

## حرية الإعلام والتعبير بين الدين والقانون -دراسة مقارنة في آليات ضبط المشهد الإعلامي وتوجيهه -

الشيخ الدكتور علي جابر (1)

### خلاصة المقالة:

تناول هذه المقالة موضوع الإعلام؛ بوصفه قوة اجتماعية وعالمية فاعلة تساهم في صناعة الحدث، من خلال الوقوف على أهمية هذا الموضوع، والمخاطر والتحديات المترتبة عليه بالنسبة إلى المسلمين، وكيفية المعالجة التي تأخذ بعين الاعتبار التشريعات الوضعية، ثم القيام بمحاولة تأصيل قرآنية لما يمكن أن نسميه الإعلام النبوي، والمعايير التي يمكن استنباطها من القرآن الكريم والسيرة النبوية، ثم قراءة ما تضمّنه قانون المطبوعات الصادر في الجمهورية اللبنانية بصيغته الأخيرة عام 1983 م، وقانون البثّ الفضائي الصادر عام 1996 م، ومساحة الالتقاء بين ذلك وبين القيم الدينية، مع الفارق الفكري، والانتهاج بمعالجة إشكاليات المشهد الإعلامي المعاصر من ظهور ما سمّي (الإعلام الجديد)، والطفرة في القنوات الفضائية الدينية، والمشكلات القانونية في هذا المجال، وغياب التشريعات القانونية اللازمة.

(1) باحث في الفكر الإسلامي، من لبنان.

## مقدمة:

بات الإعلام في واقعنا المعاصر يشكّل قوّة فاعلة ومؤثّرة على مختلف الصعد الاجتماعيّة والثقافيّة والسياسيّة والاقتصاديّة وغيرها، حيث تعدّى دوره مجرد وظيفة نقل الأفكار، إلى خصوص بنائها والعمل على ترويجها بصور محدّدة وهادفة، ورسم الأنماط السلوكيّة، وتشكيل الرأي العام؛ ما أعطاه بحقّ اسم السلطة الرابعة في موازاة السلطات الثلاث في الدولة المدنيّة الحديثة ( السلطة التشريعيّة / السلطة التنفيذية / السلطة القضائية ).

وقد ساعد على ذلك كلّ التطوّر الهائل الذي حدث في وسائل الإعلام والاتّصالات؛ ما أدّى إلى وضع قدرات وطاقات مادّيّة وعلميّة كبيرة في هذا الميدان، لم تكن موجودة من قبل؛ وهو ما بات يُعرّف بثورة الأنفوميديا والوسائط المعلوماتيّة (infomedia revolution)<sup>(1)</sup>، وهذا ما يفسّر لنا تضاعف وسائل الإعلام في مختلف المجالات، عددًا وقدرًا، ودخولها على مختلف النواحي الإنسانيّة.

ولا بدّ من الاعتراف-أيضًا- أنّ هذا الموجّ الإعلاميّ لم ينته بعد، بل تشير التقديرات إلى أنّه في وسط الطريق، وأمامنا المزيد والمزيد! وبقدر ما أفادت هذه الطفرة الإعلاميّة الحديثة المتطوّرة، وقدمت خدمات وإيجابيّات مهمّة في حياتنا المعاصرة، بقدر ما فرضت علينا تحديّات، ووضعتنا أمام مخاطر ليست بالسهلة، وبخاصّة في عالمنا العربيّ والإسلاميّ، حيث الإمكانيات العلميّة والخبرات لا تقوى على منافسة وسائل الإعلام الأخرى، ولا سيّما الغربيّة منها، بل وضعتنا أمام ما بات يُعرّف بالغزو الثقافيّ والإعلاميّ أو الحرب الناعمة التي تركّز على المفردات الثقافيّة والدينيّة، وصولًا إلى تغيير المفردات السلوكيّة، عبر

(1) انظر: الدراسة التي أعدّها فرانك كيلش عن ثورة الأنفوميديا قبل حوالي عشرين عامًا، ترجمة: حسام الدين زكريّا، مراجعة: عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، العدد 453، كانون الثاني 2000م.

تغيير منظومة القيم الأخلاقية، وبناء مفاهيم ورؤى جديدة.

قد لا يكون التعبير بـ «الغزو الثقافي» مقبولاً عند «البعض» بدعوى أنه يحمل انغلاقاً واستعداداً للآخر؛ لأن الثقافة فضاء تطلق لا تحدّه الجغرافيا والحدود السياسية والفكرية، بل هي نتاج إنساني وقيمة حضارية مضافة ومتاحة للجميع.

لكنّ هذا التجميل لا يغيّر من بشاعة الواقع في شيء، ولا يزيل الحقيقة المؤلمة بأنّ هناك استعداداً واستهدافاً للهوية العربية والإسلامية، بالتزامن مع الاستهداف السياسي، وقد ظهر ذلك بأشكال مختلفة من الإساءات للقيم والمقدّسات الدنيّة ومعالم هذه الهوية، ولا يجوز أن نغفل عن تأثير الحركة الصهيونية وقوى الضغط التابعة لها، وبخاصّة سيطرتها في ميدان الإعلام، ومسؤوليتها عن بعض هذه الاستهدافات في الحد الأدنى.

على أنّ كلّ ما تقدّم لا يعفينا من مسؤولياتنا في امتلاك القدرات الإعلامية اللازمة، ومواجهة كلّ التحديات والمخاطر، ووضع الاستراتيجيات لإعلام عربيّ وإسلاميّ مسؤول.

هذا من جهة، ومن جهة أخرى، فإنّ للتحدي الحاضر وجهاً آخر يتمثّل في خوض ميدان الإعلام ووسائله الحديثة، بهدف الانتقال إلى الفعل الإيجابي والتأثير في الصور النمطية التي يعكسها الإعلام المعاصر عن الدين بصورة عامّة والإسلام بصورة خاصّة، مضافاً إلى تكوين المفردات والمفاهيم الصحيحة التي تدخل في صناعة الإنسان روحاً وفكراً؛ إذ لا يكفي في مثل هذه المواجهة درء الأخطار، وإنّما المساهمة الفعّالة في صياغة النموذج الإنساني السويّ، من خلال تقديم منظومة القيم الأخلاقية والفكرية الأصيلة، وبخطاب مملوء بالجاذبية والحيوية، يتوجّه إلى العقل والقلب على السواء، وهو ما يشكّل تحدياً ومسؤولية يتحمّلها العاملون في هذا الميدان.

وبناءً على ما تقدّم، فإنّنا نحتاج في خطوة أولى إلى فهم أعمق لواقع الإعلام الجديد على ضوء التطوّرات التكنولوجيّة المذهلة، في مجال التواصل الإلكتروني، ثمّ الذهاب في خطوة ثانية إلى وضع المعايير الدنيّة والأخلاقيّة والضوابط اللازمة لها، لإيجاد شكل من أشكال التنظيم والضبط النسبيّ الذي يقلّل من المخاطر والسلبيّات، بالرغم من الاعتراف بالصعوبات الكثيرة التي تعترض هذا الطريق.

ولسنا بطبيعة الحال بصدد المقاربة التكنولوجيّة الشائكة لقضية الإعلام، بل نحاول مقارنة الموضوع من الناحية التشريعيّة والمعياريّة الأخلاقيّة والدنيّة. وسنحتاج أولاً إلى الاستفادة من معين القرآن الكريم والسنة النبويّة المطهّرة في سعينا لتأصيل الرؤية الإعلاميّة، ومراعاة الحاجات المعاصرة، ثمّ النظر في بعض التشريعات الوضعيّة للإعلام، وملاحظة مدى التقارب والتباعد بينهما، ثمّ تقديم قراءة نقديّة لأحد أهمّ أشكال الإعلام المعاصر، وهو «إعلام الواقع».

### أولاً: التأصيل القرآنيّ؛

من الضروري بالنسبة إلينا عند معالجة موضوع من الموضوعات الحيويّة أن نذهب أولاً إلى «التأصيل»؛ وهو صياغة رؤية صادقة وأصيلة تتماشى مع الهوية العقديّة والروحيّة التي نؤمن بها، بالتوجّه إلى القرآن الكريم؛ بوصفه المصدر الأوّل للإسلام. وقد قدّم لنا القرآن الكريم ما يمكن أن نسمّيه «الإعلام النبويّ»؛ بوصفه الأنموذج الأعلى والأسوة، للعمل الإعلاميّ في مجالات الدعوة والتبليغ والتعليم وسائر أشكال التواصل والتفاعل الاجتماعيّين، في مجموعة من المعايير الخاصّة هي الآتيّة:

#### 1. الخطاب الحسن واللين؛

من خلال مراعاة الألفاظ المستخدمة والإيحاءات، فلا تكون منفرة،

ولا تخدش الحياء، ولا تسعى للتحريض حتى في المواقف الصعبة؛ يقول -تعالى- مخاطباً موسى وهارون عليهما السلام: ﴿أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ﴾ (٤٣) فقاعدة العامة في ذلك هي القول اللين، بالرغم من جبروت فرعون واستعلائه، وكما في قوله -تعالى- أيضاً: ﴿وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا﴾ (2)؛ لأن ذلك أقدر على إيصال الرسالة وتوقع الاستجابة.

إن بعض وسائل الإعلام -ولا سيما الديني منها- تحوّل إلى منبر للخطابات الخشنة والمرعبة تحت عنوان الدعوة إلى الله -تعالى-، متعافلين أو غافلين عن النموذج النبوي في هذا المجال الذي استطاع تغيير مجتمع جاهلي كأشوأ ما يمكن أن تكون عليه الجاهلية معتمداً بالدرجة الأولى على إثارة المشاعر الإنسانية الصادقة واللين والرحمة كما وصفه -تعالى- ﴿فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ﴾ (3).

## 2. الصدق:

فالإعلام الصادق هو الذي لا يزيد ولا ينقص من واقع الحدث أو القضية المطروحة، ولا يمارس كذباً وغشاً عبر قلب الحقائق، حيث يقول -تعالى-: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾ (4). ومن الملاحظ أن الآية الكريمة تدرج الصدق في التقوى، ثم تدعو إلى التزام الصدق، بل ودعمه وتأييده؛ كما تفيده المعية (كونوا مع)، وقد عرّف النبي محمد ﷺ قبل بعثته المباركة بالصادق الأمين، وكان ذلك من مؤيدات نبوته في نظر كثير من أهل الجاهلية، بل سبباً لإيمان الكثيرين بنبوته ﷺ، وقد تأكّد هذا الصدق في سيرته النبوية الشريفة؛

(1) سورة طه، الآيتان 43-44.

(2) سورة البقرة، الآية 83.

(3) سورة آل عمران، الآية 159.

(4) سورة التوبة، الآية 119.

فالإخبارات النبويّة كانت كشفًا عن الواقع كما هو، وإظهارًا لما غفل عنه الناس، أو جهلوه من الحقائق.

### 3. التثبت من الأنباء:

وبخاصّة عند ملاحظة الضعف في المصدر، وعدم الثقة به، لأسباب مختلفة؛ لما قد يؤدّي نشرها وترتيب الآثار عليها إلى عواقب سيّئة. وقد حذّر الله - تعالى - من ذلك بقوله: ﴿يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِمِجْهَلَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾ (1).

لقد روى المفسّرون مناسبة نزول هذه الآية الكريمة من سورة الحجرات ما مفاده:

أنّ النبي ﷺ بعث الوليد بن عقبة بن أبي معيط في صدقات بني المصطلق فخرجوا لاستقباله، فظنّ أنّهم يريدون قتله لعداوة في الجاهليّة، فرجع إلى النبي ﷺ وقال إنّهم منعوا صدقاتهم، فهمّ النبي ﷺ أن يغزوهم، فنزلت الآية الكريمة (2).

### 4. الحكمة:

وذلك في إلقاء المادّة الإعلاميّة وتقدير المصالح والمفاسد والآثار المتوقّعة. وهي معيار أساس يتكرّر التأكيد عليه في القرآن بتعابير مختلفة؛ كتقوله - تعالى -: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾ (3)، وقوله - تعالى -: ﴿يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا﴾ (4)، والقول السديد هو القول الصائب والحكيم.

(1) سورة الحجرات، الآية 6.

(2) انظر: الطبرسي، الفضل بن الحسن: مجمع البيان في تفسير القرآن، بيروت، منشورات دار مكتبة الحياة، لا، ج 6، ص 26، ح 87.

(3) سورة النحل، الآية 125.

(4) سورة الأحزاب، الآيتان 70-71.

## 5. الحرص على تقديم الحقيقة:

وهي الأمر اليقيني الذي يقدم فائدة ومعرفة جديدة وواقعية. وهذا ما نستقيده من حكاية الهدهد مع نبي الله سليمان عليه السلام عندما جاءه متأخراً: ﴿فَقَالَ أَحَطْتُ بِمَا لَمْ تُحِطْ بِهِ، وَجِئْتُكَ مِنْ سَبَإٍ بِنَايِقَيْنِ﴾ (1). وكان هذا النبأ سبباً لفتح مملكة سبأ، وإيمان ملكتها وقومها.

إن الإعلام النبوي وإعلام الأولياء كذلك يقوم على تقديم الحقيقة وإظهارها للناس، وبخاصة في زمن الفتن والأضاليل، وقد واجه الإمام علي عليه السلام فتنة الخوارج بصبر وحكمة واعتنام الفرص لإضعافها، وعندما اجتمعوا أمامه في النهروان وكان عددهم اثني عشر ألفاً لم يشهر السيف إلا بعد محاججتهم، وأرسل إليهم ابن عمه عبد الله بن عباس وقال له: «لا تخاصمهم بالقرآن فإن القرآن حمال ذو وجوه تقول ويقولون، ولكن حاججهم بالسنة فإنهم لن يجدوا عنها محيصاً» (2).

وكانت نتيجة هذا الحرص والجهد في مواجهة الفتنة اهتداء ألفين منهم مما أضعف شوكتهم وانهزموا شر هزيمة (3).

## 6. المسؤولية أمام الله - تعالى -:

وذلك في ما نقدمه للناس، سمعاً وبصراً ومعرفة، من منطلق كونه جزءاً لا يتجزأ من المسؤولية الشرعية التي يحاسب عليها الإنسان يوم القيامة. حيث يقول - تعالى -: ﴿إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾ (4). إن وجود حقيقة ما، لا يعني بالضرورة أنه يجب تظهيرها وإعلانها على الملأ فيما لو كان يؤدي ذلك إلى ترويج الفساد، أو التحريض على الفتنة بين الناس، أو نشر ثقافة العنف أو القيم المنحرفة، أو غير ذلك...

(1) سورة النمل، الآية 22.

(2) العلوي، محمد بن الحسين (الشريف الرضي): نهج البلاغة (الجامع لخطب الإمام أمير المؤمنين علي بن أبي طالب عليه السلام ورسائله وحكمه)، شرح: محمد عبده، ط1، قم المقدسة، مطبعة النهضة، دار النخائر، 1412 هـ/ق/1370 هـ، ج3، رسالة 77، ص136.

(3) القمي، أصغر ناظم زاده: الفصول المائة، ط1، قم المقدسة، انتشارات أهل البيت عليهم السلام، 1411 هـ/ق، ج1، ص562.

(4) سورة الإسراء، الآية 36.

قال -تعالى- ناهياً عن الحديث عن ارتكاب الفاحشة في المجتمع رغم صدورها عن بعض العصاة ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ ءَامَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ﴾ (1).

وقد قال -تعالى-: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَسْأَلُونَ عَنْ أَسْيَاءِ إِنْ بُدِّ لَكُمْ سؤُوكُمْ﴾ (2). فالبدو هو الظهور إلى العلن، المستلزم لشيوعه وذيوع أمره؛ ونتيجة ذلك حصول السوء.

#### 7. صيانة مقدّسات المجتمع:

من خلال الابتعاد عن إهانتها، حتّى لا تتحرّك الغرائز دفاعاً عمّا يعتقدّه الناس مقدّساً؛ ولو كان في نفسه غير ذلك، وحتّى لا يتسبّب بالإساءة إلى مقدّسات الآخرين. وقد نهى القرآن الكريم عن التعرّض لآلهة المشركين وأصنامهم بالشتيم والسباب، على الرغم من كونها باطلة؛ لا احتراماً لها في معتقد التوحيد، وإنّما ذلك لأجل قطع الطريق على الإساءة إلى ساحة المولى -تعالى-: ﴿وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ كَذَلِكَ زَيْنًا لِكُلِّ أُمَّةٍ عَمَلُهُمْ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِمْ مَرْجِعُهُمْ فَيُنَبِّئُهُمْ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ﴾ (3). لذا فإنّ «عموم التعليل المفهوم في قوله: ﴿كَذَلِكَ زَيْنًا لِكُلِّ أُمَّةٍ عَمَلُهُمْ﴾ يفيد عموم النهي لكلّ قول سيئ يؤدي إلى ذكر شيء من المقدّسات الدنيّة بالسوء بأيّ وجه أدّى» (4).

هذه بعض المعايير القرآنيّة التي تساعد -على أقلّ تقدير- في رسم منهج إعلامي مسؤول.

#### ثانياً: التشريع الوضعي ونقاط الالتقاء:

لقد حملت القوانين الوضعيّة كثيراً من تلك المعايير الدنيّة المشار

(1) سورة النور، الآية 19.

(2) سورة المائدة، الآية 101.

(3) سورة الأنعام، الآية 108.

(4) الطباطبائي، محمّد حسين: الميزان في تفسير القرآن، لا، ط، قم المقدّسة، منشورات جماعة المدرّسين في قم المقدّسة، لا، ت، ج 7، ص 314.



إليها، بما يكشف عن أن مساحة الالتقاء والتوافق بينهما واسعة، وبالإمكان تطويرها وتعزيزها، بما ينسجم مع القناعات الأخلاقية والدينية والتطلعات على المستوى الحداثي.

وسأتناول مجموعة من نقاط الاتفاق على ضوء قانون المطبوعات الصادر عام 1962م، والمعدل عام 1983م، وقانون البث الفضائي في الجمهورية اللبنانية الصادر عام 1996م:

1. حظر نشر ما ينافي الأخلاق والآداب العامة<sup>(1)</sup>.
2. حظر الأخبار الكاذبة عن سوء نية<sup>(2)</sup>.
3. حظر كل ما يُعدّ تحريضاً على الإجرام أو التشويق إليه<sup>(3)</sup>.
4. حظر القذح والذمّ للأشخاص والجهات المعنوية<sup>(4)</sup>.
5. حظر النشر والبثّ لكلّ ما يُعدّ تحقيقاً لإحدى الديانات المعترف بها في البلاد، وحظر إثارة النعرات الطائفية أو العنصرية<sup>(5)</sup>.
6. تجريم التهويل والتهديد، بما يسيء إلى الكرامة وللشرف<sup>(6)</sup>.
7. لزوم الردّ والتصحيح للأنباء الخاطئة أو الكاذبة المتعلقة بالمصالح العامة<sup>(7)</sup>.
8. منع بثّ كلّ ما من شأنه أن يؤدي إلى ترويح العلاقة مع العدو الصهيوني<sup>(8)</sup>.

ولا بدّ -على ضوء ما تقدّم- من النظر بتفاؤل إلى المشهد الإعلامي على المستوى القانوني، من حيث المبدأ؛ لأنّ المشرّع قد لاحظ مجموعة

(1) انظر: قانون جرائم المطبوعات، الفصل الثالث حول ما يحظر نشره، المادة 12؛ قانون البثّ الفضائي، المادة الثالثة، النقطة الرابعة، الفقرة ج.

(2) انظر: قانون جرائم المطبوعات، م.س، الفصل الأول، المادة 2-3.

(3) انظر: م.ن، الفصل السابع، المادة 24.

(4) انظر: م.ن، الفصل 5، المادة 17.

(5) انظر: م.ن، الفصل السابع المادة 25؛ قانون البثّ الفضائي، م.س، المادّة الثالثة، النقطة الرابعة، الفقرة د.

(6) انظر: قانون جرائم المطبوعات، م.س، الفصل الرابع، المادة 16.

(7) م.ن، الفصل الثاني، المادّة 4.

(8) انظر: قانون البثّ الفضائي، م.س، المادة الثالثة، النقطة الرابعة، الفقرة هـ.

مهمّة من القيم الدنيّة والأخلاقيّة، وعبر عن إدراكه ووعيه للمصالح والمفاسد في ميدان الإعلام، وبخاصّة إذا ما عمل على تطبيق هذه التشريعات.

إنّما هذا التوافق النسبي - ولو بدرجة عالية - لا يعني بالضرورة التطابق في فهم الإشكاليّة والمعايير المطلوبة بين الدّين والقانون الوضعي، فضلاً عن الغاية المتوخّاة من ميدان الإعلام.

فالدين يهدف على ضوء المعايير القرآنيّة والروائيّة أنفة الذكر إلى تحقيق الهدف الرسالي الذي عمل له الأنبياء على طول التاريخ الإنساني، وهو ربط الإنسان وجوداً وحركة ومعاداً بالخالق جلّ وعلا، وصناعة الإنسان بالعلم والسلوك صناعة ربّانيّة؛ وهذا يعني رفض أيّ تقنين بشري يؤدّي إلى نقض الغاية والغرض.

وعلى سبيل المثال، فإنّ القانون الوضعي يعطي للحريّة الشخصية أهميّة محوريّة ويفرّع عليها حريّة التعبير والرأي بأشكاله المختلفة. والدين وإن أعطى قيمة للحريّة الشخصية، لكنّه يختلف مع القانون الوضعي في محدّدات هذه الحريّة وأشكالها، كما يختلف معه في طبيعة القيم الأخلاقيّة والتربويّة التي قد تؤخذ بعين الاعتبار؛ بل قد لا يرى القانون الوضعي أنّه غير معنيّ بهذه القيم بدرجة معيّنة في مرحلة من المراحل؛ فحين يرى الدين أنّ هذه القيم ثابتة لا تتغيّر ولا تتبدّل في فلسفته الأخلاقيّة، قد يرى القانون الوضعي استناداً إلى الفلسفة الأخلاقيّة التي يؤمن بها وينطلق من خلالها أنّها نسبيّة.

ومن ناحية أخرى لا يبدو القانون الوضعي معنيّاً أو مهتمّاً بالغاية الدنيّة التي أشرنا إليها.

ومن الطبيعي حينئذ أن ينتج عن هذه المفارقة الفلسفيّة اختلافٌ في الفهم والمعالجة. إنّ هذه اللفتة لا تعني أنّنا ندعو إلى إعلام ديني بالمعنى الخاصّ، وإنّما ندعو لتوسيع مساحة التوافق إلى أبعد مدى بين

الغاية والقيم الدنيئة وبين التشريعات الوضعية بشكل تتسجم مع طبيعة مجتمعاتنا العربية والإسلامية وهويتها.

### ثالثاً: إشكاليات المشهد الإعلامي المعاصر:

إنّ المشهد الإعلامي المعاصر تشوبه إشكاليات من نواحي متعدّدة؛ أبرزها:

1. إشكالية الإعلام الجديد (New Media) الذي بدأت فكرته في عام 1984م، ويعبّر «البعض» عنه بإعلام الواقع؛ حيث شكّل في حدّ ذاته ثورة على المستوى الإعلامي والفكريّ من خلال تقنيّات التواصل، أفراداً وجماعات عبر الإنترنت، والهواتف الذكية، واليوتيوب، والفيسبوك، وتويتر، وغيرها من الوسائل التي أوجدت حياة أخرى افتراضية، خرج فيها الفرد أو الجماعة عن مجرد التلقّي والتقبّل للحدث، إلى المشاركة في صنعه. ومن الملاحظ أنّ هذا الإعلام الجديد، وفي الوجه الآخر له، يشارك في التحريض على العنف، وعلى إثارة المشاعر الطائفية والمذهبية والعرقية، وبخاصّة عندما يدخل على الحدث معلقاً ومشاركاً، ويساعد على نشر الإباحية والترويج لمجموعة من القيم الاجتماعية المنحرفة، سواء أكان ذلك على مستوى العلاقة الأسرية (حريّات الأولاد المتفلّنة والتمردية)، أم العلاقة الزوجية (الخيانة الزوجية/ علاقة المثليين...)، أو العلاقات العامة.

مضافاً إلى ذلك، يبدو الإعلام الجديد فاقداً للصدقية، ومحتاجاً إلى تثبّت وتوثيق، وقد شاهدنا وما زلنا كيف أنّه تُنقل لنا جرائم حصلت في بلد على أنّها تقع في بلد آخر، بدافع التحريض وتذكية الصراعات في البلد الآخر، أو تركيب صور غير واقعية، أو نشر أخبار كاذبة، وغير ذلك.. ويعترف العاملون والباحثون في ميدان الإعلام الجديد بالفراغ التشريعيّ الذي يزيد من المخاطر المترتبة. ويجب الالتفات هنا إلى

أن المعايير الدينيّة والأخلاقيّة تتمتع بنوع من الثبات، بحيث تنتج رقابة ذاتيّة عند الإنسان؛ لكنّ الاعتماد على الضمير وحده لا يكفي، ما لم ترافقه التشريعات الملزمة، والتي ترتّب مسؤوليّات وتبعات؛ كما يشير إليه قوله -تعالى-: ﴿وَلَكُمْ فِي الْقِصَاصِ حَيَوةٌ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ﴾ (1).

2. لقد شاهدنا في الفترة الأخيرة طفرة في الإعلام الدينيّ أخذ يسابق فيها نحو الاستفادة القصوى من التقنيّات المتاحة، ولا سيّما مع تزايد المدّ الدينيّ والصحة الإسلاميّة من جهة، وتوافر القدرات الماليّة، ودعم بعض الحكومات والجهات له من جهة أخرى. وإذا كان هذا الإعلام قد أتاح الفرصة لكل طائفة ومذهب أن يعرض ما يعتقده ويؤمن به بصورة مباشرة وبلا مداخلات من أحد، لكنّه أثار تناقضاً تعصّيباً، وأعطى الفرصة -أيضاً- للاتّجاهات المتطرّفة في كلّ طائفة ومذهب لتطلق العنان لأفكارها وآرائها، مثيرة بذلك مخاطر الفتنة والصراعات الدينيّة، وبخاصّة داخل الساحة الإسلاميّة.

إنّ قيم الدين الإلهيّ وتعاليم الإسلام الحنيف تأبى التطرّف والتعصّب وتبذهما وتدينهما، ولكنها تحتاج إلى من يعينها على ذلك. والشرط الأوّل للإعلام الدينيّ المسؤول هو عدم الإساءة لمعتقدات الآخرين ومقدّساتهم، تحت أيّ عنوان، ومهما كانت الذريعة. وهذا هو موقف الإسلام في موضوعات الخلاف مع الآخرين، وفي اختلافات بعض المسلمين مع بعضهم الآخر، مذاهب وأحزاباً؛ حيث يقول -تعالى-: ﴿ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ السَّبِيَّةَ مَنُ أَعْلَمُ بِمَا يَصِفُونَ﴾ (2). وليس الدفع إلّا بالإغضاء والصفح عن إساءة المسيء؛ لكننا في نهاية المطاف نحتاج إلى تشريع مناسب يتعلّق بالإعلام الدينيّ وحدود التعبير وإبداء الأفكار، بحيث يعطي مساحة من الحرّيّة، ويمنع الفتن في أن واحد.

(1) سورة البقرة، الآية 179.

(2) سورة المؤمنون، الآية 96.

ولتوضيح هذه الإشكالية أكثر، لا بد من بحث علاقة الإعلام المعاصر بالإسلام، حيث كنا فيما مضى حذرين جداً في تقديم أي صورة عن الإسلام وشخصياته التاريخية، وبخاصة في صدر الإسلام، ونعتبر ذلك مساساً بالمقدسات، باعتبار أن الإعلام لن يفي حق هذه المقدسات، وقد يسيء إليها بصورة غير مقصودة؛ لكننا تجاوزنا هذا الحذر وسقط كثير من تلك المحظورات، وبات كل ما لدينا مادة إعلامية تظهرها أدوات الإنتاج الإعلامي متشخصة واضحة، ما خلا صورة النبي الأكرم ﷺ، وقد يكون لهذا التطور تبريره، والادعاء بأنه لا مخاطرة في ذلك كله؛ لكن الخطورة في أن يبدأ إعلامنا الديني في بيئتنا العربية والإسلامية متماهياً مع الإعلام الديني المسيحي في الغرب، وبخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث الكرازة التي يليقها الدعاة والمبشرون المسيحيون على التلفزيون، ويتخللها مزاعم للمعجزات، كشفاء المرضى بأمراض مختلفة، كما كان يفعل عيسى بن مريم ﷺ، وتتحول هذه البرامج إلى تسجيلات معدة للبيع أو دعوة للاشتراك في القناة، كما قاله الفيلسوف الفرنسي الجزائري المولد جاك دريدا (ت: 2004 م): هل يمكن أن يصل بعض الدعاة الإسلاميين، على وسائل الإعلام، إلى هذا الحد؟!

يقول المتخصص في شؤون الاستشراق والإسلام ليون برخو في خلاصة دراسة أعدّها عن علاقة الإعلام العربي بالإسلام في العصر الحديث مقارنة بالإعلام الإنكليزي: «إن بعض دعاة الإسلام، وبعض القنوات الإعلامية، على وشك - إن لم تكن قد فعلت ذلك للتو - تقديم الإسلام للمتلقي بالطريقة ذاتها التي يقوم بها الداعية المسيحي البروتستانتي، أو غيره؛ أي جعل الإسلام سلعة أو دعاية تجارية غرضها تحقيق أكبر قدر من الربح للإعلام، كشركة تجارية أو أيديولوجية»<sup>(1)</sup>!

3. لا بد أن نسمح لأنفسنا، ونحن نواجه مرحلة تاريخية صعبة على

(1) ليون، برخو: «كيف نحلل علاقة الإعلام مع الإسلام في العصر الحديث»، موقع اللقاء الإلكتروني.

مختلف الصعد، أن نسأل عن التشريع، ومدى حضوره في عمل القنوات الفضائية التي تحوّلت إلى منابر إعلامية لا تعنى بالشأن الوطني لبلادها بقدر ما تعنى بالشؤون الإقليمية وأوضاع الدول الأخرى، رافعة الرايات، وداعية إلى الثورات تحت شعارات الدين أو حقوق الإنسان والديمقراطية!

والإشكالية هنا ليست في المصادقية فقط: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَمْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ﴾ (٢) ﴿كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ﴾ (١)؛ وإنما في التسييس المفرط الذي يصل إلى حدّ (العدوان) بالدعاية والتحريض، ونرى الفجوة القانونية على المستوى الإقليمي - جامعة الدول العربية مثلاً-، وعلى المستوى الدولي - مؤسّسات هيئة الأمم المتحدة مثلاً- واضحة جليّة، وربما قد يعود الحديث عن التشريع هنا سداجة!

### خاتمة:

يوجد عمل كثير علينا أن ننجزه في هذا الصدد؛ تأصيلاً من جهة، وتشريعاً وتقنيّة من جهة أخرى، على طريق الارتقاء بالإعلام العربي والإسلامي نحو هويّته الحضارية، وأهدافه النبيلة، ولا سيّما الوحدة بين المسلمين، واستعادة المقدّسات.

وهذا ما لا يمكن تحقيقه إلّا بعد رسم الإطار الإسلامي والأخلاقي للعمل الإعلامي على ضوء المعايير القرآنية والنبوية بعيداً عن التعصّب وإنكار الرأي الآخر، ثمّ الخروج عن السوق والاتّجار الإعلامي إلى الرسالية المسؤولة. وأرجو أن تكون هذه المقالة فتحاً لباب النقاش الأوسع في الإشكاليات المعاصرة، والمعايير الإسلامية المناسبة وصياغة الحلول المقترحة لنصل إلى النتائج المرجوة.

(1) سورة الصف، الآيتان 2-3.