيد هذا المعطى؛ أي عدّ القيم من الكليات الأساسية وليس من الفضائل التكميلية، أو النّظر إليها كمدخل منهجي ومفهوم نسيج وشبكة دلالية. وتعد العقيدة في التصور الإسلامي - إذا ما قارناها من هذه الزاوية - رؤية إلى العالم أو أنّها قيمة؛ "العقيدة تشير إلى التوحيد بوصفه القيمة المركزية الكبرى، التي تشع عناصرها على كل الأنساق التابعة، من معرفة وفكر وثقافة ومفاهيم ومناهج وطرائق تفكير وأساليب تفسير وأطر تحليل، وقواعد تغيير وتقويم، التّوحيد كنسق تبدو أهميته في كونه إطاراً مرجعياً أكبر، يعبر في المبتدأ والمنتهى عن قاعدة إسناد وإطار مرجع، والإنسان أيضاً هو إنسان العقيدة الذي يمكن تسميته بأنه إنسان القيمة المتواصلة مع قيمة الإنسان، والكون أيضاً قيمة لفاعلية الإنسان وسعته فيه، واعتباره سيّداً فيه لا عليه بالاستعلاء، وبإعمار له لا إفساده. والحياة قيمة في نطاق تفاعلاتها وحركة الإنسان فيها.

إن العقيدة مفهوم ومكونات هي بحق قيمة.^٤ ونحن سننحو هذا المنحى في رؤية القيم، وذلك من جهة عدّ القيم إطاراً مرجعياً ومنظومة تأسيسية، أو أنّها "مقاصد شرعية وأسمى القيم الحاكمة، وهي ثلاثة: ١. التوحيد ٢. التزكية ٣. العمران، وسائر القيم الأخرى الكلية منها والجزئية تنتهي إلى هذه القيم الثلاث، التي لا يمكن أن ينفصل أي منها عن الآخرين، فالتوحيد غاية التزكية وهدفها، ووسيلتها في الوقت ذاته. والعمران ثمرة للتوحيد والتزكية معاً، فلا يوجد على حقيقته، وبشروطه، بدونهما.^٥ إن هذا التأسيس لمرجعية الناظم القيمي، من خلال الرؤية الإسلامية، يستلزم مفهوماً وعلائقياً، بيان الغائية الأخلاقية من التّكليف الإلهي للإنسان، وهي غائية قيمية في صلة الإنسان بالوجود. وفي هذا المقام يقول إسماعيل الفاروقي: "وحقيقة الأمر، أن الغاية الإلهية من

^٤ عبد الفتاح، سيف الدين. مدخل القيم، إطار جامع لدراسة العلاقات الدولية في الإسلام، واشنطن: المعهد العالمي للفكر الإسلامي، ١٩٩٩م، ص ١٠٥.

^٥ العلواني، طه جابر. التوحيد ومبادئ المنهجية، ضمن: المنهجية الإسلامية، عبد الحميد أبو سليمان وآخرون، أمريكا-القاهرة: المعهد العالمي للفكر الإسلامي، دار السلام، ٢٠١٠م، ص ٤٣٣.

خلق هذا الكون هي أن يملأه الإنسان بالقيمة، عبر الرؤية والفعل الأخلاقيين. مصداق ذلك قول الله تعالى: ﴿ إِنَّا جَعَلْنَا مَا عَلَى الْأَرْضِ زِينَةً لَهَا لِنَبْلُوهُمْ أَيُّهُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ۗ ﴾ (الكهف: ٧)، وقوله سبحانه: ﴿ الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا وَهُوَ الْعَزِيزُ الرَّحِيمُ ﴾ (الملك: ٢)

٣. وترتيباً على ذلك، فإن استمتاع الإنسان بالقيم الأولية أو النفعية للخلقية مباح. فالله تعالى يقول: ﴿ يَبْنِيْءَ آدَمَ حُدُو زَيْنَتِكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾ (٣١) قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ ءَامَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ ﴾ (الأعراف: ٣١-٣٢) والكون الممتلئ بالقيمة دليل بارز على وجود الله. والحفاظ عليه وإثراؤه يدخلان في إطار حمد الإنسان لربه وعبادته له. وكل شيء في الوجود متضمن لقيمة كونية أعلى، بوصفه أداة لتحقيق المطلق.^٦ ومرادنا من هذا السرد لبيان مركزية نظام القيم في الرؤية الإسلامية، توظيف هذا المفهوم في التأسيس لأخلاقيات إعلامية مستقبلية؛ إذ تنضبط الممارسة الإعلامية بهذا المفهوم الشامل للقيم، وتأخذ مكانها وموقعها الحقيقي ضمن مستوى القيم الواسطائية النافعة، وليس ضمن تقديم رؤية إعلامية للعالم منفصلة عن التسديد الأخلاقي.

ثانياً: فاعلية التحليل المعرفي والمساءلة الأخلاقية لنظام الإعلام المعاصر

نروم في هذا العنصر، الوقوف على الأدوات المنهجية الفعالة، في مساءلة ظاهرة الإعلام المعاصر، وهي مساءلة تحفر في الأنساق المعرفية الكامنة خلف الممارسات الإعلامية المعاصرة، كيما يستخرج منها طبيعة الرؤية إلى العالم التي توجهها، ونمط المعرفة الذي يروج، ونسق القيم المبتوثة. وهذه المقاربة ليست مقارنة داخلية، ينحصر دورها في دراسة الإعلام والشبكات التواصلية، وأثرها في الجوانب النفسية والاجتماعية مثلاً، أو

^٦ الفاروقي، إسماعيل. التوحيد مضامينه على الفكر و الحياة، ترجمة: السيد عمر، القاهرة: مدارات للأبحاث والنشر، ٢٠١٤م، ص ٨١.

يهتم برصد النظريات الاتصالية تاريخياً وتحليل مقولاتها، وإنما يُسائل معرفياً وأخلاقياً الظاهرة الإعلامية في منطلقاتها الفلسفية ومقاصدها الأخلاقية، لأن هذه المسلكية المنهجية تطالعنا بنموذج الإنسان الكامن في الإعلام المعاصر، وبنسق القيم ومنظومتها التي يراد لها أن تهيم وتسود، ويسعفنا هنا "عبد الوهاب المسيري"، الذي بلور منهج التحليل المعرفي كإجراء يمكّن من استخراج الرؤية الكامنة خلف الممارسات الثقافية للإنسان، من تظاهراتها الحياتية الجزئية والعبارة، إلى النشاطات العليا للإنسان ممثلة في الوعي والتفكير.

إن المسيري لا يقرأ الظواهر العبارة إلا لأجل استخراج النماذج المعرفية الكامنة خلف هذه الظواهر، فهو قد اختصّ بمنهج التحليل المعرفي الذي يحفر في أصول الممارسات الثقافية بمختلف أشكالها. وتحليله المعرفي للظاهرة الإعلانية المعاصرة أوصله إلى أن هذا العصر الإعلامي هو عصر: الانفصال عن القيمة، والسبب هو انبناء الفاعليات الثقافية المعاصرة على مرجعيات نهائية معادية للإنسان؛ أي مرجعية التمرکز حول المادة وتمجيد الثقافة الاستهلاكية. ويزودنا المسيري بلفتة تحليلية مهمة في كيفيات القراءة، وهذه اللفتة هي أهمية النقد الكلي، الذي يصرف الدراسة إلى "مُجمل البناء النظري في جزئياته المترابطة وفي كليته"،^٧ وليس إلى تفاصيله. والنقد الكلي ليس ذا دور سلبي ينحصر في التفكير، وإنما له دور إيجابي أيضاً، يمكّننا من الفهم العميق للرؤية الحضارية الغربية، والكشف عن حدود نماذجها المعرفية، والاستفادة من مشتركها الإنساني الذي يجري تكييفه مع الرؤية الإيمانية الإسلامية.

وقد كانت الرؤية الإعلامية إلى العالم محلاً لتطبيق هذا التحليل والنقد الكلي الذي بلوره المسيري، وكانت النتيجة هي أن التحليل المعرفي للظاهرة الإعلامية والمساءلة النقدية الكلية يطالعه بدلالات جديدة لا يظفر بها من يجعل دائرة اهتمامه مقتصرة على القراءة الداخلية للإعلام. ويمكن استخراج المعاني النقدية الآتية من مقارنة "عبد الوهاب المسيري" للإعلام المعاصر المنفصل عن القيمة والمعاني الإنسانية، فيما يأتي:

^٧ المسيري، عبد الوهاب. دراسات معرفية في الحدائفة الغربية، مصر: دار الشروق، ٢٠٠٦م، ص ٨٨.

١. إن الإعلام المعاصر وشبكتته المعلوماتية يُبصر فيه المسيري ذنباً معلوماً. ويجاز الذئب لدى المسيري إلى التهديد الوجودي للإنسان؛ إذ إن الذئب المعلوماتي إلى جانب ذئب الثروة والشهرة، يشكلون منظومة الذئاب الثلاثة؛ فالذئب المعلوماتي يشلّ طاقة الفكر على الحركة والإبداع ويراكم المعلومات على حساب التوليد والإبداع. والرؤية المعلوماتية يصفها المسيري بالعداوة للإنسان، ومن مظاهر هذه العداوة "أن الرؤية المعلوماتية تضرب عنصر الثقة فيه، في مواهب الإنسان وفي إمكاناته؛ إذ تحيل مرجعية الإنتاج الفكري إلى الكمّ المعلوماتي، فتحيدّ العقل والإبداع وبالتالي المقدرات الفكرية للإنسان، ومن هنا تضرب ثقته بنفسه، وفي إمكاناته الخاصة، بسبب خضوعه لسلطة المعلومة المطلقة."^٨ ويتربّط على هذا الوصف الأداتي والإجرائي للفاعليات المعرفية الإنسانية، القول بـ: "أولاً: اختزال العقل في الحساب والتعقيل، ثانياً: استخدام آلية تكرار الفكر وإيهام المتلقي بقيمته بمجرد تكراره، ثالثاً: الاستسلام للعولمة، والقول بحتميتها، وكيف أنّها مسار لا يمكن دفعه أو مقاومته."^٩ وهذه المسلكية تتعارض مع جوهر النظرية الإسلامية للاتصال التي تلتزم في قضية المعلومات بـ:

أ. الصّدق في بث المعلومات.

ب. تنوير المتلقي وتثقيفه من خلال المعلومة الموثوقة.

ت. الصّراحة في طرح المواد الإعلانية.

ث. التّوافق مع معطيات العلوم الحديثة والتوفيق بينها وبين المفاهيم الدّينية.

ج. مخاطبة العقل البشري وليس الغرائز الحسية.

ح. احترام الرّأي الآخر ومقارنته بالحجة والمنطق.^{١٠}

٢. إن الهدف من الهجوم الإعلامي هو إشاعة التّموج الاستهلاكي لتطويع الجماهير وتدجينهم، وهنا يحلل المسيري معرفياً صورة الإنسان التي يراد لها أن تثبت.

^٨ بودينار، سمير. لثلا يأكلك الذئب، من المعلوماتية إلى الرؤية المعرفية عند المسيري، ضمن: عبد الوهاب المسيري في عيون أصدقائه ومحبيه، بومدين بوزيد وآخرون، سوريا: دار الفكر، ٢٠٠٨م، ص ٥٤٨.

^٩ عبد الرحمن، طه. الحق الإسلامي في الاختلاف الفكري، الدّار البيضاء-بيروت: المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٥م، ص ١٩٤-١٩٥.

^{١٠} عوض، عوض إبراهيم. نظريات الاتصال العالمية رؤية إسلامية إعلامية، مجلة تفكّر، مج ٢، عدد ٢، ٢٠٠٠م.

وضمن هذا الفضاء الإعلامي العولمي "تقوم الإمبريالية النفسية من خلال الإعلام بترويج صورة الإنسان الاقتصادي الجسماني، وهذا يتضح بجلاء في الإعلانات التلفزيونية. هدف الإعلان التلفزيوني اقتصادي استهلاكي (بيع سلعة ما) ولكنه يوظف الجنس للترويج لهذه السلعة؛ أي إن الإمبريالية النفسية لا ترى الإنسان إلا من خلال هذين البعدين (الاقتصادي والجنسي). فاحتساء الشاي لا تكتمل متعته إلا من أيد رقيقة!! والإعلانات عن قشرة الشعر أو البشرة تجعلنا نحس أن الجنس البشري كله قد أصيب فجأة بالأمراض الجلدية! ولكن لو شفي المرء منها فإن جاذبيته الجنسية لا يمكن أن تقاوم! ويرتبط بذلك كله انتشار القيم الاستهلاكية مثل أنه لا بد للمرء أن يجدد نفسه كل يوم، من خلال نوع معين من الكريمات أو العطور، وأنه بوسعه رغم تقدمه في السن أن يحتفظ بحيويته بل وشبابه وجاذبيته الجنسية بطبيعة الحال، وأن يستعيد حيويته بل وشبابه إن هو استخدم نوعاً معيناً من الفيتامينات. إنها إعلانات هدفها أن تدفع الإنسان لمزيد من الاستهلاك، وكأن الاستهلاك هو الهدف الأساسي وربما الوحيد من وجود الإنسان في هذا الكون."^{١١}

إن "المسيري"، في تحليله للظاهرة الإعلامية، يستكنه المرجعية الكامنة، بما هي مرجعية مادية في حقيقتها، وحقيقية الصورة للنموذج الإنساني السائد، بما هي صورة الإنسان الاقتصادي الجنسي، ويصف المسيري المآل الانفصالي عن أية قيم أخلاقية أو إنسانية آلت إليه، وبلغته الظاهرة الإعلامية المعاصرة؛ إذ جرت المواجهة بين القيمة الاقتصادية والقيمة الجنسية، وتحققت تبعاً لهذا الإمبريالية النفسية، التي تمهد للإمبريالية الواقعية؛ إذ إن إنسان العولمة الإعلامية في فضاء اليوم، أضحي مشلولاً وغير قادر على إحداث أية مقاومة أو خطوة علاجية؛ فقد جرى تفتيت عناصر المقاومة لديه. ولن يحدث العلاج إلا بتوفر الوجدان الأخلاقي، الذي يحتوي طاقة شحن إيمانية تجعله يُنصتُ ووبرودة إلى خطاب الإعلام بدلاً من الانسياق خلفه، وهذا ما لا ترتضيه العولمة الإعلامية؛ أي "تنشيط الفاعليات المقاومة"، حسب المسيري، "فجوهر العولمة هو

^{١١} المسيري، عبد الوهاب. الإعلام والإمبريالية النفسية،

عملية تنميط العالم بحيث يصبح العالم بأسره وحدات متشابهة، هي في جوهرها وحدات اقتصادية تم ترشيدها؛ أي إخضاعها لقوانين مادية عامة مثل قوانين العرض والطلب، والإنسان الذي يتحرك في هذه الوحدات هو إنسان اقتصادي جسماني لا يتسم بأي خصوصية، ليس له انتماء واضح، ذاكرته التاريخية قد تم محوها، وإلا لما أمكن فتح الحدود بحيث تتحرك السلع ورأس المال بلا حدود أو سدود أو قيود. فالخصوصيات الثقافية والأخلاقية تعوق مثل هذا الإنتاج العالمي. وفي غياب الانتماء والهوية والمنظومات القيمة والمرجعيات الأخلاقية والدينية تتساوى الأمور، ويصبح من الصعب التمييز بين الجميل والقيح، وبين الخير والشر، وبين العدل والظلم، وتسود النسبية المطلقة.^{١٢}

وبهذا التحليل المعرفي للظاهرة الإعلامية يقودنا جهد المسيري إلى اكتشاف أن ثمة معلومة خلف المعلومة، ولغة خلف اللغة، وقيماً خلف القيم أيضاً، وهي على التحقيق معلومة ولغة وقيم تستبطن خلفها صراع إرادات القوى وبث القيم الهابطة في نفوس الجمهور؛ إذ تستحيل مكارم الأخلاق قيماً ملغاة، والقيم السفلى قيماً معتبرة، ويظهر معيار آخر في تقويم الأخلاق؛ إذ يكون جهد الإنسان في طلب الفضائل ليس في القيم العليا، وإنما في القيم السفلى، وفضلاً عن هذا فإن الظاهرة الإعلامية لا تتحرك وحياً من منطقتها الداخلي، وإنما هي تجلّ لنموذج معرفي حاكم هو النموذج المادي، الاستهلاكي، الاقتصادي، المنفصل عن القيمة. وتلك هي خصوصية عبد الوهاب المسيري الإبداعية في تحليله المعرفي للظاهرة الإعلامية.

وفي دائرة المعلومات التي تظالنا بها وسائل الإعلام -فضلاً عما أشرنا- نرى متوسلين بالتحليل المعرفي أن "المعلومة في حد ذاتها لا تقول شيئاً، بل إنها تخبئ كثيراً من الرؤى والتضمينات الفلسفية والمعرفية المتحيّزة."^{١٣} أو بلغة أفصح: تخفي نموذجاً معرفياً، لديه مقولاته المخصوصة حول الإنسان، ولديه لغته ومنطق اشتغاله المخصوص أيضاً، وهذا النموذج بدوره يوصلنا إلى الرؤية إلى العالم التي توجه الإعلام المعاصر، فالتحليل

^{١٢} المسيري، دراسات معرفية في الحداثة الغربية، مرجع سابق، ص ٣٢٦.

^{١٣} المسيري، عبد الوهاب. النماذج المعرفية الإدراكية والتحليلية، ضمن: المنهجية الإسلامية، عبد الحميد أبو سليمان وآخرون، أمريكا-القاهرة: المعهد العالمي للفكر الإسلامي، دار السلام، ٢٠١٠، ص ٧٩٨.

المعربي ينتهي هنا: ما هي حقيقة الرؤية إلى العالم التي تحكم الظاهرة الإعلامية المعاصرة، هل هي رؤية مادية لا مقصد لها سوى تنمية مشاعر القوة والهيمنة؟ أو هي رؤية علمية محضة تختفي فيها القيم الأخلاقية بحجة لاعقلانيتها؟ ويتم تناول الإعلام ومضامينه دراسة وتحليلاً ونقداً، بمنهجية علمية محايدة لا تركز إلى أية منظومة توجيهية؟ أو هي رؤية ثنائية تؤمن بالدور الحضاري للإعلام، ومضمونه التوجيهي نحو قيم مخصوصة ترفع الإنسان من رتبة الوجود الطبيعي إلى رتبة الوجود القيمي؟ ومن وفرة المعلومات إلى المعلومات النافعة؟ ومن التّواصل الإشاري والسياق الإعلاني إلى التّواصل التّعارفي؟

إن التّحليل المعربي للظاهرة الإعلامية المعاصرة المهيمنة، بنقلنا من التّحليل الداخلي إلى التّحليل من الخارج، شبيه تماماً بمن يسكن في قرية صغيرة تحيط بها الجبال من كل ناحية، إن ساكنها لا يُبصر منها إلا ما يقع تحت نظرتة، والذي يلقي نظرة من أعلى تلك الجبال، فسيرى تلك القرية بعين غير التي رآها بها ساكنها، تلك هي الميزة الإضافية التي يُمدّنا بها التّحليل المعربي أو: التّحليل الخارجي للإعلام المعاصر.

وفضلاً عن الدور الكبير الذي أضحت عليه وسائل الإعلام المعاصرة وامتدادها في حياتنا أو في تشكيل رؤيتنا إلى العالم، إنّها "تعمل على الترفيه عنا، وتُسهم في التنشئة الاجتماعية، وتعلمنا، وثقافتنا، وهي تبيعنا الأشياء... وتغرس في نفوسنا بعض المبادئ إلى جانب الكثير من الأشياء الأخرى. وتساعد وسائل الإعلام في تشكيل هويتنا ومواقفنا تجاه الأقليات العرقية والإثنية، مواقفنا بشأن التوجه الجنسي."^{١٤} وبسبب هذا الامتداد العميق، لم يعد مجدياً القراءات الداخليّة أو الجزئية، على قيمتها التفسيرية، وإنما التّحليل الخارجي هو الأكثر فاعلية وقيمة تفسيرية للرؤية الكامنة إلى العالم. وهذا القصد هو الذي سماه جيل ليوپوتسكي Gilles lipovetsky بـ"التناول الشامل"، الذي يعني رفض دراسة السينما بوصفها نظاماً خالصاً من العلامات المركزية حول ذاتها. نحن نعمل، بالتّحديد، ضدّ الاختزال السميولوجي أو الجمالي للسينما، للخروج من مجال قواعد السينما المغلق، بربطه بما يحتويه. فالتّفكير في السينما الفائقة لا يعني إعادة البحث في

^{١٤} بيرغر، آرثر آسيا. وسائل الإعلام والمجتمع: وجهة نظر نقدية، ترجمة: صالح خليل أبو أصعب، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون و الآداب، سلسلة عالم المعرفة، عدد ٣٨٦، ص ٢٣.

هياكل لغة الفيلم العالمية أو عمل تصنيف خالص للصور، بل في توضيح ما تقوله السينما حول العالم الاجتماعي الإنساني، كيف تعيد تنظيمها، وأيضاً كيف تؤثر السينما على مدركات البشر وتعيد تشكيل توقعاتهم... [إن] العلوم الإنسانية تجلب بالتأكيد معلومات قيمة وإضاءات لا غنى عنها، لكن شاغلها المنهجي، الذي يرتبط على نحو وثيق، ببنية موضوع مُحدّد، يمنعها من طرح أسئلة جوهرية حول معنى ومكانة السينما الجديدة في مجتمع يتم تنسيقه.^{١٥}

من أجل ذلك، فإن التحليل المعرفي يروم ملء هذه الفراغات التي أورتتها التحليلات المهنية للإعلام المعاصر، وذلك بفهم هذا النسق الاتصالي غير المسبوق، الذي يصاحب ظاهرة العولمة، بما هو نسق كلي لا جزئي، وبما هو عملية تشكيل رؤية إعلامية إلى العالم، رؤية غير واعية تمتد في عقول الأشخاص الذين يعيشون في المجتمع وتحيط بهم الشاشة من كل جهة، وتمدهم بنظارات يرون من خلالها الواقع الذي يعيشون فيه. إن التحليل المعرفي هنا، يزدوج مع تحليل آخر يكتسب معه قيمة تفسيرية ونقدية فاعلة، هو المساءلة الأخلاقية للإعلام المعاصر. ويأخذ هذا العنصر قيمته من تلازم قوة انتشار الإعلام مع أفعال أو إضعاف الدور التوجيهي للمنظومة القيمية الأخلاقية، بماهي قيم روحية ترفع الإنسان درجة أو تخفضه أخرى.

وقد أورتت نتائج الحداثة الفائقة انفصالات كبرى على منظومة القيم الأخلاقية؛ لأن مبدأ الحداثة الفلسفي والأكسيولوجي هو تمجيد الحرية والفردانية، وخلق قيم جديدة دائماً. ويمكن القول إن الانفصالات التي أدخلتها الحداثة إلى التاريخ الثقافي للإنسان هي:

١. انفصال الممارسة العقلية عن القيم: وتوريث ما يسميه إدغار موران ب: منظومة التبسيط "إننا نحيا تحت سلطان مبادئ الفصل والاختزال والتجريد التي تشكّل في مجموعها ما أسميه بـ"منظومة التبسيط" (التي أنتجت العقل الأعمى) الذي يدمر

^{١٥} ليوفتسكي، وسيرو، شاشة العالم، ثقافة، وسائل إعلام وسينما في عصر الحداثة الفائقة، مرجع سابق، ص ٣١.

المجموعات والكليات، ويعزل كل موضوعاتها عن بيئتها، ليس باستطاعة العقل الأعمى أن يتمثل الرابط غير القابل للقطع بين الملاحظ والشيء الملاحظ.^{١٦}

٢. انفصال الممارسة الإعلامية عن الأخلاق: وتورث السلوك الغريزي والإنسان الاقتصادي أو السلعي في عصر العولمة. وهذا تحديداً ما قصده "جون بودريار" في كتابه "المصطنع والاصطناع"، أثناء تحليله لقيمة المعنى في دوائر هيمنة وسائل الإعلام؛ إذ يقول: "نحن نعيش في عالم تزداد فيه المعلومات أكثر فأكثر، بينما يصبح المعنى فيه أقل فأقل."^{١٧}

٣. انفصال الممارسة المعرفية عن الأخلاق وتورث النظرة الآلية والمادية للكون.

٤. انفصال التقنية عن الأخلاق وتورث الاغتراب والتحكم التقني في الإنسان.^{١٨} "فالتقنية تؤدي إلى الأسوأ، كما تؤدي إلى الأفضل. فهي تقدرنا على التحكم في الطاقات الفيزيائية، كما تقدرنا على التحكم في الطاقات البشرية. فليس العمال هم وحدهم الذين سخروا لمهام تكرارية ومقننة، بل إن مجموع المجتمع قد أخضع لمنطق الآلة الاصطناعية، القائمة على العقلنة وعلى التوقيت المفرط للزمن، بما أدى إلى رد فعل يتجلى في الميل إلى التهالك على الملاهي والاستغراق في العطل."^{١٩} جلي إذن كيف انعكست تجربة الحدائفة على منظومة القيم الأخلاقية انعكاساً انفصالياً واختزالياً، فأضحت القيم الخلقية ألبسة ثقافية بالية، ومعوفاً إستمولوجياً وسلوكياً لحرية إنسانية أضحت مقدّسة ضمن جداول قيم الإنسان الحديث.

إن وسائل الإعلام المنفصلة عن القيم، استمدت هذا الرسوخ والهيمنة أيضاً، من الذات المتلقية نفسها، التي لا تمتلك قوة روحية وأخلاقية تمكّنها من التمييز بين الحمود

^{١٦} موران، إدغار. الفكر والمستقبل: مدخل إلى الفكر المركّب، ترجمة: أحمد القصور، ومنير الحجوجي، المغرب: دار توبقال، ٢٠٠٤م، ص ١٦.

^{١٧} بودريار، المصطنع والاصطناع، مرجع سابق، ص ١٤٧.

^{١٨} بلعقروز، عبد الرزاق. المساءلة التقديرة للحدائفة والعولمة في مشروع طه عبد الرحمن الفلسفي، قسنطينة: مخبر الدراسات العقديّة ومقارنة الأديان، ٢٠١١م.

^{١٩} موران، إدغار. هل نسير إلى الهاوية، المغرب: أفريقيا الشرق ٢٠١٢م، ص ٢٦.

والمذموم من منتجات وسائل الإعلام، فقوة الفطرة الإيمانية والسلوك الأخلاقي القويم، تعرّض للتهميش والإلغاء لدوره التوجيهي، فضلاً عن الرؤية التجزيئية للقيم الأخلاقية، التي تُحتزل في دوائر ضيقة، وليس بوصفها نماذج حاكمة على الممارسات الثقافية للإنسان. إنه مشروع نزع القداسة عن القيم الذي بلغ الأوج في حقبة الحداثة الفائقة، بإسكانها في النسبية والظروف والسيّاقات التاريخية.

وارتكازاً على هذه النظرة المهمشة لنسق القيم، يتم النظر "إلى كل الإنتاج الثقافي وإلى كل منظومات القيم على أنها أمور مؤقتة ونسبية، وذلك بالطبع يشمل الدين والرؤى الكلية للوجود التي لها تعلق بالقضايا الكلية، والأسئلة النهائية عن الوجود والحياة؛ إذ إنّه بذلك يُصبح التاريخ والمستقبل أمراً مفتوحاً للتغيير، ويصبح الإنسان حرّاً في إحداث هذا التغيير، ومن ثم ينخرط بل ينغمس في المسار التطوري للعالم.^{٢٠} وينغمس في تدمير المشترك الأخلاقي الإنساني؛ لأن "عددًا كبيراً منها (أي وسائل الإعلام) يسعى إلى تحقيق أهداف ومصالح تجارية لأفراد ومؤسسات لا تُعير اهتماماً لمختلف المعايير والقيم الأخلاقية، التي تميّز ليس فقط ثقافة المجتمع، بل عناصر مشتركة في أديان وثقافات مختلف المجتمعات البشرية... نجدها (أي وسائل الإعلام أيضاً) من خلال العديد من القنوات الفضائية تُتيح ما من شأنه الاختلافات في الأفكار والسلوكات، بل وفي القيم التي يعتبر الاختلاف فيها من أهم عوامل ومصادر الصراع وعدم التّكامل، بل إن الاختلافات فيما تبثه وسائل الإعلام من أفكار ومفاهيم يوجد قدراً من اللامعيارية التي يهدّد انتشارها نسق قيم المجتمع ليس فقط المحلي بل الإنساني ككل."^{٢١}

إن هذه الإشارات والتنبّهات إلى فاعلية التحليل المعرفي والمساءلة الأخلاقية، تدفعنا إلى إنجاز المهمة النقدية للإعلام المعاصر بما هو رؤية إلى العالم، وبما هو نسق في منظومة القيم الأخلاقية المنفصلة، وتدفع بنا أيضاً إلى رصد التّطبيقات أو مظاهر الانفصال عن القيم كما تتبدّى لنا في الإعلام المعاصر. وتماشياً مع نسق تحليلنا، فإننا سنرصد مستوى

^{٢٠} العطاس، سيّد محمد نقيب. مداخلات فلسفية في الإسلام والعلمانية، ترجمة: محمد طاهر الميساوي،

كوالامبور-الأردن: المعهد العالمي للفكر والحضارة الإسلامية، دار الفجر، ٢٠٠٠م، ص ٤٤.

^{٢١} آيت أحمد، مريم. التنشئة الدينية وسؤال مستقبل جيل المعرفة، القاهرة: دار السلام، ٢٠١٣م، ص ٧٩.

طبيعة الرؤية الإعلامية للعالم ومظاهر انفصالها عن القيم، ومستوى انفصال القيم الإعلامية نفسها عن القيم الأخلاقية التوجيهية.

ثالثاً: الرؤية الإعلامية للعالم ومظاهر الانفصال عن القيم

دأبت التصنيفات التي ترصد الرؤية إلى العالم إلى التمييز بين الرؤية الفلسفية والرؤية العلمية والرؤية الدينية؛ فالأولى تجد أصلها في التأملات الفلسفية التي يقوم بها العقل الإنساني في وعيه للوجود، والثانية تجد أصلها في نظام المعرفة العلمية التي تتوسل المنهج التجريبي، وتقصد التفسير العلمي للمادي للظواهر. وتجد الأخيرة أصلها في الوحي الإلهي الذي يقدم نسقاً إدراكياً كلياً للوجود، وأسلوباً في المعرفة ومنظومة في القيم، إلا أن رسوخ هذا التقسيم لرؤى العالم فوّت اكتشاف الرؤية الإعلامية إلى العالم، التي تبلورت مواصفاتها في زمن العولمة الإعلامية، فالإعلام ليس مهنة يتعاطاها المشتغلون في حقولها فحسب، وليست حقلاً معرفياً جزئياً، إنما هي رؤية إلى العالم، وشاشة كون كبيرة، تبرمج وتؤثر في البنية الاجتماعية والسلوكية بعامه.

وإذا كان مفهوم الرؤية إلى العالم يرى بأنها: "مجموعة مُتجانسة من المفاهيم تسمح لنا بصياغة تصور كوني عام للعالم، وفهم لأكبر عدد ممكن من عناصر خبراتنا وتجاربنا،"^{٢٢} فإنّ الرؤية الإعلامية للعالم تتوافر على بنية من العناصر المفاهيمية التي تتسق فيما بينها، لكي تشكل هذه الرؤية الكلية عن الموجودات والمعرفة والقيم المجتمعية. ويبدو أن المسوغ المركزي الذي جعل هذه الرؤية تطلع وتفرض سلطانها، الحاجة الإنسانية إلى ملء العالم بالمعنى بعد أن تدمرت السرديات الكبرى وآفاق التقدّم وقيم العقلانية والتحرّر، التي لازمت أشكال الحدثاء التقليدية، "فما إن يعتزل الإنسان وحيداً، حتى ينتابه شعور بالفراغ الكوني، لكن طريقته في ملء هذا الفراغ، هي التي تحدّد طرز ثقافته وحضارته؛ أي سائر الخصائص الداخلية منها والخارجية لوظيفته التاريخية."^{٢٣} أي إنّ

^{٢٢} فيدال، كليمنت. مصطلح رؤية العالم، ترجمة: أحمد بركات، متوفر على موقع:

- <http://www.onislam.net/arabic/madarik/concepts/131190-vision-of-the-world.html>

^{٢٣} ابن نبي، مالك. مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي، ترجمة: بسام بركة، وأحمد شعوب، الجزائر: دار الوعي،

الفراغ الكوني منعدم في تقاليد الثقافة الإنسانية، فيجري دائماً ملء هذا الفراغ بطرق متعددة ومختلفة، تعكس رغبة الإرادة الإنسانية في تأويل العالم، بنسق تصوري وقيم مجتمعية وغايات ومقاصد ودلالات للأفعال.

وبناء على توجُّهنا النقدي للرؤية الإعلامية للعالم، فإنَّ عناصرها التي تبدى لنا فيها مظاهر الانفصال عن القيم هي:

١. الطابع الاستهلاكي للعالم وتغيُّر نظام الأشياء:

ما هي الحقيقة التي تقدّمها وسائل الإعلام المعاصرة عن العالم والأشياء؟ وأيّة صورة تريد هذه الوسائل من الجمهور أن يكوّنها عن العالم؟ وما هي الرؤية المعرفية؟ وما هي قواعد إدراك هذا العالم؟

إن ما تظالنا به وسائل الإعلام المعاصرة، بخاصة على النحو الذي يتبدى في لغة الصورة والإعلام المهيمنين، هو أن العالم قد أضحي نمطاً استهلاكياً، فتصور وسائل الإعلام وتخلق في وعي الجمهور الترابط بين ملكية الأشياء والسعادة، وتُشكّل في نماذجهم الإدراكية كيف أن العالم هو صيرورة، وأن القيمة العليا هي تعظيم اللذة والمنفعة، وتلازماً مع هذا، أضحي العالم سوقاً استهلاكية كبرى، يهيمن فيها المصطنع على الواقعي، والسّلعي على الحياة العامة. إنّها شكل من أشكال الانتشار التسلبي في العالم، لأن من يمتلك القوة الاقتصادية المادية، يمتلك القوة الإعلامية، ومن المستلزم على وسائل الإعلام هذه، أن تتوجّه نحو خدمة أهداف ربحية لا تُعلّق لها بالغايات الأخلاقية. وإن بدا البعض منها يذهب إلى تنوير الناس وتثقيفهم وإكسابهم القيم، فإن القصد منها هو جذب المتلقي نحو تجارته وسلعه أكثر من أي شيء آخر.

إنّما وحدانية السوق كما سماها روجي غارودي، وعدّها ديانة جديدة، فبرأي غارودي يعني هيمنة الحياة المادية على سلوكات الإنسان، وانتقال قيم السوق التجارية إلى دائرة الحياة الإنسانية، فالسوق لم تكن صلته بدوائر الأخلاق ممكنة، كان للتجارة مكانها وللحياة مكانها أيضاً، لكن الملمح الجوهرى للحياة المعاصرة هو تحول جميع القيم

الإنسانية إلى قيم تجارية، بما فيها قيم الفكر والفنون والضّمائر. ومن الممكن لنا، في الوقت الحاضر، أن نتبع مسار نموذج النمو الغربي بدءاً من الخطأ القاتل لتوجيه عصر النهضة المزعومة؛ أي ولادة الكم، والمحكمة الدّرائعية، المحكمة الديكارتية، دين الوسائل وقد بتر منه المعيار الأول للمحاكمة وهو التّفكير في الغايات النّهائية للحياة ومعناها.^{٢٤}

إنه هذا الدّفْع للتعلّق الشديد بالحياة الدّنيا، ونسيان أو الغفلة عن البعد الغائي للحياة الإنسانية، أورت نتائج كبرى منها: المخدّرات والتسلّح والفساد؛ فالمخدّرات أضحت هي بحور معبد وحدانية الشّوق، والتسلّح أيضاً كما يتحلّى في إقدام الولايات المتحدة الأمريكية على اعتبار صناعة التسلّح من أكثر الصناعات إقبالاً، ويجري تسويقها من أجل الرّبح والمصلحة كغايات نهائية، وهذا ما أنشأ كما يقول هربرت ماركيز "الإنسان ذو البعد الواحد"، وهو إنسان تتركز أحلامه وفكره حول السّلع وكيفية الحصول عليها، وأن ذاته يحقّقها بقدر ما يحصل على السّلع ويشبع رغباته. إن وحدانية الشّوق أضحت شبيهة بالفعل الإلهي الذي يتحكّم في أذواق النّاس ويوجّهها إلى مقاصد القيمة المادية والمصلحة الاستهلاكية.

ضمن هذا الإطار "يظنّ الإنسان أنه يمارس حرّيته وفرديته، فمجال الاختيار في عالم السّلع واسع لأقصى حد. ولكن هذا يجبّي الحقيقة الأساسية، وهي أن مجال الاختيار في الأمور المهمة (المصيرية والإنسانية والأخلاقية) قد تقلّص تماماً واختفى، وأن هذا الإنسان فقد مقدرته على التجاوز وعلى نقد المجتمع."^{٢٥} إن وحدانية الشّوق هذه، أو الرّؤية الاستهلاكية للعالم واتساع تأثيرها، همّشت من دائرة القداسة ورسّخت المعنى المادي للحياة، وأفرغت الوجود من غاياته ومقاصده الإيمانية. لقد عظّمت الوسائل ورفعتها إلى مرتبة الغايات، "بل لا تنفك هذه الإرادة الجامحة تصطنع أسباب الاحتياج والطلب بغير انقطاع، جاعلة المستهلك لا ينفك يركض وراء البضائع التي لم يكن يجد الحاجة إليها،

^{٢٤} غارودي، روجيه. الولايات المتحدة الأمريكية طليعة الانحطاط، (كيف نجابه القرن العشرين)، ترجمة: صيّاح

الجهيم، وميشيل خوري، الجزائر: منشورات المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، ٢٠٠٣م، ص ٢٩.

^{٢٥} المسيري، عبد الوهاب. العلمانية والحدائفة والعلمنة، سوريا: دار الفكر، ٢٠٠٩م، ص ٣٨.

تحت ضغط سيل جارف من الإعلانات والإشهارات تبثها وسائل الاتصال ووسائل الإعلام التي أضحت تحقق طيباً للزّمان والمكان لم يعهد له سابق.^{٢٦}

إن النتيجة الكبرى التي ظهرت بناء على هذا النمط الاستهلاكي للعالم المنفصل هي:

- نفي العلاقة بين الدال والمدلول أو بين الرمز وما يرمز إليه، وميلاد التأويل السيميولوجي أو العلاماتي للعالم، الذي تتغيّر فيه وظيفة المعرفة عن مقاصدها النافعة للإنسان، بخاصة ما يتعلّق بفكرة قيمة الاستخدام التي نجدها، في الاقتصاديات الكلاسيكية، ويتبلور منظور آخر في مقابل هذا المنظور الذي أضحي ينتمي إلى منطق الإجراءات العملية، بتناوله للإنتاج والموضوع استناداً إلى نظرية العلامات (السيميوطيقا) التي تلحّ على القيمة العلاماتية *Signe-Valeur* للأشياء، وفي كتبه التي تعالج هذا التحوّل أي: نظام الأشياء *L'ordre des choses* ١٩٦٨ ومجتمع الاستهلاك *La Société de consommation* ١٩٧٠ ونحو الاقتصاد السياسي للعلامة *Pour une critique de l'économie politique du signe* ١٩٧٢ يوسّع "جون بودريار" أولاً مجال التحليل بإضافة الموضوع الرمزي والموضوع العلاماتي إلى فئة الموضوع، وبعد ذلك يجادل بأنه من الضّروري التمييز بين أربعة أنواع من المنطق:

- منطق الإجراءات العملية الذي يقابل قيمة الاستخدام.
 - منطق التعادل الذي يوازي قيمة التبادل.
 - منطق تساوي الحدين الذي يقابل التبادل الرمزي أو التضارب أو الازدواجية.
 - منطق الاختلاف الذي يقابل القيمة العلاماتية.
- ويمكن تلخيص هذه الأنواع كالاتي فنقول: أ. منطق المنفعة ب. منطق السوق ت. منطق الهدية ث. منطق الحالة.

^{٢٦} عبد الرحمن، طه. سؤال العمل، بحث في الأصول العملية في الفكر والعلم، المغرب-بيروت: المركز الثقافي العربي، ٢٠١٣م، ص ٢١٠.

وفي منطق الفئة الأولى يصبح الموضوع أداة، وفي الثانية يصبح سلعة، وفي الثالثة يصبح رمزاً، وفي الرابعة يصبح علامة.^{٢٧}

وبسبب هيمنة المصطنعات ولا تناهيها في زمن هيمنة المشهد والصورة، انعكست الرؤية السيميولوجية للعالم على أسطورة الوظيفية في الأشياء، وشهدت الأشياء تغييراً في طبيعتها الأصلية؛ إذ أضحت منزوعة عن غائيتها الأصلية، ومندرجة في غائية مختلفة، فلم يعد النافع والضروري والملي للحاجات هو المكون الصممي لوظائف الأشياء. وصارت هذه الموضوعات على منفعة تجاوزتها، ولا يستطيع إنسان العصر اللحاق بها، كالفعالية والسرعة والقدرة وغيرها، وهذا بسبب "الانتقال إلى فضاء لم يعد مجاله مجال الواقع ولا مجال الحقيقة، يفتح عصر الاصطناع على تصفية كل النظم المرجعية، بل أنكى من ذلك، على انبعائها الاصطناعي في جميع أنظمة الإشارات، وهي مادة أكثر طواعية من الحس لجهة كونها قابلة للاندراج في جميع نظم المعادلات وفي كل التناقضات الثنائية... وليس المقصود محاكاة ولا تكراراً... بل المقصود استبدال الواقع برموز عنه."^{٢٨}

٢. موت الحقيقة واختزال المعرفة في زمن الإعلام المنفصل:

إن الحقيقة التي أقلت في زمن هيمنة المشهد والصورة هي الحقيقة بالمعنى الذي نجدها به في تاريخ الأنساق الفلسفية؛ أي تلك التي تتأسس على الانفصال عن أية دلالة خيالية، وتنشأ الموضوعية في التفكير والمطابقة بين العبارة والواقع، وتروم استخلاص القانون الكلي من الجزئيات المتفرقة، فالوهم والخطأ مقولات زائفة على نحو نسقي إذا كانت لا تستجيب للمعايير السابقة بلغة الأنساق وأنماط التفكير العقلانية.

تشكل في فضاء الواقع الفائق لعبة جديدة قوامها التمويه والتدبير الاحتيالي، الذي تستخدمه شبكات الإعلام والإنترنت ورموز العولمة، ويصبح التّضليل والخداع هو الحقيقة. إنها حقائق جزئية مصغرة، منفصلة عن القيمة المسددة والموجهة. وفي إطار الحركة الإعلامية وصراع إرادات القوى التجارية الكبرى، داخل الواقع الفائق، يجري تصنيع شكل

^{٢٧} ليشته، جون. خمسون مفكراً أساسياً معاصراً من البنيوية إلى ما بعد الحدثنة، بيروت: المنظمة العربية للترجمة مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨ م، ص ٤٦٧-٤٦٨.

^{٢٨} بودريار، المصطنع والاصطناع، مرجع سابق، ص ٤٧.

آخر من الحقيقة هي: الحقيقة المصنّعة؛ الحقيقة الإعلامية (الميدائية)، التي لديها قواعدها أو نظامها الدّاتي، الذي يشتغل بمنطق الإيهام والوهم والخداع والتّضليل. وهذه المعادلة الجديدة للصراع والسيطرة الإعلامية والمعلوماتية "اقتضت موت الفلسفة وانهايار التمثّل بسقوط المتضاييف واقع/مثال أو تفكُّك الرّوابط الميتافيزيقية بين الواقع والمفهوم المعبر عنه... حيث يكتسح التصنّع كل الأبعاد الجغرافية والطوبولوجية والرمزية للكائن، ففي دنيا التصنع لا وجود للعمق، إنّما سطوح ونواتي... تترد المرجعيات إلى مجرد نماذج مصطنعة في أنساق الرموز والعلامات، فلا نشير إلى واقع من خلال مرجعياته المكونة (انهايار المعنى)، ولا نقرأ هذا الواقع بهذه المرجعيات المؤسسة لحقيقته الواقعية (سقوط التأويل)، وإنّما نرى الواقع مجزوءاً في علاماته ومرجعياته المقبولة ومجرد شظايا متناثرة في البعد الفوق واقعي.^{٢٩}

إن هذا الواقع المصنّع الذي يشتغل متعارضاً مع التمثيل *Représentation*، بما هو موقف ينطلق من إقامة المعادلة بين الرمز والواقع، بوصفه قيمة، إنه ينطلق من الرمز كردة وعملية موت لكل مرجع. وبينما يحاول التمثيل استيعاب الاصطناع بتأويله كتمثيل مزيف، يغلف الاصطناع كل كيان التمثيل ذاته بوصفه مصطنعاً، وعليه تمرّ الصورة بالمراحل المتعاقبة الآتية:

- إنّها انعكاس لحقيقة عميقة.
- تحجب وتشوه حقيقة عميقة.
- تحجب غياب الحقيقة العميقة.
- تكون بلا علاقة مع أي حقيقة كانت: إنّها اصطناعها الخالص المخصّص بها.^{٣٠}

والاصطناع يدمر كل أصل نقى أو جوهر صاف، أو حدث أصلي، لا يفعل غير اصطناع مصطنعات أخرى، فلا يبقى مجالاً إلا للمصطنعات التي لا تعكس الحقيقة أو الواقع، فالاصطناعي لا يؤمن بالماهيات الثابتة، وبالمبادئ المؤسسة، ولا بالغائيات

^{٢٩} الزين، محمد شوقي. تأويلات وتفكيكات: فصول في الفكر العربي المعاصر، المغرب-بيروت: المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٢م، ص ٢٣١.

^{٣٠} بودريار، المصطنع والاصطناع، مرجع سابق، ص ٥٢.

الأخلاقية، ذلك أنه إذ يقضي على فكرة المصدر الأصلي، يلغي في الوقت ذاته فكرة الغاية والنهاية، "فيما تحاول الميتافيزيقا أن تذيب الحدث الفريد في حركة مستمرة، تهدف نحو غاية بعينها، فإن الاصطناعية ترصد الحدث فيما تجعل منه فريداً، والحدث... ليس في نظرها سوى علائق قوى لا تتبع هدفاً بعينه، ولا تخضع لآلية مضبوطة، وإنما لصدف الصراع."^{٣١} ويجوز، بناء على ما سبق التعرض إليه، رصد مواصفات المصطنع ونتائجه على مفهومنا للحقيقة وفقاً للمحددات الآتية:

- إحلال المجتمع المشهدي محل المجتمع الواقعي، وهذا نتيجة فاعلية وسائل الإعلام الجماهيري، ونتيجة هذا تم تحويل الواقع إلى مشهد، وأضحى الرمز هو الواقع.

- امتصاص المعنى في وسائل الإعلام ذاتها، وإفراغ الرسالة من مضامينها الحضارية، فقد أضحت وسائل الإعلام هي المانحة للمعنى، ومعنى ذلك "أن كل مضامين المعنى يتم امتصاصها في الشكل الوحيد المهيمن للميديا، فالميديا وحدها هي التي تصير حدثاً، وذلك مهما كانت محتوياتها، مطابقة أو مخترجة... فبعد أن تكون المضامين كلها قد ألغيت، ربما تبقى الميديا بحد ذاتها بمثابة قيمة استعمالية ثورية وتدميرية."^{٣٢}

- تفكك الروابط المعهودة والثنائيات المتضادة كثنائية الحقيقي والزائف أو الخطأ والصواب، الحقيقي والخيالي، وإعادة تشكيل البنية الإدراكية الإنسانية تشكيلاً تصبح بموجبه الحقيقة هي الخداع والتضليل، والأصل هو قناع يغلف أفعلة أخرى، لا ترابط بينها ولا تعالق، وإذا ما ساءلنا الأصل في تعرجاته واثنائه فإننا لا نعود نظفر بمرجعية أولية، تكون مبدأ الأشياء ومنطلقها، إنما نجد المصطنع هو الأصل، الذي جرى اشتقاقه من مرجعية تعبر عن حقيقتها لا عن حقيقة الواقع، وإذا كان الشيء اصطناعياً، فإن التاريخ الذي يطابقه يكون غير واقعي.^{٣٣}

- تأثير هذا كله على الفن، وتحول الوظيفة الجمالية إلى إرادة خداع وتضليل وإيهام. إنَّ الفن في عصر النهضة ظهر مجدداً لفكرة التقدم التي وسمت العصور الحديثة، ومجد

^{٣١} ابن عبد العال، عبد السلام. أسس الفكر الفلسفي المعاصر، المغرب: دار توبقال، ٢٠٠٠م، ص ٢٧.

^{٣٢} بودريار، المصطنع والاصطناع، مرجع سابق، ص ١٥١-١٥٢.

^{٣٣} دوبري، رجيس. حياة الصورة وموتها، ترجمة: فريد الزاهي، المغرب: أفريقيا الشرق، ط ١، ٢٠٠٢م، ص ١٢١.

شعار الأنوار بمثلته: الحرية والتقدم والعقلانية. وما ظهور الأشكال الغريبة من الفن لدى تيارات ما بعد الحداثة بشكل خاص إلا أمانة على فقدان التماسك الجمالي وانخراط الاستطيقا في لعبة الاصطناع والإيهام والتضليل، لأن ما يُجرّكها خلف الأجهزة الميديائية، هو صراع القوى التي لا تسير وفق تطور خطي غائي. "كان الفن فيما مضى يَعدُّ بسعادة روحانية للغاية، حتى إنها كانت أبعد من أن يبلغها أحد. باتت الثقافة، منذ هذا الوقت، تجلب مُتَعاً، تحديداً مُتَعُ الاستهلاك المتزايد دوماً للمقتنيات الثقافية، شريطة أن يبقى الواقع الموجود والنسق الاجتماعي من دون تغيير."^{٣٤}

٣. الإعلام المعاصر وإفقاد الرُّوحية الأخلاقية قيمتها التوجيهية:

لم يكتفِ الإعلام المعاصر بإماتة الحقيقة واختزال المعرفة في القوة والمصلحة، وتغيير طبيعة الأشياء، وإنما زحف إلى قلب إنسانية الإنسان؛ أي العمق الأخلاقي للإنسان والقوة الروحية التي تمكّنه من امتلاك القدرة على التمييز بين محمود الأقوال والأفعال ومذمومها، "فليس المقصود هو نمو الإنسان الروحي، وإنما استهلاك متجدّد باستمرار للمنتجات يتيح رضا فورياً ولا يتطلّب أي تدريب، وأي علامات إرشادية ثقافية محدّدة وعالمة... فليس ثمة طموح آخر سوى الترفيه، والمُتعة، والسّمح بهروب سهل يدركه الجميع."^{٣٥}

إن الإعلام المعاصر المنفصل عن القيم، قد انعكس انعكاساً سلبياً على الأخلاقيات الإيمانية، وضاعف من اغترابها عن روحها الأصلية، ويمكن لنا رصد مظاهر هذا الانعكاس السّليبي في:

أ- مخالفة القيم الإعلامية المنفصلة لقيم الفطرة الهادية:

من أخصّ أوصاف منظومة القيم الإسلامية الشُّمول والثبات، فهي شاملة لكافة الجوانب الإنسانية الرُّوحية والمادية والعاطفية والمعنوية، وثابتة لا تتغيّر، إنما يتغيّر التمثّل

^{٣٤} جيميناز، مارك. ما الجمالية؟ ترجمة: شربل داغر، بيروت: المنظمة العربية للترجمة، ٢٠٠٩ م، ص ٣٧٦.
^{٣٥} ليوفتسكي، وسيرو، شاشة العالم، ثقافة، وسائل إعلام وسينما في عصر الحداثة الفائقة، مرجع سابق، ص ٤٣.

الإنساني لها في الاعتقاد والفكر والسلوك، ذلك أن "الخطاب القرآني توجّه إلى الإنسان بكل هذه الأبعاد (الروحية والعاطفية والنفسية والمادية)، والقيم الإسلامية جاءت متناسبة مع هذه التشكيلة المتوازنة في الكيان الإنساني، بوصف الإنسان خليفة في الأرض، عهد إليه عمارتها، وتحقيق العبودية لله فيها، فهناك قيم للروح، وقيم للجسد، وقيم للعقل، وقيم للوجدان... بينما لم ترقّ العولمة في منظومة قيمها إلى هذه الأبعاد... إن نظرة العولمة للإنسان نشأت من واقع مادي بحت، فقيم الروح والعاطفة والوجدان ليس لها أثر في واقع حياة أفرادها.

وبناء على ذلك فقيم العولمة هي قيم المادة في الإنسان أو قيم الجسد في الإنسان.^{٣٦} وإذا كانت القيم الفطرية الإسلامية الهادية موصوفة بالثبات؛ لأن مستندها نصوص الوحي، فإن قيم الإعلام المنفصل تجد مستندها في التغيير والموضة. "ومن أهم تبدييات الحدائفة المنفصلة عن القيمة، التقاليع؛ أي الموضة، التي تعني الرغبة الدائمة في تغيير الزي مرتين على الأقل كل عام، فهي تجسّد رؤية العالم كمادة متحركة، وأن الهدف من الوجود الإنساني هو الاستهلاك المستمر." ^{٣٧} بهذا الإجراء التّقابلي نستخرج مدى تعارض القيم الإيمانية الهادية لهذا الشّكل من أشكال الانتشار الإعلامي التّسليعي في العالم، إنه انتشار يتبنى المفهوم الاقتصادي للقيمة؛ أي المادي، في حين أن القيمة في الرؤية الإيمانية الإسلامية تركز على المقوّم المعنوي أو الروحي. "والثمن في عرف الأخلاقيين يضاد القيمة، فالشيء القيم لا ثمن له، والشيء المثلّم لا قيمة له." ^{٣٨}

ب- تبسيط الإنسان واختزاله في بُعد واحد:

إن وسائل الإعلام المعاصرة والمنفصلة عن القيمة، لديها صورتها عن الإنسان الذي ترضيه، وتسعى لأن يملك ويسود، وتقتدي به البشرية بمختلف ثقافتها المتنوعة، لكنه

^{٣٦} الدغامين، زياد خليل. تأثر منظومة القيم الإسلامية بظاهرة العولمة، ضمن: العولمة وانعكاساتها على العالم الإسلامي في المجالين الثقافي والاقتصادي، تحرير: زياد خليل الدغامين، الأردن: دار الرازي، ٢٠٠٨م، ص ١٠٥.

^{٣٧} المسيري، دراسات معرفية في الحدائفة الغربية، مرجع سابق، ص ٢٦٠.

^{٣٨} طه عبد الرحمن، سؤال العمل، مرجع سابق، ص ٢١١.

ليس الإنسان الأخلاقي الإنساني، الذي فضلاً عن عيشه في عالم العولمة الإعلامية، يلتزم مبدأ المسافة معها؛ لأن فيه عنصراً آخر هو البُعد الروحي الذي لا يمكن رده إلى ما دونه. ما تطالعنا به التحليلات المعرفية، والتّفويّعات الأخلاقية، أن "الذّات محاصرة بالتعدّدية السلعية والمعلوماتية المُفرطة والكليشيهات الأيقونية التي تلتهم الإنسان ولا تمنحه سعادة أو حكمة، فيبتلع كل شيء، ويتشياً في مجتمع التبادل والاتصالات، وتصبح الصورة أهم السّلح (صورة الذّات والصورة التي يتلقاها المستهلك). ولذا يتزايد إحساس الإنسان بعدم الجدوى وانعدام الهدف، وبأنه لا يملك من أمره شيئاً: الإعلام يقرّر ما ينشر وما لا ينشر، الهندسة الوراثية تتحكم في كل شيء، الكمبيوتر يقسم العالم وضمن هذا الإنسان إلى وحدات بسيطة يتم تناولها، ويؤدّي كل هذا إلى أن ينسى الإنسان الماضي ويتولّد لديه الإحساس بأنّه حاضر أبدي".^{٣٩}

إن هذا القفص الحديدي الإعلامي الذي أدخل فيه الإنسان إدخالاً، يسمّيه طه عبد الرحمن ب: إهدار كرامة الإنسان، التي تتزايد، بقدر ما يتزايد هذا الانتشار الانفصالي للإعلام عن القيم، الذي يوهم غيره بصلاحيّة شعاراته كالديمقراطية أو عيش الحياة السعيدة "وبيان ذلك من وجهين: أحدهما أن المرء هنا تقدّر قيمته بحسب استحقاقه، واستحقاقه يعني إسهامه في الدّفْع بعجلة التّسليع، إن نجاعةً إنتاجيةً أو مردودية ماليةً، وواضح أن "التّسليع" و"التّكريم" ضدّان لا يجتمعان. والوجه الثاني، أن القيم التي يتسامى بها تنفّر أصلاً على وجود الكرامة الإنسانية... هذا الانتشار المسلّع لا يعرف إلا لغة الأثمان، أما لغة القيم التي تتأسّس عليها هذه الكرامة، فهي مفقودة فيه".^{٤٠}

ويجدر لفت الانتباه هنا إلى أن الأخلاقيات المعاصرة التي يجري تطويرها تحت عنوان: الأخلاقيات النّظرية، ما زالت تعاني من عدم القدرة على التفكير خارج لغة العصر الإعلامية المنفصلة؛ إذ هي لا تزال تشتق مفاهيمها من فلسفة اللغة مثلاً، على ما نجده لدى فيلسوف الأخلاق التّواصلية يورغن هابرماس، الذي جعل من مبدأ التفاهم بين

^{٣٩} المسيري، دراسات معرفية في الحدائث الغربية، مرجع سابق، ص ١٢٠-١٢١.

^{٤٠} عبد الرحمن، طه. سؤال العمل، مرجع سابق، ص ٢١١.

الدّوات مقصداً رافعاً لمشروع العقل التواصلي. "ولذا، فإن القضية الأولى التي ينبغي أن توجّه الأخلاق النظرية هي العقلانية الاتصالية الهادفة إلى تفاهم الفاعلين. هنا يسفر العقل العملي عن أنّه يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتحليل اللغة تحليلاً فلسفياً، يرتبط بالبحث اللساني.^{٤١} إلا أن التّفاهم ليس مقصداً كلياً، فقد يتم التفاهم والاتفاق على قضايا تتعارض ومنظومة القيم الهادية نحو القيم العليا النّاطمة: التوحيد، والتّزكية والعمران.

ت- انفصال اللغة عن القيمة:

فضلاً عن الانفصالات التي جرت الإشارة إليها سابقاً، فإن ثمة انفصلاً آخر، هو تفكك الروابط بين الكلام من جهة، ودوره القيمي الأخلاقي من جهة أخرى. والاهتمامات التي تنحصر في التحليل الفلسفي للغة، وتروم تطوير أخلاق نظرية معاصرة، لا تُعبر قيمة للمضمون القيمي للغة أو دورها الأخلاقي، فعبارة "في البدء كان الكلمة"، تحيل إلى الدور الأخلاقي والقيمي للغة، وليس فقط أداة للتواصل والتّحاد، "فاللغة تحيا وتؤثر إيجاباً في المستمع إذا كانت (مشحونة) بالقيم، وتنحصر أو تصبح غير فاعلة أو أداة محايدة إذا خلت وتم إفراغها جزئياً من هذا المضمون على النحو الذي يلاحظ حديثاً في لغة المحادثة اليومية والإعلام.^{٤٢}

وبالفعل، فالواقع الإعلامي المنفصل عن القيمة، قد أفرغ اللغة من هذا التّسديد القيمي، وقلّص تبعاً له دائرة الفعل، لحساب هذا الشكل من أشكال اللغة، وعلامة ذلك ما يحدث على مرّاتنا ومسامعنا من طوفان الأقوال، طوفان تغطّي هوله وتخفي فداحته، أسماء مختلفة تعري بظاهر دلالاتها، من نحو "انفجار المعلومات" و"ثورة الاتصال" و"انعتاق الكلمة" و"سيادة القلم" و"سلطان العقل" و"تداول المعرفة" و"عولمة الإعلام"، من الأسماء الكثيرة التي تروّج لهذا الطوفان اللّفظي، وتجلب له مظاهر الموضوعية

^{٤١} روس، جاكين. الفكر الأخلاقي المعاصر، ترجمة: عادل العوا، بيروت: عويدات للنشر والطباعة، ٢٠٠١م، ص ٤٩.

^{٤٢} عزّي، عبد الرحمن. الإعلام وتفكك البنيات القيميّة في المنطقة العربيّة: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، تونس: الدار المتوسطية للنشر، ٢٠٠٩م، ص ٧٦.

والمشروعية بغير حساب، حتى إن أنسب اسم يصح إطلاقه على الحضارة الغربية الحديثة التي أنتجت هذا الطوفان هو أنّها حضارة قول بحق.^{٤٣}

وقد زاد من هذا الإفراغ القيمي للغة، قوة أو تلازم هذا الانفجار المعلوماتي بالسياق الإعلاني، حتى إنّنا أصبحنا فاقدي القدرة على التمييز بين المعلومة الخالصة والمعلومة المُعلنة. لقد تشابكت الكلمة بالهدف الرّجحي، واندرجت هذه الثنائية وترسّخت في الممارسات القولية، ونظراً لهذا انحسرت المضامين الأخلاقية في الكلام، فلم نعد نجد مكاناً ل: الإحسان في القول والكلمة الطيبة، والقول الصّائب، والكلمة العادلة والحقيقية، وجرى إرساء نظرة معرفية للمعلومة من منطلق أنّها "كيان اتصالي تأتي من خواص الفعل وردّ الفعل المعلوم، أو الإعلامي وهي منطق معرفي يتم إدراكه من خلال تفاصيل هذه العمليات وبصيغة وظيفية ومهنية... ومهمة القائم الاتصالي هو التوصيل وفق تعابير معيّنة وبالطرق والآليات المادية مثل الإشارات والعلامات."^{٤٤}

ولقد أزم هذا الأساس المعرفي في الإعلام المعاصر، من الفصل بين القيمة والمعلومة، والأدهش أنه لا يراعي أيضاً الشروط النحوية للكلام المنقول؛ إذ دخلت الرّطانة اللغوية والأساليب العامية في التّعبير والتّبليغ، بما يفقد الوظيفة الحضارية للإعلام رسالتها وقيمتها، "فالنعف اللساني يتحول في هذه الحالة إلى ظاهرة اجتماعية. وفي غياب المرجعية اللغوية؛ أي بنيتها القيميّة والتّحوية، قد يصبح التأثير عكسياً فتتأثر اللغة بالكلام وليس العكس. وليس المقصود التأثير بالألفاظ والأصوات فحسب ولكن بالمعاني السلبيّة، كالنعف اللساني مثلاً. وقد امتدّ الكلام إلى مختلف مجالات الحياة في ظل تراجع النّظام الثقافي والتعليمي، وازدهار الثقافة الاستهلاكية والترفيهية. ويدخل في ذلك استخدام الكلام الدّارج في وسائل الإعلام، وخاصة المسموعة والمرئية."^{٤٥}

^{٤٣} عبد الرحمن، طه. سؤال الأخلاق مساهمة في التقد الأخلاقي للحداثة الغربية، المغرب-بيروت: المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٠م، ص ٧٢.

^{٤٤} مناف، علاء هاشم. فلسفة الإعلام و الاتصال: دراسة تحليلية في حفريات الأنساق المعرفية، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١١م، ص ٩٤.

^{٤٥} عزّي، الإعلام وتفكك البنيات القيميّة في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، مرجع سابق، ص ٨٦.

وهذه مظاهر جليلة، على هيمنة الكلمة غير المسؤولة، وإنفاق الكلام فيما يعود بالضرر أكثر مما يعود بالنفع. ولقد أدرك رجال الأخلاق في الفكر الإسلامي ضرورة انضباط الممارسة القولية بقواعد أخلاقية تسديدية، منها:

١. قاعدة القصد: لتتفقد قصدك في كل قول تلقي به إلى الغير.
٢. قاعدة الصدق: لتكن صادقاً فيما تنقله إلى غيرك.
٣. قاعدة الإخلاص: لتكن في توددك للغير متجرداً عن آرائك.^{٤٦} وواضح من خلال هذه القواعد، التداخل بين التواصل الإنساني والتعامل الأخلاقي، وبين الكلام ودوره التربوي والرسالي؛ لأن الكلمة المشحونة بالقيمة، قد تدخل قلب إنسان، فتحوله إلى شخص آخر ذي مبدأ وذي رسالة. وما يعضد قوة هذه الوحدة بين الكلام والقيم، الاهتمام الكبير الذي أولاه رجال الأخلاق في الممارسة التراثية الإسلامية بما أسموه بـ: آداب المخاطبة، وآداب الحوار والمحاورة، وآداب المناظرة والتناظر، فهُم بهذا الإجراء التأسيسي للأخلاق حققوا شمولية النظام الأخلاقي الإسلامي وحاكميته على الفعاليات الإنسانية كلها.

خاتمة:

بعد زحف "ثقافة الانفصال عن الأخلاق في الإعلام المعاصر"، دخل الإنسان المعاصر إلى أخطر حقبة في تاريخه الثقافي، فما تحقق من تهميش للقيم وشطب مضمونها البنائي وقيمتها الإصلاحية للإنسان في زمن هذا النسق الاتصالي الجديد، لم يتحقق في التاريخ الإنساني جميعه، حتى في عصور الإلحاد التي ترفض الإيمان على المستوى النظري، لكنها تقبل بمضامين الإيمان الديني الأخلاقية في المستوى العملي، وهذا ما يستلزم إنشاء شكل جديد من الأخلاق تحقق التحرر من هذه الإمبريالية الإعلامية، وتأخذ بالإنسان إلى الوجود الأخلاقي بدلاً من الوجود الطبيعي الذي أمسك بالحياة من كل جوانبها.

لكن هذا الكلام عن الدور الأخلاقي من أجل صناعة إعلام حضاري وثقافي تربوي مؤسس على قيم التوحيد الإيمانية، وقاصداً تركية الشخصية الإنسانية التي تعمر الأرض

^{٤٦} عبد الرحمن، طه. اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، المغرب-بيروت: المركز الثقافي العربي، ١٩٩٨م، ص ٢٥٠.

بالخير، لا يكفي فيه الوجود ضمن مصادر التشريع الأخلاقي المقدّسة، والاحتواء بها وتشكيل بؤر للمقاومة، فهذا الشكل ليس إصلاحاً جذرياً روحياً يحقق مقصد التحرّر والتّوجيه، وإنما هو إصلاح تكيّفي ظرفي، لا يقدر على التّنظير لأخلاقيات إعلامية خارج طوفان النّسق الاتصالي الجديد، إنه تنظير شبيه "ببومة مينيرفا" التي أشار إليها الفيلسوف الألماني هيجل؛ أي تلك التي لا تتحرّك إلا بعد أن ينتهي الحدث ويستكمل اليوم وقته، ثم تطير لكي تفهم ما وقع، "فعلى مدى عقود، ظل العالم الإسلامي ينتج فكراً إما في تقليد شبه أعمى، أو بناء على نزعة دفاعية إقصائية جامدة، وهو لم يظهر الاستقلالية والإبداعية والإسهام إلا نادراً. ولذلك يقوم التحرير أولاً على كسر هذه الدائرة المفرغة وغير الصحية باستعادة شرط إتقان كافة النواحي المعرفية المتباينة، من أي مِصرٍ جاءت، وغرس الثقة بالقدرة على امتلاك الوسائل الكفيلة بالإخلاص للرّسالة، لا "لمعاداة الآخرين" وإنما "النفع أنفسنا".

يتعيّن علينا التّصالح مع العالم لكي نتصالح مع أنفسنا على نحو أفضل.^{٤٧} ومقتضى هذا الكلام، أن إتقان العلوم الإعلامية والتّواصلية شرطٌ ضروري للكلام في الإصلاح الجذري، وهو شرط يوازي شرط أسبقية القيمة الخلقية على الأعمال العلمية والتقنية، وإذا لم تتحقق هذه الوشيحة الثنائية بين النّظام الأخلاقي وإتقان النّظام الإعلامي، فإن التّأثير يبقى محدوداً. وما هذه الوحدة بين النّظام الأخلاقي والنّظام الإعلامي إلا تجلّ لوحدة أعلى، هي وحدة الكتابين الموحي بهما: النص والكون.

^{٤٧} رمضان، طارق. الإصلاح الجذري: الأخلاقيات الإسلامية و التحرّر، ترجمة: أمين الأيوبي، بيروت: الشبكة العربية للأبحاث والنّشر، ٢٠١٠م، ص ١٦٩.

الخصوصيات الثقافية في ظل إعلام العولمة

بين ثقافة الأصالة وثقافة الحداثة

السعيد سليمان عواشريّة*

الملخص

تبحث الورقة في التحدي الذي يمثله إعلام العولمة للخصوصيات الثقافية للبلدان العالم بصفة عامة والبلدان العربية والإسلامية بصفة خاصة، وتكشف عن أهم المشكلات التي يعاني منها الإعلام العربي في مواجهة ذلك التحدي. وتزداد حدة المشكلات حين لا يتوفر البديل الإعلامي المناسب، ويعاني ما تيسر منه فيها من معوقات عدة. كما اقترحت الورقة بعض الاستراتيجيات الكفيلة بمواجهة تحديات إعلام العولمة، وتقدم تصور للبديل الإعلامي الذي من شأنه تحقيق ذلك، موظفاً بعض سمات الحداثة في البناء المنشود، بصورة تربط ماضي الأمة بحاضرها من أجل المستقبل، وتؤسس على ثقافة الأصالة، في إطار الاحترام والاعتراف بالآخر.

الكلمات المفتاحية: الثقافة، الخصوصية الثقافية، إعلام العولمة، الأصالة، الحداثة.

Cultural specificities in light of media globalization between culture of originality and culture of modernity Abstract

The paper examines the challenge posed by the globalization of the media to the cultural specificities of the countries of the world in general and the Arab and Islamic countries in particular. It reveals the problems of the Arab and Muslim media in facing that challenge. The problems become more acute when there is no appropriate media alternative, and with presence of the constraints that limit the function of what is available.

The paper also suggests some strategies to meet the challenges of media globalization, an introduce and alternative media that employs some attributes of modernity, links the nation past with its present to build its future, and establish a culture of authenticity in a framework of respect and recognition of the other.

Keywords: Culture, Cultural specificities, Media globalization, authenticity, Modernity.

* دكتوراه علوم في علم النفس وعلوم التربية - تخصص أرطوفونيا-، من جامعة سطيف - الجزائر-، ٢٠٠٦، أستاذ محاضر (أ) في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، بجامعة باتنة - الجزائر. البريد الإلكتروني:

rimasma2012@yahoo.fr

تم تسلم البحث بتاريخ ١/٦/٢٠١٤م، وقُبل للنشر بتاريخ ١٤/١١/٢٠١٤م.

مقدمة:

نظراً لكون وسائل الإعلام تقدم قدراً كبيراً من المعلومات عن العالم، وعن أمور لا نستطيع أن نعلم بها على نحو مباشر، فإنها تصبح مناسبة أكثر للتأثير فينا، لأنها تضيف المزيد لتصورنا للواقع، وتؤثر بقوة في الطريقة التي نبنى بها أجزاء من الظروف المحيطة بنا، بصورة قد لا تتوافق مع هويتنا الثقافية في ضوء ما تقدمه من برامج، خاصة في ظل بروز العولمة الثقافية، وهو الذي أيقظ المفكرين، والباحثين من أجل تدارك مخاطرها، والاستفادة من أحداثها بما لا يشكل خطراً على الأصالة العربية الإسلامية.

إن الاختراق الثقافي يكرّس منظومة معينة من القيم الوافدة التي تسري ببطء وثبات داخل منظومة القيم المحلية، ويمكن لهذه القيم الغربية محلها، وبذلك أخذت تملأ محيلة هؤلاء بأبطال ورموز جديدة، بدءاً بعارضات الأزياء ونجوم الكرة، وصولاً إلى رموز الفن والسينما والأعمال والألبسة والأطعمة، وأنماط السلوك، والمفردات اللغوية المتكررة. كل هذا خلق نوعاً من الصراع القيمي بين النمط الجديد الوافد والثقافة الأصلية، وانعكس تأثيره على شخصية الطفل العربي، حتى أصبحت تظهر عليه علامات الازدواج في سلوكه وتعبيراته.

ويأتي طرحنا هذا استناداً إلى استقراءنا لبعض جوانب الواقع العربي، التي توحى بأن مثُلنا العليا لم تُعد هي العمل، والرقى، والعروبة، والإسلام، والثقافة الرفيعة، بل صارت ثقافة استهلاكية، تتلخص في أفدر ما ينتجه الغرب من أفكار وممارسات. إن شخصيات الأمة التي هي موضع القدوة، لم تعد: "المحاسبي، والعزالي، وابن رشد، وابن تيمية، وصالح الدين الأيوبي" بل غدت تلك شخصيات "هوليود" ذات الرؤية الغربية.

ومن هنا يمكن القول إن الوضع الذي آل إليه العرب والمسلمون، وشكّل صورته المتداولة في العالم قد يكون جزءاً منه نتيجة للإعلام العربي، سواء لأنه لم يؤدّ وظيفته كما ينبغي، أو لأنه تخلّى عن وظيفته، أو فشل في مواجهة إعلام العولمة، الذي بذل كل ما في

وسعه لتهيئة الأرضية الملائمة لنقل الثقافة الجديدة، من خلال تحرير إرادة الشعوب المستهلكة من القيود الاجتماعية، والثقافية، والفكرية، التي يرى منظرو العولمة أنها تعيق التقبُّل، وذلك عن طريق الاستخدام الموجه للإعلام على حد تعبير "هيربرت شيللر" Herbert Schiller^١.

لقد غدا الإقبال على الثقافة المستوردة - كما يرى بعض المفكرين - غير ناجز إلا من خلال فضلاتها، لا من خلال إيجابياتها والمكتسبات الحضارية النافعة، خاصة إذا علمنا أن دور الإعلام يتمثل في نقل المعلومات بصورة أقرب ما يكون للموضوعية، والحيادية، غير أنه يعكس المضامين الثقافية التي تشكل خلفية وكالات الأنباء التي يسيطر عليها الغرب، وهذا لا ينفي الجهود المبذولة، والنتائج الإيجابية لبعض محاولات الإعلام العربي، التي حاولت إحداث نمط مقبول من التغيير الاجتماعي، والتكيف بين ثقافة الأصالة وثقافة الحداثة. وهذا دليل على أن الإعلام العربي قادر على بناء الحداثة الثقافية دون المساس بثقافة الأصالة، غير أن ذلك تعذر عليه، لوجود بعض المشكلات التي حالت بينه، وبين تحقيق ذلك، خاصة في ظل إعلام العولمة، وهنا نتساءل:

- ما سمات إعلام العولمة، وأهدافه؟

- ما أثر إعلام العولمة في الخصوصيات الثقافية العربية في ظل الإعلام العربي العاجز عن المواجهة؟

- ما المشكلات التي تواجه الإعلام العربي في حماية النسيج الاجتماعي للأمة العربية والإسلامية، وتأصيل جذور الهوية الثقافية العربية الإسلامية، والتفاعل مع الثقافات الأخرى في ظل إعلام العولمة؟

- ما السبل الكفيلة بالخروج من تلك المشكلات وجعل الحداثة طريقاً للبناء المنشود، وربط للماضي بالحاضر من أجل المستقبل، دون معادة لمحاوَر ثقافة الأصالة، وذلك في إطار الاحترام، والاعتراف بالآخر؟

^١ هيرت، أ. شيللر. المتلاعبون بالعقول، ترجمة: عبد السلام رضوان، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، عدد ٢٤٣، ط٢، ١٩٩٩م.

أولاً. ضبط المفاهيم

١. الخصوصية الثقافية:

لقد أصبحت قضية احترام الخصوصيات الثقافية مسألة مسلماً بها داخل اليونسكو، وإحدى الركائز التي توجه سياساتها وبرامجها وأهدافها. وتحسباً لذلك أدرجت اليونسكو في مشروع البرنامج والميزانية عن الفترة ١٩٨٤-١٩٨٥ برنامجاً رئيساً عن الثقافة والمستقبل، تضمّن برنامجاً فرعياً عن "الخصوصية الثقافية والعلاقة بين الثقافات"، غرضه تشجيع معرفة الثقافات، وتعزيز الوعي بالذاتيات الثقافية، والتعبير عنها، وتحضير الدراسات والبحوث التاريخية بشأن الثقافات، ورسم وتنفيذ سياسات للنهوض باللغات الوطنية أو المحلية أو الإقليمية، وتنمية المبادلات الثقافية والفنية والإقليمية.^٢

ومن هذا المنطلق حاولت أوروبا، وعلى رأسها فرنسا -من أجل الدفاع عن موقعها في السوق- أن تطرح مبدأ الخصوصية الثقافية، غير أن هذا الطرح لم يحقق إلا نجاحاً جزئياً، تمثل في الحصول على الموافقة على مبدأ التعامل الخاص المحدود في مجال الإنتاج السمعي والمرئي.^٣

ويمكن تعريف الخصوصية الثقافية بأنها نتاج تفاعل مجموعة من المكونات المتمثلة أساساً في العقائد والعادات والقيم الأخلاقية والاجتماعية، التي تساهم في صقل شخصية فردية لها سماتها الذاتية. غير أن هذه الأخيرة لا تنفي ألبتة إمكانية الالتقاء مع الثقافات الأخرى في بعض العناصر.

٢. العولمة الثقافية:

لقد ارتبط المفهوم الثقافي للعولمة بفكرة التعميط أو التوحد الثقافي للعالم، على حدّ التعبيرات التي استخدمتها لجنة اليونسكو العالمية للإعداد لمؤتمر السياسات الثقافية من

^٢ ميثاق الأمم المتحدة والنظام الأساسي لمحكمة العدل الدولية، الفصل الأول: في مقاصد الهيئة ومبادئها، ٢٦ جوان ١٩٤٥م، المادة: ١، الجزئية رقم: ٣، ص ٥، والفصل الثالث: في فروع الهيئة، المادة: ٨، ص ٥٨.

^٣ راجع في ذلك وثيقة المؤتمر العام لليونسكو، الدورة الثانية والعشرون، مشروع البرنامج والميزانية للفترة ٨٤-١٩٨٥، باريس، ١٩٨٣م، ص ١٦٢.

أجل التنمية، التي عقدت اجتماعاتها في مدينة استكهولم عام ١٩٩٨؛ إذ رأت اللجنة أن التنميط الثقافي يتم باستغلال ثورة وشبكة الاتصالات العالمية، وهيكلها الاقتصادي الإنتاجي المتمثل في شبكات نقل السلع، وتحريك رؤوس الأموال. كما أن التنميط أو التوحد الثقافي هو مرآة التطور الاقتصادي للعولمة.^٤

وهو ما يؤدي إلى تسليع الثقافة؛ إذ تصبح الثقافة التي لا تعتمد على منطق السوق مهددة في وجودها وبقائها؛ لأن منطق السوق يقتضي توفر القدرة على الاستثمار، وهو ما لا تملكه الدول النامية.^٥ ومن ثمّ تصبح مجرد سوق لاستهلاك الثقافة الواحدة، التي هيأ لها إعلام العولمة الأراضية الملائمة للتقبل، بالتأثير على أول مصنع لها ألا وهي الأسرة، من خلال تحرير إرادة المستهلكين من القيود الاجتماعية والثقافية والفكرية المعيقة للتقبل، بالاستخدام الموجه للكلمة والصورة.^٦

إن تعدد الثقافات من وجهة نظر دعاة العولمة هي السبب الرئيس للانقسام بين الشعوب، والحلّ - في نظرهم - هو اندماج الثقافات في ثقافة واحدة. وقد تركز هذا الوضع على مستوى منظمة اليونسكو، التي دعت لجنتها المكلفة بالإعداد لمؤتمر السياسات الثقافية من أجل التنمية، التي عقدت اجتماعاتها في مدينة استكهولم عام ١٩٩٨ برئاسة "خافيير بيريز دي كويلار" Javier Pérez de Cuéllar الأمين العام السابق للأمم المتحدة، إلى فكرة التوحيد الثقافي بوصفها مرآة التطور الاقتصادي للعولمة.^٧

ولا شك في أن هذا الإقرار على مستوى منظمة بحجم اليونسكو يحمل خطورة كبيرة، خاصة وأنه بمثابة تراجع عن فكرة التعددية الثقافية التي أقرها ميثاقها التأسيسي،

^٤ المرسي، كمال عبد الغني. العلمانية والعولمة والأزهر، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٩م، ص ٩٣. انظر أيضاً:

- بوجلال، عبد الله. "إشكالية الوفرة الإعلامية والمعلوماتية في ظل العولمة"، مجلة الحقيقة، جامعة أدرار، الجزائر، عدد ١، ٢٠٠٢م، ص ٩٣.

^٥ بلقرين، عبد الإله. "العولمة والهوية الثقافية: عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة"، مجلة المستقبل، مركز دراسات الوحدة العربية المستقبل العربي، عدد ٢٢٩، ١٩٩٨م، ص ٩٤.

^٦ السيد، أحمد مصطفى عمر. "إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك"، مجلة المستقبل العربي، عدد ٢٥٦، ٢٠٠٠م، ص ٧٢.

^٧ المرجع السابق، ص ٧٤.

وتناقض مع ما أُقِرَّ في الإعلان العالمي الصادر عن المؤتمر العالمي بشأن السياسات الثقافية، الذي عقد في موسكو عام ١٩٨٢، وركز على مسألة التعددية الثقافية ومبدأ احترام الخصوصيات الثقافية، وما موقف اليونسكو آنذاك من إعادة كتابة "تاريخ التطور العلمي والثقافي للإنسانية" إلا دلالة على الاعتراف بمسألة التعددية.^٨ وهكذا أضفيت الشرعية على عولمة الثقافة في منظمة علّقت عليها الشعوب آمالها لتحافظ على خصوصياتها الثقافية وتعزيزها.

٣. إعلام العولمة:

يُعرّف إعلام العولمة بأنه "نظام عالمي جديد يقوم على العقل الإلكتروني والثورة المعلوماتية القائمة على المعلومات والإبداع التقني غير المحدود، دون الاعتبار للأنظمة والحضارات والثقافات والقيم والحدود الجغرافية والسياسية القائمة في العالم."^٩

ويعرّف -أيضاً- بأنه "سلطة تكنولوجية ذات منظومات معقدة لا تلتزم بالحدود الوطنية للدول، وإنما تطرح حدوداً فضائية غير مرئية، ترسمها شبكات اتصالية معلوماتية على أسس سياسية واقتصادية وثقافية وفكرية، لتقيم عالماً من دون دولة، ومن دون أمة، ومن دون وطن ليحلّ مكانه عالم المؤسسات والشبكات التي تتمركز وتعمل تحت إمرة منظمات ذات طبيعة خاصة وشركات متعددة الجنسيات، يتسم مضمونه بالعالمية والتوحد، على الرغم من تنوع رسائله التي تبث عبر وسائل تتخطى حواجز الزمان والمكان واللغة، لتخاطب مستهلكين متعددي المشارب والعقائد والرغبات والأهواء."^{١٠}

٤. الحداثة:

يؤرخ بعض المفكرين بداية الحداثة عام ١٤٣٦، باختراع غوتنبرغ للطباعة المتحركة، ويرى آخرون أنها بدأت منذ العام ١٥٢٠ مع الثورة اللوثرية ضد سلطة الكنيسة. مجموعة

^٨ المرجع السابق، ص ٧٤.

^٩ نافعة، حسن، "اليونسكو وقضايا التعددية الثقافية والحضارية (رؤية عربية)"، مجلة السياسة الدولية، مصر، مؤسسة الأهرام، عدد ١٢٧، ١٩٩٧م، ص ٢٣-٢٤.

^{١٠} كورتل، فريد. "الوطن العربي وتحديات العولمة"، مجلة الحقيقة، جامعة أدرار، الجزائر، عدد ١، ٢٠٠٢م، ص ١٢٣.

أخرى من المؤرخين يتقدمون بها إلى العام ١٦٤٨ مع نهاية حرب الثلاثين عام، ومجموعة خامسة تربط بينها وبين الثورة الفرنسية عام ١٧٨٩ أو الثورة الأمريكية عام ١٧٧٦، وقلة من المفكرين يظنون أنها لم تبدأ حتى عام ١٨٩٥.

جاء في موسوعة يونيفارساليس: "تعد تحولات البنى السياسية والاقتصادية والتكنولوجية والنفسية العوامل التاريخية الموضوعية لظهور الحداثة، فهذه التحولات ليست هي الحداثة في حد ذاتها... فالحداثة ليست هي الثورة الصناعية والتكنولوجية، ولكنها إدخال لهذه الثورة في مسرح الحياة الشخصية والاجتماعية."

فالحداثة في جوهرها خصوصية غربية بما حملته حضارة وإنسان يعيشان حالة من الأزمة بسبب التطور العلمي والفكري الذي استمر طوال ثلاثة قرون من الزمن، وهو ما جعل السمة الأساسية للحداثة في أنها ميّزت المجتمع الغربي الحديث، وما يطلق عليها بالتجاوز المستمر. ويمكن لنا القول إن الحداثة الغربية احتوت القيم الآتية:

أ. التمرد على القوانين وطرق التعبير والتقاليد الفنية المألوفة.

ب. تحرير الفرد من سلطة المؤسسات بكل أنواعها، ومن ضمنها مؤسسة الأسرة التي تعد في نظرها صورة من صور القهر، مع ما يعنيه ذلك من إخراج العلاقة بين الجنسين من دائرة الأسرة، واعتماد مقاربة النوع التي لا تؤمن بالفروق الجوهرية بين الجنسين، وتدعو إلى حق الشذوذ الذي يصل إلى المطالبة بحق الزواج المثلي (الذي صادقت عليه مجموعة من الدول الأوروبية انسجاماً مع هذا المفهوم الجديد للحرية).

ت. إلغاء المعنى المسبق في النصوص، بما فيها النصوص الدينية وربط الدلالة بالمتلقي-انطلاقاً من مقولة موت المؤلف- والقول بالدلالات غير النهائية للنص، وتكريس مذهب الشك في كل الحقائق والمفاهيم.

ث. اعتبار الدين تجربة بشرية قابلة للتجاوز ضمن ما تتجاوزها الحداثة، وإلغاء سلطته من خلال علمنة المجتمع، وإلغاء سلطة الأخلاق في مجال الإبداع.

ج. تمجيد التجارب المتأخرة زمنياً والمبالغة في التمرد داخل كل مذهب.

ح. تمجيد العقلانية والتفكير العقلاني، ووضعه في مقابل التفكير الديني، واعتبار هذا الأخير عائقاً أمام الحداثة، لاعتماده على المعرفة الوثوقية واليقينية، وإحلال العقل ومنجزاته العلمية محل الله في مركزية المجتمع.

خ. تمجيد الجسد والارتفاع به إلى مستوى التقديس.

د. التعبير عن مفاهيم تعكس وضعية التشرذم والأزمة التي يعيشها الإنسان الغربي، كمفاهيم الغربة واليأس والضياع.^{١١}

٥. الأصالة:

يقتضي فهم الأصالة ما يلي:

- ضرورة معرفة ثقافتنا وفهمها: وفهم هذه الثقافة لا بدّ أن يكون من مصادرها الأصلية، ومن أهلها الثقافات، وبأدواتها ومناهجها الخاصة.

- الاعتزاز بالانتماء العربي الإسلامي: يشعر المثقف العربي المسلم، الذي ينتمي إلى ثقافة العرب والمسلمين، أنه عضو في جسم هذه الأمة، وأنه متحرر من عقدة النقص التي يعاني منها بعض الناس تجاه كل ما هو غربي. إنه يعتز بلغته؛ لغة القرآن وبالعلوم، ويعمل على أن تكون لغة الحياة، ولغة العلم، ولغة الثقافة، وقد كانت لغة العلم الأولى في العالم كله لعدة قرون، فلا يجوز أن تعجز اليوم عمّا قامت به بالأمس.

- العودة إلى الأصول: أعني أصولنا وجذورنا العقدية والفكرية، والأخلاقية، والسعي إلى تحويل اعتزازنا النظري والعاطفي إلى سلوك عملي. إن الاعتزاز يصبح ظاهرة مرضية

^{١١} ابن تركي، أسماء. "الهوية الثقافية بين قيم الأصالة والحداثة في ظل التغيرات السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري"، الملتقى الدولي الأول حول الهوية والمجالات الاجتماعية، الجزائر، ٢٠١١م، من شبكة المعلومات الدولية، تصفح يوم: ٢٠١٤/٠٤/٢٩، الموقع:

إذا ظل مجرد كلام يتردد، وشعارات تُرفع، وصيحات تتعالى، لسرد الأجداد، وتعظيم الأجداد.

- الانتفاع الواعي بتراثنا والغوص في حضنه الزاخر، لاستخراج جواهره. ولا يتصور من أمة عريقة في الحضارة والثقافة أن تحمل تراثها وتاريخها الأدبي والثقافي، وتبدأ من الصفر، أو من التسول لدى غيرها.

ولا تعني أصالة الثقافة إهمال ثقافة الآخر وعدم الاطلاع عليها والإفادة منها، كما لا تعني ثقافة دينية بالمعنى الكهنوتي، وأيضاً ليست نشر العلوم الشرعية التخصصية التي تدرس في المعاهد كما هي عليه، بل تعني العودة إلى الأصالة منهجاً وقيماً ومصدراً في تنمية ثقافة المجتمع، أيا كان اتجاهها، أدباً أو فكراً أو فناً.^{١٢}

ثانياً: الخصوصيات الثقافية وتحديات إعلام العولمة

١. سمات إعلام العولمة:

إذا كان الإعلام في الماضي لقريب متعلقاً بالأرض، فإن إعلام العولمة اليوم مرتبط بالفضاء اللامحدود مثلما هو الوطن الجديد للعولمة، فهو أيضاً وطن لإعلامها، فهو الوطن الذي تبنيه شبكات الاتصال الإلكترونية، وتنسجه الألياف البصرية وتنقله الموجات الكهرومغناطيسية.^{١٣}

وبالرغم من اعتراض الحكومات على الصور والمعلومات والإيحاءات، وكل ما من شأنه زعزعة قيم خلية المجتمع الأولى الأسرة، غير أنها فشلت في نشر سيادتها على فضائها الجوي، ولم يعد للدول في هذا المجال سوى خيار واحد، وهو تسهيل الاتصال وسريان الإعلام لفائدة الشبكات العالمية.^{١٤}

^{١٢} السليم، فرحان. الثقافة العربية بين الأصالة والمعاصرة (١)، صيد الفوائد، من شبكة المعلومات الدولية، تصفح يوم: ٢٩/٠٤/٢٠١٤، الموقع:

- <http://www.saaaid.net/Minute/158.htm>.

^{١٣} السيد، إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك، مرجع سابق، ص ٧٧.
^{١٤} عواشرية، رقية. "الأمن الثقافي العربي وتحديات إعلام العولمة"، ندوة الثقافة العربية الأفريقية في مواجهة التحديات الراهنة، سبها، ليبيا، ٢٠٠٤م، ج ٢، ص ٣٠.

ويمكن تلخيص أهم سمات إعلام العولمة في ما يلي:^{١٥}

أ. إعلام متقدم من الناحية التكنولوجية، ومؤهّل لتطورات مستقبلية جديدة ومستمرة تدفع به إلى المزيد من الانتشار المؤثر في المجتمعات المختلفة.

ب. يشكل جزءاً من البنية السياسية الدولية الجديدة، التي تطرح مفاهيم جديدة لسيادة الدولة على أراضيها وشواطئها وفضائها الخارجي.

ت. يشكل جزءاً من البنية الاقتصادية العالمية التي تفرض على الكل أن يعمل ضمن شروط السوق السائدة من صراعات ومنافسات وتكتلات، وسعي متصل لتحقيق الربح للمؤسسات التي تحتكره بحكم انتمائها إلى أكثر من وطن، وعملها في أكثر من مجال، بما في ذلك صناعة السلاح وتجارته.

ث. يشكل جزءاً من البنية الثقافية للمجتمعات التي تنتجه وتوجهه وتتوجه به، ولهذا فإنه يسعى إلى نشر وشيوع ثقافة عالمية، تعرف عند مصدرها بالانفتاح الثقافي، وعند متلقيها بالغزو الثقافي.

ج. يشكل جزءاً من البنية الاتصالية الدولية التي مكّنته من تحقيق عولمته، وعولمة رسائله ووسائله، فهو ينتمي إلى أحد حقول التكنولوجيا الأكثر تطوراً في الوقت الراهن والمحتكر.

ح. لا يستند إلى فراغ، فثمة اتفاقيات دولية تدعمها منظمات وقرارات تحدد استخدام شبكاته وتوزيع طيفه وموجاته السمعية وأليافه البصرية، وبثه المباشر وتعريفاته الجمركية للصحف والمجلات والكتب والأشرطة.

خ. لا يشكل نظاماً دولياً متوازياً، لأن كل مدخلاته ومراكز تشغيله وآليات التحكم فيه تأتي من شمال الكرة الأرضية؛ أي إن تدفق الأفكار يأتي من جانب واحد، وهذا ما أدى إلى هيمنة الدول المتقدمة عليه دون الدول النامية.

^{١٥} السيد، إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك، مرجع سابق، ص ٧٦-٧٧.

٢. أهداف إعلام العولمة:

ومما لا شك فيه أن هذه السمات ستؤثر بدرجة ما في الخصوصية الثقافية للدول، خاصة في ظل الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، والتي يمكن تلخيصها في ما يلي:

أ. تحرير الشعوب من القيود الاجتماعية والثقافية والفكرية التي يعتقد منظرو العولمة بأنها عقبات تعيق تقبلها للثقافة الجديدة، عن طريق الاستخدام الموجّه للكلمات والصور. وفي هذا يرى "هربرت شيللر" Herbert Schiller أن السيطرة على البشر وعلى المجتمعات تتطلب في الوقت الحاضر وقبل كل شيء الاستخدام الموجّه للإعلام، فمهما كان جبروت القوة التي يمكن استخدامها ضد شعب ما، فإنها لا تفيد على المدى البعيد، إلا إذا تمكن المجتمع المسيطر من أن يجعل أهدافه تبدو مقبولة على الأقل، إن لم تكن جذابة للمستهدفين.^{١٦}

ب. تعويد العقول على معايشة الأنماط المغرية للثقافة الجديدة ومشاهدتها، بإحكام السيطرة على المعلومات وتوظيفها وتعميمها وفقاً لمواصفات محددة، وبمقومات تم اختيارها عملياً، لتعتاد الشعوب عليها وعلى مشاهدتها عن طريق التكرار غير الممل. هذا التعمود يمكن له في ظل ظروف معينة أن يلحق الضرر بالصحة العقلية للإنسان فيصبح أسيراً لعاداته.^{١٧}

ت. إعادة تشكيل الحياة الاجتماعية للشعوب على نمط الحياة الغربية، وحثها على المشاركة فيها على نحو نشط، يحقق على مدى معين قبولية الإنسان بحسب النموذج الاجتماعي الغربي، ويعييب الصراع الاجتماعي والتركيز على أسطورة التعددية الإعلامية.^{١٨}

ث. تعزيز فكرة الانخراط النشط في الثقافة الجديدة، عن طريق إبراز مظهرها الخارجي والثناء على كل من يتبناها ويعمل بموجبها بما يشجع الانتماء إليها، على اعتبار أنها أسلوب للحياة العصرية المهمة بأخر تقليعات العصر، وبالأشكال الجديدة للمأكولات

^{١٦} هربرت، أ. شيللر. المتلاعبون بالعقول، مرجع سابق، ص ٢٠٦.

^{١٧} المرجع السابق، ص ١٣.

^{١٨} المرجع السابق، ص ١٧.

والمشروبات والملبوسات والمتعة والترفيه، والإنفاق في إطار يتجاوب مع الرأسمالية إلى زيادة الاستهلاك من جهة، والتأكيد على قيم المجتمع الرأسمالي من جهة أخرى.^{١٩}

٣. تأثير إعلام العولمة في الخصوصيات الثقافية:

ينظر بعض الباحثين إلى إعلام العولمة نظرة إيجابية من حيث إنه يسهم في إثراء المعرفة ونشر الثقافات، وتعزيز التفاهم والتقارب والتفاعل بين الشعوب والثقافات، وتوسيع نطاق التعليم والوعي، واحترام حقوق الإنسان في نشر المعلومات والأخبار والحصول عليها، على أساس أن التفاعل الإيجابي بين الشعوب والدول سوف يرسخ قيماً ثقافية رئيسة مشتركة، تجمع الثقافات في بوتقة واحدة؛ لتكون الثقافات الوطنية مزيجاً من ثقافة دولية تحترم المعاصرة، وثقافة محلية تحافظ على الأصول والمنابع.

في حين ينظر آخرون إليه على أنه هيمنة ثقافية، وتسلب على عقول الأفراد؛^{٢٠} أي طغيان ثقافة عالمية واحدة على الثقافات القومية والمحلية المتعددة، بما يشكل خطراً على خصوصياتها، وقد يؤدي على المدى الطويل إلى ابتلاعها والحلول محلها، مما يستوجب محاربتها والتصدي لها.^{٢١}

فإذا كان الصراع الإيديولوجي ولا يزال يستهدف تشكيل الوعي، سواء بتزييفه أو تصحيحه، فإن الاختراق الثقافي المعاصر يستهدف السيطرة على الإدراك من خلال الصورة السمعية-البصرية، من أجل التأثير في الفكر والوجدان والسلوك، عن طريق تنميط الذوق وقبول السلوك، وذلك بتقديم أنماط من المواد الإعلامية والثقافية.^{٢٢}

فإعلام العولمة يتضمن بلوغ البشرية مرحلة لانتقال الأفكار والمعلومات والبيانات والاتجاهات والأذواق على الصعيد العالمي، بأقل قدر من العراقيل والضوابط. فلقد فقدت

^{١٩} السيد، إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك، مرجع سابق، ص ٧٩.

^{٢٠} بوجلال، إشكالية الوفرة الإعلامية والمعلوماتية في ظل العولمة، مرجع سابق، ص ١١٥.

^{٢١} بوزيد، عبد الحليم. "العولمة وآثارها السلبية في البلاد العربية"، مجلة الإحياء، كلية العلوم الإسلامية والاجتماعية، جامعة باتنة، الجزائر، عدد ٥، ٢٠٠٢ م، ص ٣٨٠.

^{٢٢} عبد الرحمن، عواطف. "الإعلام العربي بين غياب الديمقراطية والاختراق الثقافي"، مجلة الدراسات الإعلامية، عدد ٨٨، ١٩٩٧ م، ص ٢٤.

الدول في ظلها القدرة على التحكم في تدفق المعلومات والأفكار والقيم والقناعات في ما بين المجتمعات والأجيال، وفقدت السيطرة على التداول الحر للأخبار والمعلومات، الذي يتم عبر وسائل ووسائط وتقنيات جديدة لم تبرز إلا في التسعينات.^{٢٣}

لقد حرصت الحكومة الفرنسية مثلاً على مدّ الشبكات الإذاعية وأطياف الترددات التلفزيونية إلى دول القرن الإفريقي، من أجل تعزيز السيادة الفرنسية، ونشر الهوية الثقافية في الكثير من البلدان الإفريقية، ابتداءً من اللغة السائدة في الشارع أو قطاع التربية والتعليم، أو وسائل الإعلام، وصولاً إلى القيم وأمط الحياة السائدة في المجتمعات العربية والإفريقية، كما أغرقت الأسواق بعدد لا يحصى من الكتب والمجلات والنشرات، ورصدت الجوائز الكبيرة في مختلف التخصصات، وشجعت النوادي والمراكز الثقافية والهيئات على الاهتمام بكل ما هو ناطق بالفرنسية، وأن تكون لغة التواصل الجماعية، ولغة العلم والتصنيع والثقافة والتقنية الحديثة.^{٢٤}

والملاحظ أن الولايات المتحدة الأمريكية قامت بشكل كبير من أجل ضرب المصالح الفرنسية والأوروبية عموماً في مختلف أنحاء العالم، وعملت جاهدة على مدّ الجسور الثقافية مع بعض الدول العربية، من خلال فتح مراكز لوكالة الاستعلامات الأمريكية في بعض الدول، كمصر وتونس والمغرب وجنوب إفريقيا وكينيا وتنزانيا، وصارت هذه المراكز بمثابة بوابة للتوغل الأمريكي؛ إذ فتحت الأفاق الثقافية أمام الشعوب، لتنهل من الوعاء الأمريكي بكل ما تحويه من علوم وتقنيات وحداثة، فضلاً عما تحمله من سموم فكرية وإيديولوجية تمجد النموذج الأمريكي، وتسحب البساط من تحت أقدام الثقافة المتجذرة وثوابتها. ووصل الأمر بالولايات المتحدة الأمريكية إلى تقديم المساعدات المالية والتقنية لإنشاء محطات إذاعية وتلفزيونية في الدول العربية، ومن ثم وقفت هذه الدول عاجزة عن

^{٢٣} بركات، محمد مراد. "تأملات نقدية لظاهرة العولمة"، مجلة دراسات، ليبيا، المركز العالمي لدراسات الكتاب الأخضر، عدد ٩، ٢٠٠٢م، ص ٨١.

^{٢٤} فياض، محمد أحمد. "الاستعمار الإعلامي والثقافي وتحديات التعليم في إفريقيا"، الندوة التربوية عن نحو مستقبل أفضل للتعليم في إفريقيا، ودان، ليبيا، ٢٠٠٤م، ص ٨.

ملء الوقت المخصص للبث، لعدم توافر البرامج، أو لتكلفة إنتاجها الباهظة، مما أدى بالولايات المتحدة الأمريكية إلى تقديم عدد وافر من البرامج الثقافية والتعليمية إلى هذه المحطات مجاناً، أو بأسعار رمزية. ولنا أن نحلل طبيعة هذه البرامج الإعلامية ومحتوياتها التي تخدم البراغماتية الأمريكية بشكل لا يقدر بثمن، ولا تستطيع الجيوش تحقيقه لو أنها غزت هذه الدول عسكرياً.^{٢٥}

وبذلك تشكّل الولايات المتحدة الأمريكية في المرحلة الراهنة القاعدة الأهم، والأكثر تأثيراً في المشروع الثقافي العالمي بوجهه الاحتكاري، وقدراته الهائلة، وأدواته الإعلامية المتقدمة التي لعبت الدور الحاسم في نشر الثقافة الاستهلاكية ذات الطابع التجاري في جميع أنحاء العالم وترسيخها.^{٢٦} وكل ما وقع ويقع كان يهدف إلى تشويه الثقافات المحلية وتمهيشها، وإعادة إنتاج البنية الفوقية المختلفة، بما تتضمنه من تسطيح للوعي وتشجيع للمبادرات الفردية القائمة على الأنانية والاستغلال، وانعدام الممارسات العقلانية، وبث الفوضى والبيروقراطية والرشوة والفساد.^{٢٧}

إن تعميم النمط الاستهلاكي الأمريكي الغربي الذي تسود فيه السلع الكمالية والوسائل الترفيهية يشكل الهدف الأساسي الذي تسعى إليه أمريكا بواسطة الاختراق الثقافي، الذي أحدث آليات الهيمنة العالمية المعاصرة، التي تتوّج وتستكمل الدور الذي تقوم به الشركات متعددة الجنسيات، والبنك الدولي، وصندوق النقد الدولي، ومجموعة السبعة الكبار، وغيرها، إضافة إلى أن الاختراق الثقافي الاتصالي يقوم بدور تكريس منظومة القيم الوافدة التي تتفاعل داخل المجتمعات النامية والعربية، وتسري ببطء وثبات داخل منظومة القيم المحلية، لتفتتها من الداخل وإحلال القيم الأمريكية الغربية ذات الطابع الاستهلاكي الترفيهي، بهدف إعاقة نمو تلك المجتمعات النامية والعربية المستقلة اقتصادياً وثقافياً واجتماعياً.^{٢٨} ويشير "أرجوميدو" Argumedo إلى أن الأخبار المتعلقة

^{٢٥} المرجع السابق، ص ١٠.

^{٢٦} بوجلال، إشكالية الوفرة الإعلامية والمعلوماتية في ظل العولمة، مرجع سابق، ص ١١٤.

^{٢٧} عبد الرحمن، الإعلام العربي بين غياب الديمقراطية والاختراق الثقافي، مرجع سابق، ص ٢٦-٢٧.

^{٢٨} المرجع السابق، ص ٢٤-٢٥.

بالشؤون الداخلية والدولية والأفلام وأشرطة الفيديو والمجلات إلخ، تروّج لأنماط من الحياة التي تعمل على تحويل ونقل المعايير والقيم المحلية أو الإقليمية، لتصبح ذات صفة عالمية.^{٢٩}

وفي هذا السياق فقد أدّى ظهور البث الإعلامي المباشر في العالم العربي إلى خلق العديد من الإشكالات والمخاوف، وإثارة الكثير من الجدل حول المخاطر الثقافية والاجتماعية التي ستهدد منظومة القيم العربية التراثية والمعاصرة، من خلال البرامج التلفزيونية الوافدة عبر البث المباشر، خصوصاً في ظل عدم احترام المواثيق الدولية، التي نصت على ضرورة الالتزام باحترام الطابع المميز للثقافات المختلفة.^{٣٠} وأبرز هذه المواثيق إعلان اليونسكو سنة ١٩٨٧، وقرار الجمعية العامة للأمم المتحدة سنة ١٩٨٢، المتضمن مبادئ وقواعد تنظيم استخدام الأقمار الصناعية في البث التلفزيوني المباشر.^{٣١}

ويلاحظ أن هناك انتهاكاً متواصلاً للدول الكبرى لهذه المواثيق، كما أن استخدام الأقمار الصناعية يثير إشكالية أخرى لها خطورتها، تتمثل في كيفية التوثيق بين الحقوق الاتصالية للأفراد والجماعات ومبدأ الحفاظ على الهوية الثقافية الوطنية لكل شعب.^{٣٢} وبهذا يتضح جلياً أن لا أحد ينكر أن في العولمة تحدياً رئيسياً للخصوصيات الثقافية، فإذا كانت فرنسا نفسها تخاف من الهيمنة الأمريكية فكيف بغيرها، فهذا "جاك تيو" في كتابه "فرنسا المستعمرة" يقول: "إن من أوجه نجاح الإمبراطورية الأمريكية هي أنها استطاعت أن تُوجد في أنحاء العالم، وذلك عن طريق الإنسان المرتبط بالمنتجات الثقافية الأمريكية."^{٣٣}

^{٢٩} بوجلال، إشكالية الوفرة الإعلامية والمعلوماتية في ظل العولمة، مرجع سابق، ص ١١٥.

^{٣٠} عبد الرحمن، الإعلام العربي بين غياب الديمقراطية والاختراق الثقافي، مرجع سابق، ص ١٩.

^{٣١} بوجلال، إشكالية الوفرة الإعلامية والمعلوماتية في ظل العولمة، مرجع سابق، ص ١١٦.

^{٣٢} عبد الرحمن، الإعلام العربي بين غياب الديمقراطية والاختراق الثقافي، مرجع سابق، ص ٢٠.

^{٣٣} جاب الله، أحمد. "الخصوصيات الثقافية وموقعها في الحوار بين الحضارات"، مجلة الإحياء، عدد ٦٥، ٢٠٠٢م، ص ١٧١.

ثالثاً: مشكلات الإعلام العربي في ظل تحديات إعلام العولمة

أتاحت تكنولوجيا الاتصال أمام الأفراد فرصة هائلة للاختيار بين وسائل ومضامين كثيرة ومتنوعة، وبهذا ترسخت فكرة المتلقي النشط القادر على الاختيار، ومنح التأيد أو الرفض أو المقاومة للوسائل أو الرسائل الإعلامية، كما برزت فكرة دور المتلقي في بناء معاني الرسائل الإعلامية التي تعرّض لها وتفسيرها. وخلصت العديد من البحوث إلى أن التأثير الإعلامي عملية مقسمة بالتساوي بين منتج الرسائل الإعلامية والمتلقي، إذا كانت عمليات الاتصال والتأثير هي بالأساس عملية ثقافية. ومع التسليم بأن كل فرد هو عضو في جماعة ثقافية، فإن بحوث الإعلام والاتصال التي اعتمدت على مقارنة التحليل الثقافي Cultural Analysis Approach قد توصلت إلى نتائج بالغة الأهمية حول الاتصال والإعلام، فالأفراد يختارون ويستخدمون وسائل الإعلام في ضوء ثقافتهم، كما أن الجمهور ليس تجمعاً بسيطاً للأفراد، بل إن هناك أسساً ثقافية واجتماعية يجب أن تؤخذ بالحسبان عند دراسة عمليات التأثير. كذلك فإن مضمون وسائل الإعلام هو أيضاً منتج ثقافي، وقد أثبتت دراسات عديدة أن الجمهور المحلي يفضل التعرض للوسائل ذات المضامين المحلية، لأن المنتجات الإعلامية المحلية تكون محمية - كما يقول "إيثيل دي سولا بول" Ithiel de Sola Pool - عن طريق اللغة والتأييد الاجتماعي وثقافة المجتمع؛ أي إن ما تقدمه يعكس الثقافة المحلية، ويتفق مع مكوناتها الأساسية.^{٣٤}

ولا يخفى أنّ الثقافة نفسها مصدر خلاف مستمر، ذلك أن الثقافة متحصنة، ولا تتغير بسهولة، فالجوانب الجوهرية للثقافة ترسخ من خلال عمليات تأهيل اجتماعي داخل المجتمعات، وبهذه الطريقة تتغلغل الثقافة عميقاً في نفسية الفرد، وتتخذ أساساً وطيداً مسلماً به من الافتراضات والقيم، ولا يمكن تبديلها بسهولة،^{٣٥} وذلك بعكس ما

^{٣٤} شومان، محمد. *عولمة الإعلام والهوية الثقافية العربية*، بيروت: (د.ن)، ٢٠٠٠م، ص ٩٤.

^{٣٥} ملي، أسعد. "التداعيات الإقتصادية المتصاعدة لعولمة الإعلام وأثرها على الهوية الثقافية"، مجلة جامعة دمشق،

أورده "فوكوياما" في كتابه "التمزق الكبير"؛ إذ يرى أن الثورة المعلوماتية أحدثت على غرار الثورة الصناعية سابقاً الانحلال في القيم العميقة في البنية الاجتماعية.^{٣٦}

لهذا يرى بعض المفكرين أنه ليس هناك ما يدل على أن إعلام العولمة يهدف بالضرورة إلى محو الهويات الثقافية المعتمدة، لأن العولمة ليست بحاجة لكي تفرض نفسها، وأن تفرض نظاماً ثقافياً معيناً على كل أنحاء العالم، وأنه من المستحيل محو التعددية والخصوصية الثقافية، لأن أي شعب له حضارته وقيمه الخاصة به، يستطيع أن ينتقي من الثقافة الأخرى، أما الذي يأخذ ثقافة الآخر بقدرها، فليس عنده أصلاً ثقافة أو حضارة أو قيم. ولا شك في وجاهة هذا الرأي في بعض الجوانب، إلا أنه ينبغي عدم الأخذ به في مجمله، لأن الانتقاء يتوفر في ظل توافر عدة شروط، من أهمها وجود البديل المنافس، وفك القيود عن حرية التفكير، وتنوير الوعي. وهذا ما جعل الإقبال على الثقافة المستوردة لا يتم من خلال الإيجابيات والمكتسبات الحضارية النافعة، وإنما يتم على حد تعبير "برهان غليون" Burhan Ghalioun "من خلال فضلات هذه الثقافة."^{٣٧}

ويعاني الإعلام العربي من جملة من المشكلات، في سعيه لحماية النسيج الاجتماعي للأمة العربية والإسلامية، وتأسيس جذور الهوية الثقافية العربية الإسلامية، والتفاعل مع الثقافات الأخرى في ظل إعلام العولمة، غير أن الإحاطة بما ليس من الأمر السهل، وهو ما يجعلنا نركز على أبرزها:

١. مشكلة تدني الخبرة في فن الإعلام:

القضية الإعلامية حساسة وفعالة، والباحث عن دور الإعلاميين العرب يدرك غياهم فيها، مما أعطى المجال لغيرهم لتشويه الصورة العربية الإسلامية لدى الرأي العام. وفي الحقيقة فإنّ العرب قد غابوا وعُيِّبوا عن هذا الدور؛ بمعنى أنهم لم يعرفوا بأنفسهم. ولا بدّ من أن نعترف أن الأبواب قد أُغلقت أمام الإعلام العربي في الوقت نفسه، وحال بينه

^{٣٦} محمود، حواس. التكنولوجيا والعولمة الثقافية، بيروت: المنارة، ٢٠٠٣م، ص ٢٤-٢٥.

^{٣٧} السيد، إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك، مرجع سابق، ص ٧٥.

وبين اكتساب أية خبرة في هذا المجال، فلعمود ثلاثة على الأقل كانت أبواب مجالات الاتصال العام موصدة في وجوه العرب والمسلمين، وتحتكرها نخبة علمانية لا تتوفر على الحد الأدنى من الولاء للخصوصيات الثقافية العربية والإسلامية، ومن ثمة فإن الإعلاميين العرب بحاجة إلى تكوين في المجال الإعلامي، في الوقت الذي يسيطر فيه اليهود على الإعلام في الغرب، ويقومون بتشويه صورة العرب والمسلمين ومحو خصوصياتهم الثقافية، فعملية الإعلام العربي غاب عنها فن العمل الصحفي، وانعدمت فيها الخبرة بفنون الخطاب الإعلامي، وغدا الخطاب الإعلامي العربي أقرب إلى العمل الدعائي المباشر، بينما الفن الإعلامي الفعّال هو الذي يستطيع أن يبلّغ رسالته بطرق غير مباشرة، ويشكّل العقل على نحو إيجابي دون تعسف في التعامل مع هذا العقل، ولا يقف مع القارئ أو المتابع موقف الوصي الذي يريد أن يفرض شيئاً على الآخرين، فالعرب لم يدخلوا بعد عصر الإعلام والاتصال، ولم يكتسبوا خبرة عالية ولو توفرت لديهم إمكانياته. وبهذا تصبح النتيجة أن الانطباعات يصنعها غيرنا ولا نصنعها نحن، ومن ثم فالآخرون يعرفوننا بعيون غريبة عنا، ويقدموننا حسب أهواء المتحكمين في قنوات الإعلام. هذا هو الخطر الذي لا سبيل لنا لتداركه إلا بمحاولة اكتساب الخبرة، وخوض هذا المجال حتى نحاطب العصر بلغته.^{٣٨}

٢. مشكلة الهيمنة الأجنبية على القنوات الفضائية العربية:

لقد تم تعويد القنوات الفضائية العربية على تقديم برامج ومواد إعلامية ثقافية أجنبية ومحلية مشابها لها، تتضمن محتويات وقيماً استهلاكية رديئة، تتناقض مع القيم الثقافية الوطنية، ومع تطلعات الجماهير الشعبية إلى التقدم والتحرر وصيانة مورثها الثقافي. فلقد انغمس الإعلام العربي في تغطية قيم اجتماعية مستوردة من الغرب أو محلية مشابها لها، على حساب القيم الاجتماعية الحقيقية في البلدان العربية، وأهملت المشكلات القومية والاجتماعية الأساسية، وسعت لإنتاج مضمون إعلاميٍّ محدّرٍ للمجتمعات العربية. وهذا

^{٣٨} مكرايد، سون، وآخرون. أصوات متعددة وعالم واحد، الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، ١٩٨١م،

ما أدى إلى غربة المواطن العربي في وطنه، وتشويه قيمه الاجتماعية الأصلية.^{٣٩} وإشعاره بأنه لا صلة أو لا رابط بما يراه أو يقرأه أو يسمعه في قنوات تلفزيونية وإذاعية وفي صفحات الصحف من مضمون، ويدرك بأن ما تغطيه هذه الوسائل من مضمون هو غير واقعي ولا صلة له بواقعه، وفي حالة قبول ما تغطيه تلك الوسائل تراه مندفعاً للثورة على قيمة وطرائق معيشتته، فيصبح غريباً عن مجتمعه وحتى عن نفسه.^{٤٠}

وتبدو الهيمنة الثقافية الأجنبية على القنوات الفضائية العربية واضحة في أدب الخيال العلمي الغربي، وذلك بحكم مصدره الياباني-الأوروبي- والأمريكي، فالأسماء أكثرها أجنبية، وملامح الشخصيات أيضاً غريبة عن ملامح الإنسان العربي، ويبدو أن أعمال الخيال العلمي للأطفال جدير بأن يكون سفيراً ناجحاً للثقافة العربية، كما أن غياب الشخصيات العربية في أعمال الخيال العلمي العربي التلفزيونية والسينمائية ستؤدي إلى قتل الطموح عند الأطفال العرب، لأنه يلغي في وعيهم أي وجود عربي محتمل على خارطة العالم والمستقبل معاً، فالطفل العربي بذلك يترسب في حسه مع تراكم الأعمال الخيالية العلمية المستوردة أن الفضاء قد خلق لقوم آخرين، وما نحن الأمة العربية سوى متفرجين ومراقبين لما يحدث نتأثر ولا نؤثر، وليس لنا دور في المستقبل، وانطلقت سفينة الحضارة الجديدة ونحن فيها في درجة الخدم والعبيد والمجذفين، وكل شيء أمامنا ألغاز وطلاسم. فانعدام بطل عربي يُقتدى به، أو شخص يتقمص شخصيته... سيؤدي إلى إجهاض الهدف المرجو تحقيقه من خلال استثمار المعلومات المتحصل عليها.^{٤١}

كما تبدو الهيمنة الثقافية الأجنبية على القنوات الفضائية العربية بكل وضوح في تغييب الثقافة المحلية، وإحلال غيرها بدلاً منها؛ إذ إن معظم البرامج والأفلام التي تعرضها كثير من القنوات الفضائية العربية مستوردة من الغرب، وتتناول أحداثاً ووقائع غريبة عن

^{٣٩} دجاني، نبيل. "البعد الثقافي والاتصالي في ضوء النظام العالمي الجديد"، مجلة المستقبل العربي، بيروت، لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية، عدد ٢٢٤، ١٩٩٧م، ص ٦٢.

^{٤٠} بوجلال، إشكالية الوفرة الإعلامية والمعلوماتية في ظل العولمة، مرجع سابق، ص ١١٨.

^{٤١} زكي، عمار. "نماذج من الخيال العلمي في تلفزيون الأطفال العربي"، مجلة الرواسي، باتنة، الجزائر، جمعية الإصلاح التربوي والاجتماعي، عدد ١٣، ١٩٩٦م، ص ٤٠-٤١.

واقعنا العربي، وأصبح الطفل معتاداً عليها، وللأسف فإنه يعرف عن "أوسكار" و"السيدة ملعقة" أكثر مما يعرف عن الخنساء وزوجات الرسول ﷺ هذا على سبيل المثال. وهناك البرامج التي من المفترض أن تتناول وقائع الأطفال، وأحداث التاريخ العربي والإسلامي، كي يستطيع الطفل أن يتحصن بثقافته المحلية، ويحافظ على خصوصياته التاريخية والجغرافية.

ومع أن الحضارة العربية والإسلامية سجّلت للتاريخ الإسلامي لواء المعرفة بنماء روحي ومادي، إلا أنه بمجيء قرون مرّت الأمة بمراحل متغيرة، وانتقل لواء المعرفة لأمم أخرى. بطبيعة الحال فإن المجتمعات قد تتقدم أو تتقهقر في مراحل تاريخها، ومع مستجدات العصر الثقافية والاقتصادية والتكنولوجية، أصبحت الأمة الإسلامية تأخذ أكثر مما تعطي، وتستورد وتقلد أكثر مما تصدر وتبدع من وسائل الإنتاج، مما أضعف روح الانتماء لدى الإنسان العربي. فمع التطور التكنولوجي انتشرت القنوات الفضائية العربية ناقلة ثقافة الآخرين بما تحمله في طياتها من أخلاقيات هدامة وقنابل موقوتة، أصبحت تؤثر في الطفل المسلم اجتماعياً وسلوكياً وثقافياً، لا سيما أن المادة الثقافية التي تبثها القنوات الفضائية أصبحت تجذب حواس الإنسان وقدراته بعامة، وليس الطفل المسلم فقط. فثقافة الحداثة تنشد غسل الأدمغة، بعد أن أصبح العالم قرية صغيرة بفعل ثورة الاتصالات، ومن الحداثة ما يفكك المشاعر والقيم الإنسانية في رحلة المتع المادية الزائفة، التي تمنح العقل الإنساني معايشة الغيبوبة.

٣. مشكلة تحديات حرية الإعلام:

تطرح حرية الإعلام نفسها إشكالية ذات أوجه متعددة. ويشير عضو هيئة تحرير لوموند ديلوماتيك "سيرج حليمي" Serge Halimi إلى أنه في ظل الشركات الاحتكارية العملاقة ووجود مليارات من أمثال: (بيل جيتس)، و(روبرت مردوخ) و(جان ال جاردير)، و(تيد تيزنر) و(كونراد بالك)، وغيرهم ممن يملكون الصحف ودور الطباعة التي نكتب نحن فيها ولها، كما يملكون الإذاعات وقنوات التلفاز التي نتحدث

ونظهر فيها؛ وتعبير آخر؛ في مثل هذا العالم الشمولي الكلياني، وهذا الكون الإجمالي، هل ما نزال نحن -الصحفيين والمفكرين- قادرين على أن نؤدي دورنا المعارض للسلطة، وأن نكون صوت من لا صوت لهم.

كل هذا وغيره يكشف عن الأوجه المختلفة لإشكالية حرية الإعلام، فثمة مخاوف وتحديات تتعلق بمدى قدرة وسائل الإعلام والاتصال الحديثة المرتبطة بالشركات الإعلامية العملاقة على أن تدافع عن مصالح المواطن، وهل ستتحول وسائل الإعلام والاتصال إلى أبواق دعائية للشركات الاحتكارية متعددة ومتعدية الجنسية، التي يبلغ عددها ٢٠٠ شركة، وتسيطر على أكثر من ٣٠% من الإنتاج المحلي الخام في العالم. في هذا الإطار فإن إشكالية العلاقة بين سطوة الإعلان وحرية الإعلام ستطرح نفسها بقوة أكبر.^{٤٢}

٤. مشكلة الانقسامات الداخلية:

ونقصد بذلك الانقسام داخل المجتمعات العربية بين نخب قادرة على استخدام تكنولوجيا الاتصال والإعلام والمعلوماتية، والاستفادة منها؛ أي نخب معولة إذا جاز الوصف، وأغلبية غير قادرة على ذلك، ومهمشة اجتماعياً واقتصادياً وإعلامياً، وربما ثقافياً.^{٤٣}

رابعاً: سبل المواجهة والتصدي والبديل المؤهل لذلك

١. سبل المواجهة واستراتيجيات التصدي:

من أجل مواجهة إعلام العولمة والتصدي له وفضح مقاصده، لا بدّ من تبني استراتيجية بعيدة المدى ومتعددة الجوانب، وتخصيص الإمكانيات المادية اللازمة لتنفيذها. وما يجب أن يكون في مقدمة أولويات هذه الخطة هو تخصيص الشبان، وذلك بتعبئتهم سياسياً وثقافياً وروحياً، وتوعيتهم بالأخطار التي يستهدفها إعلام العولمة، والبدء في صنع

^{٤٢} ملي، التدايعات الإفصائية المتصاعدة لعولمة الإعلام وأثرها على الهوية الثقافية، مرجع سابق، ص ٤٨٢.

^{٤٣} المرجع السابق، ص ٤٨٥.

الإعلام المحلي البديل، الذي يلي حاجات شبابنا النفسية، ويتوافق مع قيمنا وتراثنا الديني والحضاري، معبراً عن مشكلات الشباب وهمومهم وأفكارهم واستغلال التقنيات الإعلامية الحديثة القادرة على استقطاب الشباب، وإبعادهم عن رذائل الإعلام الغربي، وإعطاء الفرص للشباب للمشاركة في صنع المادة الإعلامية، والتعريف بثقافتهم والبحث عن الأسباب العميقة التي تجعلهم يتهربون من وسائل الإعلام المحلية إلى الإعلام الغربي، خاصة في ما يتعلق بالقنوات الفضائية من أجل تدارك الأمر.^{٤٤}

ولا بدّ لهذه الاستراتيجيات المتبناة في الميدان من أن تشغل مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية وفي مقدمتها الأسرة، بشرط أن تستند إلى خطة توعية مبنية من طرف متخصصين في مجال التربية وعلم النفس وعلم الاجتماع وغيرها، ومتمتعين بدرجة عالية من الكفاءة، مع مشاركة وسائل الإعلام المحلية المختلفة، دون أن ننسى دور المدرسة في المراحل التعليمية المختلفة، وخاصة في مرحلة التعليم الثانوي والجامعي لقدركهما في هذه المرحلة على المرح الحضاري الذي تبين فيه بكل موضوعية الإسهامات العربية والإسلامية في العلوم والفنون.^{٤٥}

ومن السُّبل الكفيلة بذلك -أيضاً- تحجيم الغزو الثقافي الغربي، وحصره في أضيق الحدود الممكنة، وبذلك يتسنى تخفيف حدته وإضعاف فاعليته، عن طريق الإشراف الواعي والمباشر على كل ما ينشر ويبيث في مختلف وسائل الإعلام الأجنبية. ولا نقصد هنا بالإشراف الواعي أن نضع حَجراً على حرية الفكر طالما يقدم بموضوعية كاملة، فبهذه الإجراءات البسيطة وغيرها تصبح وسائل الإعلام المختلفة أدوات للتربية، ورعاية الشباب، ووسائل للمحافظة على الخصوصيات الثقافية لكل دولة، أما إذا ترك الحبل على الغارب لهذه الوسائل والأدب الرخيص والفن الماجن الخليع، وأداة للترويج للجرمة والرذيلة، فإننا لن ننتظر من هذه الوسائل إلا أن تكون أداة لهدم عقائد الشباب وتشويه تفكيرهم وتلوّث أخلاقهم، وتدمير شخصيتهم الإسلامية ومحو معالمها، مما يستدعي

^{٤٤} بركات، تأملات نقدية لظاهرة العولمة، مرجع سابق، ص ١٠٧.

^{٤٥} الجديدي، المهدي أحمد. "الشباب والأمن الاجتماعي"، مجلة دراسات، ليبيا، عدد ٩٦، ٢٠٠٢ م، ص ١٧٢.

انفتاحاً ثقافياً واعياً على العالم، مرتكزاً على الخصائص الفكرية والوجدانية لهذه الأمة، وعلى أصالتها الثقافية، وهذا يتطلب بناء السياسة الثقافية على تخطيط سليم للتبادل الحضاري مع العالم، ويقوم على الأخذ والعطاء، وينتبه لمحاولات الغزو الثقافي وطمس معالم الخصوصية الثقافية.^{٤٦}

فمن واجب الأمة أن تحمي خصوصياتها الثقافية وتدرأ عنها الأخطار التي تهددها أياً كانت، ولا يجوز أن يكون ذلك بالانغلاق والتفوق، كما لا يكون بالانفتاح غير المشروط ولا المدروس، لأن النتائج الناجمة عن ذلك وإن لم تهدد وجود الأمة فإنها خطيرة جداً على البنية الفكرية والثقافية والاجتماعية، وقد تترك من الآثار السلبية ما يحتاج إلى عقود مديدة لمحوها أو تجاوزها.^{٤٧}

وفي هذا السياق قامت إيران والصين وسنغافورة بتجربة التخطيط الناجحة، بالسعي بقوة لتقييد وصول برامج الحاسوب إلى مواطنيها، وهدفها هو إبعاد ما يبثه الأمريكيون من وجهات نظر سياسية وعادات وتلوث إخباري.^{٤٨}

إن هذا السلوك كما يذكر عزت السيد أحمد -على عدم صوابيته المطلقة- فإنه قد يكون ضرورياً ومهماً، ولكنه ينبغي أن يكون واعياً عندما يمارس، ذلك أن إغلاق الأبواب والمنافذ أشد خطراً من فتحها.^{٤٩}

والوعي المطلوب هو الوعي الحقيقي لا الوعي الزائف. فالوعي الحقيقي هو الذي يؤدي إلى تحقيق الانتماء؛ إذ إن الوعي الصادق هو الوعي الذي ينتج هويته ولا يتلقاها جاهزة في صورة حتميات مفروضة عليه، سواء من الخارج أم من الموروث، وهو الذي يستطيع أن يمارس التفكير في قلب الفكر كما يذهب "مارتن هيدجر" Martin

^{٤٦} عواشريه، الأمن الثقافي العربي وتحديات إعلام العولمة، مرجع سابق، ص ٤٠-٤١.

^{٤٧} الشيباني، عمر التومي. الأسس النفسية والتربوية لرعاية الشباب، تونس: الدار العربية للكتاب، ١٩٨٧م، ط ٣، ص ٦٥٥.

^{٤٨} بركات، تأملات نقدية لظاهرة العولمة، مرجع سابق، ص ١٠٧.

^{٤٩} عزت، السيد أحمد. "العولمة والغزو الثقافي"، مجلة الفكر العربي، عدد ٦٩، ١٩٩٩م، ص ١٦٧-١٧٧.

Heidegger ما دام كل فكر متشكل فكراً قد تموضع بالفعل وتحول من مرحلة الحركة والممارسة الإبداعية إلى حالة الثبوت والسكون.^{٥٠}

إن التفكير بإمكانية وجود المتلقي النشط أو المتلقي الواعي القادر على اختيار وسائل الإعلام والاتصال التقليدية والحديثة، في إطار المكونات الأساسية لثقافته، يسمح لنا بإعادة التفكير في نظريات النموذج الوظيفي التقليدي، وكذلك مقولات مدرسة التبعية نحو الإمبريالية الاتصالية والإمبريالية العسكرية والإمبريالية الثقافية والغزو الثقافي. إن إعادة النظر لا تعني رفض حقيقة وجود عدم توازن وعلاقات الاستغلال بين أطراف عملية العولمة، ولكنها تعني التحليل النقدي الواعي لطبيعة التحولات المتسارعة في العالم، والنظر إلى تفاعلات الإعلام والاتصال والثقافة في إطار عملية العولمة، من خلال أطر نظريات ومقارنات جديدة، تسمح لنا بفرز خيارات وبدائل متعددة ومتنوعة. وفي هذا السياق يمكن افتراض أن الإعلام في إطار العولمة قد يؤدي إلى إثراء التعددية الثقافية في العالم؛ إذ ستيح تكنولوجيا الاتصال إمكانيات أكبر لكل الثقافات الفرعية في التعبير عن هويتها الثقافية، والتفاعل مع بقية ثقافات العالم. وبالإمكان افتراض أن قوة العناصر المكونة للثقافات المختلفة وعمقها قد تدفع الشركات الاحتكارية متعددة الجنسيات والمتنافسة - بحكم قوانين السوق والتنافس على كسب الجمهور - إلى احترام الجهود والثقافات المختلفة، وتقديم مضامين وصور تحترم هذه الثقافات.^{٥١}

ومواجهة تحديات إعلام العولمة ورسم صورة المستقبل الجديدة بخصوصياتنا الثقافية العربية الإسلامية، لن نتحقق في أفق حياتنا المعاصرة دون المواجهة الصريحة، والفاعلة لقضايا محورية ماثلة، مثل تعميم ديمقراطية الثقافة، وتوفير الحرية الكاملة للإبداع والمبدعين، وضرورة الربط العضوي بين التنمية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، إضافة إلى تيسير التدفق الثقافي العربي، ودعم كل أسباب التعاون والتواصل بين المبدعين في الأقطار العربية والإسلامية، وبين المؤسسات الثقافية. ولا ننسى قضية تحرير نظرتنا إلى

^{٥٠} عواشريه، الأمن الثقافي العربي وتحديات إعلام العولمة، مرجع سابق، ص ٤٢.

^{٥١} شومان، عولمة الإعلام والهوية الثقافية العربية، مرجع سابق، ص ٩٥.

تراثنا الثقافي وربطه بحاضرنا، وتوظيفه كقوة تعزز هويتنا الثقافية في مواجهتها لتحديات إعلام العولمة.^{٥٢} فضلاً عن ذلك، فإن خصخصة وسائل الإعلام العربية والسماح للقطاع الخاص بالاستثمار في هذا المجال قد يعظّم فرص التطور الديمقراطي، ويدعم مؤسسات المجتمع المدني.^{٥٣}

٢. البديل الإعلامي العربي للمؤهل للتصدي لتحديات إعلام العولمة:

كل ما سبق يبرز بلا شك حاجتنا إلى إعلام بديل، يعيد بناء ما قد سبق هدمه وتخريبه، وإلا فإننا نندر بكارثة مروعة لا تبقى ولا تذر، تشمل عقيدة الأمة وأخلاق شبابها ومسيرتها في التاريخ.

فما البديل؟ إنه في رأينا الإعلام العربي الإسلامي الحر.

فما المقصود بالإعلام العربي الإسلامي الحر؟ وما السبيل المؤدية إلى تحقيقه؟

أ. الإعلام الإسلامي الحر:

الإعلام الذي نرى فيه علاجاً لمشكلات إعلامنا العربي هو ذلك الإعلام الذي يتخذ من عقيدة الأمة وثوابتها الراسخة منطلقاً أساسياً في إعداد البرنامج، وبث الأخبار وتوجيه الحصاص (البرامج) والأنشطة الإعلامية المختلفة وجهة تخدم الأمة، وتعرفها بدينها ورجالها، وترسخ فيها التحرر من التبعية والخنوع والذلة.^{٥٤} وحتى لا يلتبس الأمر نوضح ما نعنيه بالإعلام الإسلامي الحر:

لا نقصد بالإعلام الإسلامي الحر ما يعرف اليوم بالإعلام الديني الذي يتمثل في خطب المساجد والصفحات الدينية والإذاعية والتلفزيونية، والمسلسلات والأفلام الروائية الدينية، فهذه الأمور كلها جزء بسيط مما يقوم به الإعلام الإسلامي من أعمال. فالذي

^{٥٢} السيد، إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك، مرجع سابق، ص ٧٩.

^{٥٣} ملي، التدايعات الإقصائية المتصاعدة لعولمة الإعلام وأثرها على الهوية الثقافية، مرجع سابق، ص ٤٨٥.

^{٥٤} فلوسي، مسعود. "حاجتنا إلى إعلام إسلامي فاعل"، مجلة الرواسي، جمعية الإصلاح الاجتماعي والتربوي، باتنة،

نقصه من مصطلح الإعلام العربي الإسلامي الحر هو ذلك الإعلام الذي تسري فيه الروح الإسلامية مبدأً ومنهاجاً تصوغ توجيهاته وتحرك وسائله وأدواته، ولا تتدخل في توجيهه قوى أخرى حتى تقيده وتتسلط عليه، ولا يهم بعد ذلك نوع العمل الإعلامي، مقروءاً كان أو مسموعاً أو مرئياً؛ إذ لا فائدة من برنامج ديني تقدمه امرأة متبرجة، أو رجل تبدو عليه مظاهر التغريب، وسماحت الانحلال.

ب. السبل المؤدية إلى تحقيق إعلام عربي إسلامي حر:

يتطلب تحقيق الإعلام الإسلامي الحر العديد من الإجراءات، نوجزها في النقاط الآتية:^{٥٥}

١. ميدان الإعداد والتأهيل البشري: وذلك بإعداد الكفاءات البشرية المتخصصة في الإعلام، وتأهيلها فكرياً وخلقياً وعملياً ومهنياً؛ وذلك ليس بالأمر السهل القليل التكاليف، بل هو عمل كبير يتطلب جهوداً عظيمة وطاقات ضخمة. ولا بد لإعداد الإعلامي العربي الإسلامي وتأهيله من أن يتكامل في الجوانب الآتية:

- **الإعداد الأصولي والفكري:** من خلال تعريفه بالأصول العقدية والفكرية والتشريعية للإسلام؛ وذلك بوساطة مجموعة مختارة من المقررات الشرعية والفكرية في القرآن الكريم والتوحيد والتفسير والحديث والفقه والثقافة الإسلامية.

- **الإعداد اللغوي والتدوقي:** بتدريبه على بعض المقررات في اللغة نحواً و صرفاً وفقهاً، وتمكينه من فنون القول والبيان والتعبير، والأسلوب الإعلامي والتدوق الأدبي.

- **الإعداد التخصصي والمهني:** وهنا لا بدّ من أن يتكامل فيه الجانب النظري والجانب العملي التطبيقي، ولا بدّ من اكتساب المتمهن الإعلامي للمهارات العلمية والمهنية المطلوبة منه في واقع الممارسة الميدانية.

^{٥٥} المرجع السابق، ص ٧-٨.

– **الإعداد الثقافي العام:** وهذا يتطلب الإمام بالواقع الذي يعيش فيه من حيث قضاياها ومشكلاته وأحداثه وتياراته، كما يتطلب الإمام ببعض المعارف والعلوم المعينة له على فهم هذا الواقع وتحليله، وهي علوم وثيقة الصلة بالإعلام، كعلم النفس وعلم الاجتماع والعلوم السياسية والاقتصادية واللغات الأجنبية.

٢. **ميدان التأسيس والتنظير العلمي:** وذلك بإنشاء معاهد ومراكز البحوث الإعلامية العربية ودعمها، حتى تؤدي ما هو داخل في اهتماماتها بالإعلام العربي الإسلامي، واستقطاب الباحثين والدارسين الذين يتميزون بالإخلاص والوعي العربي الإسلامي والخلفية الشرعية، والاستيعاب العلمي للتخصص الإعلامي، إلى جانب تمتعهم بالمنهجية في التفكير، والتمكّن من أساليب البحث العلمي ووسائله. ولا بدّ أن تسير الجهود وفق خطة مدروسة معتمدة على أسلوب العمل الجماعي المشترك بين الدول العربية، ومدعمة بإمكانات مادية وبشرية ملائمة.

٣. **ميدان الإصلاح الواقعي:** وذلك بالإسهام الإيجابي في إصلاح أوضاع المؤسسات الإعلامية العربية القائمة، وترشيد مسارها الإعلامي بالنصح أو الدعم أو المشاركة العملية. ويبدأ ذلك بمحاولة إيجاد قنوات تواصل وتعاون بين المهتمين بشؤون الدعوة والإعلام الإسلامي على المستوى الوطني والدولي العربي، والعاملين في المجال الإعلامي، من أجل تضييق الفجوة بينهم.

٤. **ميدان الإنتاج العلمي المتميز:** لا بدّ لذلك من المبادرة إلى إنشاء مؤسسات وشركات عربية إسلامية للإنتاج والتوزيع الإعلامي في مختلف المجالات (طباعة وصحافة ونشر وتلفزيون وفيديو وتسجيلات صوتية وشرائح مصورة وأفلام سينمائية) وغيرها، وهذا يتطلب طاقات بشرية عديدة، وتكاليف مادية باهظة. فهذا الاستثمار سيعود بمكاسب مادية ومعنوية لا نظير لها. أما في ما يخص حرية الصحافة فهي مشكلة لم ينته النزاع حولها في العالم كونها وليدة مشكلة الديمقراطية عموماً، ولا يمكن حلها ما لم تحل أزمة الديمقراطية برمتها في المجتمع كله.

خاتمة:

تلخصت الفكرة الأساسية الإجمالية لهذا البحث في التعريف بأثر إعلام العولمة في الخصوصيات الثقافية العربية، ومحاولة تأكيد أن هذه الأخيرة تواجه تحديات كبيرة في ظل ذلك، نتيجة للمشكلات التي تواجه الإعلام العربي وتعوقه من حماية النسيج الاجتماعي للأمة العربية والإسلامية، وتأسيس جذور الهوية الثقافية العربية الإسلامية، والتفاعل مع الثقافات الأخرى في ظل إعلام العولمة.

وأوضحنا تصوراً جديداً لاستراتيجيات مواجهة تلك التحديات، واقترحنا البديل الإعلامي الذي نعتقد أن بإمكانه تحقيق ذلك، من خلال تفعيل السبل الكفيلة بالخروج من مشكلاته، وجعل الحداثة طريقاً للبناء المنشود، وربط الماضي بالحاضر، من أجل المستقبل، دون معاداة محاور ثقافة الأصالة، وذلك في إطار الاحترام، والاعتراف بالآخر.

أما عن التطبيق العملي للبديل الإعلامي المقترح، فليس في الواقع العربي والإسلامي ما يؤشر على التجسيد العملي له، بأسلوب مخطط هادف بأكمله وجهه. غير أن المستقرى للجهود المبذولة من طرف بعض التجارب الإعلامية العربية والإسلامية في هذا السياق يمكن أن يلمس مواقف تعكس صوراً لبعض التطبيقات العملية المحتشمة للإعلام العربي الإسلامي الحر. وبالرغم من أهمية تلك الجهود، إلا أن ذلك لم يصل إلى حد التطبيق العملي المطلوب لتلبية حاجة الخصوصيات الثقافية العربية، في ظل تحديات إعلام العولمة من ذلك. ويبقى الأمر بحاجة إلى تجسيد، وتفعيل عملي أكثر، وهو ما يتطلب الإيمان بأن مبدأ تنوع الثقافات، على غرار تنوع الكائنات الحية، ملك مشترك يجدر بالبشر كافة الحفاظ عليه، لأنه إذا كانت بعض الهيئات والمنظمات العالمية تسعى للمحافظة على بعض الحيوانات النادرة وحمايتها من الانقراض فمن باب أولى حماية التراث الثقافي والحضاري من ذلك مهما كان صاحبه.

لقد عانينا على مر التاريخ من الهيمنة الثقافية بشتى أنواعها، ولا يزال الغرب يكتفٍ حملاته من أجل إعادة تشكيلنا وفقاً لتطلعاته، ونحن لم نتمكن سوى من التفكير في

حدود تيارات الانغلاق أو الذوبان في الآخر، وهما خياران ليسا في صالحنا. ولما كان إعلام العولمة حتمية لا مفر منها، فإنه يتعين على الشعوب أن تتضامن في ما بينها لتحريره من سلبياته، والاستفادة من إيجابياته، ولن يكون ذلك ممكناً إلا بمحاربة بعض السمات التي أصابت الشخصية العربية بالاعتراب، واستهلاك قشور الحضارات الأخرى بدل لبّها.

لذلك فإن الموقف الصحيح الذي نراه أكثر وجاهة تجاه إعلام العولمة، لا يتجسد بالاندماج المطلق والاستجابة لكل مقتضياته، ولا بالانزواء والرفض والاتهام لكل تجلياته، وإنما يتجسد ويفعل من خلال إدارة العملية الثقافية والاقتصادية والإعلامية بالتواصل مع الآخر، فبإمكاننا أن نولد صيغتنا الخاصة من العولمة على قاعدة الثوابت الإسلامية، من خلال إعلام بديل عربي إسلامي حر.

صدر حديثاً

التوحيد جوهر الحضارة الإسلامية



المعهد العالمي للفكر الإسلامي

التوحيد

جوهر الحضارة الإسلامية

تأليف: إسماعيل راجي الفاروقي

الطبعة الأولى ١٤٣٦هـ/٢٠١٥م

٥٦ صفحة

لا شك أن جوهر الحضارة الإسلامية هو الإسلام، وأن جوهر الإسلام هو التوحيد؛ أي أن الله هو الخالق الواحد المطلق المتعال، رب الكائنات جميعاً وسيدها. هذان المبدآن الأساسيان باديما للوضوح، ولم يتطرق الشك بهما قط إلى من كان ينتمي إلى هذه الحضارة أو ساهم فيها. ولم يتعرضوا للشك إلا عند المنصرين أو المستشرقين وغيرهم ممن فسر الإسلام في الماضي القريب. والمسلمون، مهما يكن مستوى ثقافتهم، هم على ثقة مطلقة بأن الحضارة الإسلامية تنطوي على جوهر، وأن هذا الجوهر قابل للمعرفة والتحليل والوصف، وذلك هو التوحيد. وتحليل التوحيد بوصفه جوهرًا ومبدأً رئيساً في الحضارة الإسلامية هو موضوع هذا الكراس، والذي استل من كتاب "أطلس الحضارة الإسلامية"، والتوحيد هو ذلك المبدأ الذي يمنح الحضارة الإسلامية هويتها، ويربط جميع مكوناتها معاً ليحعل منها كياناً عضوياً متكاملًا نسميه حضارة.

رأي وحوار

استفتاء علماء الأمة بشأن مواقيت الصلاة وصوم رمضان

عبد الحميد أحمد أبو سليمان*

نشرنا من قبل عدداً من المقالات التي تستفتي علماء الأمة في بعض المسائل التي تيسر على الناس القيام بما هو مطلوب منهم من أحكام الدين وشعائره. وكان الهدف من هذه المقالات هو حث العلماء على الاجتهاد في بعض المسائل بصورة تحقق مقاصد الدين، في ضوء ما يستجد في حياة الناس من تطور وتغير في الوسائل والظروف. على أن لا يكون الاجتهاد والتجديد وسيلة للتملُّص من الأحكام والتشريعات أو لحرمان المسلمين الحكمة المنشودة منها.

ونستأنف في هذا المقال استفتاء الأمة في مسألتين تختص الأولى بمواقيت الصلاة، بعد أن انتشر الإسلام، ووجد مسلمون في أقاليم من الأرض يتفاوت فيها طول الليل والنهار تفاوتاً كبيراً، يجعل مواعيد الصلاة متقاربة جداً بصورة ربما تخلُّ بالحكمة من توزيعها على ساعات اليوم؛ ليله ونهاره.

أما المسألة الثانية فهي تختص بصوم رمضان وتفاوت ساعات الصيام في النهار من ساعات قليلة في فصل الشتاء إلى ساعات طويلة في الصيف، وفق اختلاف البلدان والأقاليم التي يعيش فيها المسلمون، إضافة إلى اختلاف الناس في مبدأ تحديد بدء الصوم في أول الشهر وانتهائه في آخره بين الرؤية المباشرة، أو الحساب الفلكي، وما يسببه هذا الاختلاف من فرقة وتنازع.

* دكتوراه في العلاقات الدولية، مدير الجامعة الإسلامية العالمية في ماليزيا سابقاً، ورئيس مجلس أمناء المعهد العالمي للفكر الإسلامي. البريد الإلكتروني: aabusulayman@yahoo.com

أولاً: مواقيت الصلاة

من المعلوم أن ثلاثة من أركان الإسلام قد فصلها القرآن الكريم، وهذه الأركان هي: الشهادتان، وصوم رمضان، وحج بيت الله الحرام. أما ركنا الصلاة والزكاة، فلم يُذكر في القرآن الكريم إلا اسمهما، وترك القرآن الكريم أمر تفصيلهما إلى الرسول الكريم، عليه أفضل الصلاة والسلام.

وقد صلّى على هيئة صلاة رسول الله الألف تلو الألف، كما دفع الزكاة على عهد الرسول ﷺ الألف تلو الألف، مما يجعل نص أداء هذين الركنتين سنة متواترة، لا تقبل الكذب.

ولكي نتبين هذا الأمر المهم، من الضروري أن نقرأ القرآن الكريم قراءة دقيقة واعية، في كل كلمة ينطق بها ﴿ إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ ﴿٩﴾ ﴾ (الحجر: ٩) يقول الله سبحانه وتعالى: ﴿ فَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ. وَاللَّهُ خَيْرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٣﴾ ﴾ (المجادلة: ١٣). ويقول الله سبحانه وتعالى: ﴿ وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴿٥٦﴾ ﴾ (النور: ٥٦).

ونلاحظ في نص سورة المجادلة أن أداء الصلاة وإيتاء الزكاة أمرٌ إلهي قرآني، وعلى المؤمن أن يطيع الله في أدائهما. أما في الآية الواردة في سورة النور، فإننا نرى أن الله سبحانه وتعالى قد أمر المؤمنين أن يؤديوا الصلاة كما يؤديها الرسول ﷺ وكذلك أن يؤديوا الزكاة كما يؤديها الرسول ﷺ، ويأمر المؤمنين بأدائها.

وهكذا نرى أن الله أوحى بإقامة الصلاة وإيتاء الزكاة، وأمر المؤمنين أن يؤديوها كما يؤديهما ويأمر بهما رسوله الكريم. ولهذا كانت صفة الصلاة والزكاة هي على صفة ما أداه المؤمنون على عهد رسول الله ﷺ وأمر به. وقد تتابع المؤمنون وأدوا الصلاة والزكاة على صفة ما أداها الرسول ﷺ، وهم أوف عن أوف متواترة لا تقبل الكذب، على غير حال أحاديث الأحاد التي تحتل الخطأ أو الكذب.

١. الصلاة توحيد لا تفريق:

وهكذا فإن الله سبحانه وتعالى، أمر المؤمنين أن يؤديوا الصلاة، وفق أداء الرسول ﷺ وما يأمر به، ومن ثم فإن كل ما يؤديه الرسول ﷺ، ويأمر به في أي شيء؛ ديناً وقرآناً وهو غير أمور الدنيا (فأنتم أعلم بأمر دنياكم)، إنما هو إنفاذ للأمر الإلهي، وعلى كل المسلمين طاعته وإنفاذه.

وعلى الرغم من كل ذلك فإننا نجد الأمة، قد انقسمت في أداء الصلاة إلى مذاهب. فهي عند "أهل السنة" تؤدّي على أربع حالات تبعاً للمذهب: المذهب الحنفي والمالكي والشافعي والحنبلي، وكل واحد من هذه المذاهب، يختلف أتباعه عن أداء المذاهب الأخرى، في العديد من أوجه أداء الصلاة.

ومن أوضح الأمثلة المعروفة هو هيئة وضع اليدين في الصلاة، بين وسط الصدر أو إلى أسفل الصدر أو إلى أعلى الصدر، أو إسدال اليدين، حتى إنني في صغري، رأيت في الحرم المكي الشريف أربعة مباني هي مقامات أقيمت لكي يصلي أتباع كل مذهب في مقامهم، خلف إمام منهم، مع ظني أن أئمة هذه المذاهب ما أمروا بها.

ونحن نعلم علم اليقين، أن هذه السنة المتواترة بأمر إلهي، لا يمكن أن يلحق بها خطأ أو كذب. وعلى أساس ذلك نعلم أن كل هذه الهيئات في الصلاة صحيحة، وأن رسول الله ﷺ، صلى بكل هذه الهيئات، بحسب حالته، وأن ما يجمع بين كل هذه الهيئات، هو الوقوف أمام الله في الصلاة بأدب.

والمؤسف كما في هذا الأمر وأمور كثيرة أن ينقلب شأن التوحيد والتيسير، إلى التشردم، والتشدد والتعسير، ومن ثم إلى فرق ومذاهب تفرّق بين صفوف أبناء الأمة على ما نرى اليوم من حالها.

ولما كانت الصلاة تؤدّي كلّ يوم خمس مرات، فمن المهم جداً أن ندرك الغايات الروحية والحياتية منها. فالجانب الروحي هو في الوقوف بين يدي الله. وأثر ذلك على نفسية المؤمن وسلوكه أمر لا شك ولا مرأى فيه، ﴿وَأَقِمِ الصَّلَاةَ إِنَّ الصَّلَاةَ تَنْهَى

عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَلَذِكْرُ اللَّهِ أَكْبَرُ وَاللَّهُ يَعْلَمُ مَا تَصْنَعُونَ ﴿٤٥﴾ (العنكبوت: ٤٥).
ويقول سبحانه وتعالى: ﴿إِنَّ الصَّلَاةَ كَانَتْ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ كِتَابًا مَوْقُوتًا﴾ (النساء: ١٠٣).
ويقول الرسول ﷺ عن الإحسان: "أن تعبد الله كأنك تراه، فإن لم تكن تراه فإنه يراك".

وإلى جانب البُعد الروحي، فإن هناك أيضاً الجانب الحياتي، الذي يجب أن ندرك أبعاده، وغاياته، على توالي العصور، وأبعاده الزمانية والمكانية. ومن جوانب الحكمة الحياتية حكمة توقيت الصلاة. يقول الله سبحانه وتعالى: ﴿فَإِذَا أَطْمَأْنَنْتُمْ فَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ﴾ (النساء: ١٠٣). وهذا يعني أن الصلوات الخمس، إلى جوانبها الروحية، هي نظام موقوت، ولكن هذا التوقيت توقيت ميسر لا توقيت مكبل، ينظم حياة المسلم وحاجاته وأنشطته اليومية، ولذلك كان لكل صلاة فسحة من الوقت، ما بين أول وقت كل صلاة ونهاية وقتها، وللمسلم أن يؤديها كما يناسب حاله ما بين أول وقتها وآخره، مع العلم أن أول الوقت أفضل من تأخيرها من غير سبب.

ومن تلك الحكمة الجُمع، والتي تعني أن يتاح للمسلم إمكانية الحصول على نصف يوم متصل (حوالي اثنتي عشرة ساعة)، دون صلاة، لظروف معينة، قد يتعرض لها كل إنسان، فما بالك إذا كان هناك حاجة أو ضرورة مادية ملموسة؛ فقد جمع رسول الله ﷺ في غير سفر لغير عذر، وقد أفتى الإمام ابن تيمية أنه يصح الجمع في غير سفر لغير عذر على ألا يكون عادة.

وهنا أيضاً تبرز حكمة الجمع وشروطه، فإذا أراد الإنسان أن يحصل على نصف يوم (حوالي اثنتي عشرة ساعة) دون صلاة في وضح النهار، فإنه يجمع صلاة الظهر وصلاة العصر ليؤديها قرب وقت نهاية صلاة العصر؛ أي قبيل حلول وقت صلاة المغرب، وبهذا يمتد الوقت دون صلاة من صلاة الفجر حتى قبيل موعد صلاة المغرب.

وإن شاء المرء أن يحصل على نصف اليوم في وقت المساء (حوالي اثنتي عشرة ساعة)، دون صلاة، فإنه يجمع وقت العصر إلى وقت الظهر، في أول وقت الظهر، ثم

يجمع وقت المغرب، إلى نهاية وقت العشاء، أي حوالي منتصف الليل، فيحصل بذلك على وقت دون صلاة من أول وقت الظهر حتى نهاية وقت صلاة العشاء في حوالي منتصف الليل؛ أي من أول وقت الظهر حتى منتصف الليل.

وهكذا لو أننا أمعنا النظر في نصوص الدين نجدها كلها كما نعلم يُسر لا عسر فيها. ومما يعلم عن رسول الله ﷺ في هذا الشأن أنه "ما خيّر بين أمرين إلا اختار أيسرهما، ما لم يكن إثماً، فإن كان إثماً، كان أبعد الناس منه".

وإذا أمعنا في توقيت جميع أوقات الصلوات، لوجدناها توزع أوقات اليوم إلى حوالي ثلاثة أقسام، كل قسم منها هو ثماني ساعات. فهي ثماني ساعات للعمل، وثمان ساعات للنوم، وما يتعلق به، وثمان ساعات موزعة خلال اليوم، لقضاء الحاجات الحياتية والجلوس إلى الأهل والأسرة. وبالطبع ليس المقصود هو أن كل قسم يتم دفعة واحدة، كساعات النوم، أو أن ينامها على دفعات كالقيلولة في البلاد الحارة، أو ما قد يتخللها من الرغبات الروحية كصلاة التهجد. أما بقية ساعات اليوم فتوزع بين العمل الذي تتخلله ساعات لاحتياجات الحياة الأخرى، كالذكر (الصلاة)، أو الطعام، أو قضاء حاجات الأسرة والجلوس إلى الأبناء، ثم تكون ساعات النوم - كما ذكرنا - متواصلة إلا ما شاء الإنسان من الوقت يقضيه في الحاجات الروحية أو الحياتية.

٢. القضية:

إن كل ما سبق، إنما هو تمهيد وتنوير ضروريان، لعرض القضية المقصودة من هذه المقالة، على علمائنا ومفكرينا وجمهور أمتنا، وهي قضية تقتضي كما أرى ضرورة بذل الجهد الفكري لمعرفة كيف نتعامل معها في هذا العصر.

وهذه القضية هي قضية أوقات الصلاة اليومية في الأربع والعشرين ساعة، التي تمثل الوقت اللازم لدورة الكرة الأرضية وهو ما نطلق عليه (اليوم والليلة). فعلمنا بأمر كروية الأرض، وحركة دورانها اليومية في الأربع وعشرين ساعة، وكذلك حركتها الرأسية السنوية الرباعية الفصلية، كل هذه معارف أصبحت تثير إشكالات بشأن أوقات الصلاة لم تكن معهودة من قبل. وهذه الإشكالات تستدعي التحديد في التطبيق والاجتهاد فيها.

لهذا لا بدّ من عرض الرؤى فيها على العلماء والمفكرين وعلى جمهور الأمة حتى تحلّ هذه الإشكالات، على ضوء معارفنا وأحوال عصرنا وذلك لأهمية الأمر، لأنه بغير ذلك لا يمكن الجزم بأيّ نظر علمي أو بصحة أيّ اجتهاد أو تجديد.

وتفصيل القضية التي نحن بصددّها، إنّما يدور حول توقيت الصلوات، بما يحقق الغايات الروحية والحياتية منها للإنسان المسلم، في هذا العصر، بما يُعينه على الأداء الأمثل لحياته، وتحقيق غايات توقيت الصلوات الروحية والمادية.

نحن نعلم أنه على العهد النبوي ولأمد طويل لم يكن للناس في توقيت صلواتهم وتنظيم حياتهم وسيلة، إلا وسيلة مشاهدة الظواهر الكونية، وهي هنا "الحركة الشمسية" في المنطقة الاستوائية والمنطقة المدارية التي بقيت الشعوب المسلمة في دائرتها حتى القرن التاسع عشر. وعلى ذلك كان حال بلاد العرب، وأفريقيا، ومن جاورهم ممن أسلم في فارس والشام وديار بكر من بلاد الرومان وبلاد الهند والسند، وجنوب شرق آسيا، وسواهم؛ ممن عاش أو جال في المنطقة الاستوائية والمدارية، وهؤلاء لم يكن في مقدورهم معرفة أوقات الصلاة وتنظيم شؤون حياتهم إلا بالنظر إلى الحركة الشمسية، على مدار الأربع والعشرين ساعة (الليل والنهار)، التي تكتمل فيها دورة الكرة الأرضية.

فالإنسان في ذلك الوقت وإلى وقت ليس بالبعيد كان وهو في قاعة سكنه المبنية من طين اللين، أو قاعة داره المبنية من مرصوف الحجارة، يعلم أن وقت الفجر قد أُرِفَ عندما يشع ضوء الفجر، ويكون ذلك إيذاناً بدخول وقت صلاة الفجر. أما الظهر، فيعلم المسلم في هذه المناطق، أن وقت الظهر قد حان، حين يرى الشمس متعامدة في سقف السماء، وأن الأجسام لم يعد لها ظل. أما وقت العصر، فيعلم المسلم أنه قد آن أوانه، حين يرى أن طول ظل الأجسام قد أصبح الضعف أي مرتين. أما وقت صلاة المغرب فإنه يبدأ بغياب الشمس. وأما وقت صلاة العشاء فإنه يبدأ، بما يكفي من الوقت بعد غروب الشمس "لمرور أربعين جملاً" (وكأنها تحمل الأثقال)، وهذا يأخذ من الوقت ما نعتبره في الوقت الحاضر، حوالي الساعة الواحدة والنصف من بدء وقت صلاة المغرب. وهذه الفترة من الوقت، أي ما بعد وقت المغرب حتى نهاية وقت العشاء (منتصف الليل)، فهي مما يجلس فيه المرء إلى أهله وقضاء ما يلزم من بعض حاجاتهم.

وينبغي لنا أن ندرك الظروف والإمكانات الزمانية المكانية، للعصر الذي نحن فيه، منذ بداية القرن الثالث عشر الهجري، (القرن التاسع عشر الميلادي)، وهو الوقت الذي بدأ فيه تطور كبير ملموس في مجال وسائل الصناعات، وفي تطور وسائل النقل والانتقال، وما يزال التطور متوالياً ومتزايداً، وهو في الوقت ذاته الذي بدأ فيه ظهور آليات معرفة الوقت والتوقيت الحسابي، وهي آلة ما يسمى "الساعة"، وهذا الوقت، هو الوقت الذي بدأ فيه امتداد وجود المسلمين إلى المنطقة القارية وما وراءها، من المناطق حتى المناطق القطبية.

وهنا لم يعد من الممكن اعتماد الظاهرة الشمسية، في كثير من هذه المناطق الشاسعة على الكرة الأرضية، لتكون أداة لتنظيم الوقت، ولمعرفة أوقات الصلوات في هذه المناطق القارية والقطبية، كما تؤدّي في المناطق الاستوائية والمدارية.

٣. من المدارية إلى القطبية:

كلنا يعلم أن الإسلام امتدّ من الجزيرة العربية إلى البلدان الأخرى إلى بلاد شمال وشرق وغرب أفريقيا وعلى سواحل البحر الأبيض والمحيط الأطلسي وإلى بلاد الشام وبلاد فارس وبلاد الهند، وما جاورهما من بلاد جنوب شرق ووسط آسيا. واللافت للنظر أن الإسلام بقي في المنطقة الاستوائية والمنطقة المدارية التي تلي المنطقة الاستوائية، إلى القرن الحادي عشر الهجري (القرن الثامن عشر الميلادي).

ومن المعلوم أن منطقة خط الاستواء (المنطقة الاستوائية) يتقارب فيها الليل والنهار. أما المنطقة المدارية التي يقع فيها الحرمان الشريفان بمكة والمدينة المنورة، فإن طول الليل والنهار يتفاوتان في فصلي الصيف والشتاء، ولو بشيء من المعاناة بشكل ملحوظ محتمل. أما في فصلي الربيع والخريف فيكون التفاوت في طول الليل والنهار، أقل من تفاوت الليل والنهار في فصل الشتاء والصيف. وعلى أي حال فإن تفاوت طول الليل والنهار مع حرارة الصيف، وقرّ الشتاء، في المناطق الصحراوية يتضمن شيئاً من المعاناة.

وكما ذكرنا سابقاً فإن المسلمين حين كانوا فيما بين المنطقة الاستوائية والمدارية، في ظروف ذلك الوقت، لم يكن أمامهم من بدّ إلا أن يعتمدوا الظاهرة الشمسية، لتحديد أوقات الصلوات، كما أن فروقات طول الليل والنهار في هذه المناطق تظل محتملة.

ومن المعلوم - كما سبق ذكره - أنه في تلك القرون السالفة لم تكن هناك من وسيلة أخرى تنظم أوقات صلوات الناس إلا الظواهر الشمسية؛ فجرأً، وظهراً، وعصراً، ومغرباً، وعشاءً. وهذا يفسّر الاستخدام القرآني والنبوي للظاهرة الشمسية؛ لأن سوى ذلك لم يكن من الممكن تصوّره، والتعامل وفقّه في ذلك الوقت.

أما في هذا العصر فإن الظاهرة الشمسية لم يُعد من الممكن اعتمادها بعد أن امتدّ الوجود الإسلامي إلى المناطق القارية والقطبية، حيث المناطق الجغرافية والمناخية المتطرفة، في المناخ، وفي تفاوت طول النهار والليل (النور والظلمة) مثل بلاد السويد وفنلندا والنرويج وهولندا وآيسلندا وروسيا وسيبريا وانتهاءً بالقطب، الذي يصل فيه ضوء الشمس في الصيف ستة أشهر متواصلة، ويخيم عليه في الشتاء الظلام ستة أشهر متواصلة.

ومع هذه التطورات، تطورت أيضاً في هذا العصر الصناعات ووسائل المواصلات ﴿وَالْحَيْلَ وَالْإِغَالَ وَالْحَمِيرَ لِيَرْكَبُوهَا وَزِينَةً وَيَخْلُقُ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾ (النحل: ٨). وكذلك تمّ فيه اختراع آلة "الساعة"، التي أصبح مجرد النظر إليها هو الأسلوب الذي يعتمده الناس جميعاً لمعرفة الأوقات وتنظيمها، بما في ذلك أوقات الصلاة في أي موقع في الأرض.

٤. الإشكال:

إن الإشكال الذي تدور حوله هذه المقالة، هو أن المسلمين في كثير من هذه البلاد الشمالية، أو في البلاد الجنوبية، في المناطق القارية والقطبية، لم يعد بإمكانهم إطلاقاً اعتماد الشمس منظمّاً لأوقات الصلوات، وسواها من الأوقات؛ لأن كثيراً من هذه البلاد لا يُرى النور أو الظلمة فيها إلا ساعات قليلة إلى حدّ الساعة أو الساعتين أو الثلاث، وتكون حالة الظلام عشرين ساعة أو أكثر. بل إن من يصل إلى أقصى القطب الشمالي

أو القطب الجنوبي، فإن العام بأكمله، في هذه البلاد ينقسم - كما سبق أن ذكرنا- إلى قسمين متساويين؛ أي أن يكون العام لمدة ستة أشهر ظلاماً متواصلًا، وأن يكون مضيئاً بصورة متواصلة لمدة ستة أشهر أخرى.

وبالطبع لا يمكن اعتماد الشمس دليلاً على توقيت الصلوات، في هذه البلاد، وأن تؤدَّى أربع صلوات في مدة ساعة أو ساعتين أو أكثر قليلاً، والعكس بالعكس.

ولما كانت الصلاة "كتاباً موقوتاً"؛ أي إنها تنظم حياة الفرد، وحركته الحياتية، وتواصلاته الروحية، في يومه وليلته، فإن ذلك ممكن حتى اليوم، في المنطقة الاستوائية والمدارية. فالمسلم في هذه المنطقة يبدأ يومه بعد انقضاء ساعات النوم، بصلاة الفجر ركعتين، يتواصل فيها مع الله طلباً لعون الله وتوفيقه، وبعد فراغه من العمل فإنه يصلي صلاة (الظهر)، محاسباً للنفس وشكراً لله، ثم يتناول طعامه، والحصول، إن شاء، على شيء من الراحة، ثم يصلي صلاة "العصر"، ثم ينصرف بعد ذلك إلى توفير حاجاته، وحاجات أهله وذويه، وبعدها بعد غروب الشمس يصلي صلاة "المغرب". وبعد صلاة المغرب يتناول المسلم عادةً طعام العشاء، ويجلس إلى أهله، ويقضي ما بقي من احتياجاته، ثم يُعِدُّ نفسه للنوم، فيصلي صلاة "العشاء" متواصلًا مع الله شاكرًا له فضله ونعمه.

والإشكال هنا هو، كيف سيتصرف الإنسان المسلم في البلاد القارية وفي بقية المناطق الشاسعة المتطرفة والقطبية، وعلى أي أساس عليه أن ينظّم أداء صلواته وأوقات مزاولته شؤون حياته؟

بالطبع نحن نعلم اليوم في هذا العصر، أنه لا يمكن اعتماد حركة الظاهرة الشمسية في تنظيم أوقات الصلاة وشؤون الحياة في ظروف تلك المناطق في شمال "الكرة" الأرضية أو جنوبها.

لقد أفتى العلماء، جزاهم الله خيرًا، واجتهدوا، و"جددوا"، في أن ينظر المسلمون الذين يقطنون هذه البلاد الشاسعة المتطرفة المناخ، إلى أقرب البلاد إليهم، والتي تسمح

بوضع معقول محتمل، لتنظيم أوقات الصلاة وشؤون الحياة. ولكن رغم هذا الاجتهاد، فإن الإشكالية تظل عملياً قائمة، خاصة في بعض هذه البلاد المأهولة بالجاليات المسلمة الكبيرة، مثل بريطانيا، التي يطول فيها اليوم في الصيف إلى حوالي ثماني عشرة ساعة والليل إلى حوالي ست ساعات، على ما يستتبع ذلك من تفصيلات مما يجعل ذلك موضعاً للجدل، بل وصعوبة التزامه؛ خاصة في فصلي الصيف والشتاء. لذلك فإن التجديد، الذي يسمح بتعدد الآراء، واختلاف تفاصيل الفتاوى، قد لا يمثل حقيقة حلاً جذرياً للإشكال، على ما رأينا في حالة بلدان كبرى مثل بريطانيا، وما وراءها، وفي واقع ممارسات كثير من أبناء هذه الجاليات من المسلمين.

على أية حال، فإن العلماء في فتاواهم قد فتحوا باباً للتيسير، حين أفتوا بأن تنظيم أوقات الصلاة في أي منطقة من المناطق شديدة التطرف يتم على أساس توقيت أقرب منطقة أخرى أقلّ تطرفاً، بغض النظر عن الظاهرة الشمسية، والضوء والظلام في تلك المنطقة. وهذا يعني أن المسلم في مثل هذه البلاد قد يصوم أو يفطر في ضوء الشمس أو في ظلمة الليل؛ أي إنه قد يصلي الظهر أو العصر في ظلمة الليل وقد يصلي المغرب والعشاء في ضوء النهار.

٥. الحل الأمثل: تساوي الليل والنهار:

ما أود طرحه والاستئارة بشأنه بعلم علمائنا ومفكرينا ماثلاً في الآتي:

هل من الممكن تحديد أوقات الصيام وتوقيت الصلوات، على حلّ أيسر مما أفتى به العلماء حتى اليوم، حين تقبلوا أن ينقل توقيت الصلوات في تلك البقاع شديدة التطرف، إلى مناطق أقلّ تطرفاً؛ لأن هذا الحل يظل مرهقاً. والحل الذي أود أن أقترحه هو أن يتم النقل إلى المنطقة المدارية أو الاستوائية، لأن ذلك يوفر بشكل أوضح وأيسر حكمة توقيت الليل والنهار لتنظيم أوقات الصلوات وتنظيم شؤون الحياة للإنسان المسلم، في أي بقعة من بقاع الأرض. ليس ذلك فقط، بل إن ذلك، فيما أرى، يجسّد وحدة المسلمين، في كافة أرجاء الأرض، بشكل يناسب العصر، ويناسب إمكاناته، بعد أن كانت غير ممكنة ولا متصوّرة في العصور السالفة.

إن الناس، يعلمون اليوم، بما يحدث في العالم، في وقت حدوثه، ويتواصلون في التّوّ واللحظة، مع من يرغبون التواصل معه في أنحاء الأرض، بشأن أي توافق أو تخالف. لهذا أرى متسائلاً ومستفتياً بشأن "توقيت الصلوات"، وتنظيم شؤون حياة الإنسان المسلم في الأربع والعشرين ساعة على أحد وجهين:

الوجه الأول: أن يؤخذ توقيت مكة المكرمة، على أساس توقيت جلّ أيامها، وهما توقيت أيام فصل الربيع والخريف، الذي فيهما يتقارب طول الليل والنهار، ويكون هذا التوقيت للصلوات، في كل مكان على وجه الأرض، وعلى منوالها، مما يحقق إمكانية تحقيق حكمتها، بشكل أيسر وأوضح.

فيكون توقيت الفجر في مكة، هو توقيته في جميع بلاد العالم، وكذلك توقيت وقت الظهر وبقية أوقات الصلوات الخمس هو توقيت الصلوات حسب توقيت مكة المكرمة في جميع أرجاء الأرض، مهما كان الموقع في الأرض؛ شمالاً أو جنوباً، حتى المناطق القطبية، وبغض النظر، إن كان هناك ضوء (شمس) أو ظلام، ما دمنا، بالضرورة، غير ملتزمين بالظاهرة الشمسية محددات لأوقات الصلوات، وما دمنا بحكم الواقع، قد قبلنا مبدأ توقيت الصلوات في موقع، على توقيت موقع آخر.

إن المهم في هذا التّصوّر، أن توقيت الصلوات، أصبح موّحداً للأمة، ومتوازناً بشكل مناسب ومحتمل، وأنه يؤدي غرضه في تنظيم وقت المسلم وتوقيت أوقات الصلوات؛ روحياً وحياتياً.

الوجه الثاني: إذا رأى علماءنا ومفكروننا، إمكان تحوّل أوقات الصلاة من منطقة إلى أخرى، وأنه لا يمكن -بالضرورة- اعتماد رؤية حركة الشمس لتحديد أوقات الصلوات للمسلم وتنظيم شؤونه الحياتية. وإذا رأى علماءنا ومفكروننا، إمكان اعتماد توقيت مكة المكرمة، موّحداً لأوقات الصلوات، وتنظيم حياة المسلم، في جميع بلاد الأرض.

والسؤال هنا: لماذا لا يعتمد خط الاستواء في هذا العصر بظروفه وإمكاناته الزمانية والمكانية لتنظيم أوقات الصلوات وتنظيم شؤون حياة المسلم، حيث يتساوى الليل والنهار في الفصول الأربعة، وهو توقيت يساوي أيضاً بين بلاد شمال خط الاستواء، وبلاد جنوب خط الاستواء؟

وهذا الحل أيضاً، يعمّق روح الوحدة بين أبناء الأمة، ويساوي بين جميع أبنائها، وبين جميع مناطقها اليوم كما كان بالأمس إلى حدّ بعيد، وتظل الصلاة كتاباً موقوتاً، تنظم حياة الفرد بالشكل الذي ربما كان هو الحل الأمثل لتحقيق الغاية منها، في هذا العصر.

ومما يؤيد هذا الحلّ، هو أن الفرد إذا كان في منطقة متطرفة شمالاً أو جنوباً، فإن عليه إذا ما انتقل هذا الفرد نفسه، بالطائرة إلى منطقة مكة المكرمة أو أي بلد من بلاد المنطقة الاستوائية أو سواها، عليه أن يجعل توقيت صلواته، على توقيت البلد الذي انتقل إليه، والمخالف لتوقيت بلده الذي جاء منه.

وهنا يظهر سؤال مهم: لماذا يُلزم هذا الفرد، بتوقيت الصلوات في البلد الذي انتقل إليه، زيادة أو نقصاً، وليس له أن يبقى على توقيت بلده الذي جاء منه؟!

إن عدم الأخذ بمفهوم توقيت خط الاستواء، لا يمثل إلا التمسك بالظاهرة الشمسية، وهو الأمر الذي كان يناسب ظروف القرون السالفة وإمكاناتها، وليس واقع هذا العصر وعلومه وإمكاناته وضروراته.

ومن المهم هنا أن نشير إلى أن الصلاة على توقيت خط الاستواء لا ينال من مكانة المسجد الحرام، لأنه يظل قبلة المسلمين في أي موقع كانوا في أرجاء الأرض، يتوجهون إليه ويعظمونه.

﴿ قَدْ نَرَى تَقَلُّبَ وَجْهِكَ فِي السَّمَاءِ فَلَنُوَلِّيَنَّكَ قِبْلَةً تَرْضَاهَا فَوَلِّ وَجْهَكَ شَطْرَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَحَيْثُ مَا كُنْتُمْ فَوَلُّوا وُجُوهَكُمْ شَطْرَهُ وَإِنَّ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ لَيَعْلَمُونَ أَنَّهُ الْحَقُّ مِنْ رَبِّهِمْ وَمَا اللَّهُ بِغَفِيلٍ عَمَّا يَعْمَلُونَ ﴾ (البقرة: ١٤٤).

وإذا كانت الكعبة المشرفة والمسجد الحرام بمكة المكرمة قبلة الصلاة لجميع المسلمين في جميع أرجاء الأرض، توحدهم أيّاً كان موضعهم على وجه الأرض؛ قريباً وبُعداً، شرقاً وغرباً وشمالاً وجنوباً، دون عناء في ذلك، ألا يكون الوقت قد حان للتخلي عن اعتماد الظاهرة الشمسية وسيلة لتحديد مواقيت الصلاة والصيام، في جل أنحاء الكرة الأرضية، واعتماد خط الاستواء في منتصف الكرة الأرضية لتحديد هذه المواقيت؟ فيكون هذا التحديد موحداً للأمة في صلاتها وصيامها، كما يوحدهم المسجد الحرام قبلة توحيد ووحدة وهداية وعدل واعتدال لجميع المسلمين، لا فرقة ولا حيرة ولا اختلاف ولا تمزق وتناحر، يدبره ويسعد به العدو وتشقى به الإنسانية وشعوب الأمة؟

إن من المطلوب والمرغوب في واقع العصر أن تطرح على الساحة الفكرية، وبكل الجرأة والأمانة الفكرية، أمام العلماء والمفكرين وجمهور الأمة "جميع الاجتهادات والرؤى"، ليتداولوها، ويتدبروها، فأمر الأمة المسلمة "شورى بينهم"، "ولا تجمع الأمة على ضلالة".

ثانياً: صوم رمضان

قضية صوم رمضان من أهم القضايا التي يثيرها ويفرضها الفكر ويستوجب التفكير فيها في هذا العصر، لا سيما في ظل تطورات العصر وتنامي إمكاناته، بما في ذلك اختراع الساعة جنباً إلى جنب مع بقية التطورات العلمية وإمكاناتها، خاصة في مجال المواصلات والاتصالات بكل أشكالها؛ مروراً بما أصبح سائداً من أنواع التواصل الإلكتروني؛ صوتاً وصورة، ومع أي إنسان آخر في أي جزء من بلاد الأرض، وانتهاءً بما سوف يستجدُّ مما لا نعلمه في هذه المجالات وغيرها: ﴿وَالْحَيْلَ وَالْبِغَالَ وَالْحَمِيرَ لِتَرْكَبُوهَا وَزِينَةً وَيَخْلُقُ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾ (النحل: ٨) وكل هذا مما لم نكن نعلم من وسائل المواصلات والاتصالات. وهكذا نرى أنه من الواضح أننا في عصر جديد بإمكانات، وقدرات، وحاجات عديدة، تؤثر على نوعية الحياة بشكل غير مسبوق.

فإذا أضفنا إلى ذلك، امتداد الإسلام والوجود الإسلامي، إلى ما وراء المنطقة المدارية، حيث يكون تفاوت ساعات الليل والنهار في الخريف والربيع تفاوتاً محدوداً، إلا

أن تفاوت ساعات الليل والنهار في فصلي الصيف والشتاء، كبير ومرهق بعض الشيء. وهكذا يظل الصيام في فصل الشتاء مقبولاً، أما في فصل الصيف فيكون الصيام صعباً خاصة لمن كان عمله شاقاً، وقد يصعب تصوّره لو اقتضت الضرورة أن يكون في قيظ الشمس.

ولا أنسى أن أحد المسؤولين في إحدى الملحقيات الثقافية في بريطانيا، التي يدرس فيها مئات الألوف من الطلاب الذين جاءوا من العالم الإسلامي، وذلك يستوجب بالطبع عملاً متواصلاً في حل إشكالاتهم، ومتابعة تحصيلهم الدراسي، في جامعات تلك البلاد، وعجبت حين رأيته يأتي إلى مدينة صحراوية كبرى، من مدن الخليج، وذلك ليصوم رمضان، في داره بها، رغم جوّها الساخن، بل وأحياناً المحرق، الذي يشوي الوجوه تحت أشعة الشمس.

وعندما سألته، وكأنني أسأل من فقد عقله، ما الذي أتى بك من "لندن" لتصوم في هذا القيظ اللافح الذي يسحنك في الغرف المكيفة. أجبني إجابة كانت مفاجأة، حين قال: كيف لا آتي وساعات اليوم في لندن، هي حوالي "ثمانية عشرة ساعة"، مع عمل جاد مرهق في خدمة الشباب المنتسب إلى الجامعات، في جميع أنحاء بريطانيا.

وبالطبع فإننا نعلم أنه كلما ابتعدت البلاد عن المنطقة الاستوائية التي يتعادل فيها النهار والليل، أياً كان هذا الابتعاد إلى الشمال أو الجنوب، فإن طول الليل والنهار يزداد تفاوتاً؛ طويلاً وقصراً، كما أوضحنا من قبل.

وحتى في المنطقة المدارية التي يقع فيها الحرمان الشريفان بمكة والمدينة، فإن تفاوت ساعات النهار واقع ملموس إلا أنه يظل تفاوتاً محتملاً؛ وإن ظلّ هذا التفاوت مرهقاً بعض الشيء للعاملين، حين يكون الصوم في الصيف، والعمل تحت الشمس.

ولما كان المسلمون في المنطقة المدارية، في العصور السالفة، لا سبيل لهم لمعرفة الأوقات، إلا بالنظر إلى الظاهرة الشمسية؛ فكان تتبع الحركة الشمسية إشراقاً وغروباً، هما

أداة الإنسان لمعرفة أوقات النهار والليل، كان الصيام عند المسلمين في بلاد هذه المنطقة يبدأ من الفجر وإشراق الشمس حتى غروب الشمس وحلول الظلام والليل.

والقضية التي أود طرحها مستفتياً أجلاء علمائنا ومفكرينا وجمهور أمتنا المسلمة ﴿وَأْمُرُهُمْ سُورَىٰ بَيْنَهُمْ﴾ (الشورى: ٣٨)، هي كيف يجب أن نتعامل مع الوقت في هذا العصر، مع تفاوت ساعات "الليل والنهار"، في بعض المناطق، إلى الحد الذي يصل فيه وقت النهار (ضوء الشمس) في المناطق القارية والقطبية إلى ساعة أو ساعتين في الشتاء، واثنين وعشرين أو ثلاث وعشرين في الصيف، بل إلى حد أن يصل في المنطقة القطبية إلى ستة أشهر ظلاماً متواصلًا، وستة أشهر ضوءاً متواصلًا، كما سبق أن ذكرنا.

وكما نعلم فإن هناك من المسلمين من يعيش في سيبيريا من بلاد المنطقة القطبية الشمالية؛ حيث لا يكادون يرون الشمس في الشتاء لمدة ستة أشهر، ولا تكاد تغيب الشمس في بلادهم لمدة ستة أشهر أخرى. وبذلك يتعرض المسلم إلى حال يستحيل معه، اعتبار الضوء والظلمة، له أية علاقة بتوقيت شعيرتي الصلاة والصوم.

ومن المعلوم لنا أيضاً أن هناك قبائل بشرية شمال القارة الأمريكية تعيش حياتها في المنطقة القطبية ومنها قبائل الأسكيمو. وليس هناك ما يمنع بعض أبناء هذه القبائل من الإسلام لو بلغها واهتمّ الدعاة بها، ممن قادرون على ارتياد المناطق شديدة البرودة وشديدة التطرف في تفاوت أوقات "الضوء والظلمة"، مما لا يكون فيها للحركة الشمسية أي اعتبار في أداء شعائر الصلاة أو الصيام.

١. تحريك مدة الصيام شمالاً وجنوباً وفق الطاقة البشرية:

والسؤال هنا لأجلاء علمائنا ومفكرينا وجمهور أمتنا: كيف يكون صيام هؤلاء المسلمين في المناطق المتطرفة، وعلى أيّ أساس؟

ففي بريطانيا مثلاً، والبلاد التي على شاكلتها يعد المسلمون بالملايين، وعليهم أن يصوموا "النهار" رغم طول ساعاته، خاصة في فصل الصيف. وهذا الوضع في مثل هذه

البلدان قد يدعو بعض المسلمين ممن رُقّ دينهم، وشقّ عملهم، إلى أن يتركوا الصيام، أو يصومون صوم الصيف قضاءً في فصل الشتاء؛ إذ ضوء الشمس لا يظهر إلا لحوالي ست ساعات!

وإذا قبلنا وفق فتوى المفتين التي لا ينكرها عليهم أحد ممن لديه دراية علمية بطبيعة الكرة الأرضية بما يتعلق بشأن الصيام، بتجاهل الظاهرة "الشمسية" لهؤلاء المسلمين الذين يعيشون في البلدان الشمالية أو الجنوبية المتطرفة وصوم رمضان حسب توقيت أقرب منطقة يكون تفاوت الليل والنهار فيها، أقلّ تطرفاً، مثل بريطانيا، ليكون أداء الصلاة وصوم رمضان أكثر تحقيقاً للحياة الروحية للمسلم.

وعلى ضوء ما سبق، ومن رؤية علمية لوضع عالمنا المعاصر وطاقاته وإمكاناته وحاجاته، التي تجعله عصرًا غير العصور السالفة، فإن منهج "تجديد الدين"، يحتّم تدبّر حال العصر، وكيف يُعاد تطبيق قيم الدين ومفاهيمه ومبادئه على واقع العصر وحاجاته وإمكاناته زماناً ومكاناً؛ ليحقق مقاصد الدين بعلمٍ واستنارة.

ودون العلم والحكمة، وإدراك معطيات العصر، وعلومه وقدراته واحتياجاته، غير المسبوقة في مسيرة الإنسانية، نجد أنفسنا نتخبط، وتتشعب بنا الطُرق، خاصة بشأن صيام شهر رمضان، حتى في المنطقة التي بها جلّ الدول الإسلامية، بل وجميع الدول العربية، كما رأينا سابقاً في موقف أحد حكام منطقة البحر الأبيض المتوسط المدارية؛ إذ يفتى ويأمر العاملين في بلده بالإفطار في رمضان. وليس ذلك فحسب، بل إننا رغم كل ما نعلمه من إمكانات العلم، وأحوال الأرض، نجد -حتى اليوم- أن هناك من يحتّم بدء شهر رمضان وانتهاؤه، برؤية الهلال البصرية البشرية المجردة، الذي قد تعمّ رؤيته لأسباب مناخية على البصر الإنساني المجرد.

وكان هذا النوع من المعرفة مقبولاً في العصور السابقة، بل غداً أمراً حتمياً لا بدّ منه؛ إذ مثل عاملاً من عوامل وحدة بين أبناء الأمة؛ لأن رؤية الهلال في كل منطقة، يعلم بها سكان المنطقة، وهم سوف يبدوون وينهون صيامهم في وقت واحد وفقاً لذلك، ولن

يعلموا بأن أي بلد آخر قد اختلفت رؤيته عن رؤيتهم، إلا بعد انقضاء الأشهر، أو أكثر من ذلك، وذلك حين تصل قوافل الركبان على ظهور الإبل بالأخبار.

أما اليوم، فثمة تقدّم في العلوم والمعارف، وإمكانات التواصل الآني العديدة، التي جعلت معرفة ولادة الهلال بالشروط الشرعية أمراً ممكناً بالحساب العلمي الفلكي على وجه الدقة، بغض النظر عن الظروف المناخية الجوية المعوّقة لرؤية العين البشرية.

وعلى عكس رؤية العين المجردة، التي لا تُعدُّ في أحسن الأحوال رؤية جميع أبناء المنطقة، بل هي رؤية الآحاد، يتقبلها الجميع، في البلد أو المنطقة المعنية، رغم أنهم لم يروا الهلال، فإن دقة حساب حركة الشمس وما حولها من الكواكب، والتي منها القمر، هو أمر نشهده ونلمسه، ومن ذلك حين يتنبأ الفلكيون، من خلال حساباتهم وأجهزتهم العلمية، بأمر الظواهر الفلكية قبل وقوعها، بعقود أو مئات من السنين. فالفلكيون على سبيل المثال يستطيعون أن يتنبأوا بوقوع ظواهر الكسوف والخسوف، ورؤيتها في أي وقت، وفي أي المواقع من الأرض وعلى أية صورة.

والسبب في ضعف الاعتداد بالرؤية البشرية في هذا العصر، هو أنها ليست فقط عرضة للقصور والخطأ، بل قد تُفَرِّقَ أمرَ الأمة؛ لأنه ربما تختلف قدرات الرؤى البشرية في بدء الشهور وانتهائها بما في ذلك رمضان، على غير حسابات علم الفلك التي لا تكاد تقبل الاختلاف. وهنا يقع الخلاف وحسن الفرقة؛ إذ إن أي قرار في أي بلد بشأن الرؤية سوف تنقله في الحال وسائل الإعلام الحديثة، إلى جميع أرجاء الأرض في التّو واللحظة. وحين تتعدد نتيجة الرؤية من بلد مسلم إلى بلد مسلم آخر. وبذلك يعلم الناس جميعاً، أن هناك من البلاد الإسلامية، ممن اعتمدوا رؤية العين المجردة، وأن هناك بلداً أو بلاداً أخرى في الجوار، في المنطقة الواحدة، من اختلفت عندهم رؤية أو قرروا اعتماد الحساب الفلكي بشأن قرار بدء شهر رمضان، أو انتهائه. وهذا لا يخدم حسن وحدة الأمة، وقد يكون ذلك عنصر فرقة وتنازع.

والسؤال الآن هو: ألا يمكن في هذا العصر، بحاجاته وإمكانياته، أن نحلّ كلّ هذه المفارقات على تعدّدها وتشعبها وتعارضها مع أهداف فريضتي الصلاة والصيام، ومع تعميق حسنّ وحدة الأمة، وذلك بأن نلجأ إلى العلم، لكي نحقق مقاصد الشريعة، وقيم الإسلام ومفاهيمه ومبادئه، بما يناسب هذا العصر؟!

هل هذا أولى؟ أو أنه لا بدّ لنا من التقليد، والمتابعة لعصور سالفة، حالها غير حال هذا العصر، وحاجاتها غير حاجاتنا، وإمكاناتها غير إمكاناتنا.

٢. حلان ممكنان:

إنّ لبّ ما أراه وأستفتي فيه أهل العلم والمعرفة والفكر وجمهور الأمة هو: هل بإمكانات العلم (الحساب الفلكي) وقدرات وسائل الإعلام في نقل الأخبار في التّوّ واللحظة إلى أرجاء الأرض كافة، أن نقبل أحد حلّين لإزالة الحيرة والتنازع بشأن إشكالات أداء فريضة الصيام في هذا العصر؟

الحل الأول: إذا كان علماؤنا الأجلاء قد أفتوا بنقل توقيت الصيام ومواعيد الصلاة بدءاً وانتهاءً إلى أقرب منطقة، يقدر الإنسان احتمال طول النهار والليل فيها. أفلا يصبح مقبولاً أن نعتمد توقيت مكة والمدينة (المنطقة المدارية)، من ذلك لأداء فريضة الصوم؛ لأنها رغم اختلاف ساعات الليل والنهار فيها، فإنها مظنة أن يكون هذا التوقيت مما يناسب جميع بلاد المسلمين في العالم. وعلى الرغم من أن في هذا التوقيت بعض المشقة للناس، إلا أنه ما يزال محتملاً.

الحل الثاني: وبذات المبدأ في تجاهل الظاهرة الشمسية، وتحريك شأن التوقيت إلى توقيت أقرب منطقة، يكون التوقيت الشمسي محتملاً ولو بشيء من المشقة، نعرض السؤال مرة أخرى:

ألا يمكن اعتماد منطقة خط الاستواء، الذي يقسّم ساحة الأرض جميعها إلى قسمين متساويين هما شمال الأرض وجنوبها، وذلك بدلاً من اعتماد المنطقة المدارية،

ليكون توقيت المنطقة الاستوائية هو توقيت أداء فريضة الصيام، في جميع أنحاء المعمورة، وبذلك فإننا نسوّي بين المسلمين في جميع أنحاء المعمورة، في صوم ساعات أيام رمضان.

أليس في هذا الحل ما يُمكن من الاستفادة من الإمكانيات العلمية، وتأثير آلة "الساعة" التي تحدد الأوقات، دون حاجة إلى الظاهرة الشمسية، التي تحدد التوقيت بصورة توقع مشقة على الصائمين؟

ونتيجة اعتماد هذا الحل يتوحد ويتساوى بدء صوم اليوم إلى انتهائه، أينما يكون المسلم في أقاليم الأرض، ليكون اثنتي عشرة ساعة. وبناء عليه يحدث مزيد من التوحيد والتيسير وتحقيق مقاصد الصيام لجميع المسلمين في جميع أرجاء الأرض شمالاً وجنوباً، مهما تطرّف الموقع. وهكذا فإن من ينتقل من أي موضع في الأرض إلى أي موضع آخر يتساوى عدد ساعات صيامه مع جميع مَنْ في الأرض من المسلمين حيثما كانوا، لا أن يتفاوت صيام يوم الفرد نفسه بعد رحلة بالطائرة لعدة ساعات إلى بلد مثل بريطانيا عمّا كان عليه، على سبيل المثال وهو في (جاكرتا) أو (كمبالا) والعكس بالعكس. فما الحكمة في ذلك، والشخص هو نفس الشخص إلا أنّ موقعه من الأرض تغير ليكون الأمر للأول في جاكرتا أو كمبالا يُسرّاً، وللآخر في بريطانيا مشقة وعسراً؟!!

إن هذه الرؤية "الاجتهادية"، فيما أرى هي مما يقوّي حُمة الأمة، وحسّ وحدتها، ويُيسر عليها أمر حياتها، وحسن أداء شعائرها، وتحقيق غاياتها الروحية والحياتية، ويتناسب مع طبيعة العصر وإمكاناته. وكل هذه الرؤى، والنظرات، والخواطر الاجتهادية، التي خطرت بذهني هي نتيجة التأمل في أحوال العصر، وحاجاته، وإمكانياته؛ الزمانية والمكانية.

ومن المهم أن ندرك أن هذا الحلّ، لا يؤثر على مكانة المسجد الحرام وقدسيته، وضروة التوجه في الصلاة إليه، من موقع إقامة الصلاة في أي مكان في هذا العالم.

وحرصاً على بذل الجهد، ومشاركة ما ارتأيته من الفكر والرأي، مع أجلاء رجالات الأمة، من العلماء، والمفكرين، ومع جمهور الأمة الملتزمين المستنيرين، طرحت هذه الرؤية "الاجتهادية" مستفتياً جميع هؤلاء، للنظر في هذه القضية المستجدة المهمة، وسواها من القضايا المماثلة في هذا العصر، بكل الجدّ والجديّة؛ فالدين يُسر لا عسر (لا تجتمع أمّتي على ضلالة). فليس لي ولا لسواي إلا ما يراه أهل العلم والفكر المستنير ويجتمع عليه جمهور الأمة المستنير.

والله الموفق والهادي إلى سواء السبيل. وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين

عروض مختصرة

إعداد: أسماء حسين ملكاوي

١. صورة اللغة العربية في وسائل الإعلام والاتصال، فريق العمل في مشروع الرصد اللغوي الإعلامي، عمان: اللجنة الوطنية الأردنية للنهوض باللغة العربية (بلسان عربي مبین)، ٢٠١٥م، ٤٦٨ صفحة.

الكتاب رصد لواقع المادة اللغوية في مختلف وسائل الإعلام الوطنية في الأردن، وقام بتحليل بياناتها تحليلاً إحصائياً، واستخلاص النتائج وإيجاد الحلول من أجل التطوير وقد درس الكتاب علاقة كل من: المدونات، والمواقع الإلكترونية، والقنوات الفضائية، والإذاعات العربية، والصحف اليومية والأسبوعية، فضلاً عن دور السينما والمسرح، باللغة العربية، مع التركيز على طريقة تقديم اللغة العربية عبر هذه الوسائل، والأخطاء اللغوية ومصادرها، والأسباب المؤدية إلى ظهورها واستمرارها. وأكد الكتاب على ضرورة القيام بالرصد اللغوي المستمر لوسائل الإعلام العربية، وأن تتبنى جامعة الدول العربية هذا الأمر وتلحقه بضرورة إنشاء وكالة أنباء عربية تعنى بنشر الأخبار وترجمتها. وذلك كله ضمن جهود تطوير مشروع عربي للنهوض باللغة العربية.

٢. الإعلام الفضائي الدولي والعربي: النشأة التطورية وصناعة الأخبار، محمد أحمد فياض، الإمارات: دار الخليج للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م، ١٩٧ صفحة.

كتاب اتصالي يزاوج بين المنهج والأسلوب، فهو يصلح لخدمة الإعلامي المتخصص، كما يصلح كتاباً منهجياً لأقسام الإعلام وكلياته. في الكتاب تسعة فصول؛ تناولت موضوعات التلفزيون، والاتصالات الفضائية، ومنظمات الأقمار الصناعية، وشبكات التبادل الإخباري التلفزيونية الدولية والإقليمية، ونشأة وتطور البث التلفزيوني المباشر وتطوره، والقنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية الوافدة إلى العالم العربي، وواقع الإرسال والاستقبال التلفزيوني الفضائي العربي، والتجربة المصرية في مجال استخدام الأقمار الصناعية والبث الفضائي، والقناة الفضائية المصرية الأولى وصناعة الأخبار فيها.

٣. الشائعات ودور وسائل الإعلام في عصر المعلومات، هباس رجاء الحربي،

عمّان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م، ١٩٢ صفحة.

كتاب يهتم بدراسة الإشاعة وعلاقتها بوسائل الإعلام الحديثة. فيه سبعة فصول؛ عناوينها: دور وتأثير وسائل الإعلام، والرأي العام وتكوّنه، والإشاعة: تعريفها ومصادرها وأنواعها، ومراحل الإشاعة وطرق مواجهتها، والمعلومات في عصر المعلومات وأهميتها، والآثار الاقتصادية المحتملة لانتشار الشائعات، والإعلام الدولي والإشاعة.

٤. الإعلام الإسلامي والتحديات المستقبلية، محمد عمارة، القاهرة: مكتبة

الشروق الدولية، ط١، ٢٠١٢م، ١٢٨ صفحة.

يعتقد محمد عمارة أن الإعلام الحالي الذي أصبح في موقع سلطوي أكثر تقدماً، يسهم في خلق وعي زائف لدى الإنسان العربي والمسلم، الأمر الذي يتطلب ظهور إعلام إسلامي يقدم رسالة أكثر أخلاقية، ويكون إعلاماً مستقلاً، يعيد الاعتبار إلى الإنسان بأبعاده الروحية والعقلية والمادية. ويرتبط هذا بضرورة حسم الموقف الإسلامي من العديد من القضايا؛ مثل الموقف من الصورة، والفن التشكيلي، والموسيقى. ويطرح الكتاب مجموعة من الأسئلة تتعلق بوجود الإعلام الإسلامي، هل تحددت ملامحه أو أنه ما زال في طور النمو والتجربة؟ وأهم التحديات التي تواجهه، والضوابط والمعايير التي يلتزم بها، فضلاً عن نوعية الخطاب الذي يجب أن يهتم به، هل يكون خطاباً وعظيماً أو تحليلياً؟ وهل يكون خطاباً مباشراً إيجابياً أو درامياً؟

5. *Media Today: Mass Communication in a Converging World*, Joseph Turow, october 31, 2013, UK-Routledge, 5 edition, 438 pages.

عنوان الكتاب بالعربية: الإعلام اليوم: الاتصال الجماهيري في عالم متقارب. جوزيف تورو هو أستاذ الاتصال في جامعة بنسلفانيا، والكتاب مجموعة من الأسئلة حول صناعة الإعلام، بكل وسائله، وكيف يتم إنتاج محتوياته، ونقلها إلى الجمهور، وما هو الدور الذي تؤديه الحكومات في هذه العملية؟ وقدّم الكتاب إجاباته من خلال قسمين: الأول بعنوان: طبيعة الأعمال الإعلامية، وفيه أربعة فصول عناوينها: فهم الإعلام

الجماهيري، والتقارب وأهمية الأدبيات الإعلامية، والوعي بأهمية البحوث حول أثر الإعلام وثقافة الإعلام، والأعمال الإعلامية وتمويل وتشكيل الإعلام: الإعلان، العلاقات العامة، تسويق الاتصالات. أما القسم الثاني فيحمل عنوان: صناعات الإعلام، وفيه عدة فصول حول صناعة الإنترنت، والكتب، والصحف، والموسيقى، والمجلات، والراديو، والتلفاز، والسينما، وألعاب الفيديو.

6. *The App Generation: How Today's Youth Navigate Identity, Intimacy, and Imagination in a Digital World*, by Howard Gardner and Katie Davis, Yale University Press; Reprint edition (September 30, 2014), 272 pages.

عنوان الكتاب باللغة العربية: **جيل التطبيقات: كيف يبحر شباب اليوم عبر مسائل الهوية، والعلاقات الحميمة، والخيال في عالم رقمي**. يقدم المؤلفان تحليلاً لواقع الجيل الحالي من الشباب المنغمسين بتطبيقات الإعلام الرقمي، وكيف تغيرت حياتهم مقارنة بالأجيال السابقة، ومن الواضح أن المؤلفين يشعران بالقلق حيال ثلاثة مجالات حيوية لحياة المراهقين هي: الهوية، والعلاقات الحميمة، والخيال. ومن خلال البحوث المبتكرة، المستندة إلى المقابلات والمجموعات المحورية، والمقارنات، استطاع الباحثان الكشف عن عيوب التطبيقات الرقمية وإيجابياتها. ويرى الباحثان أن قوة التطبيقات يمكن أن تكون نقطة انطلاق لمزيد من الإبداع والطموح الأعلى. في الكتاب مقدمة وستة فصول هي: حديث حول التقنية، وتفريغ الأجيال: من البيولوجيا إلى الثقافة إلى التقنية، والهوية الشخصية في عصر التطبيقات، والتطبيقات والعلاقات الحميمة، وأفعال الخيال والتطبيقات بين شباب اليوم، وخاتمة: تحدثت عن ما بعد جيل التطبيقات.

7. *Mass Media, Communication and Communion: A Christian Vision of Social Communication*, Jorge Benson, USA: CreateSpace Independent Publishing Platform (July 7, 2014), 132 pages.

عنوان الكتاب بالعربية: **وسائل الإعلام والاتصال والتواصل: رؤية مسيحية للتواصل الاجتماعي**. يقدم القس والصحفي السابق جورج بنسون -في كتابه- رؤية مسيحية للتواصل الاجتماعي وعالم وسائل الإعلام عموماً. وفي الكتاب تحليل أخلاقي

ملهم من وجهة نظر المؤلف حول أهمية وسائل الاعلام، وما حققته، وما تعدّ به في القرن الحادي والعشرين. يتضمن الكتاب مقدمة بعنوان: التواصل الاجتماعي المسيحي، ومجموعة من الفصول حملت العناوين الآتية: التواصل الاجتماعي الحديث، وإعلام التواصل الاجتماعي، وقيم التواصل الاجتماعي، والمساهمة الإيجابية للتواصل الاجتماعي، وسوء استخدام إعلام التواصل الاجتماعي، ومن الذي يسيطر على التواصل الاجتماعي؟ والمسيحية خلال إعلام التواصل الاجتماعي.

8. *Perceptions of Islam in Western Media: Are stereotypes enforced against Islam?* By L G Herring, USA: CreateSpace Independent Publishing Platform (20 Jan. 2015), 90 pages.

عنوان الكتاب باللغة العربية: **تصورات وسائل الإعلام الغربية عن الإسلام: هل فرضت الصور النمطية ضد الإسلام؟** منذ هجمات الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ على مركز التجارة العالمي في نيويورك، واجهت الديانة الإسلامية ممارسات وقوانين التمييز والتدقيق والمراقبة، من قبل الذين عمموا كافة أشكال الفهم الإسلامي بوصفه شيئاً واحداً. وفي سبيل فهم كامل لأحداث ١١ سبتمبر، قام المؤلف بإعطاء نبذة تاريخية يؤكد فيها أن من قام بهذه الهجمات هم أفراد وصفوا بأنهم متطرفون إسلاميون، ومن ثم يقوم المؤلف بتحديد التصورات المختلفة حول الإسلام في وسائل الإعلام المختلفة، بهدف معرفة ما إذا كانت وسائل الإعلام تصوّر الدين عموماً بشكل سلبى.

9. *Media Framing of the Muslim World: Conflicts, Crises and Contexts*, By Halim Rane, Jacqui Ewart, and John Martinkus, NY: Palgrave Macmillan (5 Jun. 2014), 216 pages.

عنوان الكتاب باللغة العربية: **تأطير وسائل الإعلام للعالم الإسلامي: الصراعات والأزمات والسياقات.** مؤلفو الكتاب هم: حليم راني؛ أستاذ الدراسات الإسلامية في جامعة جريفيت في استراليا، وجاكي إيوارت؛ أستاذ الصحافة والدراسات الاعلامية في الجامعة نفسها، وجون مارتنكوس، محاضر في الصحافة والإعلام في جامعة تسمانيا في استراليا. يقدم الكتاب عرضاً مفصلاً حول كيفية إنتاج واستهلاك الأخبار في العالم الغربي

حول الإسلام، وكيف يؤثر ذلك على العلاقة بين الإسلام والغرب. يناقش الكتاب موضوعات القيم الإخبارية والإعلامية ودورها في تشكيل تصورات الجمهور الغربي وفهمهم للإسلام والمسلمين؛ ومدى بقاء المفاهيم التاريخية الاستشراقية بارزة ومتجلية فيما يعرف اليوم بالإسلاموفوبيا؛ وأثر طريقة تغطية الأخبار حول الإرهاب في الرأي العام وصنع السياسات؛ وإسهام العلاقة بين الإعلام الجماهيري والإعلام الاجتماعي في المشهد الاجتماعي - السياسي المتغير في الشرق الأوسط وفهم الغرب للإسلام؛ وتطور الصحافة والجماهير المتلقية كذلك في العقد الأخير ومنذ أحداث الحادي عشر من سبتمبر.

10. *Media, Religion and Culture: An Introduction*, by Jeffrey H. Mahan, UK: Routledge (28 May 2014), 178 pages.

عنوان الكتاب باللغة العربية: **الإعلام، والدين، والثقافة: مقدمة**. المؤلف هو جيفري ماهان، وهو أستاذ الدين والاتصالات العامة في مدرسة إيف اللاهوتية، والموظف في مركز الإعلام والدين والثقافة التابع لجامعة كولورادو في بولدر/الولايات المتحدة. يرى المؤلف أن الدين كان يتشكل دائماً من قبل وسائل الإعلام السائدة، واليوم ونحن نعيش في ثقافة الإعلام، التي تعلّم الناس كيف يفكرون وماذا يعتقدون، أصبح المتدينون والمجتمعات والمؤسسات المختلفة تستخدم وسائل الإعلام أدوات للتواصل، ومواقع لبناء الهوية والتعبير عنها، وممارسة الدين، وبناء المجتمع. والكتاب في أقسامه الثلاثة: الهوية الدينية في الثقافات الإعلامية، والدين في وسط التغيير، والأخلاق والجماليات، يستكشف المحتوى الديني في النصوص الإعلامية وطرق تلقي هذه النصوص من قبل جمهور المستهلكين، الذين يقومون بدورهم بإعادة استخدامها في العمل الديني الخاص بهم.

11. *Children and Media: A Global Perspective*, By Dafna Lemish, NY: John Wiley & Sons; 1 edition (6 Feb. 2015), 296 pages.

عنوان الكتاب باللغة العربية: **الأطفال والإعلام: منظور عالمي**. مؤلفة الكتاب أستاذة الاتصال في جامعة جنوب إلينوي، والكتاب مادة غنية متعددة التخصصات،

وعالمية، حول الأطفال والإعلام، تستكشف دور الإعلام الجديد، بما فيه الإنترنت، والتلفاز، والهاتف الخليوي، وألعاب الفيديو، على نمو الأطفال والمراهقين. يتضمن الكتاب مقدمة وثمانية فصول حملت العناوين الآتية: الإعلام والأطفال في البيت، والإعلام والنمو الفردي، والإعلام والتعلم والأدب، والإعلام والسلوكيات ذات العلاقة بالصحة، والإعلام وتصور الذات والمجتمع، والإعلام والاجتماع والممارسة، ودراسة أدبيات الإعلام، والسياسة والتوعية، وخاتمة بعنوان: النشأة مع الإعلام.

12. *Personal Connections in the Digital Age (Digital Media and Society- DMS)*, By Nancy K. Baym, Cambridge- Polity Press; 2nd Edition (10 July 2015), 240 pages.

عنوان الكتاب باللغة العربية: **العلاقات الشخصية في العصر الرقمي (الإعلام الرقمي والمجتمع)**. المؤلفة باحثة رئيسة في شركة مايكروسوفت للبحوث، وأستاذة الاتصالات في جامعة كانساس. يقدم الكتاب أطراً للتفكير النقدي حول أدوار وسائل الإعلام الرقمي في العلاقات الشخصية. وبدلاً من تقديم خطابات تحذيرية مندفعة، فإن الكتاب يقدم بيانات تمهيدية تعكس التطورات في مجال التكنولوجيا الرقمية، وتحدد العلاقات التي فسدت بسببها، وكيف أن الحديث حول وسائل الإعلام الحديثة، يعكس حديثاً تاريخياً مشابهاً حول تكنولوجيا الاتصال في وقت سابق. وتستكشف فصول الكتاب كيف نستخدم اللغة والسلوك غير اللفظي لتطوير المجتمعات، والشبكات الاجتماعية، والعلاقات الجديدة، والحفاظ على العلاقات القائمة في حياتنا اليومية، وذلك من خلال عرض نتائج البحوث حول مجموعة من القضايا مثل: هل التفاعل الرقمي أكثر دفئاً؟ هل الناس أكثر صدقاً مع أنفسهم على الإنترنت؟ هل تنجح العلاقات التي تبدأ على الإنترنت؟ هل دمر الإعلام الرقمي علاقاتنا؟

13. *Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics*, By Jeremy Harris Lipschultz, UK: Routledge, 268 pages.

عنوان الكتاب باللغة العربية: **اتصالات وسائل الإعلام الاجتماعي: المفاهيم، والممارسات، والبيانات، والقوانين، والأخلاق**. المؤلف أستاذ الاتصال في جامعة

نبراسكا، والكتاب تحليل واسع النطاق ومتعدد التخصصات لوسائل الإعلام الاجتماعي، مثل: تويتر وفيسبوك، ولينكدن، ويوتيوب وغيرها. ويحلل الكتاب العلاقات القائمة بين الصحافة، والإذاعة، والعلاقات العامة، والإعلان، والتسويق، مُركِّزاً على المفاهيم الرئيسية، والممارسات، والبيانات، والقوانين، والأخلاقيات التي يحتاجها مستخدمو أدوات التواصل الجديدة على نحو فعال. عناوين فصول الكتاب هي: مقدمة في مفاهيم الإعلام الاجتماعي، والتواصل بالكمبيوتر والنظريات الاجتماعية، والإعلام الاجتماعي في الإعلان والصحافة، والإعلام الاجتماعي في العلاقات العامة، والإعلام الاجتماعي في الإعلان والتسويق، وقياس وتحليل الإعلام الاجتماعي، وتقنيات الإعلام الخليوية الجديدة: الابتكار والاستثمار، والبيانات الضخمة والخصوصية، والقوانين والتشريعات، وأخلاقيات الإعلام الاجتماعي، وأفضل الممارسات في الإعلام الاجتماعي، ومستقبل الإعلام الاجتماعي ومحو الأمية المعلوماتية.

14. *Disaster Communications in a Changing Media World*, By George Haddow and Kim S Haddow, Oxford: Butterworth-Heinemann; 2 Edition (July 1, 2014), 282 pages.

عنوان الكتاب بالعربية: الاتصالات الكارثية في عالم إعلامي متغيّر. جورج هادو؛ أستاذ مساعد في معهد الأزمات والكوارث وإدارة المخاطر في جامعة جورج واشنطن، وكيم هادو؛ مدير شركة هادو للاتصالات في نيو أوليانز. يقدم المؤلفان معلومات قيّمة حول أولويات التواصل في عصر وسائل الإعلام المتطور، وأهمية تطوير وسائل الاتصال في حالات الطوارئ، لاستيعاب هذه التغيّرات واستغلال الفرص الكبيرة التي تقدمها. ويركز الكتاب على أهمية الحاجة إلى الشفافية في نقل المعلومة، وزيادة إمكانية الوصول، والثقة والاعتمادية، والشراكات مع وسائل الإعلام. يتضمن الكتاب دراسات حالة من الكوارث الأخيرة، مثل إعصار ساندي، وكارثة تسونامي وتفجيرات ماراثون بوسطن. ويوضح كيفية استخدام المدوّنات والرسائل النصية وكاميرات الهاتف النقال، فضلاً عن القنوات الحكومية ووسائل الإعلام التقليدية في التواصل أثناء الأزمات.

15. *Mass Media and American Politics*, By Doris A. Graber and Johanna L. Dunaway (Eds), CQ Press (February 13, 2014), 464 pages.

عنوان الكتاب بالعربية: وسائل الإعلام الجماهيرية والسياسة الأمريكية. يختبر الكتاب العوامل التي تسهم في تحديد مضمون التغطية الإخبارية، وكذلك كيف تؤثر وسائل الإعلام على آراء الناس نحو السياسة. في الكتاب إلى أربعة أبواب: الأول بعنوان: أغراض الإعلام وهيكله، وفيه أربعة فصول عناوينها: قوة الإعلام والسلطة الحكومية، والملكية والتشريعات ودليل الإعلام، وحرية الصحافة والقوانين، والإعلام والسياسات في ميدان إعلامي متغير. والباب الثاني بعنوان: من وماذا يصنع الإعلام، وفيه خمسة فصول عناوينها: إجراءات صناعة الإعلام والتقارير الإعلامية، والصراع على التحكم، والأخبار من الرئاسة إلى الكونجرس، والتغطية الإخبارية ونظام العدالة والدولة والأخبار المحلية، وتغطية الأخبار الدولية. الباب الثالث تأثيرات الإعلام، وفيه ثلاثة فصول عناوينها: تأثير الإعلام على التوجهات والسلوكيات، والانتخابات في عصر الإنترنت، والفضاضة والسلبية والتحيز في الإعلام. والباب الرابع فيه فصل واحد بعنوان: التوجهات الحالية المستقبلية.

يصدر قريباً

المستجدات في
مسؤولية رئيس الدولة
عن أخطائه

بين الفقه الإسلامي والنظم الدستورية
دراسة مقارنة

تأليف
وليد الروابده



دارالفتح
للداسات والنشر

المعهد العالمي للفكر الإسلامي
1001AC - 6409AH
1-101-10101

يصدر قريباً

مؤسسة الاجتهاد
ووظيفة
السلطة التشريعية

إسماعيل حسن حفيان

المعهد العالمي للفكر الإسلامي

قسمة اشتراك في إسلامية المعرفة

أرجو قبول/ تجديد اشتراكي ب (.....) نسخة اعتباراً من العدد (.....) ولمدة (.....) عام.

..... طيه صك/ حوالة بريدية بقيمة

..... الاسم

..... العنوان

..... التاريخ

الاشتراك السنوي

للأفراد ٥٠ دولاراً - للمؤسسات ١٠٠ دولار أميركي

التسديد

عن طريق شيك مصرفي مسحوب على البنك الإسلامي الأردني لأمر:

المعهد العالمي للفكر الإسلامي (مكتب الأردن)

جبل اللوييدة - شارع كلية الشريعة - مبنى رقم (٦٥)

عمان - الأردن

الهاتف: 0096264611420 / الفاكس: 0096264611421

أو تحويل المبلغ إلى العنوان الآتي:

International Institute of Islamic Thought

Jordan Islamic Bank

IBAN: JO93JIBA0020000025019410400005

P.O.Box: 925997 Amman 11190 Jordan

سعر العدد:

لبنان: ٥٠٠٠ ل.ل، سوريا: ٧٥ ل.س، الأردن: ١,٥ دينار، العراق: ١٠٠٠ دينار، الكويت: ١,٥

دينار، الإمارات العربية: ٢٠ درهم، البحرين: ١,٥ دينار، قطر: ٢٠ ريالاً، السعودية: ١٠ ريالات،

اليمن: ١٥٠ ريالاً، مصر: ١٠ جنيهاً، السودان: ٦٠٠ جنيه، الصومال: ٢٠ شلناً، ليبيا: ٣ دنانير،

الجزائر: ٥٠ دينار، تونس: ديناران، المغرب: ٢٥ درهماً، موريتانيا: ٢٥٠ أوقية، قبرص: ٣ جنيهاً،

الاتحاد الأوروبي: ٥,٥ يورو، بريطانيا: ٤ جنيهاً، أمريكا وسائر الدول الأخرى ١٠ دولارات.

قواعد النشر وتعليمات إعداد البحوث

- يشترط في البحث أن يتوافق مع أهداف المجلة ومحاورها، وأن يتراوح حجمه بين ستة آلاف - عشرة آلاف كلمة مع الهوامش، وأن لا يكون قد نُشر أو قدّم للنشر في أي مكان آخر. والمجلة غير ملزمة بإعادة الأبحاث إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر.
- تنظم مادة البحث ضمن مقدمة مناسبة حوالي خمسمائة إلى ألف كلمة تتضمن بيان موضوع البحث وأهدافه وأهميته وطبيعة الأدبيات المتوافرة حوله. وخاتمة بنفس الحجم تتضمن خلاصة البحث وأهم نتائجه وتوصياته. المقصود بخلاصة البحث هنا هي فكرة مركزية لمحمل الأفكار الأساسية التي يود الباحث أن يتجه تفكير القارئ إليها، والمقصود بالنتائج الإضافة المعرفية التي تمثل قمة البحث وأفضل عطاء لصاحبه في موضوع البحث. والمقصود بالتوصيات بيان الأسئلة التي أثارها البحث وحاجتها إلى إجابات عن طريق مزيد من البحوث، وكذلك بيان القرارات التي تقتضي من المعنيين بأمرها الأخذ بها إصلاحاً للواقع. أما جسم البحث الرئيسي فتتنظم مادته في عدد من الأقسام ٣-٥ مع عناوين فرعية مناسبة لكل قسم مرقمة بكلمات: أولاً، وثانياً، وثالثاً... وإذا لزم تقسيم أي عنوان إلى عناوين فرعية فإنها ترقم بأرقام ١ و٢ و٣
- يعطى صاحب البحث المنشور عشر فصولات (مستلطات) من بحثه المنشور، ويكون للمجلة حق إعادة نشر البحث منفصلاً أو ضمن مجموعة من البحوث، بلغته الأصلية أو مترجماً إلى لغة أخرى، دون الحاجة إلى استئذان صاحب البحث.
- يكون التوثيق في مجلة "إسلامية المعرفة" على الوجه التالي:
 - الالتزام بقواعد التوثيق المعمول بها في المجلة.
 - توثيق الآيات القرآنية بعد نص الآية مباشرة في المتن وليس في الهامش ويتم ذلك بين قوسين مع وضع اسم السورة تليها نقطتان رأسيان ثم رقم الآية؛ مثال: (البقرة: ٨٧-٧٩)
 - توثق الأحاديث الشريفة بالرجوع إلى كتب الحديث المطبوعة بالإشارة إلى الكتاب المطبوع وبعد ذلك استكمال جميع المعلومات البيبلوغرافية من دار نشر، إلى مكان النشر..
 - عند توثيق الكتب أو المجلات يتم التركيز على البدء بالاسم الأخير للمؤلف واستكمال بيانات التوثيق البيبلوغرافية بما فيها بلد النشر والكتاب ودار النشر، وسنة النشر وأرقام الصفحات والجزء الذي أخذت منه المعلومة، مع ضرورة إبراز عنوان الكتاب أو المجلة بالخط الأسود الغامق.

المعهد العالمي للفكر الإسلامي

مؤسسة فكرية إسلامية ثقافية مستقلة أنشئت في الولايات المتحدة في مطلع القرن الخامس عشر الهجري (١٤٠١هـ/١٩٨١م) لتعمل على:

- توفير الرؤية الإسلامية الشاملة، في تأصيل قضايا الإسلام الكلية وتوضيحها، وربط الجزئيات والفروع بالكليات والمقاصد والغايات الإسلامية العامة.
 - استعادة الهوية الفكرية والثقافية والحضارية للأمة الإسلامية، من خلال جهود إسلامية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ومعالجة قضايا الفكر الإسلامي.
 - إصلاح مناهج الفكر الإسلامي المعاصر، لتمكين الأمة من استئناف حياتها الإسلامية ودورها في توجيه مسيرة الحضارة الإنسانية وترشيدها وربطها بقيم الإسلام وغاياته.
 - ويستعين المعهد لتحقيق أهدافه بوسائل عديدة منها:
 - عقد المؤتمرات والندوات العلمية والفكرية المتخصصة.
 - دعم جهود العلماء والباحثين في الجامعات ومراكز البحث العلمي ونشر النتائج العلمي المتميز.
 - توجيه الدراسات العلمية والأكاديمية لخدمة قضايا الفكر والمعرفة.
- وللمعهد مكاتب وفروع في عدد من العواصم العربية والإسلامية وغيرها يمارس من خلالها أنشطته المختلفة، كما أن له اتفاقيات للتعاون العلمي المشترك مع عدد من الجامعات العربية والإسلامية والغربية وغيرها في مختلف أنحاء العالم.

The International Institute of Islamic Thought

.Grove Street, 2nd Floor, Herndon 500

Virginia 20170 USA

Tel: 1-703-471 1133

Fax: 1-703-471 3922

URL: <http://www.iiit.org> - Email: iiit@iiit.org

Islāmīyat al Ma'rifah

Journal of Contemporary Islamic Thought

An International Refereed Academic Journal
Published Quarterly by

The International Institute of Islamic Thought



1401 هـ - 1981 م
1401AH - 1981AC

Vol. 21

No. 81

Summer 1436 AH / 2015 AC
ISSN 1729-4193