

# العمل الإعلامي في الفقه الإسلامي

بحث مقدم إلى

مؤتمر القانون والإعلام المنعقد بكلية الحقوق جامعة طنطا

إعداد

الأستاذ الدكتور

محمد فتح الله النشار

أستاذ الفقه المقارن بكلية الشريعة والقانون بدمنهور

ووكيل الكلية السابق

## بسم الله الرحمن الرحيم

### المقدمة

الحمد لله الرحيم الرحمن، خلق الإنسان علّمه البيان، وأصلي وأسلم على من أرسله ربه بالقرآن، فهدى به من الضلالة، وبصر به من العمى، وأزال به وجه الطغيان، ورضي الله تعالى عن الصحابة الأعلام، وعلى من اتبعهم وسار على نهجهم واقتفى أثرهم إلى يوم الفرقان، وسلم تسليماً كثيراً.

وبعد...

فإن شريعة الله الخالدة جاءت بصلاح الدنيا والدين، وأرشدت العباد إلى ما فيه نفعهم في الدنيا والآخرة، وبينت أن الخير كل الخير في اتباع منهج الله ورسوله في التعامل مع قضايا الدين والدنيا، وقضية الإعلام بمفهومه المعاصر هي قضية نتجت عن التقدم العلمي الملموس في مجالات التقنية والاتصالات والأقمار الصناعية، وبرزت أهميتها من خلال درجة التأثير في ثقافة الفرد والمجتمع، بعد أن جعلت من العالم قرية صغيرة.

ولما كانت جامعة طنطا قد عازمت على إقامة مؤتمرها العلمي الرابع تحت عنوان " القانون والإعلام " فقد أحببت أن أشرك في هذا المؤتمر ببحث في أحد محاوره، وهو المحور الثالث: " الإعلام والمحافظة على القيم الدينية والاجتماعية للمجتمعات " والبحث بعنوان: " العمل الإعلامي في الفقه الإسلامي " .

وقد اقتضت طبيعة البحث أن أقسمه إلى مبحث تمهيدي، وثلاثة مباحث، وخاتمة.

أما المبحث التمهيدي فقد تناولت فيه التعريف بالعمل الإعلامي وبيان أركانه ووسائله.

وفيه ثلاثة مطالب:

**المطلب الأول:** تعريف العمل الإعلامي

**المطلب الثاني:** أركان العمل الإعلامي

**المطلب الثالث:** وسائل الإعلام

وأما **المبحث الأول**: فقد تناولت فيه الحكم التكليفي للعمل الإعلامي في الفقه الإسلامي.

وفيه مطلبان:

**المطلب الأول**: مشروعية العمل الإعلامي

**المطلب الثاني**: تحول الحكم من الأصل إلى غيره

وأما **المبحث الثاني**: فقد جعلته في خصائص العمل الإعلامي الهادف ووظائفه في الفقه الإسلامي.

وفيه مطلبان:

**المطلب الأول**: خصائص العمل الإعلامي الهادف في الفقه الإسلامي

**المطلب الثاني**: وظائف العمل الإعلامي في الفقه الإسلامي

وأما **المبحث الثالث**: فقد تناولت فيه مثالب العمل الإعلامي الضار على الفرد والمجتمع في الفقه الإسلامي.

وفيه مطلبان:

**المطلب الأول**: مثالب العمل الإعلامي على الفرد

**المطلب الثاني**: مثالب العمل الإعلامي على المجتمع

وأما **الخاتمة** فقد تناولت فيها أهم النتائج والتوصيات التي توصل إليها البحث.

والله أسأل أن يمن عليّ بالقبول، وأن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم، وأن ينفع به الإسلام والمسلمين، وأن يتجاوز عما زل به القلم، أو أخطأ به الفكر، أو انحرف به الرأي، إنه ولي ذلك والقادر عليه.

الأستاذ الدكتور

محمد فتح الله إبراهيم النشار

أستاذ الفقه المقارن، ووكيل كلية الشريعة والقانون

بدمنهور السابق

## المبحث التمهيدي

### التعريف بالعمل الإعلامي وبيان أركانه ووسائله

يشتمل هذا الفصل على ثلاثة مباحث:

**المطلب الأول:** تعريف العمل الإعلامي

**المطلب الثاني:** أركان العمل الإعلامي

**المطلب الثالث:** وسائل الإعلام

### المطلب الأول

#### تعريف العمل الإعلامي

نعرف بالعمل أولاً في اللغة والاصطلاح، ثم نعرف ثانياً بالإعلام، ثم نعرف

ثالثاً بالعمل الإعلامي باعتباره مركباً إضافياً.

**أولاً: تعريف العمل لغة واصطلاحاً**

**١- العمل لغة:**

العمل: المهنة والفعل، والجمع أعمال، عمل عملاً، وأعمله غيره، واستعمل

فلان غيره: إذا سأله أن يعمل له، واستعمله: طلب إليه العمل<sup>(١)</sup>.

**٢- العمل اصطلاحاً:**

عرف العمل اصطلاحاً بأنه الجهد الجسدي الذي يقوم به الإنسان من أجل

تحقيق هدف معين يعود عليه بالنفع.

كما عُرّف بأنه: الطاقة أو الجهد الحركي الذي يبذله الإنسان من أجل

تحصيل أو إنتاج ما يؤدي إلى إشباع حاجة معينة<sup>(٢)</sup>.

كما عرف بأنه: كل فعل كان بقصد وفكر، سواء كان من أفعال القلوب

كالنية، أم من أفعال الجوارح<sup>(٣)</sup>.

---

(١) لسان العرب لابن منظور، طبعة دار صادر، بيروت، الطبعة الثالثة، ١٤١٤هـ، (١١/٤٧٥).

(٢) موقع <https://wikipedia.org> على شبكة الإنترنت.

(٣) معجم لغة الفقهاء لقلعه جي، وقنيبي، طبعة دار النفائس للطبع والنشر، طبعة ثانية، ١٩٨٨م،

ص(٣٢٢).

## ثانياً: تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً

### ١- الإعلام لغة

الإعلام في لغة العرب: مصدر أَعْلَمَ، ومادته: ع ل م، وهي تفيد الإخبار، يقال: أَعْلَمَهُ إِعْلَامًا بِمَعْنَى: أَخْبَرَهُ إِخْبَارًا، وَأَعْلَمْتَهُ بِالشَّيْءِ: أَشْعَرْتَهُ بِهِ، يُقَالُ: عَلِمْتَ بِخَبْرٍ قَدُومِهِ، أَيْ شَعَرْتَ بِهِ. وَالْعِلْمُ نَقِيضُ الْجَهْلِ. وَهُوَ صِفَةٌ مِنْ صِفَاتِ الرَّحْمَنِ ﷻ فَهُوَ الْعَلِيمُ، وَالْعَالِمُ، وَالْعَلَامُ، يُقُولُ ﷻ: ﴿إِنَّ رَبَّكَ هُوَ الْخَلَّاقُ الْعَلِيمُ﴾<sup>(٤)</sup>، وَيُقَالُ: ﴿هُوَ اللَّهُ الَّذِي لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ عَالِمُ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ هُوَ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ﴾<sup>(٥)</sup>، وَيُقَالُ: ﴿وَأَنَّ اللَّهَ عَلَّامُ الْغُيُوبِ﴾<sup>(٦)</sup>.

وجاء الإعلام بمعنى التبليغ، يقال: بلغت القوم بلاغاً، أي أوصلتهم إلى المطلوب، يقول ﷻ: ﴿وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ﴾<sup>(٧)</sup>، والبلاغ: ما يبُلِّغُك ويصلُّك، وقد جاء في الأثر عن النبي ﷺ من حديث عبد الله بن عمرو - رضي الله عنهما - أنه قال: «بَلَّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً، وَحَدِّثُوا عَن بَنِي إِسْرَائِيلَ وَلَا حَرَجَ، وَمَنْ كَذَبَ عَلَيَّ مُتَعَمِّدًا، فَلْيَتَّبِعُوا مَقْعَدَهُ مِنَ النَّارِ»<sup>(٨)</sup>، فَأَعْلَمَ وَأَبْلَغَ وَبَيَّنَّ وَأَوْصَلَ تعني: إشاعة المعلومات وبنائها وتعميمها ونشرها وإذاعتها بين الناس<sup>(٩)</sup>.

### ٢- تعريف الإعلام اصطلاحاً

عرف الإعلام بتعريفات عديدة، نظراً لاتساع مفهومه، وتعدد وسائله، وتنوع أغراضه في العصر الحالي، ومن هذه التعريفات:

(٤) سورة الحجر، من الآية (٨٦).

(٥) سورة الحشر، الآية (٢٢).

(٦) سورة التوبة، من الآية (٧٨).

(٧) سورة القصص، الآية (٥١).

(٨) صحيح البخاري، كتاب أحاديث الأنبياء، باب ما نكر عن بني إسرائيل، (٤/١٧٠)، حديث رقم (٣٤٦١).

(٩) لسان العرب لابن منظور: (٤١٦/١٢: ٤٢٢)، القاموس المحيط للفيروزآبادي، ص (١١٤٠).

١. «التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت»<sup>(١٠)</sup>.

ويُقصد بالتعبير الموضوعي: نقل تعبير الجمهور واتجاهاته وأفكاره تجاه القضايا بموضوعية وحياد، أي دون تدخل<sup>(١١)</sup>.

٢. «تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم»<sup>(١٢)</sup>.

ويلاحظ على التعريفين السابقين وغيرهما من التعريفات التي تعالج موضوع الإعلام من نطاق موضوعي: الفجوة الواضحة بين الموضوعية - وهي ما أشارت إليه هذه التعريفات - والواقعية، حيث يشير الواقع الملموس للإعلام الحديث أنه بدأ إعلاماً موجهاً، يخضع في الغالب لتوجهات ومصالح القائمين عليه، فضلاً عن أنه - أي الإعلام الحديث - لم يعد في الغالب يعبر عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم، وإنما يعبر - وبصورة واضحة - عن عقلية القائمين عليه، واتجاهاتهم وميولهم<sup>(١٣)</sup>.

٣. عُرّف الإعلام الإسلامي بأنه « تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي، المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله ﷺ بصفة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية

---

(١٠) نقل هذا التعريف د. محي الدين عبد الحلیم في كتابه: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، طبعة مكتبة الخانجي، ١٩٨٤م، ص(١٤) عن العالم الألماني (أوتوجروت).

(١١) الإعلام ضوابطه وأحكامه الشرعية، لحسام خليل عايش، رسالة ماجستير من كلية الشريعة والقانون في الجامعة الإسلامية بغزة، ٢٠٠٧م، ص(٤).

(١٢) الإعلام والاتصال بالجماهير، د/ إبراهيم إمام، طبعة مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الأولى، ١٩٦٩م، ص(١٢).

(١٣) في هذا المعنى: العمل الإعلامي في الفقه الإسلامي، د/ ياسر دريالة، رسالة دكتوراه، جامعة طنطا، كلية الحقوق، ص(١٣، ١٤).

واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب، يعي الحقائق الدينية، ويدركها، ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته»<sup>(٤)</sup>.

٤- هو: «بيان الحق وتزيينه للناس بكل الطرق والأساليب والوسائل العلمية المشروعة، مع كشف وجوه الباطل وتقبيحه بالطرق المشروعة، بقصد جلب العقول إلى الحق، وإشراك الناس في نوال خير الإسلام وهديه، وإبعادهم عن الباطل، وإقامة الحجة عليهم»<sup>(٥)</sup>.

ويلاحظ على التعريفين السابقين أنهما يسويان بين الإعلام والدعوة، مع أن الدعوة أخص من الإعلام، فالإعلام يشمل مفهوم الدعوة والإخبار وغير ذلك، أما الدعوة فتمثل جانباً من العملية الإعلامية، فضلاً عن أن التعريفات المعهود فيها الدلالة على المعرف بعبارات موجزة، خلافاً لما جاء فيهما من إسهاب هو إلى الشرح أقرب من التعريف.

وعلى أية حال فإن التفرقة بين الإعلام بصفة عامة والإعلام الإسلامي لا تختلف إلا في منهج إيصال المعلومة إلى المتلقي، فإذا كان هذا المنهج يعتمد بالأساس على الصدق والشفافية وتحري الحقيقة، وعدم إثارة الفتنة في المجتمعات، والنظر إلى مآلات النشر والإخبار، فهو إعلام إسلامي؛ لأن الذي رسخ هذه الصفات ووضع أسسها هو الدين الإسلامي، أما إذا كان الإعلام يعتمد على الكذب والتضليل، والخداع والتلفيق، وقلب الحقائق، وإثارة الفتنة في المجتمعات، فإنه لا يمكن إضفاء هذه الصفة عليه؛ لأن هذا يتنافى مع قيم ومبادئ الشريعة الإسلامية.

وبعد هذا العرض لتعريفات الإعلام يمكن تعريفه بأنه «إيصال المعلومات والأخبار للمتلقي بإحدى وسائل الاتصال، لتحقيق غرض للمرسل، وتلبية حاجة للمتلقي، وتحقيق غاية للمجتمع»

---

(١٤) الإعلام الإسلامي: الأصول والقواعد والأهداف، د/ محيي الدين عبد الحليم، ص(٥٤).

(١٥) رجل الإعلام الإسلامي للفتياني، نقلاً عن الإعلام، ضوابطه وأحكامه الشرعية لعائش، ص(٥)، الإعلام في ضوء الإسلام، د/ عمارة نجيب، ص(١٧، ١٨)، العمل الإعلامي في الفقه الإسلامي، د/ ياسر دريالة، ص(١٤).

### ثالثاً: تعريف العمل الإعلامي باعتباره مركباً إضافياً

من خلال ما سبق من تعريف كل من العمل والإعلام فإنه يمكن تعريف العمل الإعلامي بأنه: «إرسال رسالة معينة من المرسل إلى المستقبل بهدف تحقيق نفع أو مصلحة من خلال وسائل الإعلام المتعددة»<sup>(١٦)</sup>.

#### المطلب الثاني

#### أركان العمل الإعلامي

الإعلام كما مر معنا في التعريف عملية تواصل بين المرسل والمستقبل، بهدف إيصال رسالة إلى المتلقي، بوسيلة من وسائل الاتصال، ومن ثم فإن العملية الإعلامية تقوم على أركان أربعة: المرسل، والمستقبل، والرسالة، والوسيلة.

#### الركن الأول

#### المرسل

**المُرسل:** هو الذي يصوغ الرسالة ويعدها، ويوجهها نحو المستقبل، فمن يقوم بإعداد الرسالة وصياغتها وإرسالها، سواء أكان متحدثاً في الإذاعة أو التلفزيون أو على شبكة التواصل الاجتماعي، أو محرراً في صحيفة، أو معداً للبرامج في الوسائل الإعلامية المختلفة فهو المرسل<sup>(١٧)</sup>.

ومن ثم فإن المرسل هو من يقوم بإعداد الرسالة لإيصالها للناس بوسيلة معاصرة، وقد يكون فرداً أو جماعة أو مؤسسة. والمرسل الناجح هو من يهتم بالرسالة الإعلامية، فيبحث عن الخبر الجديد والمثير، ويعمل على تحقيق السبق الإعلامي، كل ذلك وفق ضوابط شرعية محددة، لا ينبغي على المرسل تجاوزها، بل عليه الالتزام بها، حتى لا يقع تحت دائرة الإثم والعقوبة، ومن هذه الضوابط:

---

(١٦) دور المرأة في المجال الإعلامي المعاصر في الفقه الإسلامي، صفاء محمد المبيض، طبعة عام ٢٠٠٩م، ص (٥٦).

(١٧) مدخل إلى لغة الإعلام، د/ جان جبران كرم، الطبعة الثانية، ١٩٩٢م، ص (١٢)، الإعلام ضوابطه وأحكامه الشرعية لعائش، ص (٣٠).



### أولاً: التحقق من صدق الخبر (مصدر الرسالة)

وهذا يتحقق بالتحري والدقة في اختيار المصدر الذي يستقي منه المعلومة، فضلاً عن التحقق من مطابقتها للحقيقة والواقع، إعمالاً لقول المولى سبحانه: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾<sup>(١٨)</sup>.

فلا يجوز للمرسل التسليم بصحة الخبر من مصدره، وإنما يلزمه التأكد من صدقه وصحته، والتحقق من ذلك من كل مصدر متاح له، وعدم الاكتفاء برواية المصدر<sup>(١٩)</sup>.

### ثانياً: التزام الصدق في نقل الخبر (الرسالة)

والصدق: هو مطابقة الكلام للواقع بحسب اعتقاد المتكلم، وهو خلاف الكذب<sup>(٢٠)</sup>، فلا يجوز للمرسل أن يتعمد الكذب، بل عليه أن يتحرى الصدق في نقل الخبر إلى المستقبل، ولا يجوز له إخفاء شيء من الحقيقة بقصد التضليل، أو التعمية، وذلك انطلاقاً من منهج القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، يقول ﷺ: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾<sup>(٢١)</sup>، ويقول النبي ﷺ: «إِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَصْدُقُ حَتَّىٰ يَكُونَ صِدِّيقًا. وَإِنَّ الْكُذْبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَكْذِبُ حَتَّىٰ يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا»<sup>(٢٢)</sup>.

ولكن ليس كل خبر صادق يجوز نشره، بل ينبغي حجب الخبر الذي فيه إضرار بالمصلحة العامة، وهذا من باب المحافظة على الأمن الاجتماعي، فلا يجوز

(١٨) سورة الحجرات، الآية رقم (٦).

(١٩) الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، كرم شلبي، طبعة دار الشروق، جدة، ص (٨٨).

(٢٠) معجم لغة الفقهاء لقلعه جي، وقنبيبي، ص (٢٧٢).

(٢١) سورة التوبة، الآية (١١٩).

(٢٢) أخرجه البخاري في كتاب الأدب، باب قول الله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾ [التوبة: ١١٩] وما ينهى عن الكذب، (٢٥/٨)، رقم (٦٠٩٤)، ومسلم في كتاب البر والصلة والآداب، باب قبح الكذب وحسن الصدق وفضله، (٢٠١٢/٤)، رقم (٢٦٠٧) من حديث عبد الله بن مسعود رضي الله عنه.

نشر الأخبار التي تمس هذا الأمن، التي بها مساس بالقيم والمبادئ الاجتماعية؛ لأن مصلحة الأمة فوق كل مصلحة، ويدفع عنها الضرر العام، ولو بتحمل الضرر الخاص كما تقضيه القواعد الفقهية<sup>(٢٣)</sup>. والحق ﷺ يقول: ﴿إِنَّ الدِّينَ يُحْبُونَ أَنْ تَشِيَعَ الْفَاحِشَةُ فِي الدِّينِ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾<sup>(٢٤)</sup>. فالمرسل سواء أكان فردًا أم جماعة أم مؤسسة عليه أن يقدر المصالح والمفاسد التي ستترتب على نشر الخبر، وعليه أن يعلم أنه المسئول عن الضرر الذي يترتب على نشر الخبر، مصداقًا لقول الحق ﷺ: ﴿وَقِفُوهُمْ إِنَّهُمْ مَسْئُولُونَ﴾<sup>(٢٥)</sup>، وقوله ﷺ: ﴿مَا يَلْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ﴾<sup>(٢٦)</sup>.

### ثالثًا: المحافظة على خصوصيات الأفراد

وذلك لأن حياة الأفراد الخاصة لها حرمة وخصوصية، ولا يجوز للمرسل انتهاك هذه الحرمة، أو اقتحام هذه الخصوصية، ونشر شيء عنها من دون إذن صاحبها، وإلا كان متجاوزًا لحدده، وهذا ما كفلته الشريعة الإسلامية والقوانين الوضعية. فالشريعة عندما قررت حرمة المسكن الخاص للأفراد، لم يكن الغرض من ذلك منع الاعتداء على الملكية فقط، وإنما تعدى الأمر في نظرها إلى حماية خصوصية سكانها، ولذا أباح النبي ﷺ لأصحابها فقاً عين المتلصص عليهم من تقب الباب، حيث اعتدى على الخصوصية، وليس الملكية، وفي هذا يقول المصطفى ﷺ: «مَنْ اطَّلَعَ فِي بَيْتِ قَوْمٍ بِغَيْرِ إِذْنِهِمْ، فَقَدْ حَلَّ لَهُمْ أَنْ يَفْقَنُوا عَيْنَهُ»<sup>(٢٧)</sup>، وفي

(٢٣) القواعد في هذا الشأن كثيرة منها قاعدة: " يَتَحَمَّلُ الضَّرْرَ الْخَاصَّ لِدَفْعِ الضَّرْرِ الْعَامِّ " [شرح القواعد الفقهية للزرقا، ص(١٩٧)]، ومنها قاعدة: " الضرر يزال " [الأشباه والنظائر للسيوطي، ص(٨٣)، الأشباه والنظائر لابن نجيم، ص(٧٢)].

(٢٤) سورة النور، الآية (١٩).

(٢٥) سورة الصافات، الآية(٢٤).

(٢٦) سورة ق، الآية (١٨).

(٢٧) صحيح مسلم، كتاب الآداب، باب تحريم النظر في بيت غيره، (٣/١٦٩٩)، حديث رقم (٢١٥٨)، من حديث أبي هريرة ؓ.

رواية: «مَنْ اطَّلَعَ فِي بَيْتِ قَوْمٍ بِغَيْرِ إِذْنِهِمْ فَفَقَّنُوا عَيْنَهُ، فَلَا دِيَّةَ لَهُ، وَلَا قِصَاصَ»<sup>(٢٨)</sup>.

#### رابعاً: الحصول على الخبر بطريق مشروع

من الضوابط الأساسية في هذا الباب التزام المرسل بتوخي الحذر والحيطه في الحصول على الخبر، فلا يجوز له أن يحصل عليه بطريق غير مشروع، كالتجسس أو التصنت، أو الحصول على الخبر خلسة، من دون مراعاة حقوق أصحابه، إلا إذا كان في ذلك مساعدة للعدالة، والتزم المرسل بالضوابط الشرعية والقانونية التي تُفرض في مثل هذه الظروف، كالحصول على إذن قانوني أو قضائي بالتسجيل أو الحصول على المعلومة، والدليل على ما سبق هو قول الحق ﷺ: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا»<sup>(٢٩)</sup>.

وقد جاء في تفسير القرطبي في معنى هذه الآية قول عبد الرحمن ابن عوف رضي الله عنه: حرس ليلة مع عمر بن الخطاب رضي الله عنه بالمدينة إذ تبين لنا سراج في بيت بابه مجاف على قوم لهم أصوات مرتفعة ولغط، فقال عمر: هذا بيت ربيعة بن أمية بن خلف، وهم الآن شرب فما ترى؟! قلت: أرى أنا قد أتينا ما نهى الله عنه، قال الله تعالى: "ولا تجسسوا" وقد تجسسنا، فانصرف عمر وتركهم<sup>(٣٠)</sup>.

#### الركن الثاني

##### المستقبل

المستقبل: هو المتلقي، وهو الطرف الآخر لعملية الاتصال، فالرسالة الإعلامية لها طرفان: مرسل ومستقبل، فمن يتلقى الرسالة الإعلامية فهو مستقبل، سواء أكان قارئاً لصحيفة أو لخبر على شبكة التواصل الاجتماعي، أو مشاهداً

---

(٢٨) سنن النسائي، كتاب القسامه، باب من اقتص وأخذ حقه دون السلطان، (٦١/٨) حديث رقم (٤٨٦٠)، من حديث أبي هريرة رضي الله عنه، والحديث صححه الألباني في صحيح الترغيب والترهيب، (٢٤/٣)، رقم (٢٧٢٧).

(٢٩) سورة الحجرات، من الآية (١٢).

(٣٠) تفسير القرطبي، (٣٣٣/١٦).

للتلفزيون، أو مستمعًا للإذاعة، وبصفة عامة فإن المستقبل: هو كل من يتلقى رسالة المرسل<sup>(٣١)</sup>.

والمستقبل هو الهدف من العملية الإعلامية، فهو من توجه إليه الرسالة الإعلامية، وهو من يتفاعل معها في إطار المتغيرات التي تختلف من متلقٍ لآخر، كالسن، والجنس، والتعليم، والعوامل النفسية، والبعد الديني، ويضبط كل هذه المتغيرات الوازع الإيماني لدى المتلقي، حيث إن هذا الضابط هو الذي يجعل المتلقي يبحث عن الرسالة التي لا تشتمل على المخالفات الشرعية.

ومن ثم فإن الضوابط التي تحكم سلوك المتلقي يأتي على رأسها مسؤولية المتلقي أمام المولى ﷺ في تلقي الرسالة في إطار الوازع الديني، الذي يقوم بدور الرقيب على سلوكيات الأفراد، ويشعرهم بمدى المسؤولية عن جميع تصرفاتهم أمام خالقهم، يقول تعالى: ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾<sup>(٣٢)</sup>. هذا أولاً.

ثانيًا: البعد عن المنكر والإعراض عنه وتجنب أصحابه

الرسالة الإعلامية قد تحتوي على المنكر بالمخالفة لضوابط الرسالة الإعلامية، وحينئذ ينبغي على المستقبل أن لا يتبع هواه في تلقي الرسالة، بل عليه أن يراقب المولى ﷺ ويلتزم بالضوابط الشرعية التي تلزمه بالإعراض عن ذلك، يقول تعالى: ﴿وَإِذَا رَأَيْتَ الَّذِينَ يَخُوضُونَ فِي آيَاتِنَا فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ حَتَّى يَخُوضُوا فِي حَدِيثٍ غَيْرِهِ وَإِمَّا يُنسِيَنَّكَ الشَّيْطَانُ فَلَا تَقْعُدْ بَعْدَ الذِّكْرِى مَعَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ﴾<sup>(٣٣)</sup>.

---

(٣١) مدخل إلى لغة الإعلام، د/ جان جبران كرم، ص(١٢)، الإعلام ضوابطه وأحكامه الشرعية لعائش، ص(٣٠).

(٣٢) سورة الإسراء، الآية (٣٦).

(٣٣) سورة الأنعام، الآية (٦٨).

## الركن الثالث

### الرسالة

الرسالة: هي مجموعة عناصر محددة يصوغها المرسل ويقوم بتوجيهها للمستقبل وفق أصول وقواعد محددة<sup>(٣٤)</sup>.

والرسالة تشتمل على المضمون والقالب، وكلا منهما مطلوب في التأثير على المستقبل، لكن المضمون هو الأساس، والقالب هو الشكل الذي يصاغ فيه المضمون، وضعف أي منهما يؤثر على هدف المرسل من إيصال الرسالة.

والرسالة هي أساس العمل الإعلامي؛ إذ عليها يدور كل أركانه، فهي الهدف من العملية الإعلامية، ومن أجلها يعمل المرسل، ويستخدم الوسيلة<sup>(٣٥)</sup>.  
والرسالة حتى تؤدي الغرض الذي من أجله أعدت ووجهت لابد لها من ضوابط، منها:

#### أولاً: الصدق والوضوح

الرسالة حتى تحقق الغرض الذي من أجله أعدت لابد من أن تكون مطابقة للواقع، فلا يجوز أن تكون مكدوبة أو ملفقة، وقد مر ذلك معنا - في ضوابط المرسل - كما ينبغي أن تكون واضحة جلية، بعيدة عن الغموض والتعمية، حتى تلقى القبول لدى المستقبل، وقد بين القرآن الكريم هذا المنهج في غير موضع من كتاب الله تعالى، ففي قصة مواجهة موسى لفرعون بحقيقة رسالته إليه، وأنه جاء ليدعوه إلى عبادة الله الواحد الأحد، هدده بالسجن بقوله: ﴿قَالَ لَنْ اتَّخَذَتِ الْهَاءَ غَيْرِي لِأَجْعَلَنَّكَ مِنْ الْمَسْجُونِينَ﴾<sup>(٣٦)</sup>، فعندئذ جاءت الرسالة من موسى واضحة بينة: ﴿قَالَ أَوْلَوْ جِئْتُكَ بِشَيْءٍ مُبِينٍ﴾<sup>(٣٧)</sup>، أي بأمر واضح بين، وبعد استجابة فرعون لطلبه: ﴿فَأَلْقَى عَصَاهُ فَإِذَا هِيَ ثُعْبَانٌ مُبِينٌ﴾<sup>(٣٨)</sup>، وبعد المواجهة مع السحرة أمام الجماهير، ونظراً

---

(٣٤) مدخل إلى لغة الإعلام، د/ جان جبران كرم، ص (١٢)، الإعلام ضوابطه وأحكامه الشرعية لعائش، ص (٣٠).

(٣٥) الإعلام ضوابطه وأحكامه الشرعية لعائش، ص (٤٤).

(٣٦) سورة الشعراء، الآية (٢٩).

(٣٧) سورة الشعراء، الآية (٣٠).

(٣٨) سورة الشعراء، الآية (٣٢).

لصدق الرسالة ووضوحها، كانت النتيجة: ﴿فَأَلْقَى السَّحَرَةُ سَاجِدِينَ \* قَالُوا آمَنَّا بِرَبِّ الْعَالَمِينَ \* رَبِّ مُوسَى وَهَارُونَ﴾<sup>(٣٩)</sup>.

### ثانياً: تضمين الرسالة الأدلة والبراهين

الرسالة حتى تكون مقنعة ومؤدية للغرض الذي من أجله أعدت لابد أن تكون مقترنة بالأدلة والبراهين التي تؤيد صدقها، وتؤدي إلى إقناع المتلقي، وبالتالي التأثير فيه، وهذا هو منهج القرآن في مخاطبة العقول، فيكلفهم بعبادته، ويسوق لهم الأدلة على استحقاقه للعبادة، يقول تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ اعْبُدُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ \* الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ فِرَاشًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ فَلَا تَجْعَلُوا لِلَّهِ أُندَادًا وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾<sup>(٤٠)</sup>.  
فقد أعقب الحق ﷺ الأمر بالعبادة ببيان تفصيلي عن أسباب استحقاقه لهذا الأمر؛ حيث إنه من تفرد بالخلق والرزق وبسط الأرض ورفع السماء وإنبات الزرع، فاستحق أن يتفرد بالعبادة<sup>(٤١)</sup>.

### ثالثاً: مراعاة حال المستقبل

حتى تكون الرسالة مؤثرة ومؤدية للغرض الذي من أجله أعدت لابد من مراعاة حال المستقبل، فمخاطبة المثقفين تختلف عن مخاطبة غيرهم، ومخاطبة أصحاب حرفة معينة لها أصولها وقواعدها التي يتفاعل معها أصحاب هذه الحرفة، ومخاطبة جمهور الناس تختلف عن هذا وذاك.  
ومن ثم فإن تضمين حال المستقبل في الرسالة من شأنه أن يؤثر على إيجابية الرسالة، وعلى قوة تأثيرها في من توجه إليه

### الركن الرابع

#### الوسيلة

**الوسيلة:** هي الآلية التي يتم بها توصيل الرسالة إلى المستقبل، فالطريقة التي تحمل الرسالة إلى المستقبل سواء أكانت الراديو أو التلفزيون أو الصحيفة أو مواقع

(٣٩) سورة الشعراء، الآيات (٤٦، ٤٧، ٤٨).

(٤٠) سورة البقرة، الآيتان (٢١، ٢٢).

(٤١) في هذا المعنى: الإعلام ضوابطه وأحكامه لعائش، ص(٤٦).

التواصل الاجتماعي والنشر الإلكتروني هي من الوسائل، التي هي أحد أركان العملية الإعلامية، وهذه الوسيلة قد توصل الرسالة مباشرة بمجرد إرسالها، ومشاهدة أو سماع أو قراءة المستقبل لها، وقد يكون الإيصال عن طريق البث غير المباشر؛ وذلك كتسجيل المقاطع ووضعها تحت طلب المستقبل لرؤيتها في الوقت الذي يحدده، مثل مواقع اليوتيوب وغيرها<sup>(٤٢)</sup>.

هذا وقد تطورت الوسائل في العصر الحديث تطوراً هائلاً في ظل ثورة الاتصالات الحديثة ومنها الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) ولذا كان من المناسب أن أذكر الضوابط العامة للوسيلة، ومنها:  
أولاً: أن تكون الوسيلة مباحة في ذاتها، فلا يجوز أن تكون الوسيلة مغموصة، أو محرمة.

ثانياً: ألا تكون الوسيلة ذريعة إلى الوقوع في المحرم.

### المطلب الثالث

#### وسائل الإعلام<sup>(٤٣)</sup>

تطورت وسائل الإعلام منذ بدء الخليقة تطوراً ملحوظاً، فلقد كانت وسائل الاتصال بدائية في بداية الأمر، فالإنسان بفطرته يحتاج إلى غيره من بني جنسه، لتلبية حاجاته، وهذا لا يتم إلا عن طريق الاتصال والتواصل مع أفراد مجتمعه، وقد بدأت هذه الوسائل بالعلامات والإشارات التي كان يتبادلها الإنسان الأول ويضعها على جدران الكهوف والمغارات للتحذير من خطر، ثم تطورت هذه الوسائل إلى التلويح بالثياب أو إشعال النار أو دق الطبول، حتى مرت بالتخاطب بالكتابة، ثم المذياع والتليفزيون ووكالات الأنباء والمحطات الفضائية والأقمار الصناعية، وشبكة المعلومات الدولية، حتى أصبح العالم يعيش عصر ثورة المعلومات التي جعلت العالم كأنه قرية كونية صغيرة.

---

(٤٢) في هذا المعنى: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، لجيهان رشدي، الطبعة الثالثة، ١٩٩٣م ص(١٥٢).

(٤٣) الإعلام في القرآن، لأحمد غلوش، الطبعة الأولى، ١٩٨٦م، (١/٢٢٣)، الإعلام ضوابطه وأحكامه الشرعية لعائش، ص(١٠، ١١).

ولقد استخدم المسلمون في بداية الدعوة وسائل متنوعة لنشر رسالة الإسلام، فكانت الكتب التي كان رسول الله ﷺ يرسلها إلى الملوك والأمراء، والخطب، والمناظرات، وإقراض الشعر، والرسائل التي كان يوفدها رسول الله ﷺ إلى البلاد التي دخلت في الإسلام، كما في إرساله معاذ بن جبل إلى اليمن.

وعندما عرفت الطباعة في القرن الخامس عشر الميلادي دخل الإعلام مرحلة جديدة، حيث بدأت الوسائل الإعلامية المكتوبة والمقروءة، وفي نهاية القرن التاسع عشر نجح الإنسان في نقل الصوت، ومع بدايات القرن العشرين انطلقت الإذاعات، وانتقل الصوت عبر الأثير، وفي منتصف القرن العشرين تم اختراع الإشارات المرئية (التليفزيونية)، وفي النصف الأخير من هذا القرن بدأ عصر الأقمار الصناعية، ثم عصر المعلومات الإلكترونية.

وهذه الوسائل يمكن تقسيمها إلى:

- ١- الوسائل المكتوبة والمقروءة، كالصحف والمجلات.
- ٢- الوسائل المسموعة، كالإذاعات والتسجيلات.
- ٣- الوسائل المسموعة والمرئية، كالندوات، والمناقشات، والتليفزيون، والمسرح.
- ٤- الوسائل الإلكترونية، كالإنترنت.

## المبحث الأول

### الحكم التكليفي للعمل الإعلامي

ويشتمل هذا المبحث على مطلبين

**المطلب الأول:** مشروعية العمل الإعلامي

**المطلب الثاني:** تحول الحكم من الأصل إلى غيره

### المطلب الأول

#### مشروعية العمل الإعلامي

العمل الإعلامي الهادف - الذي يعني إيصال الخبر الصحيح إلى الناس بهدف نفعهم - الأصل فيه الإباحة، وذلك إعمالاً لقاعدة: الأصل في الأشياء الإباحة، ومعنى هذه القاعدة أن الأصل في الأشياء من جهة الانتفاع بها هو الإباحة، أي إباحة الانتفاع بها وتناولها على الوجه الملائم للانتفاع بها، فتشمل هذه القاعدة كل ما



لم يرد بشأنه شيء محدد أي دليل خاص به؛ لأن ما جاء فيه دليل شرعي خاص به فإنه يعمل به، ولا حاجة عندئذ لمعرفة حكمه من هذه القاعدة<sup>(٤٤)</sup>.

والدليل على إعمال هذه القاعدة الكتاب والسنة:

**أولاً: من الكتاب:**

يستدل على هذه القاعدة من كتاب الله بأكثر من آية، منها:

١- قول الله تعالى ﴿هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا﴾<sup>(٤٥)</sup>.

**وجه الدلالة**

قوله تعالى ﴿خَلَقَ لَكُمْ﴾ أي من أجلكم برّاً بكم ورحمة جميع ما على الأرض للانتفاع والاستمتاع والاعتبار؛ لأن الأرض وجميع ما فيها لبني آدم منافع، أما في الدين، فدليل على وحدانية ربهم، وأما في الدنيا فمعاش وبلاغ لهم إلى طاعته وأداء فرائضه، وهذا أبلغ دليل على أن الأشياء التي يصح أن ينتفع بها ولم تجر مجرى المحظورات في العقل خلقت في الأصل مباحة مطلقاً لكل أحد أن يتناولها ويستتفع بها<sup>(٤٦)</sup>.

٢- قوله تعالى: ﴿قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ آمَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ﴾<sup>(٤٧)</sup>.

---

(٤٤) المنشور في القواعد الفقهية للزركشي، طبعة وزارة الأوقاف الكويتية، الطبعة الثانية، ١٩٨٥م،

(١٧٦/١)، (٢٣٦)، الأشباه والنظائر للسيوطي، طبعة دار الكتب العلمية، طبعة أولى، ١٩٩٠م،

ص(٦٠)، الأشباه والنظائر لابن نجيم، طبعة دار الكتب العلمية، طبعة أولى، ١٩٩٩م، ص(٥٦).

(٤٥) سورة البقرة، من الآية (٢٩).

(٤٦) جامع البيان في تأويل القرآن للطبري، تحقيق أحمد شاكر، مؤسسة الرسالة، الطبعة الأولى،

٢٠٠٠م، (١/٢٦٤)، الكشاف عن حقائق غوامض التنزيل، للزمخشري، طبعة دار الكتاب العربي،

بيروت، طبعة الثالثة، ١٤٠٧هـ، (١/١٢٣)، تفسير السعدي، طبعة مؤسسة الرسالة، طبعة أولى،

٢٠٠٠م، ص(٤٨).

(٤٧) سورة الأعراف، الآية (٣٢).

## وجه الدلالة من هذه الآية

هذه الآية تدل على أن ما أعده الله لعباده من أنواع الزينة، وأما أخرجهم لهم من الطيبات هو مما أباحه لهم، ولا يتأتى التحريم إلا بدليل، وهذا دليل على أن الأصل في الأشياء الإباحة.

### ثانياً: من السنة

ما أخرجه الترمذي وغيره من حديث سلمان رضي الله عنه أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: «الْحَلَالُ مَا أَحَلَّ اللَّهُ فِي كِتَابِهِ، وَالْحَرَامُ مَا حَرَّمَ اللَّهُ فِي كِتَابِهِ، وَمَا سَكَتَ عَنْهُ، فَهُوَ مِمَّا عَفَا عَنْهُ»<sup>(٤٨)</sup>.

## وجه الدلالة

هذا الحديث صريح بالعفو عما سكت عنه، والمعفو عنه هو ما لا حرج في فعله، وهذا هو المباح، على أن يحمل على المنافع لا على المضار؛ لأن المضار ورد بشأنها ما يدل على تحريمها<sup>(٤٩)</sup>.

ولما كان الإنسان اجتماعي بطبعه، يحتاج إلى غيره، وليس في إمكانه أن يعيش بمعزل عن بني جنسه، فقد احتاج منذ بدء الخليقة أن يتواصل مع غيره، لتلبية حاجاته، وهذا التواصل بدأ بالاتصال الشخصي ثم تطور وفقاً لتطورات المجتمع. وهذا التواصل موجود منذ أن فتح الإنسان عينيه على حقائق الحياة، وهو نوع من الإعلام موجود منذ بدأ البشر يتواصلون ويتعرف بعضهم على بعض<sup>(٥٠)</sup>.

---

(٤٨) سنن الترمذي، كتاب أبواب اللباس، باب ما جاء في لبس الفراء، (٢٢٠/٤)، رقم (١٧٢٦)، سنن ابن ماجه، كتاب الأطعمة، باب أكل الجبن والسمن، (١١١٧/٢)، رقم (٣٣٦٧)، وأخرجه الحاكم في المستدرک، كتاب الأطعمة، (١٢٩/٤)، رقم (٧١١٥)، وقال " هذا حديث صحيح مفسر في الباب، وسيف. ابن هارون لم يخرجاه " وأقره الذهبي، والحديث حسنه الألباني في صحيح الجامع الصغير وزيادته، (٦٠٩/١)، رقم (٣١٩٥).

(٤٩) الأشباه والنظائر للسيوطي، طبعة دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، ١٩٩٠م، ص(٦٠)، شرح مختصر الروضة للطوفي، تحقيق التركي، طبعة مؤسسة الرسالة، الطبعة الأولى، ١٩٨٧م، (٤٠٠/٤)، الوجيز للدكتور عبد الكريم زيدان ص(١٨٢).

(٥٠) الإعلام الإسلامي دراسة في المفاهيم والأصول والخصائص، د/ محمد موسى البر، ص(٦، ٧)، أضواء على الإعلام في صدر الإسلام للدكتور محمد عجاج الخطيب، ص(١٧)، العمل الإعلامي في الفقه الإسلامي د. ياسر دريالة، ص(١٩) . .

ولقد أكد القرآن الكريم على هذه الحقيقة في أكثر من آية، منها قوله تعالى:  
﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴾<sup>(٥١)</sup>.

ورسالة الإسلام قامت على تبليغ الرسول ﷺ لما أمره به ربه من إرساء قواعد العدل التي جاءت بها تعاليم السماء، ومن تبليغ مراد الله إلى خلقه، وهو ما أمره به المولى سبحانه بقوله: ﴿ يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ ﴾<sup>(٥٢)</sup>، فقام ﷺ بتبليغ ما أمر به، وإعلام الناس بذلك، فالإعلام هو الركيزة الأولى التي مارسها رسول الله ﷺ لتبليغ مراد الله إلى خلقه، فقام ﷺ بتبليغه بداية إلى أهله وخاصته كخديجة وعليّ وأبي بكر، وغيرهم، ثم أمر ﷺ بالجهر بالرسالة وإعلام الكافة بها، فصعد الصفا ثم هتف: «يَا صَبَاحَاهُ»، قالوا: من هذا الذي يهتف؟ قالوا: محمداً، فاجتمعوا إليه، قال: «أَرَأَيْتُمْ لَوْ أَخْبَرْتُكُمْ أَنَّ خَيْلًا تَخْرُجُ بِسَفْحِ هَذَا الْجَبَلِ أَكُنْتُمْ مُصَدِّقِيَّ؟» قالوا: ما جربنا عليك كذبا، قال: «فَإِنِّي نَذِيرٌ لَكُمْ بَيْنَ يَدَيْ عَذَابٍ شَدِيدٍ»<sup>(٥٣)</sup>، ومن هذا الوقت بدأت مسيرة الإسلام في إعلان أصوله وقواعده ومبادئه على الناس كافة من أجل دعوتهم إلى الإيمان بالله وكتبه ورسله واليوم الآخر والقدر خيره وشره.

فكان ﷺ لا يألو جهداً في دعوة الناس إلى هذا الدين، بعد أن نزل عليه قول الله تعالى: ﴿ فَاصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ ﴾<sup>(٥٤)</sup>، فكان يعرض نفسه على القبائل في المواسم ليدعوهم إلى عبادة الله الواحد الأحد، كما أخبرت بذلك أم المؤمنين

(٥١) سورة الحجرات، الآية (١٣).

(٥٢) سورة المائدة، من الآية (٦٧).

(٥٣) صحيح البخاري، كتاب تفسير القرآن، باب «وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ وَاخْفِضْ جَنَاحَكَ» [الشعراء: ٢١٥] أَلِنْ جَانِبِكَ، (١١١/٦)، رقم (٤٧٧٠)، صحيح مسلم كتاب الإيمان، باب في قوله تعالى: ﴿ وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ ﴾، (١٩٣/١)، رقم (٢٠٨)، دلائل النبوة للبيهقي، (١٨١/٢)، أعلام النبوة للماوردي، طبعة دار الهلال، بيروت، الطبعة الأولى، ١٤٠٩هـ، ص (٢٤١)، الروض الأنف للسهيلي، طبعة دار إحياء التراث العربي، بيروت، طبعة أولى، ١٤١٢هـ، (٢٩٧/٣).

(٥٤) سورة الحجر، الآية (٩٤).

عائشة - رضي الله عنها - حيث قالت: «كَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَعْزِضُ نَفْسَهُ فِي كُلِّ سَنَةٍ عَلَى الْقَبَائِلِ مِنَ الْعَرَبِ أَنْ يُؤْوُوهُ إِلَى قَوْمِهِمْ، حَتَّى يُبَلِّغَ كَلَامَ اللَّهِ وَرِسَالَاتِهِ، وَلَهُمُ الْجَنَّةُ، فَلَيْسَتْ قَبِيلَةٌ مِنَ الْعَرَبِ تَسْتَجِيبُ لَهُ حَتَّى أَرَادَ اللَّهُ إِظْهَارَ دِينِهِ، وَنَصَرَ نَبِيِّهِ وَإِنْجَازَ مَا وَعَدَهُ، سَأَقُهُ اللَّهُ إِلَى هَذَا الْحَيِّ مِنَ الْأَنْصَارِ، فَاسْتَجَابُوا لَهُ، وَجَعَلَ اللَّهُ لِنَبِيِّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ دَارَ هَجْرَتِهِ»<sup>(٥٥)</sup>.

ويبدأ الدخول في الإسلام بموقف إعلامي مشهود يصدر - وجوبًا - عن الراغب في الدخول فيه، ويتم له ذلك بإعلانه: «أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ، وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ» وهكذا تظهر رسالة الإسلام واضحة جلية في إعلامه وإعلانه إلى الكافة، دون لبس أو خفاء.

نخلص مما سبق أن الإعلام بمفهومه العام الذي هو بمعنى تبليغ الرسالة إلى الغير بوسيلة من وسائل الإعلام له أصوله الثابتة في الشريعة الإسلامية من حيث إن الأصل في ذلك هو الإباحة، ثم رأينا كيف أن الإسلام بدأ بهذه الوسيلة في تبليغ النبي ﷺ ما أمره المولى بتبليغه إلى الناس من أصول وقواعد ومبادئ هذا الدين، وهكذا نجد أصل المشروعية في أدلة الشرع المعتمدة.

### المطلب الثاني

#### تحول الحكم من الأصل إلى غيره

تقدم معنا أن الحكم الأصلي للإعلام هو الإباحة، ومعلوم أن هذا الحكم قد يتغير إلى حكم آخر، وذلك بحسب العوامل التي تحيط به، فقد يكون واجبًا، أو مندوبًا، وقد يكون حرامًا، أو مكروهًا، ومن ثم فإن العمل الإعلامي تعثره الأحكام الخمسة.

---

(٥٥) أخرجه الطبراني في المعجم الأوسط، (٢٩٤/٦)، رقم (٦٤٥٤)، وأخرجه ابن كثير في مسند الفاروق، كتاب التفسير، (٥٨٤/٢). عن عمر بن الخطاب ؓ أنه قال: «أقام رسول الله صلى الله عليه وسلم بمكة يعرض نفسه على قبائل العرب قبيلة قبيلة في الموسم ما يجد أحدا يجيبه إلى ما يدعو إليه، حتى جاء إليه هذا الحي من الأنصار لما أسعدهم الله وساق إليهم الكرامة فأووا ونصروا»

**فقد يكون واجبًا:** إذا كانت المادة الإعلامية التي يراد بثها واجبة البلاغ، كتصحيح المفاهيم المغلوطة لدى المتلقين، كما لو كانوا قد استقوا هذه المعلومات من وسائلٍ مضلّةٍ، فإن واجب وسائل الإعلام في هذه الحالة هو تصحيح مفاهيم الأفراد، بالأدلة والبراهين الساطعة، هذا من ناحية الرسالة، وأما بالنسبة للمرسل فقد يكون البيان واجبًا وجوبًا عينيًّا، إذا لم يصلح للقيام بهذا العمل غيره، بمعنى أنه تَعَيَّن عليه، وقد يكون البيان واجبًا وجوبًا كفائيًّا، إذا قام به البعض سقط الإثم عن الباقيين، وإذا لم يَقم به أحد أثم الجميع.

**وقد يكون مندوبًا:** إذا كانت المادة الإعلامية معلومةً، لا تحتاج إلى بيان، كما لو كان الخبر معلومًا للجميع، ولكن يحتاج إلى مزيد من الإيضاح، أو إقامة أدلة جديدة تزيد الأمر إيضاحًا، ففي هذه الحالة يكون حكم بث المادة الإعلامية مندوبًا.

**وقد يكون مكروهًا:** إذا كانت المادة الإعلامية يُخشى من بثها حدوثُ ضررٍ، أو توقُّعُ مكروهٍ، ففي هذه الحالة يكون العمل الإعلامي مكروهًا نظرًا لما يمكن أن يترتب عليه.

**وقد يكون حرامًا:** إذا كانت المادة الإعلامية تخالف مبادئ وقواعد الشريعة الإسلامية، في أي مجال من مجالاتها، سواء في العقيدة، أو العبادات، أو المعاملات، أو الأخلاق والآداب، فيحرم بث المواد التي تدعو إلى الإلحاد، أو الكفر بالذات الإلهية، أو الطعن في ثوابت العقيدة، من الإيمان بالله، وملائكته، وكتبه، ورسله، واليوم الآخر، وكذا يحرم بث المواد التي تدعو إلى التملص من العبادات، كتلك التي تسخر من الملتزمين بأداء الصلوات، أو تصور هذا الالتزام على أنه درب من دروب التخلف والرجعية، وكذا يحرم بث المواد التي تدعو إلى التحلل من الأخلاق والآداب، كتلك التي تدعو إلى عقوق الأبناء للأباء، أو إلى قطع الأرحام، أو الدعوة إلى السفور والفجور، أو التي تدعو إلى مخالفة قواعد النظام العام.

**وبالجملة فإن بثَّ كلِّ ما من شأنه مخالفة قواعد الشريعة الإسلامية، أو مخالفة النظام العام والآداب، مما يترتب عليه إلحاق الضرر بالفرد والمجتمع يعد حرامًا شرعًا.**

**وصفوة القول:** أن الحكمَ الأصليَّ للعمل الإعلامي هو الإباحة، وتعتريه الأحكام التكليفية الباقية، وهي الوجوب والندب والكرهية والتحريم.

### المبحث الثاني

#### خصائص العمل الإعلامي الهادف ووظائفه في الفقه الإسلامي

ويشتمل هذا المبحث على مطلبين

**المطلب الأول:** خصائص العمل الإعلامي الهادف في الفقه الإسلامي

**المطلب الثاني:** وظائف العمل الإعلامي في الفقه الإسلامي

#### المطلب الأول

##### خصائص العمل الإعلامي الهادف في الفقه الإسلامي<sup>(٥٦)</sup>

يختص العمل الإعلامي الهادف في الفقه الإسلامي بعدة خصائص من شأنها أن تجعل منه إعلامًا متميزًا، له دور في توجيه المجتمع إلى ما ينفعهم في دنياهم وآخرتهم، وما يُصلح لهم أمر دينهم ودنياهم، وهذه الخصائص كثيرة أبرزها أنه:

#### أولاً: إعلام منضبط بضوابط الشريعة الإسلامية

من ترسيخ قيم ومبادئ الإسلام، التي تعكس وجوب الالتزام بنشر عقيدة الإسلام في كل شأن من شؤون الحياة، والالتزام بالصدق، وتحري الدقة والأمانة في نشر الخبر، وهو ما أكد عليه المؤتمر الأول للإعلام الإسلامي المنعقد في جاكارتا بإندونيسيا عام ١٩٨٠م حيث نص في المادة الأولى من ميثاقه على الالتزام بـ:

١- ترسيخ الإيمان بقيم الإسلام ومبادئه الخلقية.

٢- العمل على تكامل الشخصية الإسلامية.

٣- تقديم الحقيقة له خالصة في حدود الآداب الإسلامية.

٤- تبيين واجباته تجاه الآخرين وحقوقه وحياته الأساسية.

كما بين المؤتمر في مادته الثالثة أن على الإعلاميين أن يلتزموا بـ:

١- التدقيق فيما يذاع وينشر ويعرض، حماية للأمة الإسلامية من التأثيرات

الضارة بشخصيتها الإسلامية، وبقيما ومقدساتها، ودرء الأخطار عنها.

---

(٥٦) المرجعية الإعلامية في الإسلام، تأصيل وتشكيل، د/ طه أحمد الزيدي، طبعة دار النفائس للنشر

والتوزيع، الأردن، ص(٨٧) وما بعدها.

٢- أداء رسالتهم في أسلوب عف كريم، حرصًا على شرف المهنة، وعلى الآداب الإسلامية، فلا يستخدمون ألفاظًا نابية، ولا ينشرون صورًا خليعة، ولا يتعرضون بالسخرية والطعن الشخصي والقذف والسب والشتم وإثارة الفتن ونشر الشائعات، وسائر المهاترات.

٣- الامتناع عن إذاعة ونشر كل ما يمس الآداب العامة، أو يوحي بالانحلال الخلقي، أو يرغب في الجريمة والعنف والانتحار، أو يبعث الرعب، أو يثير الغرائز سواء بطريق مباشر أو غير مباشر.

٤- الامتناع عن إذاعة ونشر الإعلان التجاري في حالة تعارضه مع الأخلاق العامة والقيم الإسلامية.

#### ثانيًا: إعلام يتصف بالعمومية والشمولية

يستمد الإعلام هذه الخاصية من شمولية الإسلام وعالميته، فهو يعالج كافة المسائل المتعلقة بالحياة الإنسانية، السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والفكرية، انطلاقًا من قول الله تعالى: ﴿وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِّكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَىٰ لِلْمُسْلِمِينَ﴾<sup>(٥٧)</sup>، وقوله تعالى: ﴿مَا فَرَطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ﴾<sup>(٥٨)</sup>. وإذا كانت رسالة الإسلام عالمية، انطلاقًا من قول الله تعالى: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾<sup>(٥٩)</sup>، وقوله ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ﴾<sup>(٦٠)</sup>، فإن هذا يقتضي أن يكون الإعلام موجهاً إلى العالم بأسره، لا سيما في عصر التقدم الهائل في وسائل الاتصال، وعصر الأقمار الصناعية.

#### ثالثًا: إعلام يكفل الحرية المنضبطة بضوابط الشرع

احترم الإسلام حرية الفرد في التعبير، وأقرها ورغب فيها، وبين أنها سمة بارزة من سمات الشريعة الإسلامية، وحق أصيل تدعمه النصوص الشرعية<sup>(٦١)</sup>، ففي حديث

(٥٧) سورة النحل، من الآية (٨٩).

(٥٨) سورة الأنعام، من الآية (٣٨).

(٥٩) سورة سبأ، الآية (٢٨).

(٦٠) سورة الأنبياء، الآية (١٠٧).

(٦١) الحقوق والحريات السياسية في الشريعة الإسلامية، د/ رحيل محمد غرابية، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، ١٩٨٤، ص (٣٣٢)، المرجعية الإعلامية في الإسلام للزبيدي، ص (٨٩).

عبادة بن الصامت رضي الله عنه قال: «بَايَعْنَا رَسُولَ اللَّهِ ﷺ عَلَى السَّمْعِ وَالطَّاعَةِ فِي الْمُنْشَطِ وَالْمَكْرَهِ، وَأَنْ لَا نُنَازِعَ الْأَمْرَ أَهْلَهُ، وَأَنْ نَقُومَ أَوْ نَقُولَ بِالْحَقِّ حَيْثُ مَا كُنَّا، لَا نَخَافُ فِي اللَّهِ لَوْمَةً لَائِمَةً»<sup>(٦٢)</sup>، وقد نزل النبي ﷺ على رأي الحباب بن المنذر في غزوة بدر<sup>(٦٣)</sup>، ونزل على رأي الشباب في الخروج لملاقاة المشركين في غزوة أحد<sup>(٦٤)</sup>، والأدلة في هذا الباب كثيرة.

إلا أن هذه الحرية لا بد وأن تكون منضبطة بضوابط الشرع الحنيف، ومن أهمها<sup>(٦٥)</sup>:

- ١- ألا يؤدي استخدامها إلى ضياع الحقوق على أصحابها، أو إلحاق الأذى بهم، أو الاعتداء على حريات الآخرين.
- ٢- المحافظة على الأخلاق الإسلامية، ورعاية الفضيلة، ومراعاة قيم وتقاليد وأعراف المجتمع المسلم، فالإسلام يملئ على نظامه الإعلامي عدم الانسياق إلى الحرية الفوضوية الموجودة في وسائل الإعلام الغربية والشرقية، والتي تدعو إلى التحلل من المبادئ والقيم، عن طريق نشر الإباحية في العورات، وتطرح وسائلها بالفصائح والبذئ من الألفاظ والعبارات والدعوة إلى الرذيلة، يقول تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ﴾<sup>(٦٦)</sup>.

---

(٦٢) صحيح البخاري، كتاب الأحكام، باب كيف يبايع الإمام الناس، (٧٧/٩)، رقم (٧١٩٩)، صحيح مسلم كتاب الإمارة، باب وجوب طاعة الأمراء في غير معصية، وتحريمها في المعصية، (١٤٧٠/٣)، رقم (١٧٠٩)، واللفظ للبخاري.

(٦٣) السنن الكبرى للبيهقي، كتاب السير، باب قطع الشجر وحرق المنازل، (١٤٤/٩)، رقم (١٨١٢٣)، وأخرجه الحاكم في المستدرک (٤٨٢/٣)، رقم (٥٨٠١)، وسكت عنه، وقال الذهبي في التلخيص: "حديث منكر وسنده"، وانظر: سيرة ابن هشام، (٦٢٠/١).

(٦٤) سيرة ابن هشام، (٦٣/٢)، دلائل النبوة للبيهقي، طبعة دار الكتب العلمية، بيروت، الطبعة الأولى، ١٤٠٥ هـ (٢٢٦/٣)، الروض الأنف للسهيلي، (٣٠١/٥).

(٦٥) المرجعية الإعلامية في الإسلام للزبيدي، ص (٩٥) وما بعدها.

(٦٦) سورة النور، من الآية (١٩).



هذه أهم خصائص العمل الإعلامي في الإسلام، فإذا ما كان الإعلام متصفاً بها، محافظاً عليها فإنه يطلق عليه الإعلام الإسلامي، أي المنضبط بضوابط المنهج الإسلامي، وإلا فلا.

## المطلب الثاني

### وظائف العمل الإعلامي في الفقه الإسلامي

العمل الإعلامي أضحى علماً قائماً بذاته، وله أصوله وقواعده التي يركز عليها، كما أن له وسائله التي يستخدمها، والتي تطورت تطوراً هائلاً في العصور الأخيرة، حيث انتقل العالم إلى استخدام الأقمار الصناعية في بث وإذاعة الأخبار والمعلومات، فضلاً عن استخدام شبكة المعلومات الدولية، وهي ما يطلق عليها: الشبكة العنكبوتية، ومن ثم أضحت وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة مصدرًا مهمًا من مصادر المعلومات، وموجهًا رئيسيًا لسلوكيات أفراد المجتمع، وأصبح لها الدور الريادي في التأثير، وفي تشكيل الرأي العام، فضلاً عن قدرتها الفائقة على الإقناع والتغيير<sup>(٦٧)</sup>.

ونظرًا لهذا الدور الكبير الذي تقوم به وسائل الإعلام، فقد أضحت جزءًا لا يتجزأ من المجتمع، لا يكاد يستغني عن واحدٍ منها فردٌ من أفراد المجتمع، ولا سيما في أوقات الأزمات، وتقوم وسائل الإعلام بالكثير من الوظائف المتنوعة، التي تجعل منها مادة ينتظرها أفراد المجتمع، ويلهثون وراء ما تنبئه من مواد كلٌّ بحسب حاجته، وهذه الوظائف كثيرة، ويمكن حصر معظمها فيما يلي<sup>(٦٨)</sup>:

### أولاً: الوظيفة الدعوية

وهذه الوظيفة هي أساس الإعلام الذي يهتم بالالتزام بتعاليم السماء فيما يقوم ببثه إلى المتلقين من مواد لا تخالف هذا المنهج الرباني، فيلتزم بالعمل على تعبيد الناس لرب العالمين، من خلال بيان صحيح الدين، والعمل على نشر المفاهيم الإسلامية الصحيحة، والقيم الاجتماعية التي يحث عليها الدين، من نشر الفضيلة،

(٦٧) المرجعية الإعلامية في الإسلام للزبيدي، ص (٧٩).

(٦٨) المرجع السابق، ص (٧٩ : ٨٦).

وترسيخ مبادئ التعاون بين أفراد المجتمع، والدعوة إلى حسن التعامل مع الآخر، في ظل إطار من الوسطية وعدم التشدد والتعصب، مع نشر سياسة احترام الآخر<sup>(٦٩)</sup>.

### ثانياً: الوظيفة الإخبارية

وتتمثل هذه الوظيفة في رغبة الأفراد في التعرف على ما يدور حولهم من إحداث، وهذا ما يقوم به المرسل، حيث يعمل على إحاطة المتلقي بالمعلومات والأخبار والأحداث التي تجري على المستوى المحلي أو الإقليمي أو العالمي، مما يؤدي إلى تعامل المتلقي مع هذه الأحداث والأخبار إحاطة ورصدًا وتحليلًا، وهذا من شأنه أن تكون الخيارات المتعلقة بالمصير الجماعي لأفراد المجتمع أكثر وضوحًا، مما يترتب عليه أن تكون الحلول المتعلقة بهذا المصير أكثر فعالية ووضوحًا.

وهذه الوظيفة تجد أساسها في الشريعة الإسلامية في إخبار النبي ﷺ أصحابه بما ينزل عليه من خبر السماء، وكذا في إرساله ﷺ الرسل إلى الملوك والأمراء؛ لإبلاغهم بخبر رسالته، وأنه مرسل من الله سبحانه إلى الناس كافة، وفي العصر الحاضر تقوم هذه الوظيفة بتبني قضايا المسلمين وإبرازها وتحليلها، واقتراح الحلول المناسبة من منظور إسلامي.

### ثالثاً: الوظيفة التعليمية

وتتمثل هذه الوظيفة في رغبة الأفراد في الحصول على مجموعة من المعارف تساعد على توسيع مداركهم، وتعينهم على تطوير إمكانياتهم العلمية، وتوهمهم للقيام بأعمالهم على الوجه الذي تتطلبه واجبات وظيفتهم، وهذا ما يقوم به المرسل من إعداد المادة العلمية والمعرفية - حسب الأصول العلمية - في كافة المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وبنها للمتلقي عبر وسيلة من وسائل الإعلام بغرض رفع الكفاءة العلمية للمتلقي في المجال الذي يعمل به.

وهذه الوظيفة تجد أساسها في الشريعة الإسلامية في تعليم النبي ﷺ الصحابة أمور دينهم، وتلاوة ما ينزل به جبريل من القرآن الكريم عليهم، وكذا إرساله ﷺ بعض أصحابه إلى الأمصار لتعليم الناس أمور دينهم، مثلما أرسل معادًا إلى اليمن معلماً،

---

(٦٩) في هذا المعنى: أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، محمد عجاج الخطيب، طبعة مؤسسة الرسالة، ص(١٧)، المرجعية الإعلامية في الإسلام للزبيدي، ص(٨٤).

وقال له: «إِنَّكَ سَتَأْتِي قَوْمًا أَهْلَ كِتَابٍ، فَإِذَا جِئْتَهُمْ، فَادْعُهُمْ إِلَيَّ أَنْ يَشْهَدُوا أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ، وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ، فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لَكَ بِذَلِكَ، فَأَخْبِرْهُمْ أَنَّ اللَّهَ قَدْ فَرَضَ عَلَيْهِمْ خَمْسَ صَلَوَاتٍ فِي كُلِّ يَوْمٍ وَلَيْلَةٍ، فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لَكَ بِذَلِكَ، فَأَخْبِرْهُمْ أَنَّ اللَّهَ قَدْ فَرَضَ عَلَيْهِمْ صَدَقَةً تُؤْخَذُ مِنْ أَغْنِيَائِهِمْ فَتُرَدُّ عَلَى فُقَرَائِهِمْ، فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لَكَ بِذَلِكَ، فَإِيَّاكَ وَكَرَائِمَ أَمْوَالِهِمْ وَاتَّقِ دَعْوَةَ الْمَظْلُومِ، فَإِنَّهُ لَيْسَ بَيْنَهُ وَبَيْنَ اللَّهِ حِجَابٌ» (٧٠).

#### رابعاً: الوظيفة الترفيهية<sup>(٧١)</sup>

وتتمثل هذه الوظيفة في رغبة الأفراد في الترويح عن أنفسهم بالهروب من المشكلات، والخلود إلى الراحة، وملء الفراغ بالترفيه والترويح عن النفس، وهذا ما يقوم به المرسل من إعداد البرامج التي تعني بهذا الموضوع بدءاً من برامج التسلية والترفيه، ومروراً ببرامج المنوعات، وانتهاءً بالبرامج الرياضية والمسابقات، ثم بثها إلى المتلقي، كي يجد فيها متنفساً وراحة من أعباء العمل ومشكلاته.

وهذه الوظيفة تجد أساسها في الشريعة الإسلامية في إباحتها للترويح عن النفس، بما لا يتعارض مع آداب الإسلام وقِيمِهِ ومبادئه، وقد كان النبي ﷺ يداعب أصحابه ويمزحهم، ولكن لا يقول إلا حقاً، ففي حديث أبي هريرة قال: قالوا: يَا رَسُولَ اللَّهِ، إِنَّكَ تُدَاعِبُنَا؟ قَالَ: «إِنِّي لَا أَقُولُ إِلَّا حَقًّا» (٧٢)، كما أباح النبي ﷺ لعائشة - رضي الله عنها - في يوم عيد أن تشاهد لعبَ السودان بالدرق والحراب، ففي حديث الشيخين أنها قالت: " وَكَانَ يَوْمَ عِيدِ يَلْعَبُ السُّودَانُ بِالْدرِقِ وَالْحَرَابِ، فَأَمَّا سَأَلْتُ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ، وَأَمَّا قَالَ: «تَشْتَهِينَ تَنْظِيرِينَ؟» فَقُلْتُ: نَعَمْ، فَأَقَامَنِي وَرَاءَهُ، حَدِّي عَلَى خَدِّهِ، وَهُوَ يَقُولُ: «دُونَكُمْ يَا بَنِي أَرْفَدَةَ» حَتَّى إِذَا مَلَلْتُ، قَالَ: «حَسْبُكَ؟» قُلْتُ: نَعَمْ، قَالَ:

(٧٠) صحيح البخاري، كتاب الزكاة، باب أخذ الصدقة من الأغنياء وترد في الفقراء حيث كانوا، (١٢٨/٢)، رقم (١٤٩٦).

(٧١) راجع في هذه الوظيفة: التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام؟، لفهد بن عبد الرحمن الشميمري، الطبعة الأولى، ٢٠١٠م، ص (٢٤٤) وما بعدها.

(٧٢) سنن الترمذي، كتاب أبواب البر والصلة، باب في المزاح، (٣٥٧/٤)، رقم (١٩٩٠)، مسند الإمام أحمد (١٨٥/١٤)، رقم (٨٤٨١). والحديث صححه الألباني في سلسلة الأحاديث الصحيحة، (٣٠٤/٤)، رقم (١٧٢٦).

«فَأَذْهَبِي»<sup>(٧٣)</sup>، وكان ﷺ يداعب أصحابه، فعن أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رضي الله عنه، أَنَّ رَجُلًا مِنْ أَهْلِ الْبَادِيَةِ يُقَالُ لَهُ زَاهِرُ بْنُ حَرَامٍ، كَانَ يُهْدِي إِلَى النَّبِيِّ ﷺ الْهَدْيَةَ، فَيَجْهَرُ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ إِذَا أَرَادَ أَنْ يَخْرُجَ، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: «إِنَّ زَاهِرًا بَادِيَنَا، وَنَحْنُ حَاضِرُوهُ»، قَالَ: فَأَتَاهُ النَّبِيُّ ﷺ وَهُوَ يَبِيعُ مَتَاعَهُ، فَاحْتَضَنَهُ مِنْ خَلْفِهِ وَالرَّجُلُ لَا يُبْصِرُهُ، فَقَالَ: أَرْسَلَنِي مَنْ هَذَا؟ فَالْتَفَتَ إِلَيْهِ، فَلَمَّا عَرَفَ أَنَّهُ النَّبِيُّ ﷺ جَعَلَ يُلْزِقُ ظَهْرَهُ بِصَدْرِهِ، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: «مَنْ يَشْتَرِي هَذَا الْعَبْدَ؟» فَقَالَ زَاهِرٌ: تَجِدُنِي يَا رَسُولَ اللَّهِ كَاسِدًا، قَالَ: «لَكِنَّكَ عِنْدَ اللَّهِ لَسْتَ بِكَاسِدٍ»، أَوْ قَالَ ﷺ: «بَلْ أَنْتَ عِنْدَ اللَّهِ غَالٍ»<sup>(٧٤)</sup>.

#### خامسًا: الوظيفة الإعلانية

وتتمثل هذه الوظيفة في رغبة أصحاب السلع والمنتجين والتجار في الإعلان عن سلعهم، وتعريف الجمهور بمواصفاتها ومميزاتها، وكذا رغبة الجمهور في التعرف على ما يحتاجونه من سلع ومن خدمات، ولقد باتت هذه الوظيفة إحدى أهم وأبرز وظائف الإعلام وأخطرها، فمع تحول الإعلام إلى صناعة وسلعة، أصبح الإعلام جزءًا لا يتجزأ من الحركة الاقتصادية والتجارية، وتعد الإعلانات التجارية من أهم مصادر التمويل لهذه الوسائل، إذ من المعلوم أن المرسلين لهذه المادة يدفعون أموالاً طائلة لقاء الإعلان عن سلعهم وبضائعهم، وهو ما يعد مصدرًا رئيسًا من مصادر تمويل هذه الوسائل.

وهذه الوظيفة تجد أساسها في الشريعة الإسلامية في إقرار النبي ﷺ للتبائع في الأسواق وفق الضوابط التي أقرها الدين الإسلامي، ففي سنن ابن ماجه من حديث أبي أسيد رضي الله عنه أَنَّ ﷺ وَسَلَّمَ، ذَهَبَ إِلَى سُوقِ النَّبِيطِ، فَنَظَرَ إِلَيْهِ، فَقَالَ: «لَيْسَ هَذَا لَكُمْ بِسُوقٍ»، ثُمَّ ذَهَبَ إِلَى سُوقٍ فَنَظَرَ إِلَيْهِ، فَقَالَ: «لَيْسَ هَذَا لَكُمْ بِسُوقٍ»، ثُمَّ رَجَعَ

(٧٣) صحيح البخاري، كتاب الجمعة، باب الحراب والدرق يوم العيد، (١٦/٢)، رقم (٩٥٠)، صحيح مسلم، كتاب صلاة العيدين، باب الرخصة في اللعب الذي لا معصية فيه في أيام العيد، (٦٠٩/٢)، رقم (٨٩٢).

(٧٤) مسند أحمد، (٩١/٢٠)، رقم (١٢٦٤٩)، صحيح ابن حبان، كتاب الحظر والإباحة، باب المزاح والضحك، ذكر إباحة المزاح لمن وثق بدينه، وإن كان ظاهر قوله بشعا في الذكر، (١٠٦/١٣)، رقم (٥٧٩٠)، السنن الكبرى للبيهقي، كتاب الشهادات، باب المزاح لا ترد به الشهادة، (٤١٩/١٠)، رقم (٢١١٧٢)، والحديث صححه الألباني في مختصر الثمائل، ص (١٢٦، ١٢٧)، رقم (٢٠٤).

إِلَى هَذَا السُّوقِ فَطَافَ فِيهِ، ثُمَّ قَالَ: «هَذَا سُوقُكُمْ، فَلَا يُنْتَقَصَنَّ، وَلَا يُضْرَبَنَّ عَلَيْهِ خَرَجٌ»<sup>(٧٥)</sup>.

#### سادساً: الوظيفة الخدمية

وهذه تتمثل فيما يرغب فيه المرسل من إفادة المستقبل مما يعده له من مواد يحتاج إليها معرفياً، حيث إن الإحاطة بها والاطلاع عليها يضيف إليه نوعاً من المعارف قد لا يستغني عنها الكثير من أفراد المجتمع، وذلك كأعداد النشرات الجوية التي تكشف عن التنبؤات بأحوال الطقس، وكذا إعداد البرامج التي تهتم بتقديم الاستشارات القانونية والأسرية والطبية.

وهذه الوظيفة يمكن من خلالها بث الخدمات المتعلقة بالدين، مثل مواقيت الصلاة، وإذاعة الأذان، والتنويه عن دروس العلماء وأماكنها... الخ.

#### المبحث الثالث:

#### مثالب العمل الإعلامي الضار على الفرد والمجتمع في الفقه الإسلامي

بيننا في الفصل السابق وظائف العمل الإعلامي، وهي تمثل بالأساس الجانب الإيجابي لهذا العمل، وفي هذا الفصل نبين الجانب السلبي للعمل الإعلامي، ولا شك أن أي عمل تكون له جوانب إيجابية وجوانب سلبية، والمثالب جمع مثلية، وهي العيب والمنقصة، تقول: أظهر مثالبه: أي عيوبه<sup>(٧٦)</sup>، وهذه المثالب يمكن بيانها من خلال المبحثين الآتيين:

**المطلب الأول:** مثالب العمل الإعلامي على الفرد

**المطلب الثاني:** مثالب العمل الإعلامي على المجتمع

---

(٧٥) سنن ابن ماجه، كتاب التجارات، باب الأسواق ودخولها، (٧٥١/٢)، رقم (٢٢٣٣). المعجم الكبير للطبراني، (٢٦٤/١٩)، رقم (٥٨٦).

(٧٦) تاج العروس من جواهر القاموس للزبيدي، طبعة دار الهداية، (١٠٠/٢)، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية للجوهري، طبعة دار العلم للملايين، بيروت، ١٩٨٧، (٩٤/١).

## المطلب الأول

### مثالب العمل الإعلامي على الفرد

يمكن تصور الكثير من المثالب على الفرد، منها: المساعدة على إهدار الأوقات وتضييعها، والتأثير على أخلاقيات الأفراد، تشويه معنى القدوة والأسوة لدى الأفراد.

### أولاً: المساعدة على إهدار الأوقات وتضييعها

لا شك أن الوقت له أهمية عظمى في حياة الأفراد، حيث إنه رأس مالهم في هذه الحياة، ذلك أن كل يوم يمر على الإنسان يأخذ من عمره ويقربه من أجله، يقول الحسن البصري: «ابن آدم إنما أنت أيامٌ وكلما ذهب يومٌ ذهب بعضك»<sup>(٧٧)</sup>، فكان الأحرى بكل عاقل ألا يفرط في رأس ماله، وأن يحافظ عليه.

والناظر في حال كثير من الأفراد يجد أنهم لا يتورعون من قضاء جل أوقاتهم صحبة وسائل الإعلام، وخصوصاً المرئية والإلكترونية، عن طريق الجلوس أمام شاشات التلفزة لمدد طويلة بحجة الترفيه والترويح عن النفس، نعم الترفيه والترويح عن النفس مطلوب، ولكن ينبغي أن يكون هذا وفق الضوابط الشرعية لنوع الترفيه، فالجلوس بالساعات لمشاهدة الأفلام والمسلسلات الهابطة، والإعلانات المسفة، والقنوات الإباحية، هو نوع من تضييع الوقت الذي يعد أثمن ما يمتلكه الإنسان، والفرد الذي يفرط فيه هو شخص باع نفسه للهدر والضياع، وهو مسئول أمام المولى سبحانه عن إضاعة هذا الوقت، فقد صح عن رسول الله ﷺ أنه قال: «لَا تَزُولُ قَدَمَا عَبْدٍ يَوْمَ الْقِيَامَةِ حَتَّى يُسْأَلَ عَنْ عُمُرِهِ فِيمَا أَفْنَاهُ، وَعَنْ عِلْمِهِ فِيمَ فَعَلَ، وَعَنْ مَالِهِ مِنْ أَيْنَ اكْتَسَبَهُ وَفِيمَ أَنْفَقَهُ، وَعَنْ جِسْمِهِ فِيمَ أَبْلَاهُ»<sup>(٧٨)</sup>.

---

(٧٧) الزهد لأحمد بن حنبل، ص(٢٢٥)، رقم (١٥٨٦)، وأخرج ابن أبي الدنيا في الزهد، ص(١٨٧) رقم (٤٢٦)، من قول أبي الدرداء - رضي الله عنه - «ابن آدم طأ الأرض بقدمك، فإنها عن قليل تكون قبرك، ابن آدم إنما أنت أيام، فكلما ذهب يومٌ ذهب بعضك. ابن آدم إنك لم تزل في هدم عمرك منذ يوم ولدتك أمك».

(٧٨) أخرجه الترمذي في كتاب أبواب صفة القيامة والرقائق والورع عن رسول الله صلى الله عليه وسلم، باب في القيامة، من حديث أبي برزة الأسلمي - رضي الله عنه - وقال: " هذا حديث حسن صحيح " (١٩٠/٤)، رقم (٢٤١٧)، والدارمي في سننه، كتاب العلم، باب من كره الشهرة والمعرفة،

## ثانياً: التأثير على أخلاقيات الأفراد

سلوكيات الأفراد تعد نتيجة طبيعية لما يشاهدونه في وسائل الإعلام، فكثيراً ما يتمرد الأبناء على آبائهم نتيجة ما يشاهدونه في الأفلام والمسلسلات التي تُعرض مثل هذه الثقافات، وكذلك فإن كثرة مشاهدة أفلام العنف تقود إلى السلوك العدواني لدى الأطفال والشباب؛ لجنوحهم إلى المحاكاة، فضلاً عن أنها تزرع بذور الخوف والقلق في نفوس الأطفال، وخصوصاً مشاهدتهم لأفلام الخيال، وغزو الفضاء، والقصص التي تُمثل الجن والشياطين، وكلها تُوقع الفزع والرعب في نفوس الناشئة، مما ينعكس أثره على أمن الطفل، وثقته بنفسه، فما يشاهده من مناظر تفزع الكبير قبل الصغير تجعله يعيش في خوف وقلق وأحلام مزعجة، وأيضاً فإن من الأسباب القوية لانحراف الشباب أخلاقياً مشاهدتهم للمواقع الإباحية، وكذا متابعتهم للوسائل التي تروج لخلع رداء الحياء، وجعل العلاقة بين الجنسين في قمة التحرر من أي قيد ديني أو أخلاقي، وهو ما أدى إلى شيوع الفاحشة في المجتمعات.

وقواعد ديننا الحنيف تضمن الحماية للأفراد والمجتمعات إذا تم الالتزام بها، بداية من غض البصر: ﴿قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ﴾<sup>(٧٩)</sup>، و ﴿وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ﴾<sup>(٨٠)</sup>، وانتهاءً بالتحذير الشديد من حب إشاعة الفاحشة في المجتمع، يقول تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ﴾<sup>(٨١)</sup>.

## ثالثاً: تشويه معنى القدوة والأسوة لدى الأفراد

القدوة هي أهم مرتكزات إصلاح المجتمعات، وهي تمثل النموذج الذي يُتَّخذ أسوة لغيره في محاكاته والتشبه به، ومن أهم مساوئ العمل الإعلامي الضار تشويه صورة القدوة أمام أفراد المجتمع، فبدلاً من أن تكون القدوة متمثلةً في الملتزم بتعاليم

---

(٤٥٢/١)، رقم (٥٥٤)، والحديث صححه الألباني في صحيح الترغيب والترهيب، (٣٠/١)، رقم

(١٢٦).

(٧٩) سورة النور، من الآية (٣٠).

(٨٠) سورة النور، من الآية (٣١).

(٨١) سورة النور، من الآية (١٩).

الإسلام، الواقف عند حدود الله، أو أن تكون متمثلةً في من يعمل على إصلاح حال أمته، من العاملين الجادين، والعلماء البارزين، والمصلحين المتميزين، أصبحت القدوة لدى طائفة كبيرة من الشباب: الراقصة التي تعري جسدها، أو المغنية التي تبرز محاسنها ومفاتها، أو الممثلة التي انسلخت من كل مبادئ الحشمة والحياء، كما أصبح البطل الأسطوري هو ذاك الممثل الذي تحدى أمه وأباه من أجل إرضاء محبوبته، أو ذلك الممثل الذي تعددت علاقاته المحرّمة، فيصادق امرأة أجنبية، ويخون زوجته، وهكذا تشوّه معنى القدوة لدى كثير من أفراد المجتمع.

### المطلب الثاني

#### مثالب العمل الإعلامي على المجتمع

أما مثالب العمل الإعلامي على المجتمع فهي كثيرة منها: إضعاف العلاقات الأسرية، وبث روح الفرقة والاختلاف بين أفراد المجتمع.

#### أولاً: إضعاف العلاقات الأسرية

انشغال أفراد المجتمع بوسائل الإعلام ولا سيما الوسائل الحديثة منها مثل مواقع التواصل الاجتماعي - كالفيسبوك وتويتر - أثر بالسلب على علاقة الأفراد داخل الأسرة الواحدة، حيث قل الترابط والانسجام فيما بينهم بسبب الانشغال بمتابعة هذه الوسائل، فكل منهم مشغول عن غيره بما هو فيه، وربما تجد كثيراً من الأبناء لا يأبهون بمطالب الآباء، بل ولا يلتفتون إليها، نظراً لانهماكهم في متابعة هذه الوسائل، مما ترتب عليه ضعف العلاقات بين أفراد الأسرة، فضلاً عن الشعور بالعزلة بين أفراد الأسرة الواحدة، حيث يعيش كل منهم عالمه دون الاهتمام بالآخرين.

بل الملاحظ أنه حتى في حالات تزاور الأقارب والأصدقاء لتقوية روابط العلاقات الأسرية والاجتماعية، تجد - في كثير من الأحيان - الكثير منهم منهمكاً في متابعة هذه الوسائل من خلال هواتفهم النقالة، مما يؤثر بالسلب على العلاقات الأسرية والاجتماعية، بل ويفرغ مثل هذه الزيارات من مضمونها وهدفها، وخصوصاً إذا كان الشخص المزور يتمتع بميزة الاتصال بالنت عن طريق ما يسمى بـ «الواي فاي».

#### ثانياً: بث روح الاختلاف والفرقة بين أفراد المجتمع



عندما يتبنى المرسل موقفاً معيناً أو أفكاراً خاصةً به قد يختلف معه فيها الآخرون، فلا شك أنه يعمل جاهداً على إقناع غيره بموقفه أو بفكرته، وقد يكون مخطئاً فيها أو صائباً، وهذا من شأنه أن يؤدي إلى تضارب المواقف عند كثير من أفراد المجتمع، نتيجة للتعارض الفكري والثقافي الذي يبرز بشدة في وسائل الإعلام، والذي يؤثر بدوره على توجهات الأفراد وقناعاتهم.

وإذا كانت الفكرة لدى المرسل صائبةً، واستطاع أن يُقنع بها المستقبل، لما لها من فائدة على الفرد والجماعة، فلا شك أن هذا يعد من العمل الإعلامي الذي يُجمع ولا يفرق، وهذا ليس فيه أي مشكلة، وإنما المشكلة تتحقق في حالة ما لو كانت الفكرة غير صائبة، أو كانت مخالفةً للواقع، وانبرى المرسل للتدليل على صدقها بالكذب والتضليل، وإقامة الحجج الباطلة لإيهام المستقبل بصحة ما يدعو إليه، ففي هذه الحالة ينقسم المتلقون إلى فريقين: منهم من يُصدق المرسل، ويقتنع بأفكاره، ويتابعه عليها، ويتبناها ويدافع عنها، ومنهم من يُكذبه ويضلله، ويتبنى مخالفته؛ لأنه يعلم الحقيقة، ويعلم أنه كاذب في دعواه، ومن هنا ينشأ الخلاف والفرقة بين أفراد المجتمع، بل بين أفراد الأسرة الواحدة، بل بين الابن وأبيه، والأخ وأخيه، والصاحب وصاحبه، حيث يصبح لكل واحد منهم قناعةً ورأي يوالي ويعادي عليه.

ومما سبق يتضح أن بثّ روح الفرقة والاختلاف بين أفراد المجتمع إنما هو - في غالب الأحيان - نتاج الكذب والتضليل الإعلامي، الذي يمارسه المرسل، وهو يعلم يقيناً أن الأمر بخلاف ما يقول، وهو - في الغالب أيضاً - يعلم يقيناً أنه يستخف بعقول المتلقين؛ لأن الخبر الإعلامي في ظل التقنية العلمية، والتقدم العلمي الهائل في مجال الاتصالات، لم يعد قاصراً على إعلام بعينه، وإنما أصبحت الأخبار تُنقل وقت حدوثها مباشرة عن طريق المراسلين.

## الخاتمة

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على سيدنا محمد إمام الأئمة وسيد السادات، وعلى آله وصحبه ومن تبعهم في جميع الأزمنة والأوقات، وفي اليسر والمُلِمَّات.

وبعد: فقد انتهيت بحول الله وفضله ومنَّه وكرمه من إعداد هذا البحث المتواضع وبطيب لي أن أسجل أهم ما تضمنه البحث من نتائج، وما أقترحه من توصيات:

### أولاً: أهم النتائج:

١- يعد الإعلام في العصر الحديث من أهم الوسائل التي لها الدور الريادي في التأثير على الفرد والمجتمع، ويمكن تعريفه بأنه: «إيصال المعلومات والأخبار للمتلقى بإحدى وسائل الاتصال، لتحقيق غرض للمرسل، وتلبية حاجة للمتلقى، وتحقيق غاية للمجتمع».

٢- يقوم العمل الإعلامي على أركان أربعة: المرسل، والمستقبل، والرسالة، والوسيلة، فالمرسل هو: الذي يصوغ الرسالة ويعدّها، ويوجهها نحو المستقبل، والمستقبل هو: المتلقي، وهو الطرف الآخر لعملية الاتصال، والرسالة هي: مجموعة عناصر محددة يصوغها المرسل ويقوم بتوجيهها للمستقبل وفق أصول وقواعد محددة، وأما الوسيلة فهي: الآلية التي يتم بها توصيل الرسالة إلى المستقبل.

٣- تطورت وسائل الإعلام تطوراً ملحوظاً منذ بدء الخليقة، إلى أن عرفت الطباعة في القرن الخامس عشر الميلادي، ثم تطورت تطوراً هائلاً في القرن العشرين بعد اختراع التليفزيون، وفي النصف الأخير من هذا القرن بدأ عصر الأقمار الصناعية، ثم عصر المعلومات الإلكترونية، وتنوعت هذه الوسائل من المكتوبة والمقروءة، إلى المسموعة، فالمرئية، ثم الإلكترونية.

٤- العمل الإعلامي الهادف الأصل فيه الإباحة، إعمالاً لقاعدة الأصل في الأشياء الإباحة، وقد يتغير هذا الحكم حسب العوامل التي تحيط به، فقد يكون واجباً، إذا كانت المادة الإعلامية التي يراد بثها واجبة البلاغ، كتصحيح المفاهيم المغلوطة لدى المتلقين، وقد يكون مندوباً، إذا كانت المادة الإعلامية معلومة، لا تحتاج إلى

بيان، كما لو كان الخبر معلوماً للجميع، ولكن يحتاج إلى مزيد من الإيضاح، أو إقامة أدلة جديدة تزيد الأمر إيضاحاً، وقد يكون مكروهاً، إذا كانت المادة الإعلامية يُخشى من بثها حدوثُ ضررٍ، أو توقُّعُ مكروهٍ، وقد يكون حراماً، إذا كانت المادة الإعلامية تخالف مبادئ وقواعد الشريعة الإسلامية، ومن ثم فإن العمل الإعلامي تعتريه الأحكام الخمسة.

٥- العمل الإعلامي الهادف يختص بعدة خصائص من شأنها أن تجعل منه إعلاماً متميزاً منها: أنه إعلام منضبط بضوابط الشريعة الإسلامية، كما أنه إعلام يتصف بالعمومية والشمولية، فضلاً عن أنه إعلام يكفل الحرية المنضبطة بضوابط الشرع.

٦- العمل الإعلامي يضطلع بكثير من الوظائف التي يمكن حصر معظمها في: **الوظيفة الدعوية**، التي هي أساس الإعلام الهادف الذي يهتم بالالتزام بتعاليم السماء فيما يقوم ببثه إلى المتلقين من مواد لا تخالف هذا المنهج الرباني، **والوظيفة الإخبارية** التي تتمثل في رغبة الأفراد في التعرف على ما يدور حولهم من إحداث، **والوظيفة التعليمية** التي تتمثل في رغبة الأفراد في الحصول على مجموعة من المعارف تساعدهم على توسيع مداركهم، **والوظيفة الترفيهية** التي تتمثل في رغبة الأفراد في الترويح عن أنفسهم بالهروب من المشكلات، والخلود إلى الراحة، وملء الفراغ بالترفيه والترويح عن النفس، ثم **الوظيفة الإعلانية** التي تتمثل في رغبة أصحاب السلع والمنتجين والتجار في الإعلان عن سلعهم، وتعريف الجمهور بمواصفاتها ومميزاتها، وكذا رغبة الجمهور في التعرف على ما يحتاجونه من سلع ومن خدمات، وأخيراً **الوظيفة الخدمية** التي تتمثل فيما يرغب فيه المرسل من إفادة المستقبل مما يعدّه له من مواد يحتاج إليها معرفياً.

٧- العمل الإعلامي إذا لم ينضبط بالضوابط التي تجعل منه عملاً نافعاً للفرد والمجتمع، فلا شك أنه يترتب عليه كثير من المثالب التي يمكن أن تصيب الفرد أو المجتمع، فأما المثالب التي يمكن أن تصيب الفرد فهي كثيرة، من أهمها: المساعدة على إهدار الأوقات وتضييعها، وكذا التأثير على أخلاقيات الأفراد، ثم تشويه معنى القدوة والأسوة لدى الأفراد.

وأما المثالب التي يمكن أن تصيب المجتمع فهي كثيرة، من أهمها: إضعاف العلاقات الأسرية، ثم بث روح الفرقة والاختلاف بين أفراد المجتمع.

### ثانياً: التوصيات

١- أوصي القائمين على وسائل الإعلام أن يتقوا الله فيما يبثونه من مواد إعلامية على الناس، لما لها من تأثير على الفرد والمجتمع، فلا يجوز بث المواد التي تنثير الغرائز، أو التي يكون فيها تضليل للمجتمع، عن طريق نشر الأكاذيب أو الشائعات.

٢- أوصي بأن تستخدم الدولة سلطتها في الرقابة على وسائل الإعلام، فلا يُسمح ببث المواد الضارة للفرد أو المجتمع،

٣- أوصي بأن تقوم الدولة بتوقيع الجزاء الرادع لكل من يخالف ميثاق الشرف الإعلامي.

٤- كما أوصي بأن يضطلع الأزهر بدوره الريادي في العمل على بث روح الوسطية والوطنية من خلال وسائل خاصة به، تمثل القدوة والأسوة لغيرها من الوسائل.

## المصادر والمراجع<sup>(٨٢)</sup>

- ١- الأسس العلمية لنظريات الإعلام، لجيهان رشتي، الطبعة الثالثة، ١٩٩٣م.
- ٢- الأشباه والنظائر لابن نجيم، طبعة دار الكتب العلمية، طبعة أولى، ١٩٩٩م.
- ٣- الأشباه والنظائر للسيوطي، طبعة دار الكتب العلمية، طبعة أولى، ١٩٩٠م.
- ٤- أضواء على الإعلام في صدر الإسلام للدكتور محمد عجاج الخطيب، طبعة مؤسسة الرسالة، بيروت، طبعة ثانية، ١٩٨٧م.
- ٥- الإعلام الإسلامي: الأصول والقواعد والأهداف، د/ محيي الدين عبد الحلیم، مؤسسة اقرأ الخيرية، ١٩٩٢.
- ٦- الإعلام الإسلامي دراسة في المفاهيم والأصول والخصائص، د/ محمد موسى البر، بحث منشور بمجلة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، العدد العاشر، ٢٠٠٥م.
- ٧- الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، د. محي الدين عبد الحلیم، طبعة مكتبة الخانجي، ١٩٨٤م.
- ٨- الإعلام ضوابطه وأحكامه الشرعية، لحسام خليل عايش، رسالة ماجستير من كلية الشريعة والقانون في الجامعة الإسلامية بغزة، ٢٠٠٧م.
- ٩- الإعلام في القرآن، لأحمد غلوش، الطبعة الأولى، ١٩٨٦م.
- ١٠- أعلام النبوة للماوردي، طبعة دار الهلال، بيروت، الطبعة الأولى، ١٤٠٩هـ.
- ١١- الإعلام والاتصال بالجماهير، د/ إبراهيم إمام، طبعة مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الأولى، ١٩٦٩م.
- ١٢- تاج العروس من جواهر القاموس للزبيدي، طبعة دار الهداية.
- ١٣- التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام؟، لفهد بن عبد الرحمن الشميمري، الطبعة الأولى، ٢٠١٠م.
- ١٤- تفسير السعدي، طبعة مؤسسة الرسالة، طبعة أولى، ٢٠٠٠م.
- ١٥- تفسير الطبري، تحقيق أحمد شاکر، مؤسسة الرسالة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٠م.
- ١٦- الحقوق والحريات السياسية في الشريعة الإسلامية، د/ رحيل محمد غرابية، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، ١٩٨٤.
- ١٧- الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، كرم شلبي، طبعة دار الشروق، جدة.

---

(٨٢) مرتبة حسب الترتيب الهجائي مع إغفال أداة التعريف (ال).

- ١٨- دلائل النبوة للبيهقي، طبعة دار الكتب العلمية، بيروت، طبعة أولى، ١٤٠٥ هـ.
- ١٩- دور المرأة في المجال الإعلامي المعاصر في الفقه الإسلامي، صفاء محمد المبيض، طبعة عام ٢٠٠٩ م.
- ٢٠- الروض الأنف للسهيلي، طبعة دار إحياء التراث العربي، بيروت، طبعة أولى، ١٤١٢ هـ.
- ٢١- الزهد للإمام أحمد بن حنبل، طبعة دار الكتب العلمية، بيروت، طبعة أولى، ١٩٩٩ م.
- ٢٢- الزهد لابن أبي الدنيا، طبعة دار ابن كثير، دمشق، طبعة أولى، ١٩٩٩ م.
- ٢٣- سلسلة الأحاديث الصحيحة للألباني، طبعة مكتبة المعارف، الرياض، الطبعة الأولى.
- ٢٤- سنن ابن ماجه، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، طبعة دار إحياء الكتب العربية، مصر.
- ٢٥- سنن الترمذي، تحقيق أحمد شاكر، وآخرين، طبعة مكتبة البابي الحلبي، مصر، طبعة ثانية، ١٩٧٥ م.
- ٢٦- سنن الدارمي، تحقيق حسين سليم أسد، طبعة دار المغني للنشر والتوزيع، السعودية، طبعة أولى، ٢٠٠٠ م.
- ٢٧- السنن الكبرى للبيهقي، تحقيق محمد عبد القادر عطا، طبعة دار الكتب العلمية، بيروت، طبعة الثالثة، ٢٠٠٣ م.
- ٢٨- سنن النسائي، تحقيق عبد الفتاح أبو غدة، طبعة مكتب المطبوعات الإسلامية، حلب، الطبعة الثانية، ١٩٨٦ م.
- ٢٩- سيرة ابن هشام، تحقيق مصطفى السقا وآخرين، طبعة مصطفى البابي الحلبي، طبعة ثانية، ١٩٥٥ م.
- ٣٠- شرح مختصر الروضة للطوفي، تحقيق التركي، طبعة مؤسسة الرسالة، الطبعة الأولى، ١٩٨٧ م.
- ٣١- الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية للجوهري، طبعة دار العلم للملايين، بيروت، ١٩٨٧.
- ٣٢- صحيح ابن حبان، تحقيق شعيب الأرنؤوط، طبعة مؤسسة الرسالة، بيروت، طبعة أولى، ١٩٨٨ م.
- ٣٣- صحيح البخاري، طبعة دار طوق النجاة، الطبعة الأولى، ١٤٢٢ هـ.
- ٣٤- صحيح الترغيب والترهيب للألباني، طبعة مكتبة المعارف، الرياض.

- ٣٥- صحيح الجامع الصغير وزيادته للألباني، طبعة المكتب الإسلامي.
- ٣٦- صحيح مسلم، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، طبعة دار إحياء التراث العربي، بيروت.
- ٣٧- العمل الإعلامي في الفقه الإسلامي، د/ ياسر درباله، رسالة دكتوراه، جامعة طنطا، كلية الحقوق.
- ٣٨- القاموس المحيط للفيروزآبادي، طبعة مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الثامنة، ٢٠٠٥م.
- ٣٩- الكشاف للزمخشري، طبعة دار الكتاب العربي، بيروت، طبعة ثالثة، ١٤٠٧هـ.
- ٤٠- لسان العرب لابن منظور، طبعة دار صادر، بيروت، الطبعة الثالثة، ١٤١٤هـ.
- ٤١- مختصر الشامل للألباني، طبعة المكتبة الإسلامية، عمان، الأردن.
- ٤٢- مدخل إلى لغة الإعلام، د/ جان جبران كرم، الطبعة الثانية، ١٩٩٢م.
- ٤٣- المرجعية الإعلامية في الإسلام، تأصيل وتشكيل، د/ طه أحمد الزيدي، طبعة دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن.
- ٤٤- المستدرك على الصحيحين للحاكم، تحقيق مصطفى عبد القادر عطا، طبعة دار الكتب العلمية، بيروت، طبعة أولى، ١٩٩٠.
- ٤٥- مسند الإمام أحمد، تحقيق شعيب الأرنؤوط وآخرين، طبعة مؤسسة الرسالة، طبعة أولى، ٢٠٠١م.
- ٤٦- مسند الفاروق لابن كثير، تحقيق عبد المعطي قلعجي، طبعة دار الوفاء، المنصورة، طبعة أولى، ١٩٩١م.
- ٤٧- المعجم الأوسط للطبراني، تحقيق طارق عوض الله وآخر، طبعة دار الحرمين، القاهرة.
- ٤٨- المعجم الكبير للطبراني، تحقيق حمدي عبد المجيد السلفي، طبعة مكتبة ابن تيمية، القاهرة، الطبعة الثانية.
- ٤٩- معجم لغة الفقهاء لقلعجي، وقنيبي، طبعة دار النفائس للطبع والنشر، طبعة ثانية، ١٩٨٨م.
- ٥٠- المنثور في القواعد الفقهية للزركشي، طبعة وزارة الأوقاف الكويتية، الطبعة الثانية، ١٩٨٥م.

## فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع
٢	المقدمة
٤	المبحث التمهيدي: التعريف بالعمل الإعلامي وبيان أركانه ووسائله
٤	المطلب الأول: تعريف العمل الإعلامي
٨	المطلب الثاني: أركان العمل الإعلامي
١٥	المطلب الثالث: وسائل الإعلام
١٦	المبحث الأول: الحكم التكليفي للعمل الإعلامي في الفقه الإسلامي
١٦	المطلب الأول: مشروعية العمل الإعلامي
٢٠	المطلب الثاني: تحول الحكم من الأصل إلى غيره
٢٢	المبحث الثاني: خصائص العمل الإعلامي الهادف ووظائفه في الفقه الإسلامي.
٢٢	المطلب الأول: خصائص العمل الإعلامي الهادف في الفقه الإسلامي
٢٥	المطلب الثاني: وظائف العمل الإعلامي في الفقه الإسلامي
٢٩	المبحث الثالث: مثالب العمل الإعلامي الضار على الفرد والمجتمع في الفقه الإسلامي
٣٠	المطلب الأول: مثالب العمل الإعلامي على الفرد
٣٢	المطلب الثاني: مثالب العمل الإعلامي على المجتمع
٣٤	الخاتمة
٣٧	المصادر والمراجع
٤٠	فهرس الموضوعات