

اعتبار المآل في الدعوة على وسائل الإعلام المعاصرة

عبدالله عبدالقادر قويدر*

أنس محمد الخلايلة**

ملخص

اعتبار المآل نظر شرعي لا بد منه قبل إطلاق الحكم الشرعي على أي فعل له آثار ونتائج، وإذا كان موضوع الفعل المراد معرفة حكمه الشرعي ذا أثر عام فإن أهمية النظر المآلي تكون أشد وأقوى من أي فعل لا يتجاوز أثره صاحبه.

ولا شك أن الداعية المسلم يتوقف نجاحه على سعة أفقه وعلمه بالظروف المحيطة وتقديره لمآلات الأمور، لذلك كان من أوجب الواجبات اعتبار مآل الدعوة قبل الحكم عليها بالرشد والنجاح.

إن ترشيد الدعوة الإسلامية المعاصرة من أهم أهداف العاملين في حقل الدعوة الإسلامية اليوم، وذلك بسبب الفوضى الدعوية سواء كانت في المصادر أو الأسلوب أو الغايات أو النتائج عند الدعاة على ساحة الدعوة الإسلامية، ولا يمكن أن يتحقق ترشيد الدعوة الإسلامية ما لم تتم معالجة المآلات والنتائج السيئة المترتبة عليها.

وهذا يتوقف على توقع هذه النتائج أولاً، ثم وضع الأدوات والوسائل الاجتهادية التي تمنع حدوث مثل هذه النتائج ثانياً، ثم القيام بخطوات عملية تطبيقية تحقق للمآل اعتباره الشرعي ثالثاً.

الكلمات الدالة: الدعوة الإسلامية، الداعية الإسلامي، اعتبار المآل، ترشيد الدعوة الإسلامية.

* قسم الفقه الشافعي، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، الأردن.

** قسم الفقه وأصوله، جامعة الزرقاء، الأردن.

تاريخ قبول البحث: 2017/4/6 م .

تاريخ تقديم البحث: 2016/6/8 م .

© جميع حقوق النشر محفوظة لجامعة مؤتة، الكرك، المملكة الأردنية الهاشمية، 2020 م .

The Consideration of the Consequences in Calling in Contemporary Media

**Abdullah Abdulkader Quaider
Anas Mohammed Al-Khalaileh**

Abstract

The consideration of the consequences a lawful view which should be taken in account before the provision of a legal judgment going in line with Islamic Law by which shall have reflections and results. In case thus subject matter of the action that its Sharia ruling characterized with a general effect is required to be known, thus the importance of the consideration of the consequences shall be more powerful action its effect shall not overtake its owner.

No doubt that the success of Muslim missionary (caller) relies on the wide knowledge in Islam issues and the circumstances of the environment surrounding him, also the estimation of the consequences of such issues, therefore, the most obligation must be hereof, is to consider in the outcomes of what he is calling for before judgment thereon, whether it is directed rightly and with successful consequences.

So, the rationalization of the contemporary Islamic calling (Da'wah) is one of the most important aims to work on, since the Muslim callers in this matter suffer confusion whether in the sources, styles, purposes or the consequences.

Therefore, unless the drawbacks of such Islamic call (Da'wah) consequences are rectified and addressed correctly, the rationalization will not be achieved soundly.

Firstly, this depends on the anticipated consequences. Secondly, to develop the diligent tools and the means by which prevents the occurrence of the undesired results. Thirdly, after that, to take the practical steps to achieve the Shari'a consideration

Keywords: Islamic call (Da'wah), the Islamic caller, consideration of the consequences, the rationalization of the Islamic Call (Da'wah).

المقدمة:

الحمد لله رب العالمين، وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وأصحابه الطيبين الطاهرين، ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، وبعد:

فإن أولى المقاصد بالاعتبار شرعاً هو مقصد حفظ الدين، ولهذا المقصد الشرعي أدوات ووسائل شرعية تفضي إلى تحقيقه وإقامته من جانب الوجود، ومن هذه الوسائل مؤسسات الدعوة والهداية المتمثلة بوسائل الإعلام الإسلامي ومنابر الدعوة الإسلامية، وبهذا كان لهذا المجال أهمية خاصة لتعلقه بأهم مقصد شرعي وأولها بالاعتبار، ألا وهو مقصد حفظ الدين (Khalil, 1994).

لذلك فإن سلاح الكلمة هو السلاح الأول للدعوة، والقرآن عندما ناجزهم بهذا السلاح قائلاً: "فَأْتُوا بِسُورَةٍ مِّنْ مِّثْلِهِ وَادْعُوا شُهَدَاءَكُمْ مِّنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ" (Albaqarah: 23) إنما واجهم بسلاح متاح لهم، ليقيم عليهم به الحجة، ويثبت به البرهان، ولهذا فإن من أخطر الأنشطة المعاصرة التي تبرز على الساحة المعاصرة ويحكمها معيار العقيدة هو النشاط الإعلامي، "فلا يكاد يوجد إعلام متجرد وموضوعي بالمعنى المقصود من هذه الكلمة؛ فالإعلام لا يعمل إلا ضمن إطار مرجعي يحكم نشاطه ويحقق غاياته (Abdel Halim, 1999).

ولا بد في الدعوة الصحيحة والمقبولة عند الله عز وجل من توافر شرطين اثنين: التقوى والسادق (Al-Bayanouni, 1992)، مصداق قوله تعالى: "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا * يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ" (Al'ahzab: 70-71) وهذا يعني سلامة القصد، وصحة العمل في مادته ووسائله إضافة إلى ونتائجه ومآلاته، وذلك لأن إطلاق الحكم الشرعي في أي مسألة يتوقف على دراسة النتائج المترتبة عليها، والوقوف على آثارها وعواقبها، وإن كانت مشروعة بأصلها، وفي هذا يقول الشاطبي رحمه الله تعالى: "النظر في مآلات الأفعال معتبر مقصود شرعاً كانت الأفعال موافقة أو مخالفة، وذلك أن المجتهد لا يحكم على فعل من الأفعال الصادرة عن المكلفين بالإقدام أو بالإحجام إلا بعد نظره إلى ما يؤول إليه ذلك الفعل" (Al-Shatby, 1997).

وبناء على ذلك كان من الواجب تقييم الدعوة الإسلامية ومدى صلاحيتها شرعاً وواقعاً على ضوء هذا النظر السديد، لا سيما عندما يكون هذا الخطاب هو لسان الدعوة الذي يخاطب الآخر ويعبر عن ثقافة الأمة وحضارتها، كما أنه يلامس سمع وبصر شريحة واسعة من الجمهور المتعدد الثقافات، المختلف المشارب، مما يحتم على صاحب هذا المنبر أن يدرك نتائج خطابه ومآلات

كلامه، ومواقفه في أفهام متلقي هذا الخطاب، وإلا كان خطابه عديم الجدوى قليل الفائدة إن لم يكن ذا أثر عكسي أحياناً.

لذلك فقد جاء هذا البحث لينطلق من هذا النظر المآلي في معالجة واقع الدعوة الإسلامية اليوم للوصول إلى الخطاب الرشيد عند الداعية الإسلامي الإعلامي المعاصر في نظرتة الشمولية لواقع الناس وحال الأمة ونتائج هذه الدعوة .

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في النقاط التالية:

- 1- بيان صفات الداعية الرشيد في الخطاب الدعوي الإعلامي وضرورة تحققها في الدعوة.
- 2- بيان أثر اعتبار النتائج والمآلات في صلاحية المادة الإعلامية الدعوية قبل نشرها عبر وسائل الإعلام المختلفة.
- 3- أهمية النظر في المآل والعواقب عند صياغة المادة الإعلامية الدعوية.
- 4- توضيح الأدوات الاجتهادية والأدلة الشرعية التي يتم الرجوع إليها عند إعمال مبدأ النظر في المآلات في مجال الدعوة الإسلامية.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى إبراز أهمية اعتبار المآل والنظر في النتائج في ترشيد خطاب الداعية الإسلامي الإعلامي اليوم، وتأسيس هذا النظر شرعاً من خلال الأدوات الاجتهادية المتبعة في هذا المسلك، وبيان مدى خطورة إهمال هذا النظر على ساحة الدعوة الإسلامية عامة، وبيان الخطوات العملية التطبيقية التي تحقق الوصول إلى الدعوة الإسلامية الإعلامية الرشيدة في مضمونها وأدواتها ونتائجها ومآلاتها.

منهج البحث:

يقوم البحث على المنهج التحليلي والمنهج الاستقرائي في استقراء صفات الداعية المسلم التي يجب عليه الاتصاف بها في خطابه الدعوية على وسائل الإعلام، وتحليل هذه الصفات وما ينتج من مفسدات عامة في حال عدم الالتزام بها وعدم تحققها، ثم تحليل مفهوم اعتبار المآل وكيفية تحقيق

هذا المفهوم الشرعي من خلال أدواته ووسائله الشرعية، وذلك في سبيل ترشيد الدعوة الإسلامية بناء على المآلات السلبية المتوقعة نتيجة إهمال هذا النظر أو تجاوزه.

الدراسات السابقة:

تعتبر ساحة العمل الدعوي أرضاً خصبة للبحث العلمي نظراً للتنوع الكبير في وسائلها، والمشاكل الكثيرة التي تواجهها، ومن الدراسات التي اعتنت بالقضايا الإعلامية في العمل الدعوي الدراسات التالية:

1. إشكاليات العمل الإعلامي بين الثابت والمعطيات العصرية، د. محي الدين عبد الحليم، سلسلة كتاب الأمة، وزارة الأوقاف القطرية، العدد: 64، 1419هـ.

والدراسة كما هو واضح من عنوانها تتناول مشكلة التوفيق بين الثابت في العمل الدعوي وكيفية التعامل معها على وفق المتغيرات التي طرأت بسبب التغيرات المعاصرة في الوسائل والأدوات عما كان عليه الحال في العصور السابقة.

2. البيانوني، د. محمد أبو الفتح، القواعد الشرعية ودورها في ترشيد العمل الإسلامي، سلسلة كتاب الأمة، وزارة الأوقاف القطرية، العدد: 82، 1422هـ.

وتبرز أهمية الدراسة في الرجوع إلى القواعد الشرعية التي تنظم العمل الدعوي بشكل عام وهي تنظم تبعاً لذلك النشاط الإعلامي للداعية باعتباره المظهر الحقيقي للعمل الدعوي القائم على خطاب الأفراد والجماعات والشعوب الأخرى.

والدراسات السابقة وغيرها من الكتب والرسائل التي تتناول الضوابط والأحكام الشرعية المتعلقة بالعمل الدعوي وأنشطته الإعلامية تغذي هذه الدراسة وتثريها، ولكن الجانب الذي يطمح بحثنا لتسليط الضوء عليه هو أهمية النظر إلى المآل وضرورة اعتبار النتائج في النشاط الإعلامي للداعية المسلم اليوم، نظراً لما قد يترتب على خطابه من أثر كبير وشر مستطير لخطورة الإعلام ووسائله وسعة انتشاره في أيامنا، وهو ما يستدعي مزيداً من التأمل والنظر في عواقب الكلمات الدعوية والخطابات الإعلامية التي تبث عبر هذه الوسائل والأدوات.

خطة البحث: اشتمل البحث على أربعة مباحث وخاتمة:

المبحث الأول: المآل في الدعوة الإسلامية الرشيدة وأدلة اعتبارها، وفيه ثلاثة مطالب:

أولاً: في بيان مصطلح المآل والرشد في الدعوة الإسلامية.

ثانياً: في بيان أهمية ترشيد الدعوة الإسلامية.

ثالثاً: في أدلة اعتبار المآل في الدعوة الإسلامية.

المبحث الثاني: المآلات الفاسدة المتوقعة في الدعوة الإسلامية غير الرشيدة، وفيه سبعة مطالب:

أولاً: عدم فهم محتوى الدعوة الإسلامية.

ثانياً: تفريق الكلمة وتمزيق وحدة الصف.

ثالثاً: حمل الناس على التجرؤ على أحكام الشريعة والتهاون بحدودها.

رابعاً: ربط الحقائق الدينية الثابتة بنظريات ظنية غير ثابتة.

خامساً: مخالفة مقررات الشريعة الثابتة وتشكيك الناس في دينهم.

سادساً: إثارة الشبه والفضل في حلها.

سابعاً: حمل الناس على التهاون بالمخالفات الشرعية وكسر حاجز المعصية.

المبحث الثالث: وسائل ترشيد الدعوة الإسلامية المعاصرة باعتبار المآل، وفيه خمسة مطالب:

أولاً: سد الذرائع.

ثانياً: إعمال مبدأ تحقيق المناط بنوعيه العام والخاص عند توجيه الدعوة الإسلامية.

ثالثاً: منع ودرء التعسف في استعمال المنابر الإعلامية.

رابعاً: الموازنة بين المصالح والمفاسد.

خامساً: إعطاء الواقع حقه في الاعتبار.

المبحث الرابع: الوسائل العملية لترشيد الدعوة الإسلامية وفيه خمسة مطالب:

أولاً: الحجر على الخطاب غير الرشيد تحقيقاً للمصلحة العامة.

ثانياً: تقييد البرامج الإعلامية المتعلقة بالفتاوى بقيود خاصة تحقيقاً للمناط الخاص.

ثالثاً ضبط صفات الداعية الإسلامي الإعلامي بضوابط مهنية وعلمية خاصة.

رابعاً: عدم جعل الدعوة الإسلامية مادة تدريبية لرجل الإعلام غير المتخصص في القضايا الشرعية.

خامساً: البعد قدر الإمكان عن تناول مسائل الخلاف.

المبحث الأول: أهمية اعتبار المآل في الدعوة الإسلامية الرشيدة على وسائل الإعلام:

يتبوا اعتبار المآل أهمية خاصة في الدعوة إلى الله عز وجل، وذلك لأن الدعوة هي المحاولة القولية أو الفعلية والعملية لإمالة الناس إلى منهج الإسلام والانقياد لهديه وشريعته (Alwaei, 1995)، وعليه فإن نجاح الدعوة مرهون بتحقيق هذا المآل وحصول هذه النتيجة، فكان لا بد من حضور النظر المآلي عند الداعية إبان ممارسته أي نشاط دعوي، ولا شك أن النشاط الإعلامي هو أجدى الوسائل الدعوية أثراً وأوسعها انتشاراً وهو ما يكسبه إلى جانب أهميته خطورة عظيمة قد تجر إلى مفاصد تعود على جهد الداعية برمته بالنقض والإبطال.

أولاً: في بيان مصطلح المآل والإعلام والرشد في الدعوة الإسلامية.

يعود أصل كلمة المآل في اللغة إلى الهمزة والواو واللام (أول) وهو يدل على ابتداء الأمر وانتهائه كما يقول ابن فارس رحمه الله (Ibn Faris, 1979)، والمراد به ههنا: ما يرجع إليه الأمر من نتائج وما يترتب عليه من عواقب.

ويراد بمصطلح اعتبار المآل عند علماء المقاصد: النظر في النتائج والآثار المتوقعة للأفعال من حيث موافقتها للشرع أو مخالفتها له، وما يترتب عليها من مصالح ومفاصد، واعتبار ذلك عند إطلاق الحكم على الفعل بالمشروعية أو عدمها (Hassan, 1981).

واعتبار المآل بهذا المعنى أوسع من أصل سد الذرائع لاختصاص الأخير بالقصد، في حين لا يشترط وجود القصد في المآل الفاسد للحكم على الفعل بالمنع (Al-Resoni, 2010).

وأما الإعلام فإنه يطلق ويراد به أسلوب معين من أساليب الاتصال بالجمهور، لذلك يجب تمييزه عن غيره من وسائل الاتصال كالدعاية والإعلان والعلاقات العامة (Sharaf, 1995)، ومن هنا فقد جاء تعريفه بأنه: "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات" (Sharaf, 1995 & Jarida, 2013)، وهذا التعريف للإعلام على الوجه الذي يجب أن يكون عليه، وإلا فإن كثيراً من وسائل الإعلام تكون موجهة لأهداف ربما تكون حائدة عن هذا الأصل الذي يفترض أن تسير عليه.

وأما الرشيد فيطلق على "الذي تتساق تدبيراته إلى غاياتها على سنن السداد من غير إشارة مشير ولا تسديد مسدد" (Ibn Al-Atheer, 1970) وعليه فإن الخطاب يوصف بالرشد فيكون رشيداً إذا كان محققاً لغاياته المرسومة له وللمصالح المقصودة منه، وكان محمود النتائج مثمر العواقب.

وبهذا تظهر أهمية اعتبار المآل في الحكم على الخطاب بالرشد وعلى تقويمه وترشيده إن لم يكن كذلك.

ثانياً: أهمية ترشيد الدعوة الإسلامية

تبرز أهمية ترشيد الخطاب الإعلامي بشكل عام، والإسلامي منه بشكل خاص في أنه يعكس وجه الأمة الثقافي، ويمثل لسانها الحضاري الذي تحدث به أبناءها، وتخطب به عدوها، وتدعو به غيرها، لذلك كان من الواجب تصحيح مسار هذا الخطاب حتى لا يصل بالأمة إلى مآلات تعود عليها بالضرر والفساد.

والخطاب الإعلامي الإسلامي ذو حساسية خاصة من جانبين: الأول: أنه خطاب إعلامي، والخطاب الإعلامي مجال خصب للتعرض للانتقاد والهجمات والملاحظات، والثاني: أنه خطاب ديني، والخطاب الديني يكون عرضة للانتقادات والاعتراضات أكثر من غيره عادة (Abdel Halim, 1999)، وهذا ما يحتم على القائم به أن يكون ذا نظر ثاقب ومتخصص في نتائج الخطاب ومآلاته.

وبالمقابل فإن الإعلام إذا صح أداءه وحسن عمله فإنه يعطي من النتائج الحسنة ما لا تحققه أي وسيلة أخرى من انتشار وتأثير، لهذا لا يصح بحال من الأحوال الفصل بين العمل الدعوي والعمل الإعلامي في الخطاب الإسلامي المعاصر (Abdel Halim, 1999).

كما أن الخطاب الإعلامي هو أهم وسيلة لكل أمة أو جماعة أو فكر يريد الاستمرار والبقاء فضلاً عن الانتشار، وأمة الإسلام لا تكتسب مفهوم الأمة ما لم تحقق فيها وظيفة الدعوة والأمر والنهي، والمبادئ والقيم لا أهمية لها ما لم تأخذ طريقها للنشر والدعوة، لذلك كان الخطاب الإعلامي الإسلامي ضرورة لا تستغني عنه الأمة بحال؛ فالدعوة ما هي إلا نشاط إعلامي يخاطب العقل ويستدل بالمنطق ويقارع الحجة بالحجة ويكشف عن الحقيقة (Abdel Halim, 1999).

ثالثاً: أدلة اعتبار المآل في الدعوة الإسلامية.

لا شك أن أدلة اعتبار هذا الأصل متوافرة كثيرة، ولكننا سنستعرض جانباً من الأدلة التي تخصُّ موضوع الخطاب الإعلامي تحديداً، فمن ذلك:

1- ما رواه البخاري عن أنس رضي الله عنه أن النبي صلى الله عليه وسلم قال لمعاذ: من لقي الله لا يشرك به شيئاً دخل الجنة. قال ألا أبشّر الناس؟ قال: لا إني أخاف أن يتكلوا (Al-Bukhari, 1407 A.H. 1290).

ووجه الدلالة في الحديث: أن النبي صلى الله عليه وسلم نهى معاذاً رضي الله عنه عن تحديث الناس بحديث خصّه به لا يصلح بثه لعوام الناس خشية أن يحملهم على خلاف مراد الشارع ومقصوده من هذا النص، من القعود عن العمل والالتكال على العفو والمغفرة، وهذا يعني أن صاحب الخطاب عليه أن يعي مآل خطابه في حال الناس، ومواقعه في أفهامهم، فلا يخاطبهم بما يكون حاملاً لهم بسوء فهم أو ببعيد تأويل على ما لا يكون مقصوداً شرعاً من ذلك الخطاب.

2- ومن ذلك ما رواه البخاري ومسلم عن جندب بن عبد الله، عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: "اقروا القرآن ما اختلفت قلوبكم فإذا اختلفتم فقوموا عنه" (Al-Bukhari, 1407 A.H. 5060) (Muslim, N.D. 2667) يقول ابن حجر رحمه الله: "قوله فإذا اختلفتم أي في فهم معانيه فقوموا عنه أي تفرقوا لئلا يتمادى بكم الأختلاف إلى الشر" (Al-Asqalani, 1960).

ووجه الدلالة في الحديث: أن الخطاب الشرعي يجب أن يراعى فيه جمع الكلمة لا الفرقة، وأنه إذا ترتب عليه في المآل التفرق والاختلاف فإنه ينبغي الإمساك عنه.

فهذه الأدلة تدل بمجموعها على وجوب مراعاة النتائج والمآلات في مجال الخطاب التوجيهي، كما أنها تنبه إلى أن صحة وصواب ما يريد أن يقوله صاحب الخطاب لا يعتبر كافياً في مشروعية خطابه، وإنما عليه أن يراقب ويتوقع مآل هذا الخطاب وأثره في حياة الناس وواقعهم.

ومن آثار الصحابة رضي الله عنهم:

1- ما رواه مسلم عن عبد الله بن مسعود - رضي الله عنه - قال: «ما أنت بمحدث قوماً حديثاً لا تبلغه عقولهم إلا كان لبعضهم فتنة» (Muslim, N.D. 2276).

ووجه الدلالة فيه: أن فائدة الخطاب ومشروعيته تتوقف على معرفة المستوى الفكري والثقافي والعلمي للمخاطبين، وإدراك مدى فهمهم واستيعابهم لمعاني ومرامي هذا الخطاب، وتقدير آثار ونتائج هذا الخطاب في أفعالهم وتصرفاتهم، والتحذير من أن إهمال هذا عند صاحب الخطاب، يؤدي إلى مفساد ونتائج غير محمودة في نفوس وأفكار وعقول هؤلاء المخاطبين، ويعود عليهم بالفتنة والمفسدة.

وهذا التحذير والتوجيه من الصحابي الجليل عبد الله بن مسعود رضي الله عنه يكتسب أهمية خاصة في الخطاب الإعلامي اليوم نظراً لعدم إمكانية ضبط الفئة المتلقية لهذا الخطاب في وسائل الإعلام المعاصرة، حيث إن الطرف المتلقي لهذا الخطاب هو جميع شرائح المجتمع الثقافية على تنوع مستوياتها ومداركها، وهو ما يلقي على عاتق المخاطب مسؤولية توقع النتائج المترتبة على خطابه على مستوى المجتمع بأسره على اختلاف طبقاته ومستوياته الثقافية والعلمية.

2- وما رواه البخاري عن علي بن أبي طالب - رضي الله عنه - قال: «حدثوا الناس بما يعرفون، أتحبون أن يكذب الله ورسوله؟» (Al-Bukhari, 1407 A.H, 1290).

ووجه الدلالة فيه يتمثل في توجيه من تولى منبراً إعلامياً يخاطب من خلاله الناس أن يراعى فروقاتهم الفكرية والعلمية، والتحذير من نتائج ومآلات إهمال ذلك، وأنه يؤدي في عاقبته إلى مفسدة عظيمة تتمثل في تكذيب الله ورسوله، لا لشيء إلا لسوء تقدير الموقف الذي هو فيه والمنصب الذي تبوأه، وجهله بحال الطرف المتلقي للخطاب.

وإذا كان هذا التوجيه من علي رضي الله عنه صادراً لمن يخاطب فئة محصورة من الناس في مجلس أو مجمع، فإن طبيعة الخطاب الإعلامي الذي نعيشه اليوم بما تهيأ له من وسائل وأدوات تتجاوز حدود الزمان والمكان تقتضي مزيداً من الاهتمام بدراسة أثر الخطاب في نفوس المتلقين له، وهو ما يستوجب صياغة الخطاب على وجه يناسب فيه المقال مقتضى الحال، وإلا فإن مفسد هذا التوجيه الخطابي تتجاوز فوائده ومصلحه، وهو ما ينفي عنه الرشد والمشروعية ويجعله خطاباً مذموماً واقعاً ممنوعاً شرعاً.

المبحث الثاني: المآلات الفاسدة المتوقعة في الدعوة الإسلامية غير الرشيدة:

من نافل القول أن الواجب على من يريد القيام بتوجيه خطاب معين أن يدرك تمام الإدراك ويعرف تمام المعرفة أهداف خطابه ومقاصد كلامه، ثم يرسم خطة الوصول إلى هذه الأهداف عبر الألفاظ والتعبير اللغوية التي يستخدمها في خطابه، كما أنه يمكن أن يستعين بوسائل مرافقة تعينه على إيصال رسالته وتبليغ أفكاره وتسهيل عبور أفكاره بعباراته إلى أذهان المخاطبين.

وعليه فإن النتائج المرجوة من الخطاب تدخل في صناعة صياغة الخطاب، وتركيب قوالبه اللفظية، ومن غير المقبول أن يغفل المخاطب عن توقع ما ينتج عن خطابه من آثار ونتائج سلبية قد لا تكون مرادة له، وأن لا يدخلها في حسابه عند انتقاء موضوع الخطاب أو عند اختيار ألفاظه وعباراته التي يؤديه بها.

ومن ثم فإنه لا يمكن هنا حصر النتائج والآثار المتوقعة في كل خطاب، ولكن ثمة نتائج وآثار يكثر وقوعها، ويزداد احتمال حدوثها في الخطاب الإعلامي الإسلامي اليوم، ومن أهم هذه الآثار والنتائج الفاسدة التي يمكن أن تترتب على الخطاب الإسلامي الإعلامي اليوم:

أولاً: عدم فهم محتوى الدعوة الإسلامية.

وهذا الأثر ينتج بسبب سوء اختيار الموضوع، أو سوء انتقاء ألفاظه وعباراته، مع عدم إدراك مستوى الفئة المخاطبة، وربما يكون موضوع الخطاب مهماً، ولكن لا يصح تناوله إعلامياً، لأنه لا يصلح طرحه إلا على فئة معينة محصورة تملك أدوات فهم مضمون هذا الخطاب (Issa, 1995 & Mustafa, 1994)، وهذا ما لا يمكن ضبطه في الخطاب الإعلامي.

وفي هذا يقول الشاطبي رحمه الله: "ومن هذا يعلم أنه ليس كل ما يعلم مما هو حق يطلب نشره، وإن كان من علم الشريعة ومما يفيد علماً بالأحكام، بل ذلك ينقسم: فمنه ما هو مطلوب النشر، وهو غالب علم الشريعة، ومنه ما لا يطلب نشره بإطلاق، أو لا يطلب نشره بالنسبة إلى حال أو وقت أو شخص" (Al-Shatby, 1997).

ومن جهة ثانية، فإنه ربما تكون الألفاظ والعبارات المستخدمة في الخطاب صحيحة في ذاتها مفهومة عند أربابها، ولكنها غير مفهومة بالنسبة للجمهور الأعظم من متلقي الخطاب، وخطورة هذا الأمر لا تتوقف على عدم فهم محتوى الخطاب، وإنما تتجاوزها إلى تأويل الخطاب على غير ما أريد منه، وحمله على غير محمله، ثم انتشار ذلك المعنى الفاسد بسبب شيوع ذلك المعنى بين الناس، ثم تحميل هذا المعنى للمخاطب مع أنه غير مقصود ولا مراد له.

وإذا كان مضمون الخطاب الإعلامي قضايا فقهية أو فتاوى شرعية فإن المفاصد المترتبة على عدم مراعاة المآل في واقع الناس تتضاعف، وهو ما يستوجب مزيداً من الاعتناء والاهتمام قبل بث مثل هذه المضامين الإعلامية، ولا سيما إن كانت الفتوى منضبطة بضوابط خاصة، أو مقيدة بقيود معينة، لا يدركها إلا خواص أهل العلم، لذلك على المفتي أن يبسط المعلومة المعطاة بحيث يدرك معناها وضوابطها الجمهور المخاطب بمستواه المعرفي العام، وفي هذا يقول ابن القيم رحمه الله: "على المفتي أن لا يبهيم السائل" (Ibn Al-Qayyim, 1423).

لهذا فإن بعض القضايا الشرعية لا يصح أن تبحث أو تناقش خارج دائرة الباحثين المتخصصين، وخارج قاعات البحث والدراسة، فمن الخطأ الجسيم أن تجد بعد ذلك مثل هذه القضايا مادة إعلامية تُلقى كما هي في أسماع وأبصار مختلف طبقات المجتمع وشرائحه، فيتلقاها العالم والجاهل، والمتخصص وغيره، وحسن النية وسيئها، وإذا كانت صدور العلماء تتسع لبعض قضايا الخلاف دون أن تخرج عن إطارها العلمي البحثي عندهم، فإن طبقة العوام. وهم الشريحة الأكبر المتلقية لهذا الخطاب. لا تدرك حقيقة الخلاف، مما يتجاوز بها إلى الاختلاف في المواقف (Majeedi, 1994)، وتفريق الكلمة وبث الفرقة والفتنة (Al-Othmani, 2014).

لذلك فإن مادة وموضوع الخطاب حتى ولو كانت صحيحة من حيث المضمون، إلا أنه لا يجوز أحياناً تداولها إعلامياً إلا بعد دراسة وإدراك نتائج ومآلات إلقاء مثل هذه المادة الإعلامية بين الناس.

ولو أن الأمر كان يتوقف على سوء فهم مرامي الفتاوى عند العوام من الناس لهان الخطب، ولكن الأدهى والأمر في ذلك أن تجد هذا الداء وعدم الدقة في نقل الفتاوى ينتقل إلى بعض طلبة العلم، فيعتمدون على ما يتناقله عوام الناس وجهلتهم من فتاوى وأحكام، وربما يكون ذلك هو فهمهم لتلك الفتوى، فيلتبس ويختلط الأمر بسبب النقل من غير فهم، وربما يكون الناقل والمعبر لهذه الفتوى رجل إعلام أو صاحب منبر إعلامي وهو لا يدرك دقائق وتفاصيل ما ينقله فتوته بعض القيود والضوابط مما تتعلق به الأحكام وتختلف باختلافه الفتاوى، بل إن بعض هؤلاء ليتجاسرون على إعادة صياغة الفتوى من تلقاء أنفسهم، وإدخال الصنعة الإعلامية والدعائية أحياناً في نقل الفتاوى للناس عبر وسائل الإعلام على وجه لا يراعى فيه قيد ولا ضابط، وكل هذا لعدم إدراك معنى الفتوى ومدى دقة الحكم الشرعي فيها.

ثانياً: تفريق الكلمة وتمزيق وحدة الصف:

الخطاب الديني بشكل عام يتصف بصفات خاصة لا تكاد توجد في أي خطاب آخر، وذلك لما فيه من بُعد وجداني وعقائدي يسيطر على عقل وفكر المتأثر فيه بشكل لا يماثله أي خطاب آخر، لذلك فإن نتائج الخطاب الإعلامي غير الرشيد قد تكون كارثية على المجتمع بأسره.

ومن جانب آخر فإنه لا يصح لصاحب الخطاب الإسلامي الإعلامي أن يحتكر الصواب في رأي واحد يميل إليه في مسائل الخلاف التي لم يحسم الخلاف فيها، ولا أن يجعل من تهيؤ فرصة التفرد في الظهور الإعلامي له وسيلة لنصرة مذهب ما على حساب مذهب آخر، ولا رأي معين على حساب رأي مخالف له، وذلك حصراً في المسائل المحتملة؛ لأن هذا يفتقر إلى أبسط معاني الموضوعية في مناقشة مسائل الخلاف التي لم يتمحض وجه الصواب فيها، وهي إتاحة المجال للرأي الآخر في عرض مذهبه ورأيه وطرح أدلته دونما احتكار لأي طرف على حساب طرف.

لذلك فإن التعصب لرأي واحد من الآراء المتعددة المحتملة، ونصرة ما يميل إليه الداعي في خطابه الإعلامي، لن يحسم الخلاف ولن ينهي النزاع، بل ربما يستجر الطبقة المتلقية للخطاب إلى مزيد من التفرق والتعصب والانقسام وهو ما لا ينبغي أن يصدر عن أي خطاب دعوي رشيد.

ثالثاً: حمل الناس على التجرؤ على أحكام الشريعة والتهاون بحدودها:

وذلك أن طرح بعض القضايا الشرعية الشائكة على وسائل الإعلام يؤدي إلى ابتدالها، فيتجرأ الجميع على الإدلاء بدلوهم في مثل هذه المسائل العزيزة التي من حقها أن تكون حكرًا على العلماء والمتخصصين، ومثال ذلك مناقشة صحة بعض الأحاديث الصحيحة المدونة في الصحيحين مثلاً، وتناولها بالنقد والظعن وإيراد ما قيل فيها في برامج إعلامية عامة، ومع أن الكلام حولها ليس بالأمر الجديد، فقد سبق أن تناول ذلك كبار نقاد الحديث السابقين، ولكن الخطورة في الموضوع تكمن في عدم إدراك العوام لمضمون هذه المناقشات، فتتزعزع ثقتهم بمصادر الحديث بل وبمصادر التشريع أيضاً، وربما كان ذلك عن سوء قصد لدى صاحب الخطاب، وعن دراسة خبيثة واستقراء مشبوه، ويكفي تشكيك الناس في بضعة أحاديث لأن تنهدم مكانة مصدر كامل من مصادر التشريع عندهم.

إن دراسة صحة بعض أحاديث الصحيحين مثلاً وذكر ما قيل فيها من نقد حديثي في السند أو المتن، مما لا يدرك معناه ولا ما فيه من لبس وخطأ أحياناً إلا الحدّاق من المتخصصين، وتكرار ما قتله العلماء بحثاً في ذلك ثم تقديمه بسذاجة أو خبث على أنه اكتشاف بحثي جديد، لا يمكن حمله على محمل حسن، لأن آثاره ومآلاته الفاسدة يدركها كل عاقل، ويتوقعها أي باحث.

وفي هذا يقول ابن كثير رحمه الله عند قوله تعالى: "وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدَّعَوْا بِهِ" (An-nisa': 83) "إنكار على من يبادر إلى الأمور قبل تحققها، فيخبر بها ويفشيها وينشرها، وقد لا يكون لها صحة" (Ibn Katheer, 1999)، لذلك كان من ضوابط الكلام وآدابه التثبت من توقيت الإدلاء به والتثبت من المصدر (Al-Khiraan, 1407 A.H. 327).

فما من عالم إلا ويؤخذ منه ويرد، وربما يكبو اجتهاده في بعض المسائل، فيأتي بعد تناول القرون من يثير هذه الفتاوى على وسائل الإعلام، وربما تكون من المسائل الغريبة التي أمات العلماء ذكرها، فيأتي بها لفتناً للأنظار وشداً للأسماع دون أن يدرك قدسية الأحكام الشرعية التي لا يصح بحال أن تكون مادة إعلامية دعائية، فتصبح بعد ذلك مثل هذه الفتاوى الشاذة التي زلت بها قدم ذلك المجتهد على لسان عوام الناس وبسطانهم، ويتناقلونها تدرأً أو استهزاءً، وربما ينقلها بعضهم على أنها فتوى صحيحة فتتسبب إلى الشريعة، وهي مما جزم العلماء ببطلانه أو خصوصيته، وما مثال رضاع الكبير عنا ببعيد، ويتحمل رجل الإعلام الذي صدر منه الخطاب وزر تززع هيبة الأحكام في نفوس العوام نتيجة لإطلاق مثل هذه الفتاوى والأحكام.

رابعاً: ربط الحقائق الدينية الثابتة بنظريات ظنية غير ثابتة:

يقع بعض الدعاة في هذا الخطأ المنهجي نتيجة الاندفاع والتسرع في تنزيل نصوص الكتاب والسنة على معان غير ثابتة علمياً طمعاً في كسب عقول شريحة المتقفين المولعين بمتابعة الاكتشافات العلمية الجديدة، فيأتي أصحاب هذا الخطاب إلى هذه النصوص، ويحاولون تطويعها بما يوافق مضمون هذه النظرية أو تلك مما لا يزال في طور الدراسة والاختبار، ولم تصل بعد إلى مرتبة الحقيقة العلمية، ويظهر في كثير من الأحيان في اجتهاد هؤلاء التكلف الممجوج الذي لا تتسع له دلالات الألفاظ ولا معاني النصوص، فيحملون النصوص ما لا تحتل، ويجزمون بما لم يجزم العلم به، بل وربما يُثبت العلم - بعد ذلك - زيفه وبطلانه (Nabulsi, 1996)، فيوقعون عوام الناس ممن لا يدرك الفرق بين الحقائق الثابتة والنظريات المتغيرة في شك وارتياب؛ نظراً لارتباط معاني النصوص بهذه النظريات في أذهانهم، والذي يتحمل مسؤولية هذا اللبس هو صاحب الخطاب الذي أعمته عاطفة الانتصار للدعوة عن قواعد العلم والعقل.

وهذا الصنف من الخطابات يصح تصنيفها على أنها خطابات دعائية لا إعلامية، والخطاب الإعلامي الإسلامي لا يصح تصنيفه على أنه دعاية . بالمصطلح العلمي للدعاية إعلامياً، لأنه يقوم على المعلومات الصحيحة الثابتة، والحقائق الواضحة، ويخاطب العقل ليعلم، وليست النفوس لتشتهي وتتمنى، في حين أن الدعاية تصنف على أنها لون من ألوان التضليل الإعلامي الذي لا يلتزم بقواعد العلم، وإنما همه التأثير على الجمهور بأي وسيلة كانت من خلال عقولهم أو عواطفهم (Abdullah, 1972).

يقول د. محي الدين عبد الحليم: "الدعوة بمعناها الأصيل تختلف عن الدعاية بمفهومها الحديث على الرغم من أن الأصل اللغوي لكل منهما واحد؛ لأن الدعاية كثيراً ما تستند إلى الخيال، وتعمل على فرض وجهة نظرها، مستهدفة وراء ذلك إخفاء وجهة النظر الأخرى ... وليست الدعوة هكذا" (Abdul Halim, 1419) وهذا المفهوم للدعاية هو ما يذكره كبار علماء الإعلام من الغربيين أيضاً حيث يقول العالم الصحفي لبيان: "الدعاية هي محاولة التأثير في عقول الجماهير ونفوسهم والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها، وذلك في مجتمع وزمان معين، والدعاية بهذا التعريف نوع من الاستهواء وليست نوعاً من الإقناع" (Hamza, 1965).

والصواب أن هذا المسلك ونعني به مسلك تأويل النصوص وتنزيلها على وقائع العلم واكتشافاته، وتفسير النصوص تفسيراً علمياً، لا بد فيه من تمازج علمين اثنين، وأي خلل فيهما يؤدي إلى الوقوع في أشد المحذورات وهي تحريف كلام الله عن مواضعه، والتقول على الله بغير علم، وحمل الناس على الشك بدل العلم واليقين، وأول هذين العلمين: العلم التام بمعاني النصوص ومراميتها ودلالاتها حسب القواعد الصحيحة الثابتة في تفسير وتأويل نصوص الكتاب والسنة، بمعنى أن يكون صاحب هذا الخطاب مالكاً لأدوات التفسير منضبطاً بضوابطها متقيداً بقواعدها، لا يذهب في تأويلاته وتفسيراته إلى معان لا تقبلها قواعد اللغة والتفسير (Nabulsi, 1996).

والأمر الثاني: أن يكون على علم تام بالواقع العلمي في المسألة التي يريد تنزيل مضمون النص عليها قبل الخوض في كتاب الله وسنة رسوله صلى الله على وسلم بغير علم، ثم يكون متزناً في حكمه، متقيداً بما ثبت وتحقق العلم من ثبوته، لهذا كان من ضوابط الخطاب العلمية: التحري في المعطيات قبل إذاعتها (Al-Khatib, 2008)، ولا يمكن أن يتصف الخطاب العلمية والموضوعية والرشد ما لم يكن صاحبه متحرياً أعلى درجات الدقة في طرح المعلومة على الناس.

وإذا لم يتحقق مضمون هذين الشرطين على التمام والكمال فإنه لا يمكن وصف الخطاب الصادر على تلك الحال بالصواب ولا بالرشد، وربما تكون مفسده على الدعوة أعظم بكثير من المصالح التي توهمها صاحب هذا الخطاب.

خامساً: مخالفة مقررات الشريعة الثابتة وتشكيك الناس في دينهم:

يفتقد بعض من يتبوأ منابر وبرامج دعوية على الساحة الإعلامية لأبسط شروط التفسير والإفتاء أو غيرهما من علوم الشريعة المتخصصة حسب موضوع الخطاب الذي هو فيه (ومن أمثلة ذلك تفسير علي منصور كيايالي للحولين بخلاف ما هو مقرر في اللغة والفقه)، وهذه الفنون لا تغني العاطفة الصادقة ولا حب الدعوة عن الشروط العلمية فيها شيئاً، بل إن العاطفة غير المتزنة بميزان العلم تؤدي في مثل هذه المنابر إلى مفساد عظيمة تتجاوز مفساد خطاب الأعداء أحياناً، وربما تسكر شاشة الإطلال على الجماهير صاحبها فيوغل في الخوض بما لا يعلم ولا يعرف، وتحمله عاطفته التي ربما تكون صادقة مع ما تهيأ له من منبر إعلامي على التقلت من سائر القيود والضوابط في العلوم؛ فتجده يخوض يوماً في التفسير ودقائقه وهو ربما لا يحسن تلاوة آية بتمامها على الوجه الصحيح، ثم تجده في اليوم التالي يستنبط أحكاماً فقهية لم يسمع بها أحد من الفقهاء،

وبعد ذلك تجده يرد وينتقد الأحاديث والرواة وهو لا يحسن تتبع حال راو واحد، وربما لا يعرف مظان ترجمته، كل هذا وهو متلبس بلبوس الدعاة والعلماء.

إن المنابر الإعلامية والشاشات الفضائية أبرزت للناس مرجعيات مؤهلها الوحيد هو المنبر الذي اعتلته والشاشة التي امتلكتها، وحصدت بذلك عقول وأسماع وقناعات الشريحة الأوسع في المجتمع وهي لا تملك ما يؤهلها لذلك، وارتبطت بها عقول الناس وهي لا تحسن فن ومهارة قيادة العقول، والناس يندفعون بشاشة البث ومنبر الإعلام، فيظنون الشهادة الحقيقية التي تعطي صاحبها حق التفسير والاجتهاد والتوجيه وقيادة المجتمع، لا سيما إن تجمل ذلك بعاطفة أسرة للقلوب والمشاعر، والمشكلة أن هذا المظهر خدع كلا الطرفين ولبس عليهم حقيقتهم، فظن المخاطب نفسه متحققاً بشروط العلم والاجتهاد والقيادة، وظن المخاطب أن الطرف الذي أمامه هو كذلك، وربما يكون المظهر الخارجي على اختلاف صنوفه . سواء أكان ملتزماً أم منفلاً عاملاً لجذب عقول من يستسيغ هذا أو ذلك، بل ربما يكون هذا المظهر أبلغ في التأثير من فحوى الخطاب أحياناً عند الكثير من الناس، والمشكلة بعد ذلك تتمثل في سقوط هذه المراكز التوجيهية والقيادية عند أبسط هزة تتعرض لها على أرض الواقع، نظراً لانتعدام أسس التوجيه والقيادة الفكرية الحقيقية عند هؤلاء، وربما يكون السقوط مدوياً نظراً لأضواء الإعلام وأسماعه المسلطة على مثل هذه القيادات الإعلامية، فيكون الأثر بالغ الخطورة عميق الغور يتجاوز الأشخاص إلى المنهج والفكر الذي تمثلوا به، وهو ما يعني انعكاساً في المجتمع لا يعرف مداه إلا الله تعالى.

إن معايير الحقيقة عند عوام الناس قد تكون الشاشة أو الإذاعة أو ما يعرف بوسائل التواصل الاجتماعي، ومعايير الصحة في المعلومة عند الكثيرين منهم هي كونها صدرت من فضائية معينة أو من ذلك الشخص أو من ذلك المظهر، وهذه مشكلة لا يصح إهمالها أو عدم الاكتراث بها في موضوع الخطاب الإعلامي؛ لأن الموضوع وإن كان ساذجاً في نظر العلماء إلا أن أثره يصيب الجانب الأكبر في المجتمع، والشريحة الأوسع فيه، وربما يجد العلماء المتخصصون أنفسهم بعد فترة في موقع المدافع عن البدهيات والضروريات والمسلمات التي اهترت مكانتها في نفوس الناس وعقولهم نتيجة مثل هذه الأخطاء المنهجية في تكوين المرجعيات وبناء القيادات الفكرية.

سادساً: إثارة الشبهه والفشل في حلّها:

وهذا المآل الفاسد الذي يصيب الناس من خلال الخطاب الإعلامي غير المدروس حذر منه العلماء قديماً عند التصنيف والتأليف، فبعض الشبه تغزو عقول شريحة واسعة من الناس البسطاء في مداركهم العلمية والثقافية، لبساطتها وسذاجتها أحياناً، ولكنها إذا ما استحكمت في العقول استصعبت بعض العقول حلها، وتقاصرت بعض الأذهان عن فهم زيفها وبطالانها، فتستقر الشبهه عند هذا الفريق من الناس، وتتقاعد عقولهم عن استنهاض أفهامهم من وحل هذه الشبهات، وحلّ تلك المعضلات (Al-Ghazali, 1983 & Zidan, 2005)، فيكون صاحب ذلك الخطاب المدافع عن الشريعة الذاب عن حياضها، هو السبب في وقوعهم في شرك هذه الشبهه، والمسبب لهم فيها، كل ذلك بسبب سوء تقدير المآل المترتب على هذا الخطاب الذي لم يستوف صاحبه دراسة الأثر المتوقع على خطابه في أذهان السامعين، وإذا كانت الأمور بخواتيمها فإن مثل هذا الخطاب لا يمكن أن يسمى رشيداً ولا ناجحاً، لأنه أراد معالجة شبهه عند بعض الناس فأداه سوء تقديره للمآل إلى إيقاع الكثيرين منهم فيما يروم إخراج البعض منه.

إن بعض الدعاة ممن يتولون منابر الخطاب الإعلامي الإسلامي اليوم لا يدركون طبيعة الخطاب الإعلامي الذي يمارسونه، وأنه لا يقتصر على شريحة معينة من الناس، وأنه لا يصح إهمال أي شريحة من الاعتبار عند توجيه الخطاب، وإذا كان هذا مما نبه إليه العلماء في الخطب ذات الطبيعة العامة كخطب الجمعة مثلاً (Abu Zahra, 1965 & Zidan, 2005)، أو عند التصنيف والتأليف، فإن خطر هذه المفسدة في الخطاب الإعلامي أبلغ وأكبر، وعدم اعتبارها في صياغته أسوأ بكثير من عدم اعتبارها في خطب محصورة أو مصنفاة مقروءة.

لهذا كان لا بد من اعتبار المآل المترتب على إلقاء مثل هذه القضايا في ترشيد الخطاب الإعلامي وإلا كانت مفااسده أعظم من مصالحه، ومثالبه أكبر من ميزاته.

سابعاً: حمل الناس على التهاون بالمخالفات الشرعية وكسر حاجز المعصية:

المعصية وباء وداء إذا استشرى واستفحل في الأمة استعصى علاجه، وهذا الوباء يتمثل انتشاره بذكره ويتحقق حجره بهجره، فلا ينبغي حملهُ إلى أفكارِ أناسٍ لا يعرفوه، ولا حملُ الناس على معرفته أو البحث عنه، فمعالجته في وسائل الإعلام تكون بمثابة دخول أرض الوباء أو الخروج

منها، لذلك فإن الواجب على المعالج أن يكون على حذرٍ شديد في معالجة هذا المرض حتى لا يشيع وينتشر بسبب سوء التصرف أو انعدام الحكمة في المعالجة.

ومن هنا فإن الواجب على صاحب الخطاب الإسلامي الإعلامي أن يكون يقظاً نبيهاً حكيماً عندما يتناول أو يعالج أمراض الأمة وما أصاب شبابها من أهواء وشهوات، فإن للمعصية حاجزاً في النفوس يمنع اقتحامها، جعله الله عز وجل مودعاً في فطرة الإنسان السوي، وهذا الحاجز هو الإنكار الفطري في القلب الذي به يعرف المعروف ويُنكر المنكر، وإضعاف هذا الحاجز إنما يكون بإلْف المعصية وضعف إنكارها في القلب، وإلْف المعصية إنما يتكون بكثرة ترادها ومشاهدتها وهو ما يتحقق بإشاعتها، لذلك جاء التَّهْدِيدُ الإلهي والوعيد الرباني بقوله تعالى: "إِنَّ الَّذِينَ يُجْبُونَ أَنْ يُشْبِعَ الْفَاحِشَةَ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ". (An-nur: 19) وإنَّ من الوسائل الخفية لأعداء الإسلام في هدم الفطرة والأخلاق السوية: التدرج في خطوات الشيطان والتسلسل في الانزلاق الخفي في مهاوي الرذيلة بما لا يدركه إلا الحاذق الفطن الذكي، فتراهم يُضعفون وازع الإنكار بتناول هذه المعصية أو تلك الفاحشة في وسائل الإعلام العامّة، ولو بصورة الإنكار أحياناً وهو إنكار مقنّع هدفه كسر حاجز إنكار هذا المنكر في المجتمع، وإضعاف وازع استهجانته واستنقابه والنقرز منه في النفوس بتناوله في وسائل الإعلام ومنابر الخطاب.

يبين د. خلدون عبد الله أن من طرق تأثير الإعلام نفسياً على الشباب طريقة ما يعرف بفتح الملفات، ومجمل هذا الأسلوب يتمثل في عرض قضية معينة عن طريق بيان طريقة التصرف وإظهار السلوك والانفعالات، وإبراز العيوب والميزات، فيقوم العقل اللاواعي بفتح ملفات كاملة لما تم عرضه تتمثل في الرغبة في التجربة وفي الخوف منها، ويتشكل جانب الرغبة في تصوير وتمثيل لحظات المرح والسرور بهذا الفعل، وجانب الخوف في تصوير وبيان المخاطر المترتبة على هذا الفعل، وتمثيل لحظات الألم والندم، ولكن العقل اللاواعي لا يتعامل مع الثاني تعامله مع الأول، لأنه يعتني بالمتعة أكثر من اعتناؤه بالمعاناة، لذلك ينساق الإنسان دون وعي إلى الرغبة في الفعل أكثر من الخوف منها، حتى ولو تم تصوير الحالتين معاً. (Abdullah, 2010).

فهذا المنكر أو ذاك لم يكن في تصور الناس في حيز إمكان الوقوع، ولكن عندما رأوا وسائل الإعلام تتناوله وتتداوله، وربما تُحضر من يمثله ويتبناه باسم مناقشة وجهات النظر، ثم يدور النقاش والجدال حوله، فإن حاجز الوقوع فيه لا يلبث أن يضعف أو يسقط فعلاً، وعندما ينطوي ذلك الفصل

الإعلامي ويغيب . عمداً . برهنةً من الزمن، فإنّ فصول أفكارهم لا تتوقف عن تصور ذلك المشهد الذي تناولته وسائل الإعلام قبل مدة.

وهكذا يتحقّق ذلك الهدف الذي يدبُّ في نفوس الشباب دبيب النمل دون أن يشعر به أحد منهم لنجد ذلك المنكر . الذي لم يكن يُتصور وقوعه . واقعاً قائماً من خلال تمرير قبوله في النفوس والعقول عبر إنكار مقنّع ومستتر، فلا يعود المنكر مستنكراً في الأدواق، ولا ممجوجاً في الطبايع، وإنما يغدو بفعل هذا الحضور الإعلامي معروفاً مألوفاً.

وفي هذا المعنى يقول الإمام أبو حنيفة رحمه الله فيما نقله عنه الرازي في تفسيره: "المصابة بالفجور لا تستتطق لأن استطاقها إشاعة للفاحشة وذلك ممنوع منه" (Al-Razi, 2000).

إن هذا المآل الفاسد قد يكون نتيجة خطاب داعية صادق في دعوته وعمله ولكن فاتته أن المعالجة الناجعة قد تكون أحياناً بإماتة الباطل بعدم ذكره، وربما يكون ذلك أجدى من استعداد الناس عليه ولفت أنظارهم وأسماعهم وعقولهم إليه ولو بمهاجمته وردّه، لهذا فإن بعض الخطابات الدعوية على وسائل الإعلام قد تغدو بسبب قصور نظر أصحابها وعدم إدراكهم لمآلاتها منابر دعائية للفكرة التي تحاربها والسلوك الذي تهاجمه.

المبحث الثالث: وسائل ترشيد الدعوة الإسلامية المعاصرة باعتبار المآل:

يتحقّق الرُّشد في الخطاب الإعلامي بتحسين عواقبه وآثاره المترتبة عليه في واقع المخاطبين، فإذا كان الخطاب سيِّء الأثر فاسد المآل في واقع الناس فإنه يكون خطاباً أبعد ما يكون عن الرُّشد والاتزان، وإذا كان حسن الأثر في واقع الناس، صالح العواقب و المآلات، طيب النتائج فإنه لا شك أنه خطاب رشيد مثمر ناجح.

وعليه فإن دراسة النتائج والوقوف على المآلات المتوقعة من أهم الأمور التي تحدد مدى رشد الخطاب ونجاحه، والوسائل الشرعية التي تستقرئ الواقع وتستشرف المتوقع هي الوسائل التي يعتمد عليها في ترشيد الخطاب وتصويب مساره، وعليه فإن من أهم هذه الوسائل:

أولاً: سد الذرائع:

والذريعة هي الوسيلة إلى الشيء، والمراد بسد الذرائع عند العلماء . كما يقول القرافي: "حسم مادة وسائل الفساد دفعا له، فمتى كان الفعل السالم عن المفسدة وسيلة إلى المفسدة منعنا من ذلك الفعل" (Al-Qarafi, 1973).

ويتحقق هذا الأصل في موضوعنا بمنع الخطابات المشروعة في ذاتها حال إفضائها في المال إلى مفسد ومحاذير أكبر من مصلحتها، وهذا ما يعرف بأصل سد الذرائع، وهو أصل أصيل في اجتهاد تحقيق المناط وتنزيل الأحكام على أرض الواقع (Al-Dorini, 2000)، ومضمون هذا الأصل في موضوعنا يتمثل في أن مشروعية الخطاب الإعلامي تقوم على اعتبار المال المتوقع منه، بغض النظر عن مشروعيته في ذاته أو صحته في مضمونه، ومن المعلوم أن سد الذرائع لا يتناول ما هو ممنوع في الأصل، وإنما يطال ما هو مشروع في أصله، ولكن يترتب عليه - مع ذلك - مآل فاسد غير مشروع، فيعود فساد المال على الأصل بالمنع والحرمة، وهذا هو مضمون سد الذرائع.

ومن ثم فإننا لا نتحدث هنا عن الخطابات الإعلامية الفاسدة في ذاتها وحقيقتها، وإنما نتحدث عن الخطابات الصحيحة في أصلها والمشروعة في ذاتها، ولكن تترتب عليها مفسد تربو على مصالح الخطاب نفسه، لذلك فهي مما يتحقق بها ضابط سد الذرائع.

وهذه الخطابات ربما لا تكون مشروعة فحسب، بل مطلوبة من حيث الأصل قبل طروء العوارض الواقعة أو المتوقعة، ولكن إطلاق المشروعية على الفعل، والحكم عليه بالرشد والنجاح لا يتوقف على أصله فقط، وإنما يتجاوز إلى دراسة واعتبار الآثار والنتائج.

وعليه فإن الخطاب الإعلامي لا يوصف بالصحة شرعاً، ما لم يكن محمود العواقب حسن النتائج في واقع الناس وما يؤول إليه أمرهم نتيجة هذا الخطاب، وإذا ما ترتب عليه ضرر واقع أو متوقع مما سبقت الإشارة إليه فإنه يكون خطاباً فاسداً غير رشيد، فينتفي عنه وصف الصحة والمشروعية، ومنع وسد هذا الفساد يكون بمنع الوسيلة المؤدية إليه والذريعة المفضية إليه، وهي ذلك الخطاب المشروع في ظاهره، المطلوب في أصله الذي طرأ عليه من العوارض ما يسلب عنه وصف المشروعية والصحة.

ثانياً: إعمال مبدأ تحقيق المناط بنوعيه العام والخاص عند توجيه الخطاب:

ويقصد به: مراعاة الحالة العامة والخاصة قبل توجيه الخطاب، وتحقيق المناط مبدأً أصيل في الاجتهاد، وهو الاجتهاد الذي لا ينقطع أبداً (Al-Shatby, 1997) وذلك عند تنزيل الأحكام من الدراسة النظرية على أرض الواقع وعلى المكلفين، لذلك فهو على صلة وثيقة بموضوع الخطاب الإعلامي باعتباره يقوم بعملية إسقاط الأحكام النظرية على الواقع المعاش، وهذا المبدأ لا يختص بقضايا الفقه والفتاوى والأحكام الشرعية، بل يتجاوزها إلى القضايا الدعوية والتوجيهية السلوكية.

ويتمثل تحقيق المناط العام هنا في مراعاة مقاصد الشريعة ومصالح الناس عند تنزيل أحكام الخطاب على الواقع بعمومه دون النظر إلى خصوص فرد أو جماعة محصورة من الناس، وهذا يحتاج. عند موجه الخطاب. إلى فهم شرعي تام للقضية التي هي موضوع الخطاب أولاً، ثم إلى فهم تام وعميق للواقع المراد تنزيل الخطاب عليه، مع إدراك كامل لطبيعة العمل الإعلامي الذي هو فيه، وهذه الأمور بمجموعها هي التي تؤهل صاحبها لامتلاك هذه الملكة الاجتهادية في معالجة الواقع من خلال هذا الخطاب، وليست دراية المسائل ومعرفة أحكامها فحسب.

أما الجانب الأدق في تحقيق المناط فهو تحقيق المناط الخاص وهو النظر الاجتهادي المتعلق بتنزيل الحكم الشرعي أو الواقعة الشرعية على خصوص وأحاد المكلفين، وهذا النظر ضروري في حق كل من يعالج قضايا الناس ومشاكلهم (Al-Shatby, 1997). وبناء على هذا النظر فإنه يجب على القائم بمقام توجيه الخطاب وإصداره أن يراعي خصوص حال المخاطب في حمله على الوجه الأفضل والأصلح له على وفق ما يناسبه (Al-Shatby, 1997).

وربما يقول قائل: إن مثل هذا النظر لا يتأتى في الخطاب الإعلامي ضرورة أنه موجه نحو الجمهور ولا يختص بأفراد، فالجواب على ذلك: أن تحقيق المناط الخاص في حالتنا هذه بحمل المخاطبين على الوجه الأفضل والأكمل لهم، يكون بمراعاة خصوصية كل شريحة من شرائح المخاطبين على حدة، فالخطاب الموجه نحو الشباب يجب أن يراعي خصوص حالهم، ويسير غور أمزجتهم فيعالج المخاطب المتحقق بهذا النظر القضايا المتعلقة بهم معالجة تؤدي بهم إلى أسلم الطرق وأفضلها في السلوك والعمل، وربما لا يكون ذلك الخطاب مجدياً في خطاب الشيوخ أو الكهول، أو يكون الأنسب لهم خلافه أحياناً، وهذا النظر قامت دلائل تصرفات والنبي صلى الله عليه وسلم وأصحابه رضي الله عنهم على صحته وأهميته في توجيه الناس وحملهم على أقوم طريق

وأهدى سبيل، وهو ما يظهر في اختلاف نصائحه وإرشاداته عليه الصلاة والسلام لمن جاءه مستتصحا، فدل اختلاف الجواب مع اتحاد السؤال على وجوب مراعاة الفروقات الفردية عند الناصح الذي يريد النصح للسائل وحمله على ما يناسب خصوص حاله (Al-Shatby, 1997).

كما أن هذا النظر - ونعني به تحقيق المناط الخاص - لا بد منه في بعض البرامج الإسلامية الإعلامية التي تعالج على الهواء أحياناً بعض القضايا الفردية، كالتأوى والاستشارات الاجتماعية والسلوكية التربوية، وهو جانب مهم من جوانب الخطاب الإعلامي ينبغي الاهتمام بترشيد مادته وأسلوب معالجة قضاياها بشكل كبير، نظراً إلى أن طبيعة هذه البرامج تقوم على عنصر المفاجأة أحياناً (إن صح التعبير) فقد يواجه صاحب الخطاب قضايا غير متوقعة؛ فينبغي أن يكون على قدر من الدربة والنظر يمكنه من معالجة الموقف على الوجه المناسب في مثل هذا ظرف.

وعليه: فإن المخاطب هنا قد يكون فرداً سائلاً، وقد يكون طيفاً من أطراف المجتمع ولوناً من ألوانه، وقد يكون جنساً معيناً، كالرجال أو النساء، وقد يكون طبقة معينة، وقد يكون مستوى فكرياً وثقافياً معيناً، وهكذا، فليس ما هو صواب لفريق أو فئة يكون صواباً لكل فئة ولكل فريق، وليس ما هو مناسب لهؤلاء يكون بالضرورة مناسباً لغيرهم، لهذا ينبغي النظر في مادة الخطاب وصياغته، وفي نتيجته ومآله، ودراسة ما هو الوجه الأصح للخطاب لحمل المكلف على ما هو أفضل وأنسب له، وحينها نصل إلى الخطاب الرشيد في بدايته وفي مآله.

ثالثاً: درء التعسف في استعمال المنابر الإعلامية:

والمراد بالتعسف: مناقضة قصد الشارع في تصرف مأذون فيه شرعاً بحسب الأصل (Shpeer, 2015) فالتعسف مناقض لقصد الشارع إما في القصد، وإما في النتيجة والمآل بسبب ترتب ضرر أعظم من المصلحة التي يظنها في الفعل الذي يقدم عليه.

وتظهر أهمية هذا المسلك من مسالك ترشيد الخطاب الإعلامي الإسلامي في تطبيق معايير التعسف في استعمال الحق على ممارسة العمل الإعلامي وعلى توجيه الخطاب الإسلامي على الأخص، ونحن نتحدث هنا عن المخاطب المؤهل الذي يملك حق تبوء المنابر الإعلامية وتوجيه الخطاب من خلالها، وهنا تبرز أهمية هذا المسلك الاجتهادي في اعتبار القصد والمآل عند من يملك حق استخدام المنبر الإعلامي وممارسة الخطاب الإسلامي دون من لا يملك هذا الحق من أصله.

فموجّه الخطاب إذا ما فسد قصده في ما هو فيه من عمل، فكان مخالفاً في عمله لقصد الشارع من ذلك العمل، فإنه يكون محققاً لمعيار التعسف الذاتي (للتعسف معياران: ذاتي ويتعلق بقصد الإضرار ومخالفة قصد الشريعة عند ممارسة الحق الثابت شرعاً، وموضوعي: ويتمثل بالنتائج الفاسدة في استعمال الحق الثابت (Al-Dorini, 2000)، أي أنه يكون متحققاً بهذا المحذور، ألا وهو التعسف في استعمال الحق.

فالمعيار الذاتي أو المعنوي للتعسف هنا يتمثل في وجود القصد السيء في هذا الفعل، أو مناقضة قصد الشارع فيه، والمتمثل بالنصح والتوجيه والإرشاد تحقيقاً لمصلحة المخاطبين وحملهم على التزام أحكام الشريعة وتعاليمها، فإذا ما كان القصد الباطن من الخطاب مخالفاً لهذا القصد المقرر، فإنه لا يتصف بالمشروعية وإن تقولب في ظاهره بهذا القالب المشروع، وعندئذ لا يسعف هذا الظاهر العمل المنبني على قصد غير مشروع وإن صدر من صاحب الحق فيه، فيكون صاحبه متعسفاً في استعمال حقه في ممارسة الخطاب وتوجيه الناس لتحقيق معيار التعسف فيه بشقه الذاتي والمعنوي، والمتعسف في استعمال حقه ساع في نقض مشروعية ما هو فيه من العمل، وربما لا يكون ذلك ظاهراً للناس إلا أنه يكون كافياً في سلب مشروعية العمل الذي ظاهره فيه الصحة، وباطنه في حقيقته الفساد، فيكون صاحبه فاقداً للأجر، محبطاً بقصده للثواب، مستحقاً بما هو فيه . من استعمال ما شرع عبادة وقرية لغرض دنوي تافه . للمؤاخذه والعقاب.

وأما إذا صلح منه القصد وصفت منه النية فإنه لا بد أن يراعي النتائج والمآلات ليسلم عمله من التعسف بمعياره الموضوعي؛ فالقصد الحسن لا يصح العمل إن ترتب عليه . ولو بدون قصد . مآل فاسد أو أثر سيء؛ فالمعيار الموضوعي في التعسف الإعلامي الدعوي يتمثل في العواقب والنتائج غير المحمودة المترتبة على الفعل، فتسلب من الفعل مشروعيته، وإن كان مشروعاً في الأصل والمضمون صادراً من صاحب الحق فيه، حتى وإن حسن قصده وصفت نيته؛ لأن القصد الحسن لا يسعف العمل إن تحقق منه الضرر نتيجة ومآلاً (Shpeer, 2015).

رابعاً: الموازنة بين المصالح والمفاسد:

وهذا أصل أصيل في الحكم على مشروعية الفعل أو عدم مشروعيته في سائر الأفعال، ويتمثل في موضوعنا في نصب ميزان المصالح والمفاسد عند كل مادة دعوية أو شرعية أو غيرها يُراد بثؤها ونشرها وإذا كان هذا الميزان لا بد منه في الحكم على كل عمل يقوم به الإنسان بغض

النظر عن اتساع دائرة أثره، فإن مراعاة ذلك في موضوع الخطاب الإعلامي يعتبر من أوجب الواجبات، نظراً لآتساع دائرة المصلحة والمفسدة المترتبة عليه، ولا شك أن الفعل إذا عم أثره وانتشر ضرره فإنه يكون أخطر من الفعل الضيق أثره، وميزان المصالح والمفاسد عتيد عند العلماء الراسخين وله قواعد وأحكامه ولسنا هنا بموضوع بيانه و دراسته ولكن نعرض لأهم الأمثلة والصور التي تتعلق بموضوع الخطاب الإعلامي الإسلامي المعاصر ومآلاته.

فمن ذلك: الموازنة بين المصالح والمفاسد العامة والخاصة في الخطاب، فالمصلحة الخاصة إذا تعارضت مع مفسدة عامة فإنها تُهدر ولا يلتفت إليها بحال، ومثال هذا في موضوعنا: مصلحة المستفتي الخاصة، وتتحقق في معرفة حكم الله عز وجل في مسألته وواقعه، ولكن هذه المصلحة الخاصة قد تعارضها مفسد عامة أولى بالاعتبار والاعتناء، فتهدر في سبيل منع حصول تلك المفسدة العامة، ولاسيما إن أمكن تحقيق تلك المصلحة الخاصة دون الوقوع في محذور المفسدة العامة؛ بأن يُجاب عن سؤاله وإفتائه خارج دائرة الإعلام العام، وخاصة إن كانت الفتوى مما يخاف حملها على غير سياقها عند الجمهور المخاطب أو إساءة فهمها ومضمونها، فإنه لا يصح بثّ مثل هذه الفتوى على الجمهور، ولا وإعلانها للناس على هذا الوجه وإذا كانت مناقشة قضية فكرية معينة سوف تؤدي إلى إثارة شكوك ومفاسد كبيرة عند الناس وعوامهم، فإنه لا ينبغي طرحها ولا معالجتها على منابر الإعلام، وإن كانت تحقق مصلحة جزئية في حق مجموعة أو فئة أو شريحة معينة، وحق التعبير للفرد المكفول في الشريعة لا يعني التعسف في استعماله بما يعود على المجموع أو الأمة بالمفسدة والضرر (Al-Bouti, 2005).

وإذا كانت أحاديث الترغيب والترهيب تحمل الناس على الإقراط أو التفريط فإنه لا ينبغي إعلانها على صورتها التي توقع في ذلك المحذور، ولا أدلّ على ذلك من حديث معاذ رضي الله عنه، فعن أنس «أن رسول الله -صلى الله عليه وسلم- ومعاذ بن جبل رديفه على الرجل، قال: يا معاذ، قال: لبيك يا رسول الله وسعديك - ثلاثاً - ثم قال: ما من عبد يشهد أن لا إله إلا الله، وأن محمداً عبده ورسوله، إلا حرمه الله على النار، قال: يا رسول الله، أفلا أخبر بها الناس فيستبشروا؟ قال: إذا يتكلموا، فأخبر بها معاذ عند موته تأثماً» أخرجه البخاري ومسلم (Al-Bukhari, 1407 A. H. 5060 & Muslim, N.D. 2667).

وإذا كان الاحتساب على وسائل الإعلام سيؤدي إلى إثارة فتنة أو إلى منكر أعظم فإنه لا ينبغي الإقدام عليه، لأن الاحتساب في وسائل الإعلام شأنه شأن الاحتساب مطلقاً (Al-Khiraan, 1983. 327)؛ يشترط فيه أن لا يؤدي إلى مفسدة أعظم من مفسدة المنكر المنهي عنه المحتسب فيه (الغزالي، إحياء، 325/2).

خامساً: إعطاء الواقع حقه في الاعتبار: للخطاب الإعلامي طبيعة خاصة تحتم على صاحبه أن يدرك ويفهم أبعاد متعددة في واقع هذا الخطاب وهي تتمثل في فهم واقع الجمهور المخاطب، وفهم واقع وطبيعية الوسيلة الإعلامية، وفهم الواقع والظرف الذي يطلق فيه هذا الخطاب وحساسيته، ثم فهم السياق الذي توضع فيه المادة الخطابية، ومن مجموع هذه العناصر مجتمعة ترتسم عند المخاطب معالم خطابه ومحدداته، وإهمال أي بعد من هذه الأبعاد يؤدي في النتيجة إلى نقيض ما كان يرمي إليه المخاطب في خطابه من أهداف وغايات.

ومن هنا فإنه لا بد من تحقيق الوعي الكامل بجميع ما يحيط بصاحب الخطاب، والعلم لا يغني عن هذا الوعي (Al-Bayanouni, 2002) لأنه يتوقف عليه ترتيب الأولويات، والموازنة بين المعطيات، وهذا لا تغني عنه سعة المعرفة ولا كثرة المعلومات.

لذلك فإن ترشيد الخطاب بأن يؤتي أكله ويعطي ثماره كما يراد لها أن تكون. لا يتحقق إلا بدراسة الحال الواقع، والمآل المتوقع، واختيار الأنسب على ضوء ذلك من حيث الشكل والفحوى والمضمون.

المبحث الرابع: الوسائل العملية لترشيد الدعوة الإسلامية:

إذا كانت الأضرار المترتبة على تصرفات السفية توجب تدخل القضاء لمنع آثار تصرفاته على أهله ونفسه، فإن الأضرار المترتبة على عدم الرشد في الخطاب التي تلحق المجتمع والأمة بأسرها تحتم شرعاً التدخل لمنع حدوث هذا الضرر أو زيادته، وهو ما تستوجبه قواعد السياسة الشرعية التي هي رعاية المصالح وحمل الناس على ما فيه صلاحهم في دنياهم وأخراهم على أتم وجه وأكمله، بالنظر إلى واقعهم القائم ومآلهم المتوقع.

ولمثل هذا التصرف شواهد وسوابق فقهية قامت الأدلة على مشروعيتها ووجودها، وترتفع درجة الطلب في مثل هذه التصرفات بناء على درجة الضرر الواقع أو المتوقع نتيجة الزل في هذا الخطاب، ومن هذه الوسائل:

أولاً: الحجر على الخطاب غير الرشيد تحقيقاً للمصلحة العامة:

وهذا التصرف مع ما فيه من منع وتقييد لحرية ممارسة العمل الإعلامي إلا أنه قد يكون الوسيلة المناسبة الأخيرة في حفظ مصالح الأمة ومجموعها في وجه خطاب لا يبالي بالمفاسد والآثار السيئة المترتبة على سوء تقدير الموقف في خطابه، ومن شواهد هذا التصرف عند الفقهاء ما نصوا عليه من وجوب الحجر على المفتي الماجن الذي يفسد بفتواه أكثر مما يصلح، وإن كان أهلاً للتصدر من حيث مخزونه العلمي والمعرفي، لأن الفتوى لم توضع لحمل الناس على المخالفة وتكذب هدي الشرع الحنيف، وإنما وضعت لبيان وتوضيح السبيل الأقوم للاستقامة على شرع الله وهدى رسوله صلى الله عليه وسلم (Shpeer, 2015)

وفي هذا يقول ابن القيم رحمه الله: "من أفتى الناس وليس بأهل للفتوى فهو آثم عاص ومن أقره من ولاة الأمور على ذلك فهو آثم أيضاً. قال أبو الفرج ابن الجوزي رحمه الله: ويلزم ولي الأمر منعهم كما فعل بنو أمية وهؤلاء بمنزلة من يدل الركب وليس له علم بالطريق، وبمنزلة الأعمى الذي يرشد الناس إلى القبلة، وبمنزلة من لا معرفة له بالطب وهو يطب الناس بل هو أسوأ حالاً من هؤلاء كلهم، وإذا تعين على ولي الأمر منع من لم يحسن التطب من مداواة المرضى فكيف بمن لم يعرف الكتاب والسنة ولم يتفقه في الدين" (Ibn Al-Qayyim, 1423 A.H)

ثانياً: تقييد البرامج الإعلامية المتعلقة بالفتاوى بقيود خاصة تحقيقاً للمناط الخاص:

لا يخفى على أحد قوة حضور برامج الفتاوى في الخطاب الإعلامي الإسلامي على مختلف وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة حتى أصبحت برامج الفتاوى جزءاً لا يتجزأ من الخطاب الإعلامي الإسلامي، ولهذا الأمر إيجابيات وسلبيات كثيرة تحتاج إلى دراسة وافية فيها، ولكن القضية ذات الصلة بموضوع بحثنا هي أهمية النظر المقاصدي الخاص عند إجابة هذا المستفتي أو ذاك، وهو ما يعرف في اصطلاح علماء المقاصد بتحقيق المناط الخاص الذي سبق الحديث عنه، وهو نظر اجتهادي يقوم على اعتبار مآل الفتوى الصادرة في حال وواقع المستفتي (Al-Shatby, 1997)، وعليه فإن الفتوى ليست أحكاماً تلقائية مسبقة، وإنما هي توجيه

مسلكي يحمل المستفتي على سلوك نهج الشرع في الوصول إلى ما هو أقرب الأحوال إليه في امتثال أمر الشارع واقتفاء أحكامه، ومن ثم فإن على المفتي في برامج الإفتاء الإعلامية أن يتنبه إلى هذا الأمر، وإذا تعدر عليه الوقوف على مآلات ونتائج فتواه فإنه لا ينبغي له إطلاقها، حتى وإن عرف رسوم أحكامها الظاهرة، فالفتوى ليست معرفة الحكم فقط وإنما معرفة واقع المستفتي نتيجة هذا الحكم، وإذا كان هذا هو الواجب في الفتوى الخاصة بين المستفتي والمفتي، فإن الواجب المتحتم في الفتوى الإعلامية لا يقتصر على خصوص السائل وإنما يتعداه إلى عموم المخاطبين المتلقين لهذا الخطاب على اختلاف مشاربيهم وثقافتهم (Al-Othmani, 2014).

فالفتوى في الخطاب الإعلامي المعاصر ليست إجابة على سؤال سائل فحسب، وإنما هي دعوة وإرشاد، ونصح وتوجيه، تتجاوز أبعاده حدود المسألة والسائل، فينبغي فيها تحقيق المناط الخاص في حق الجمهور المخاطب، وإلا فإن الأسلم في هذه الحالة الإحجام عن الفتوى، وذلك خير من أن يجعل المفتي من فتواه باب شر يحمل الناس. بسبب سوء تقدير حالهم. على نقيض ما شرع الحكم لأجله؛ وهو الطاعة والامتثال.

ثالثاً: ضبط الداعية الإسلامي الإعلامي بضوابط مهنية وعلمية خاصة:

تتمثل المشكلة في كثير من المؤسسات الإسلامية المعاصرة التي أنشئت لتكون الوجه الآخر الشرعي لمؤسسات ذات طابع غير شرعي في أنها تفتقر إلى كوادر تجمع بين التصور الشرعي والكفاءة المهنية، وهذا ما نجده متحققاً في كثير من المؤسسات الإسلامية الاقتصادية والإعلامية والاجتماعية وغيرها.

فموظفو البنوك الإسلامية مثلاً يقع عليهم عبء مضاعف عما هو الحال عند العاملين في البنوك الربوية، وذلك لأن موظف البنك الإسلامي (غير الربوي) يجب عليه أن يكون منافساً في الجانب المهني إلى جانب تحققه بالكفاءة والمعرفة الشرعية التي تؤهله لقولبة المعاملات المختلفة في قالب شرعي يوافق أحكام الشريعة، وأي نقص في أي من هاذين الجانبين يعني فشل المشروع الشرعي في هذه المؤسسة، إما لعدم قدرته على المنافسة المهنية، أو لعدم تمايزه من الناحية الشرعية.

ونحن هنا في موضوع الإعلام الإسلامي نقول: إنه لا يكفي فيه حسن القصد وصلاح النية وسلامة السريرة في امتلاك هذا المنبر الإعلامي أو ذلك. وبالمقابل فإن فقدان الحس الشرعي أو نقصانه عند رجل الإعلام في الخطاب الإسلامي يسلب معنى إسلامية الخطاب فيه.

والخطأ في اختيار المؤهل لمثل هذا المنصب يعود على الخطاب كله بالفشل، وربما تكون مفسده حينئذ أكبر من مصالحه ومنافعه، لذلك فإنه يجب وضع ضوابط شرعية ومهنية لكل من يريد أن يتبوأ منصب الخطاب الإعلامي الإسلامي، وهي تتمثل في اشتراط مجموعة من الشروط والمعايير الجامعة بين الجانب الشخصي أولاً والجانب الشرعي ثانياً والجانب المهني ثالثاً دون إهمال لأي منها على حساب الآخر (Sharaf et al., 1994).

واشتراط الأهلية في رجل الإعلام الإسلامي يراعى فيها التخصص أيضاً، فالمؤهل للحديث في موضوع معين قد لا يكون مؤهلاً للحديث في غيره، كما أن التخصص المعرفي لا بد منه في صاحب الخطاب (Al-Khateeb, 1998)، وليس من حق المخاطب أن يتحدث مع الناس إعلامياً في موضوع لا يتقنه، بل إن هذا ليعد اعتداءً على حقهم في أخذ المعلومة الصحيحة من صاحب الحق فيها.

ودين الله وشرعه هو خطابه الذي خاطب به البشر، وهو سبحانه لم يجعله إلا عند من جمع حسن السيرة والأخلاق في تاريخ حياته إلى جانب كمال في البيان والمظهر ثم أيده سبحانه وتعالى بالمعجزات والمؤيدات الناطقة بصدق خطابه وعلو منزلته، ورجل الخطاب الإعلامي المعاصر، مبلغ رسالة الله بتكليف مباشر من رسول الله صلى الله عليه وسلم بقوله: بلغوا عني ولو آية، فعليه أن يتحقق بشروط هذا التكليف على أتم وجه وأكملة.

رابعاً: عدم جعل الدعوة الإسلامية مادة تدريبية لرجل الإعلام غير المتخصص في القضايا الشرعية

لا شك أن التدريب والتجربة أمرٌ أساسي في كل من يقدم على عمل ما أو وظيفة معينة، ولكن المتدرب على قيادة الحافلات العامة مثلاً لا يمارس تدريبه هذا وهي ممثلة بالمسافرين وأهله بالركاب، وإنما يمارس تدريبه بمفرده أولاً قليلاً للأضرار والنتائج غير المتوقعة، كما أنه لا يسير بهم في أول رحلته العملية على أخطر الطرق التي لا يسلكها إلا المهرة من ذوي الخبرات الطويلة وإنما يتدرج في ذلك شيئاً فشيئاً .

وجمهور المخاطبين في الخطاب الإعلامي العام لا يصح بحال من الأحوال أن تكون عقولهم وأفكارهم ومسامعهم مادة تدريبية لمبتدئ، كما أن الخطاب الشرعي ببعده وخطره التآثيري في النفوس والوجداني في القلوب والفكري في العقول لا يصح أن يكون المادة الإعلامية الأولى التي يمارسها متبوء المنبر الإعلامي ورجل الخطاب فيه، حيث نجد وللأسف أن بعض القضايا الفكرية العويصة أصبحت عند بعض الإعلاميين هي المادة التدريبية لكل من يقدم على هذا المنصب الخطير. فيستفتح مسيرته المهنية بإجراء حوارات ونقاشات حول قضايا تحرير المرأة والحجاب مثلاً، أو حقوق المرأة في الإسلام وتعدد الزوجات، أو حرية الاختيار عند الإنسان وعقيدة القضاء والقدر، وهي أمور خطرها كبير، والزلل فيها مهلكة، والشبهات فيها كثيرة، والمتربصون بالخطاب الإسلامي فيها كثر، فكيف يصح بعد ذلك أن تكون مادة تدريبية لمن لا خبرة له في العمل الدعوي الإسلامي وخطابه الحواري الجدلي مع الناس وحجابه مع الآخر، وعدم اعتبار المآل في مثل هذه التصرفات يعود بالضرر الجسيم على الخطاب الإعلامي الإسلامي برمته، وعلى مؤسساته ومنابره كافة.

خامساً: البعد قدر الإمكان عن إثارة مسائل الخلاف:

مسائل الخلاف تعتبر مادة ناجحة إعلامياً لتحقيق عنصر الإثارة فيها (انظر أهمية الإثارة في صناعة الإعلام ودورها في تغيير الحقائق أحياناً (Al-Dulaimi, 2015)، وهو عنصر مهم في جذب المخاطبين ولفت أنظارهم وكسب استمرارهم (وخاصة في الإعلام الصحفي لجذب المخاطبين إلى متابعة الأعداد القادمة ، (Al-Adawi, 2010)، ولكن هذا لا ينبغي أن يكون على حساب النتائج والمآلات المتوقعة في مثل هذا الخطاب، فالخلاف إن كان سيؤدي إلى فرقة الكلمة وتشقق الصف وتدابر القلوب وتقاطع الناس، فإنه لا يصح فتح بابيه ولا مناقشة مباحثه إعلامياً (Al-Khateeb, 1998)، كما أن عدم إدراك الكثيرين من أفراد الجمهور المخاطب لمعاني الخلاف وأبعاده وأنه لا يتجاوز أحياناً. تعدد وجهات النظر، واختلاف مشارب الفكر، كل ذلك يجعل من تناول مسائل الخلاف أمراً شائكاً لا يصح التساهل فيه، فالقضية الخلافية المراد طرحها إعلامياً يجب دراسة ومعرفة مآلاتها المتوقعة في الخطاب الرشيد، وذلك بدراسة أثرها في ضوء واقع الناس والظرف الذي تناقش فيه، فربما يكون الظرف القائم ذا حساسية معينة تجاه مثل هذه القضايا في مثل هذا الوقت مثلاً أو عند هؤلاء المخاطبين، والحكمة والرشد يستوجبان الكف عن الخوض فيما

يعود على الناس في المآل بفساد أكبر وضرر أعظم من المصلحة الحاضرة والمنفعة العاجلة (Al-Othmani, 2014).

وإذا كان الخروج من الخلاف في المسائل العملية مستحباً باتفاق العلماء، فإن الخروج من الخلاف في الخطاب قد يكون واجباً لا مستحباً فقط؛ لأن في الخروج من الخلاف ومراعاته في الأفعال الحكم بصحة العمل عند الجميع بإطلاق، وفي الخروج من الخلاف في الخطاب جمعاً لكلمة المسلمين ولماً لشتات أمرهم (Al Majeedi, 1994) الذي أمر به الحق سبحانه وتعالى بقوله: "وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَى شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ" (Al-Imran: 103).

وإذا أردنا أن نجمل ما سبق من مطالب هذا البحث ومسائله فليس ثمة أجمع من قول الشاطبي رحمه الله:

"... فنتبه لهذا المعنى. وضابطه أنك تعرض مسألتك على الشريعة، فإن صحت في ميزانها، فانظر في مآلها بالنسبة إلى حال الزمان وأهله، فإن لم يؤد ذكرها إلى مفسدة، فاعرضها في ذهنك على العقول، فإن قبلتها، فلك أن تتكلم فيها إما على العموم إن كانت مما تقبلها العقول على العموم، وإما على الخصوص إن كانت غير لائقة بالعموم، وإن لم يكن لمسألتك هذا المساغ، فالسكوت عنها هو الجاري على وفق المصلحة الشرعية والعقلية" (Al-Shatby, 1997).

الخاتمة وفيها أهم النتائج:

أولاً: من الأمور المهمة التي يتوقف عليها ترشيد الداعية الإسلامي الإعلامي المعاصر النظر إلى العواقب واعتبار المآل في هذا الخطاب، وذلك بهدف تصويب مساره على ضوء النتائج المتوقعة منه في واقع الجمهور المخاطب.

ثانياً: للخطاب الدعوي غير الرشيد نتائج سلبية لا يصح التهاون بشأنها بحال، وهي آثار مآلية يتجاوز أثرها السيء الفرد إلى المجتمع والأمة بشكل عام.

ثالثاً: لا بد من تدخل أدوات السياسة الشرعية بوسائلها الاجتهادية المصلحية المقررة عند العلماء في ضبط مسيرة الداعية الإسلامي المعاصر، سواء في ذلك مادة الخطاب ومضمونه،

وصاحب الخطاب وملقيه، وأدواته ووسائله، لنصل إلى الخطاب المعبر عن رسالة الأمة وهويتها الحضارية والثقافية.

رابعاً: يجب على الداعية أن يكون على إمام بواقع الجمهور الذي يخاطبه، وأن يبذل قصارى جهده في دراسة آثار كلمته وخطابه في واقع الناس ومآلهم.

خامساً: للفتوى على وسائل الإعلام ضوابط شرعية خاصة تتجاوز حال السائل إلى واقع الجمهور المتلقي لهذه الفتوى، فينبغي للمفتي على وسائل الإعلام أن يوازن في جوابه بين المصالح والمفاسد المترتبة على جوابه قبل بث فتواه على العموم.

References:

- Abdel Halim, M. (1419 A.H). The problems of media work between constants & modern data, the book of the nation, the Qatari Ministry of Endowments, No. 64.
- Abdullah, K. (2010 A.D). Media and Psychology, 1st edition. Amma: Dar Osama.
- Abu Zahra, M. Al-Khattabah: Its Origins, Its History, Cairo: Dar Al-Fikr: Al-Arabi.
- Al- Resoni, A. (1430 A.H). Lectures on Purposes of Sharia, 1st edition. Cairo: Dar Al Salam.
- Al-Adawi, F. (2010). Media Department, 1st edition. Amman: Dar Osama.
- Al-Asqalani, A. (852 A.H)(1379 A.H.). Fath Al-Bari Sharh Sahih Al-Bukhari, investigation, Muhammad Fouad Abdel-Baqi, Beirut: Dar Al-Maarefah.
- Al-Bayanouni, (1412 A.H). The entrance to the science of advocacy, 1st edition. Beirut: the Al-Resala Foundation.
- Al-Bayanouni, M. (1422 A.H). Sharia Rules & Their Role in Rationalizing Islamic Action, Kitab Al-Umma, Qatari Ministry of Endowments, Number: 82
- Al-Bukhari, A. Jaafi (256 A.H)(1407 A.H.). Sahih Al-Bukhari, investigation: Dr. Mustafa Al-Bagha, Dar Ibn Katheer, Beirut: 3rd floor,
- Al-Buti, M. (2005). The Authority's Controls in Islamic Law, Damascus: Dar Al-Fikr.
- Al-Dorini, F. (1419 A.H). Theory of Abuse in the Use of the Right, 2nd edition. Beirut: Al-Resala Foundation.
- Al-Dulaimi, P. (2015). Contemporary International Media Industry, Amman: Dar Al Yazouri.

- Al-Ezz, B. (660 A.H) (1428 A.H.). The major rules marked by the rules of rulings in the reform of human beings, investigation, D. Nazih Hammad & Dr. Othman Damirieh, 2nd edition. Damascus: Dar Al-Qalam.
- Al-Ghazali, M. (505 AH) (1983 A.D.). Revival of the Sciences of Religion, Beirut: Dar Al-Maarefa.
- Al-Ghazali, M. (N.D). Economics in Belief, Cairo: Al-Babi Al-Halabi.
- Al-Graida, B. (2013). Media & Human Rights Issues, 1st edition. Amman: Dar Osama.
- Al-Khateeb, M. (1428 A.H). Freedom of Opinion in Islam, An Approach to Perception & Methodology, The Book of the Nation, Qatari Ministry of Endowments, No. 122.
- Al-Khiran, M. (1422 A.H). Freedom of expression between the legal concept & contemporary concepts, research published in the Journal of Sharia and Islamic Studies, Kuwait: University, No.: 48 .
- Al-Nabulsi, M. (1426 A.H). Encyclopedia of Scientific Miracles in the Qur'an and Sunnah, Ayatollahs in Man, 2nd edition. Dar Al-Maktabi,
- Al-Othmani, M. (2014). Origins & Etiquette of Ifta, 1st edition. Damascus: Dar Al-Qalam.
- Al-Qarafi, A. (684 A.H). Explanation of the Revision of the Chapters, Investigator: Taha Abdel-Raouf Saad, United Technical Printing Company, First Edition, 1973 A.D.
- Al-Razi, F. (606 A.H). (1420 AH.).The Great Interpretation, Keys to the Unseen, 3rd edition. Beirut: Arab Heritage Revival House.
- Al-Shatby, A. (790 AH)(1417 AH / 1997 A.D.). Approvals in the Origins of Sharia, investigation: d. Abdullah Draz, first edition. Beirut: Dar Al-Maarefa.
- Al-waei, T. (1995). The Call to God, The Message - The Means - The Goal, Dar Al-Yaqeen, 2nd Edition, Mansourah.

- Essa, R. (1425 H). Communication Skills, The Nation Book Series, Qatar: Ministry of Endowments, No. 103.
- Hamza, P. (1965). Media has its history and doctrines, Cairo: Dar Al-Fikr: Al-Arabi.
- Hassan, H. (1981). Theory of Interest in Islamic Jurisprudence, Cairo: Al-Mutanabi Library,.
- Ibn Al-Atheer, A. (606 A.H)(1399 A.H.). The End in Gharib Al-Hadith & Al-Athar, investigation: Taher Al-Zawi & Mahmoud Al-Tanahi, Beirut: Scientific Library,
- Ibn al-Qayyim, S. (751 A.H)(1423 A.H.). Informing the signatories on the authority of the Lord of the Worlds, first edition. , Saudi Arabia: Ibn al-Jawzi House for Publishing & Distribution,
- Ibn Faris, A. (1399 A.H - 1979 A.D.). Lexicon of Language Standards, Dar Al-Fikr,:
- Ibn Katheer, A. (1420 A.H.) (774 A.H). The Great Interpretation of the Qur'an, 2nd edition. Investigation, Sami bin Muhammad Salama, Dar Taiba
- Khalil, F. (1424 A.H). Public Interest from an Islamic Perspective, 1st edition . Beirut: The Resala Foundation.
- Majeedi, P. (1424 A.H). There is no denying the issues of disagreement, The Nation Book Series, Qatar Ministry of Endowments, No. 94.
- Muslim, Abu Al-Hussein (261 AH)(N.D). investigation: Muhammad Fouad Abd al-Baqi, Beirut: Arab Heritage Revival House.
- Mustafa, M. (1424 A.H) of methods of persuasion in the Noble Qur'an, Kitab al-Umma, Qatari Ministry of Endowments, No. 95.
- Sharaf, P. (1414 A.H). Media & the Culture Problem, 1st edition. Beirut: Dar Al-Jeel.

Shpeer, M. (2015). The Overall Rule & Jurisprudential Controls in Islamic Law, 4th edition. Amman: Dar Al-Nafees.

Zidan, P. (1425 A.H). Origins of Da`wah, 1st edition. Beirut: Al-Risala Foundation.