

التَّجَرِيدُ

مجلة فكرية نصف سنوية محكمة تصدرها الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا

العدد السابع والأربعون

1441هـ/2020م

المجلد الرابع والعشرون

رئيس التحرير

أ. د. نصر الدين إبراهيم أحمد حسين

مدير التحرير

د. منتهى أرتاليم زعيم

هيئة التحرير

أ. د. أحمد إبراهيم أبو شوك

أ. د. محمّد سعدو الجرف

أ. د. جمال أحمد بشير بادي

أ. د. وليد فكري فارس

أ. د. مجدي حاج إبراهيم

أ. د. عاصم شحادة علي

أ. د. جودي فارس البطاينة

أ. م. د. أكمل خضيري عبد الرحمن

أ. م. د. عبد الرحمن حللي

د. فطيمير شيخو

د. همام الطباع

المصحح اللغوي

د. أدهم محمد علي حموية

المساعد الإداري

أيذا حياتي بنت محمد سندي

الهيئة الاستشارية

محمد نور منوطي — ماليزيا	محمد كمال حسن — ماليزيا
عماد الدين خليل — العراق	عبد الحميد أبو سليمان - السعودية
فكرت كارتشيك — البوسنة	يوسف القرضاوي — قطر
عبد الخالق قاضي — أستراليا	محمد بن نصر — فرنسا
عبد الرحيم علي — السودان	بلقيس أبو بكر — ماليزيا
نصر محمد عارف — مصر	رزالي حاج نووي — ماليزيا
عبد المجيد النجار — تونس	طه عبد الرحمن — المغرب

فتحي ملكاوي - الأردن

Advisory Board

Mohd. Kamal Hassan, Malaysia	Muhammad Nur Manuty, Malaysia
AbdulHamid AbuSulayman, Saudi Arabia	Imaduddin Khalil, Iraq
Yusuf al-Qaradawi, Qatar	Fikret Karcic, Bosnia
Mohamed Ben Nasr, France	Abdul-Khaliq Kazi, Australia
Balqis Abu Bakar, Malaysia	Abdul Rahim Ali, Sudan
Razali Hj. Nawawi, Malaysia	Nasr Mohammad Arif, Egypt
Taha Abderrahmane, Morocco	Abdelmajid Najjar, Tunisia
Fathi Malkawi, Jordan	

© 2020 IIUM Press, International Islamic University Malaysia. All rights reserved.

ISSN 1823-1922 & eISSN: 2600-9609 التقييم الدولي

مراسلات المجلة Correspondence

Managing Editor, *At-Tajdid*
Research Management Centre, RMC
International Islamic University Malaysia
P.O Box 10, 50728 Kuala Lumpur, Malaysia
Tel: (603) 6421-5074/5541
E-mail: tajdidiium@iium.edu.my
Website: <https://journals.iium.edu.my/at-tajdid/index.php/Tajdid>

Published by:

IIUM Press, International Islamic University Malaysia
P.O. Box 10, 50728 Kuala Lumpur, Malaysia
Phone (+603) 6421-5014, Fax: (+603) 6421-6298
Website: <http://iiumpress.iium.edu.my/bookshop>

الآراء المنشورة في المجلة تعبر عن وجهة نظر أصحابها

التحليل

مجلة فكرية نصف سنوية محكمة تصدرها الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا

العدد السابع والأربعون

2020/هـ1441م

المجلد الرابع والعشرون

المحتويات

- 8 - 5 كلمة التّحرير هيئة التّحرير
- بحوث ودراسات
- 25 - 9 الاعتراف بالذنب في ضوء القرآن الكريم علي محمد إبراهيم شهاب
- 56-27 الخطاب العقدي في فضاء العولمة الإعلامية حسن بن محمد الأسمرى
- 91 - 57 الصورة الجزئية في أدب العودة في الشعر الفيلسطيني المعاصر نصر الدين إبراهيم أحمد حسين ومرتم مخلص يحيى برزق
- 133 - 93 تحقيق مفهوم "الفتنة" في سياق الثورات العربية: سوريا أمودجًا بشار بكور
- تقديم أسئلة الأدب والنصوص في الشهادة الدينية العالية الماليزية في ضوء مستويات بلوم المعرفية: دراسة وصفية وعبد الغفور بن رسلان
- 160 - 135 حُكم تجسيد الصحابة في الوسائط المتعددة: دراسة فقهية تحليلية ومحمد صبري شهرير
- 188 - 161 دور الحرية في نهضة الأمة عند مالك بن نبي: دراسة تحليلية والصيفي وحسن إبراهيم الهنداوي
- 210 - 189 الاستدلال الخاطيء بنصوص النقاد وأقوالهم في الجرح والتعديل عبد الحميد محمد علي زرؤم والحاج منتا درامي
- 232- 211 عطا الله محمد العتيبي

ترتيب البحوث في المحتويات حسب وصولها واستكمالها

قواعد النشر وطريقة التوثيق في مجلة النجديد

المجلة مجلة محكمة يتم قرار النشر فيها بناءً على توصية محكّمين اثنين على الأقل من أصحاب الاختصاص.

1. أن يتّسم البحث بالجدّة والأصالة والموضوعية، مع التعهد بأنه لم يسبق إرساله للنشر في مجلة أخرى أو جزءاً من كتاب.
2. يُذكر اسم الباحث في المتن، وفي الحاشية درجته العلمية وتخصّصه ومكان عمله وبريده الإلكتروني.
3. ألا تتجاوز نسبة الاقتباس في البحث 25% (مع استثناء المصادر والمراجع)، ويُرفق الباحث إثبات ذلك من موقع Tumitin.
4. أن يكون عدد كلمات البحث ما بين 5000-7000 كلمة؛ إضافة إلى ملخص للبحث ما بين 200-250 كلمة، وترجمته إلى الإنجليزية، وعدد صفحات البحث ما بين 15-30 صفحة بما فيها الحواشي والمراجع.
5. يُكتب البحث بخط Traditional Arabic (16) للمتن و(12) للحواشي، وتُكتب الكلمات اللاتينية والمراجع الأجنبية بخط Times New Roman (12) للمتن و(10) للحواشي.
6. تُكتب الآيات القرآنية مضبوطةً بالشكل بالخط Traditional Arabic، وبين قوسين مزهرين، ولا تُدرج من برنامج مصحف المدينة الإلكتروني أو ما يُماثله، ويليهما توثيقها في المتن نفسه بين قوسين مضلعين؛ ﴿بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ﴾ [الفاتحة: 1].
7. الحواشي جديدة في كل صفحة، وأرقامها بعد علامات الترقيم ولا توضع بين هلالين أو تُدرج علامات ترقيم بعدها.
8. يُرسل البحث في ملفين؛ أحدهما Microsoft Word، والآخر PDF، إلى البريد الإلكتروني: tajdidium@iiu.edu.my.
9. تحتفظ هيئة تحرير مجلة التجديد بحقّها في رفض إرسال أيّ بحثٍ إلى المحكّمين ما لم يستوف الشروط السابقة، أو ما لم يُوثّق البحث وفق طريقة التوثيق المعتمدة كما يأتي:
(أ) يُوثّق المرجع لأول مرة؛ وفق ما يأتي:
الكتب: المؤلف، العنوان بخط غليظ (مكان النشر: الناشر، رقم الطبعة، التاريخ)، ج، ص.
مثال: الشافعي، محمد بن إدريس، الأم، (بيروت: دار المعرفة، ط1، د.ت)، ج2، ص214.
الدوريات: المؤلف، العنوان "بين علامتي تنصيص"، اسم المجلة بخط غليظ، محلّ إصدارها، المجلد (م)، العدد (ع)، السنة، ص.
مثال: نور الهدى لوشن، "إشكالية المصطلح بين النظرية والتطبيق"، مجلة التجديد، الجامعة الإسلامية العالمية ماليزيا، 8، 16ع، 2004م، ص159.
الأوراق البحثية: المؤلف، العنوان "بين علامتي تنصيص"، اسم الندوة أو المؤتمر بخط غليظ، المكان، الزمان.
مثال: غالية بوهددة، "الأبعاد المقاصدية في تفعيل الحوكمة الرشيدة"، المؤتمر العالمي السادس لمقاصد الشريعة، كوالالمبور: 23-21 فبراير 2017م.
المواقع الإلكترونية: المؤلف، العنوان "بين علامتي تنصيص"، اسم الموقع بخط غليظ، تاريخ الاطلاع، الرابط.
مثال: خالد أبو عمشة، "النحو الموضوعي"، الجزيرة - تعلّم العربية، 10 أكتوبر 2019م، (الرابط).
(ب) عند تكرار المرجع في الحاشية اللاحقة مباشرة؛ يُكتب: المرجع السابق، ج، ص.
(ج) عند تكرار المرجع في الحاشية اللاحقة مباشرة بجزئه وصفحته نفسيهما؛ يُكتب: السابق نفسه.
(د) عند تكرار المرجع في موضع آخر؛ يُكتب: شهرة المؤلف، عنوان المرجع بخط غليظ (مختصراً إن أمكن)، ج، ص.
(هـ) يُوثّق الحديث النبوي كما يأتي: صحيح البخاري، كتاب الزكاة، باب: "هل يشتري صدقته؟"، ج2، ص85، وإذا كان الحديث مخزناً من غير الصحيحين تُذكر درجته.
(و) تُوثّق المراجع الأجنبية وفق نظام Chicago.

الخطاب العقدي في فضاء العولمة الإعلامية

Theological Discourse in The Space of Media Globalization

Wacana Akidah dalam Ruang Globalisasi Media

حسن بن محمد الأسمرى *

ملخص البحث

يتناول البحث طريقة عرض الخطاب العقدي في فضاء العولمة الإعلامية، فلهذا الخطاب موضوعاته التي يجب بيانها، ولبينها كصفات يلزم اتباعها، ولا سيما عبر الإعلام المعولم، وتُدرس هذه الموضوعات والصفات بالاستفادة من نظريات الاتصال الحديثة بمكوناتها الأساس: الرسالة، المرسل، المستقبل، والوسيلة، والأسلوب، والهدف، والغاية، فالرسالة ترتبط بالترقيق بين المحكمات والمتغيرات، إما اعتقادًا للحق وإما انتقادًا للباطل؛ بينما تتناول فقرة المرسل مسؤولية كل مسلم في حمل هذا الخطاب، ودرجات هذه المسؤولية، وكيف يتوازن بين التحصن من بلايا الإعلام والتفاعل والحضور الإعلامي المفيد، والتحول في مستقبل الرسالة من المحيط القريب إلى المحيط العالمي، وكيفية الجمع في الأسلوب بين المحتوى المتين والأسلوب الممتع، وذلك كله من خلال ثلاثة معطيات تحيط بهذه المكونات، هي: التحديات، والمخاطر، والفرص.

الكلمات المفتاحية: الخطاب العقدي، العولمة الإعلامية، الإعلام، التحديات، والمخاطر، والفرص.

* أستاذ في قسم العقيدة والمذاهب المعاصرة، بكلية الشريعة، جامعة الملك خالد، أبها، المملكة العربية السعودية، البريد

Abstract

The research studies the way the theological discourse is presented in the space of media globalization. This discourse has its topics that must be clarified, and how they are to be followed, especially through globalized media. These topics and methods are studied using the modern communication theories with their basic components: the message, the sender, the future, the means, and the method, goal and purpose. The message is related to differentiating between courts and variables, either a belief in the truth or a criticism of falsehood; while the sender's paragraph talks about the responsibility of every Muslim in carrying this discourse, the degrees of this responsibility, and how it balances between the fortification of media statements, interaction and beneficial media presence, as well as the shift in the future of the message from the local ground to the global arena, and how to combine in the style between the solid content and the fun style. All through three data surrounding these components: challenges, risks and opportunities.

Keywords: Theological discourse, media globalization, media, challenges, risks, and opportunities.

Abstrak

Kajian ini membincangkan kaedah menyampaikan wacana akidah dalam ruang globalisasi media. Wacana ini mempunyai subjek dan syarat yang mesti dinyatakan dan dikenal pasti terutama melalui media global. Subjek dan syarat ini dibincangkan menggunakan teori komunikasi moden dengan komponen asasnya: Penghantar-Mesej-Saluran-Penerima-objektif dan tujuan. Mesej itu berkaitan dengan perbezaan antara pemalar dan pemboleh ubah, sama ada dalam kepercayaan kebenaran atau kritikan terhadap kebatilan. Sementara itu, elemen pengirim adalah tanggungjawab setiap Muslim dalam menjalankan wacana ini, dan menjadi tanggungjawab untuk mengimbangi antara usaha untuk berlindung daripada bahaya media dan interaksi dengannya. Juga, transformasi mesej di masa hadapan dari lingkungan tempatan ke lingkungan global, dan bagaimana menggabungkan antara isi kandungan yang mantap dengan gaya yang menarik. Semuanya berdasarkan tiga fakta mengenai komponen ini: cabaran, risiko dan peluang.

Kata Kunci: Wacana akidah, globalisasi media, cabaran, risiko, peluang.

مقدمة

يشهد هذا العصر تحولات عدة، من أشهرها الثورة الإعلامية والاتصالية التي نعيش أحوالها ونتقلب في أطوارها، ولا نعلم إلى أين تقودنا، ويتزامن معها صعود متزايد للخطابات الدينية والفكرية عبر هذه الوسائل الإعلامية، فقد أتاحت هذه الوسائل مساحة واسعة لأصحاب هذه الخطابات بالحضور الإعلامي والمنافسة على المتابعين، وكلما كان هذا الحضور مستوعبًا لعناصر النجاح الإعلامية؛ كان أوسع انتشارًا وأكثر تأثيرًا.

وفي وسط هذا الزخم يجد المسلمون أنفسهم في دائرة التأثير والتأثير، فهم من جهة يشاركون في صناعة خطاب عن أنفسهم وثقافتهم ودينهم، وقد يؤثرون بهذا الخطاب، وهم من ناحية أخرى يستقبلون خطابات أخرى للأمم وحضارات وثقافات وديانات، وهم بطبيعة الحال عرضة للتأثر بهذه الخطابات.

وتتربع الشاشة على عرش العولمة الإعلامية، فقد أصبح العالم مرتبطاً بأنواع الشاشات المختلفة؛ شاشة التلفاز، وشاشة الحاسوب، وشاشة الهاتف الجوال الذكي، وفيما يأتي بيان عن نوع من الخطابات الإسلامية عبر هذه الشاشات؛ هو **الخطاب العقدي**؛ لأنه الخطاب المركزي في الإسلام؛ تُبنى عليه مقومات الدين، ونجاة البشرية، وصلاح العالم؛ فهل نجح المسلمون في إبراز هذا الخطاب كما يجب؟ كما أن الناس اليوم لا ينقطع اتصالهم عن وسائل الإعلام، ويستقبلون من خلالها كل الخطابات، وهم يمزجون بأزمة روحية كبيرة بحاجة لخطاب عقدي منقذ؛ فالثورة الصناعية حققت لعضلات الإنسان قوة إضافية، والثورة المعلوماتية حققت لعقله قوة إضافية،¹ وبقي قلب الإنسان في حيرة شديدة، وفي حاجة لمن يلتفت إليه، ولن يكون ذلك إلا بالدين الخاتم، عقيدة وشريعة وخلقاً، ومن ثم؛ جاءت أهمية توفّر خطاب عقدي مناسب فضاء العولمة الإعلامية، ويصل إلى القلب.

وتدور **إشكالية الموضوع** في تلك المنافسة الشديدة للخطابات العقدية والأيديولوجية في فضاء العولمة الإعلامية، فكيف كانت أحوال الخطاب العقدي الإسلامي داخل هذا الفضاء الشائك؟ وكيف يمكنه تحقيق التأثير؟

وتأتي أسئلة فرعية تتصل بهذين السؤالين:

- هل تحوّل الإنسان لكائن اتصالي؟
- ما المفاهيم الأساس التي تُقرّب لنا بين مجالي: الخطاب العقدي والفضاء الإعلامي المعولم؟
- كيف تُبنى علاقة تأثير عصرية بين مكونات الاتصال: الرسالة (الخطاب العقدي)، والمرسل (كل مسلم)، والمستقبل (كل العالم)، والوسيلة؟

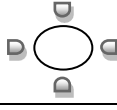


1 يُنظر: عبد الملك الدناني، البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية (الإسكندرية: المكتب الجامعي، ط1،

- كيف يمكننا اقتحام الوسيلة الإعلامية بأسلوب يوازن بين الاعتقاد والانتقاد؟
هذه الأسئلة أحاول أن أجيب عنها في هذا البحث، والله المعين.

هل الإنسان كائن اتصالي؟

نتجاوز الإطار التقليدي في بيان الأهمية، وهو إطار كان يعتمد على تعداد فقرات تُبيّن الأهمية، إلى شكل آخر يُبيّن كيف أن الإعلام لم يعد سلطة رابعة أو أداة وعي وتأثير من نوع ما، بل أصبح كل شيء.

ولعل أبرز الأمثلة على ذلك مثل الإنسان مع أسرته، ودور التقنية في هذه الأسرة، ويظهر ذلك من خلال النظر في ثلاث حالات للأسرة، وقد عاش هذه الحالات الثلاث كثير من أسر مجتمعاتنا: **الأسرة الأولى** من دون الكهرباء؛ أي من دون تقنية تعتمد على الطاقة الكهربائية، **والأسرة الثانية** لديها الكهرباء، وفيها بيتها تلفاز، ويظهر في هذه المرحلة كيف أعاد التلفاز ترتيب جلوس الأسرة، فبعد أن كانت تجلس على شكل حلقي؛ أصبحت تجلس على شكل قوسي، بعد أن وُضعت الشاشة في موقع مركزي داخل صالة الجلوس، وأخيراً **الأسرة الثالثة**؛ بعد دخول الشبكة (الإنترنت) وتطور الاتصال؛ إذ أصبح لكل فرد شاشته وعامله الخاص.

المرحلة التاريخية	الأسرة	الشكل	الأدوار
ما قبل الكهرباء	الحلقية		لا وسيط تقنيًا، أو مزاحمًا للتواصل الأسري، فكان الجلوس وجهًا لوجه
التلفاز والبت الفضائي	القوسية		هناك مشارك للتواصل الأسري أخذ منصة التأثير في الأسرة
الشابكة	الذرية		كلّ متصل بشاشته، ويدير ظهره لغيره

وتمثل الأسرة الثالثة وضع الإنسان المعاصر، عندما التهمت التقنية، وأصبح أضحوكة الوجود، فهو يظن أنه فاعل منجز متصل بأبواب السعادة، بينما هو أسير التقنية غير مُلمّ بحقيقة الأسرة، وهذا خطاب متشائم تُردده كتابات نقدية معاصرة عن علاقة الإنسان بالتقنية، كما في كتاب "الإنسان والتقنية" لشبنغلر (Spengler 1880-1936م)، و"التقنية الحقيقية الوجود" لهيدجر (Heidegger 1889-1976م)، ومن سار في فلكهما¹.

ومع سعة هذا التحول الاتصالي؛ طرأت مناقشات حول تعريف الإنسان وبيان قيمته الجوهرية والتحول لتعريفات جديدة تضع الإنسان تابعاً تقنيات الاتصال، فتعرّفه بأنه كائن اتصالي أو إعلامي، وهناك مَنْ غيّر مقولة ديكارت المشهورة: "أنا أفكر إذن أنا موجود"، إلى: "أنا متصل إذن أنا موجود"، بل تجاوز ذلك إلى إحساس عام في البيت والشارع والعمل وتفصيل الحياة؛ أن الفرد متصل بالشابكة عبر هاتفه الذكي، فإن نسيه شعر بالتوتر حتى يستعيده، وعندما تتعطل الشابكة؛ يقع التوتر في البيت والعمل والشارع؛ لفقد الاتصال؛ وهذا ما يُسمّى في الدراسات المعاصرة "العبودية الاختيارية للتقنية"، فضلاً عن أمراض إدمانها.²

ومع أن الحياة المعاصرة أصبحت مرتبطة بالتقنية من الصغر، وغدت ممارسة يومية، وازداد الصعوبة مع ما يسمى "التقنية الذكية"، ولا سيما تقنيات الاتصال التي ابتلعت الإنسان المعاصر، بل إن ذاك العاقل الذي قرر استخدامها فيما ينفعه؛ أصبح يشكو منها، واليوم؛ هناك تكثيف لابتكارات جديدة في التقنية، وكل مُحترع جديد يخطف مساحة من حياة الإنسان، ولا سيما تلك المبتكرات المتاحة للأفراد، وبإمكانهم توظيفها في التسلية والترفيه وقضاء الوقت، كما أن القوى في المقابل توظفها ضد الإنسان.³

¹ يُنظر: نصر الدين العياضي، وسائل الاتصال الجماهيري والثقافة (الشارقة: دائرة الثقافة والإعلام، ط1، 2001)، ص20؛ مارتن هيدجر، التقنية الحقيقية الوجود، ترجمة محمد سبيلا وعبد الهادي مفتاح (بيروت؛ الرباط: المركز الثقافي العربي، د.ط، د.ت)، ص43.

² يُنظر: جاك الول، خدعة التكنولوجيا، ترجمة فاطمة نصر (القاهرة: هيئة الكتاب، د.ط، 2004م)، ص169-182.

³ يُنظر: طه عبد الرحمن، دين الحياة: التحديات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال (بيروت: دار إبداع، ط1، 2017م).

ولا يقترح هذا البحث حلولاً ساذجة لعلاج هذه الأزمة من مثل الانفصال عن التقنية، وإذا ما سلّمنا أنه لا يمكننا الانفصال عنها، فالواجب هو البحث عن حلول تُعيد التوازن بيننا وبين التقنية، والوعي بهذا المتغير الكبير يساعدنا في صياغة الخطاب العقدي المناسب، فقد زحف الإعلام بعنف على المؤسسات التقليدية؛ البيت والمدرسة والمسجد والشارع والمجتمع، وزاحم رسالتها، بل هناك تحولات مع الأجيال الجديدة، فقد أصبح الواحد منهم يعيش في الإعلام، وعبر عوالم جديدة، يتكون داخلها بيته وأسرته ومواطن عبادته وتعليمه وهُوّه، ويدخلها بسعادة، وكأنه دخل جنته، ويخرج منها وهو في غاية الانزعاج، ومن أمثلة ذلك تطبيق Second Life.

هناك ثلاث مساحات تتشكل أمام الوعي لهذا المتغير الكبير: **تحديات، ومخاطر، وفرص**، والذات الواعية تقف أمام هذا الثلاثي بعناصر قوتها وضعفها، فما إن تزيد عناصر القوة حتى تتمكن الذات من توقي المخاطر وتجاوز التحديات واستثمار الفرص، فإذا أتت عناصر الضعف وتوسعت في مسارب الذات؛ وقعت فريسة سهلة لهول المخاطر، ووقفت عاجزة أمام التحديات، وعجزت عن التفاعل المثمر مع الفرص.

قوة الإيمان وقوة الوعي؛ هما سندا الذات المسلمة في مواجهة جبروت التقنية، ومن ثمّ؛ لا بد من القيام بواجبنا الإسلامي والحضاري، ويكون ذلك عبر الثلاثي: **التحدي، والخطر، والفرص**؛ وفق العرض الآتي.

التحدي: يبدأ الخطاب العقدي عبر الإعلام من (كيف؟) لا من (ماذا؟)؛ من الأسلوب لا من المحتوى، وهو أهم تحدٍّ نحن في حاجة للتعامل معه؛ لأننا نملك الحق ونحمله للعالم، ولكن السؤال الصعب والتحدي الكبير: كيف نُقدّمه لأنفسنا وللعالم؟

الخطر: يفتح لنا استقبال الإعلام أبواب جهنم؛ مخاطر لا يحصرها العُدُّ، ويحفظ لنا التراث تحذير الأسلاف من مجالسة المبتدع، ومخالطة صاحب الشبهات، والابتعاد عن جليس السوء، إلا لمن كان يملك عناصر القوة، ويريد إقامة النصيحة والدعوة، لكننا اليوم،

وبمجرد لمس الشاشة؛ تنبثق أمامنا كل أديان العالم، ومشكلات التاريخ والحاضر، وأصناف الأيديولوجيات، وبحر متلاطم من الشبهات، بل أصبحت منتديات الملحددين في الشبكة ومعرفاتهم في شبكات التواصل من الكثرة بمكان، فكيف بما هو دون ذلك؟! والسؤال المؤلم: هل نستطيع الصمود أمام هذا الخطر؟ وما عناصر الخطاب العقدي الموجّه لبناء شخصية المستقبل للإعلام ليتمكن من مواجهة الخطر؟

الفرص: من رحمة الله بنا أن جاءت فُرصٌ تملأ الأفق، وتتكاثر وتفتتح لمن ينتبه لها، فتعطي المقبل إليها ما يفوق الحصر ويخرج عن الفكر، والسؤال المهم هنا: كيف ننجح في اكتشافها، بل في إحسان التعامل معها؟

والخطاب العقدي هنا ليس مجموعة تصورات فارغة من المعنى الوجداني والعملي، كما هي حال اللاهوت الفلسفي الصوري البعيد من القلب، وإنما هو خطاب يذهب إلى العمق، ويأخذ بصاحبه في عالم إيماني مدهش، نور وحياة للعقل والقلب، يتبعه عمل وخلق وسلوك، يخرج بصاحبه من أسر المادة والحس إلى عالم الملاء الأعلى، وهو لا يفعل ذلك بالأفراد فقط، وإنما بالأمم والشعوب.

"الخطاب، العقيدة، العولمة، الإعلام" بحثٌ في المعاني والعلاقات

العولمة: يقع التركيز على المعنى السلطوي المتجدّر في العولمة مع الفرص التي تمنحها بذكاء لفاعلين اجتماعيين؛ فنعرّفها بأنها توحد العالم بسبب توحد المؤثرات الثقافية أو الحضارية،¹ وتوحد قوى إدارته، والأمثلة الحسية أقدر على تقريب المعنى، فعندما نجد الأطفال والمراهقين في أغلب مدن العالم يزدحمون أمام مطعم "مكدونالدز"، ويطلبون مع تنوع لغاتهم وثقافتهم الطلب نفسه، وغالبًا بالاسم نفسه؛ عندها نعلم كيف استطاعت هذه الشركة أن تُوحّد رغبة هؤلاء الأطفال، ولسنا بصدد تحديد هذه الجهات الفاعلة في تشكيل العالم وفق قالب واحد، إلا أن هناك أدّرعًا تظهر أمامنا، ويتربع على رأسها شركات عابرة للقارات ومتعددة

¹ يُنظر: الموسوعة العربية العالمية (الرياض: مؤسسة أعمال الموسوعة، ط2، 1999م)، ج16، ص721.

الجنسيات؛ هنا تظهر الرأسمالية لاعبًا خطيرًا، وقدرتها في امتلاك أهم وسائل الإعلام والاتصال، وهي عازمة على تشكيل العالم ليتكيف مع منتجاتها.¹

ويأتي الإعلام في صورة محايدة بمعنى الإيصال أو التوصيل،² فكأنه طرف محايد يحمل المحتويات المتنوعة من مصدرها لإيصالها إلى المتلقي، إلا أن الحقيقة غير ذلك، فقد أصبح الإعلام لاعبًا كبيرًا في إنتاج المحتوى أو إعادة تشكيله، فلم تعد الرسالة في صورتها الساذجة التي تنتقل من مصدرها إلى متلقيها، من دون أن تتعرض لإعادة تشكيل في أثناء مرورها بوسيلة النقل الإعلامية؛ إذ تخضع الرسالة الإعلامية قبل أن تصل إلينا لعملية فحص عبر الجهاز الوسيط؛ بهدف إخراجها وفق تصورات مالكي هذه الوسائل وغاياتهم، فلا مكان غالبًا لوسيط محايد في فضاء العولمة، وليس هناك سوى قوى ذات تصورات وغايات، تقوم بعملية "منتجة" الرسالة قبل أن تصل إلى المتلقين، وعلى الرغم من أغلب مؤسسات الإعلام تدّعي الموضوعية والحيادية؛ يكشف لنا وعينا من يملكها غير ذلك، وكما يقول إدوارد سعيد إن جملة: "الصحافة الحرة التابعة لمؤسسات الأعمال"؛ تحمل معنيين متناقضين، في إشارة إلى مشكلة العلاقة بين صحافة تدّعي الحرية، بينما هي مملوكة لمؤسسات الأعمال،³ إلا أنه - ولحسن حظ الجمهور العالمي الكبير - هناك ما يُعكّر فاعلية موجّهي العولمة الإعلامية، فلا ينعمون بتحقيق رغبتهم من دون صعوبات، وذلك أن هناك سُننًا تأتي من خلف هذه الرغبات، فهذه السلطة الرأسمالية في فضاء العولمة ينازعها إرادات بشرية، ولا سيما تلك التي تغدّت على نظام عقائدي متين يدفعها لمقاومة

¹ يُنظر: عبد الوهاب المسيري، دراسات معرفية في الحداثة الغربية (القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، ط1، 2006م)، ص305.

² يُنظر: الدنان، البث الفضائي العربي، ص6؛ تامة الجندي، الإعلام العربي: قلق الهوية وحوار الثقافات (دمشق: دار نينوى، ط1، 2005م)، ص38.

³ يُنظر: دافيد إدوارد؛ دافيد كرومل، حراسة السلطة: أسطورة وسائل الإعلام الليبرالية، ترجمة أمال كيلاني (القاهرة: الشروق الدولية، ط1، 2007م)، ص22.

هذا التلميظ والتشكيل القهري الخفي من أدوات العولمة، وهذه الإرادات البشرية تقاوم ذلك التهديم المكثف من العولمة، وتتحرك في مساحات توفرها العولمة ذاتها، أو يفتحهم هؤلاء سياجاتها لبناء كيانات حرة داخل هذه السياجات؛ تناضل داخل هذا الفضاء العولمي، تتوسع أحياناً، ويُضيق عليها مرات ومرات.

ومن أهم أدوات العولمة التي تشهد سجلاً بين المسيطرين عليها وبين الإرادات البشرية الفاعلة: أداة الإعلام والاتصال، وأعظم الناس نجاحاً في مقاومة تحديات العولمة الإعلامية هم الذين يحملون إرادة شديدة بعقيدة متقدمة، تُمدّها بطاقة إيمانية تُحقق لصاحبها التميّز في هويته والحسن في عمله والإحسان لغيره، وهذا إنما يتجلّى مبرزاً في العقيدة الإسلامية. هذه الجدلية بين التحديات والفرص داخل فضاء العولمة الإعلامية؛ تسمح لمن تحاصرهم هذه العولمة بتحدياتها بالحركة في مساحة الفرص، ومن العقبات التي تواجه أي خطاب أصيل أنه يتحرك بصعوبة في أرض ليست له، وقد يتسبب ذلك في مشكلات إذا جاءت هذه الحركة بغير وعي.

ومن صور الحضور الإسلامي في فضاء العولمة حضور خطابه العقدي، وهو أهم الخطابات، والخطاب هنا تأخذه بالمعنى الموسّع له في اللغة وعند المهتمين به، ففي اللغة يرى الفجاري أن مادة (خطب) في المعجم العربي تحمل "معنى جوهرياً؛ وهو الكلام الحامل (رسالة) ما، والمعتمد على سلطة ما لتبليغها وتحقيقها"¹، وعند علماء الأصول يعرض لنا الأمدي تعريفه بأنه "اللفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من هو متهيئ لفهمه"²، ولا شك في أن الخطاب العقدي هنا يراد منه التوجه إلى الذات والآخر، بناءً للذات وتأثيراً في الآخر، ومن ثم؛ فالتعريف الثاني هو الأقرب لمبتغاننا هنا.

¹ مختار الفجاري، "مفهوم الخطاب بين مرجعه الأصلي الغربي وتأصيله في اللغة العربية"، مجلة جامعة طيبة للآداب والعلوم الإنسانية، العدد 3، 1435هـ، ص570.

² الأمدي، علي بن محمد، الإحكام في أصول الأحكام، تعليق عبد الرزاق عفيفي (الرياض: دار الصميعي، ط1، 2003م)، ج1، ص131-132.

وليس بعيداً ما نجد عند اللساني بنفنيست عن الخطاب أنه "كلُّ تلفظ يفترض متحدثاً ومستمعاً، تكون للطرف الأول نية التأثير في الطرف الثاني بشكل من الأشكال"¹، إلا أننا نستبدل بالتلفظ كل ما تقدمه عبر الإعلام المعولم قصد تعريف الناس بعقيدتنا ودعوتهم إليها.

والخطاب العقدي هنا يتصل بباب التصورات في الدين الإسلامي التي تُشكّل عقيدة المسلم ووعيه ومواقفه العملية، ومن ثم؛ نتحدث عن أهم أبواب الهوية الإسلامية، وقد جاء ذكره في نصوص الوحي تحت مسميات عدة؛ من مثل: أركان الإيمان والإسلام، والإيمان بالله واليوم الآخر، والإيمان بالغيب، وتوحيد الله، والقدر، ويتسع لكل مجال الأخبار في الوحي؛ التي هي مقصد الاعتقاد والإيمان، كما أنه يشمل الموقف من الغيب والوجود والمصير، والتصوير حول الحياة والإنسان والعالم، ويشمل أيضاً الموقف من الآخر.²

كما أن الخطاب وفق مقتضيات عصرنا؛ يستدعي الالتفات لجميع عناصر الرسالة الإعلامية، من رسالة ومرسل ومستقبل ووسيلة وهدف، فليس بكافٍ بناءً نصوص علمية متينة إذا كان هدف خطابنا الوصول إلى المتلقين والتأثير فيهم، فلا بد من أن نأخذ سائر أطراف عناصر الرسالة في الحسبان،³ وتبعاً لذلك؛ سيكون النظر إلى هذا الموضوع وفق مجموعة مسارات هي: الخطاب العقدي في علاقته بالرسالة، والمرسل، والمستقبل، والأسلوب، والوسيلة.

¹ نقلاً عن: عبد القادر شرشار، تحليل الخطاب الأدبي وقضايا النص (دمشق: اتحاد الكتاب العرب، د.ط، 2006م)، ص61، ويُنظر: الرواوي بغورة، مفهوم الخطاب في فلسفة ميشيل فوكو، (القاهرة: المركز الأعلى للثقافة، د.ط، 2000م)، ص87.

² يُنظر: عثمان جمعة ضميرية، "العقيدة الإسلامية في القرآن الكريم: المنهج والخصائص"، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية، المجلد 7، العدد 1، 2009، ص2.

³ يُنظر: محمود يوسف السماسيري، نظرية الخطاب (الفكر الإسلامي: قراءة علمية تأسيسية) (بيروت: دار القلم، ط1، 2016م)، ص23-25.

الرسالة: المحكمات والمتغيرات

أولاً: الاعتقاد والانتقاد (الرؤية)

قد نجد من يقول إن القلب يعتقد، والعقل ينتقد، والحقيقة أن لا إنسان إلا يعتقد وينتقد، والخطاب العقدي يحويهما؛ ففيه اعتقاد وانتقاد، فهو يقدم في باب الاعتقاد ما يجب اعتقاده من أصول الإيمان وأبواب التصورات، ومعه النقد لمن خالف هذه الأصول والتصورات، والوحي كما أن فيه عرض ما يجب اعتقاده من الإيمان بالله واليوم الآخر والقدر والغيب، وكيف تُغرس في القلب، وما يرتبط بها من عمل؛ ففيه أيضاً ذمُّ الشرك والكفر، وبيان صراع الرسل عليهم الصلاة والسلام مع أقوامهم، ويمكن بحسب واقع الخطاب العقدي وماضيه أن نلخص هذه العلاقة في مجالين:

- مجال الاعتقاد؛ وذلك من خلال عرض مسائل العقيدة لمن يطلبها، وبيان معانيها وأدلتها وسبل تحقيقها والترقي في درجات الإيمان بها من خلال التزكية.

- مجال الانتقاد؛ ويمكن إعادته لأربع صور: انتقاد الأديان المخالفة لدين الإسلام؛ وانتقاد بدع الفرق المخالفة لما جاء في الكتاب والسنة؛ وانتقاد الأفكار المنحرفة التي حملتها لنا المذاهب الفكرية التي تستبعد الوحي في بناء التصورات عن الوجود والإنسان والعالم والمعرفة؛ وانتقاد الموضوعات أو الأعمال ذات البعد العقدي الخاطيء التي لا تنتمي إلى دين أو فرقة أو مذهب، وإنما نشأت في سياق اجتماعي عام.

فمصدر المعرفة الإسلامية؛ الوحي؛ فيه هذا وذاك؛ الاعتقاد والانتقاد، كما أن تاريخ المسلمين يحفل بهما، والسؤال اليوم: كيف يكون خطابنا العقدي اعتقاداً وانتقاداً في فضاء العولمة الإعلامية؟

من المعلوم أن مجال عرض المعتقد يتطلب أساليب وأدوات غير التي يتطلبها مجال الانتقاد، وبما أن الحديث هو عما نُبلَّغ عبر الإعلام المعلوم، فلا بد من أن نأخذ في الحسبان خصائص الإعلام، وهي خصائص تسمح بالنجاح في مجال التبليغ، ولا تحقق ما يكفي

في مجال النقد؛ لأن النقد يتطلب مهارات عالية وأوقافاً كافية وجمهوراً مناسباً، ويذكر بورديو مشكلة عدم مناسبة الشاشة للمفكر، ويُنَبِّه إلى أهمية وضع شروط بيننا وبين الإعلاميين تقوم على أن يكون الوقت المخصص للمفكر غير محدود، ولا تُفرض علينا الموضوعات، ولا نُوَطَّر بتعليمات،¹ وإذا كان كذلك، فالمقترح تغليب مساحة الاعتقاد على الانتقاد، وعند الحاجة للانتقاد فلا يكون من أي أحد، وإنما يكون ممن هو متمكن من النقد، وممن يُقدَّر المصلحة، ويكون الانتقاد في فضاءات أخرى أهمها الفضاء التعليمي في الجامعات ومراكز الأبحاث.

والأقرب في باب الانتقاد عبر وسائل الإعلام هو التحذير من تلك الانحرافات العقديّة، والبيان بأقوى عبارة وأوضح أمثلة، ومحاولة بيان آثارها ونتائجها وعواقبها الخطيرة، ويختلف التحذير عن الانتقاد، ويكمن الفرق في أن التحذير هو ذكر الانحراف، وأنه إما مما جاء النص بالنهي عنه، وإما مما يخالف ما جاء في الكتاب والسنة، وينبغي بيان آثارها الخطيرة عبر أمثلة واضحة، ويكون ذلك فيما يستحق التحذير؛ بأن يكون هناك من وقع فيها وزاد عددهم؛ بخلاف الانتقاد، فهو ذكر الانحراف، ثم التوقف معه نقدًا وفق مناهج النقد المتبعة، والمناظرة لحاملي الانحراف وفق منهج المناظرة المقررة عند أهل الفن.

ومن ثمّ؛ فما ينبغي لنا من وجهة نظري هو توسيع عرض عقيدة الإسلام، بأفضل ما يمكننا في عالم اليوم بخاصة؛ إذ يشهد غفلة عن الاهتمام بهذا الجانب داخل الأسر أو في برامج التعليم، مع عظيم الحاجة إليه، فهناك أكثر من مليار ونصف مسلم؛ إنما يتحقق كمال إسلامهم بما يتحقق من معرفتهم لما يجب اعتقاده، وتمكين ذلك المعتقد من قلوبهم. كما أنه في المقابل، ومع نجاح بعض القوى في استثمار العولمة الإعلامية في تشويه صورة الإسلام؛ فقد أصبح مادة إعلامية سلبية يتلقاها العالم، وقد دفعت هذه الحالة كثيرًا

¹ يُنظر: بيير بورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة درويش الحلوجي (دمشق: دار كنعان، ط1، 2004م)،

من مستقبلي هذا التشويه للإسلام والتخويف منه؛ إلى بحثهم عن الإسلام، وهم غالباً يبحثون عنه عبر وسائل الاتصال الحديثة، فيجب على المسلمين تحويل هذه المشكلة إلى فرصة؛ لنكون جاهزين في مواقع البحث بالخطاب العقدي المبين والمقنع.

ثانياً: الاعتقاد والانتقاد (المحتوى)

بعد تحديد الرؤية في بابي الاعتقاد والانتقاد يأتي بيان المحتوى فيهما.

مجال الاعتقاد (المحکمات): ينبغي لحاملي الخطاب العقدي إظهار المحكمات والتركيز عليها، فليس فضاء العولمة الإعلامية مناسباً لقول كل شيء، وإنما "الواجب تقديم الإسلام في التطبيق والدعوة من خلال المحكمات والأساسيات؛ لا من خلال الاجتهادات والخلافات السائغة أو غير السائغة"¹.

ومعلوم أن النبي ﷺ ترك أموراً كان في وسعه فعلها، إلا أنه بسبب تأثيرها الإعلامي الخطير لم يفعلها، ومن ذلك أن أحد المنافقين تلفظ بأمر عظيم، فقال عمر ﷺ: "يا رسول الله: دعني أضرب عنق هذا المنافق"، فقال النبي ﷺ: «دَعُهُ، لَا يَتَحَدَّثُ النَّاسُ أَنَّ مُحَمَّدًا يَقْتُلُ أَصْحَابَهُ»،² قال ابن تيمية: "النبي ﷺ؛ كان يكف عن قتل المنافقين مع كونه مصلحة؛ لئلا يكون ذريعة إلى قول الناس إن محمداً ﷺ يقتل أصحابه؛ لأن هذا القول يوجب النفور عن الإسلام ممن دخل فيه ومن لم يدخل فيه، وهذا النفور حرام"³.

وقد أصبح هذا فقهاً للصحابة ﷺ، ومن ذلك قول علي ﷺ: "حدثوا الناس بما

¹ عابد محمد السفياي، المحكمات: حوارات وتطبيقات، (الرياض: مركز الفكر المعاصر، ط1، 2013م)، ص12، 27، 36.

² البخاري، محمد بن إسماعيل، الجامع الصحيح (بيروت: دار طوق النجاة، ط1، 1422هـ)، كتاب تفسير القرآن، باب: "قوله: ﴿سواء عليهم أستغفرت لهم...﴾"، ج6، ص154.

³ ابن تيمية، أحمد بن عبد الحليم، الفتاوى الكبرى، تحقيق: محمد عبد القادر عطا ومصطفى عبد القادر عطا (بيروت: دار الكتاب العربي، ط1، 1408هـ)، ج6، ص174.

يعرفون؛ أتحبون أن يكذب الله ورسوله" ¹، وقول ابن مسعود رضي الله عنه: "ما أنت بمحدث قومًا حديثًا لا تبلغه عقولهم إلا كان لبعضهم فتنة" ².

قال ابن حجر: "قوله: بما يعرفون، أي: يفهمون، وزاد آدم... في آخره: ودعوا ما ينكرون، أي يشتبه عليهم فهمه... وفيه دليل على أن المتشابه لا ينبغي أن يُذكر عند العامة، ومثله قول ابن مسعود: ما أنت محدثًا قومًا حديثًا لا تبلغه عقولهم إلا كان لبعضهم فتنة" ³.

واليوم يجدر بقيادات المسلمين العلمية والفكرية أن تحسب لخطابها حسابات دقيقة؛ اقتداءً بنبينا صلى الله عليه وسلم، وقد يُقال: فما الموقف؟ هل يُكتم الحق، وفي كتمانها تحذيرات كبيرة؟
فالجواب أن يجتهد العلماء في تصحيح حياة الناس، وبثّ العلم النافع الذي يرفع عنهم أسباب اللبس، ثم يُذكر الحق لهم بعد أمن الفتنة عليهم ⁴.

مجال الانتقاد (نقد المؤثر من الانحرافات): ما زال الدين ملاذًا للبشرية، ومهما بلغ نشاط خصوم الدين من نجاح فلا بد في النهاية من الدين، وأرقام اليوم كما الأمس تُبَيِّن أن مليارات البشر ينتمون إلى الأديان، ولكن هذه الأديان بعامة، والدين الحق بخاصة؛ تواجه تحديات كبيرة، فيكون ما يُنتقد في مجال الاعتقاد هو الانحراف المؤثر الآن، بينما غيره من الانحرافات يمكن مناقشتها في موطن غير إعلامي، ويمكن تقسيم ما يؤثر سلبيًا على معتقد المسلمين بحسب التقسيم الثقافي والاجتماعي إلى نخبة وعامة، فما يغلب على عامة الناس هو الميل إلى المحسوس؛ بخلاف النخبة؛ فمشكلاتهم تأتي من الغلو الفكري.

¹ صحيح البخاري، كتاب العلم، باب: "من خصص بالعلم قومًا دون قوم كراهية ألا يفهموا"، ج1، ص37.

² مسلم بن الحجاج، المسند الصحيح، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي (بيروت: دار إحياء التراث العربي، د.ط، د.ت)، المقدمة، باب: "النهي عن الحديث بكل ما سمع"، ج1، ص11.

³ ابن حجر العسقلاني، أحمد بن علي، فتح الباري شرح صحيح البخاري، اعتنى به محب الدين الخطيب (بيروت: دار المعرفة، د.ط، 1379)، ج1، ص225.

⁴ يُنظر: محمد صالح العثيمين، القول المفيد على كتاب التوحيد (المملكة العربية السعودية: دار ابن الجوزي، ط2، 1424هـ)، ج2، ص192-193.

التحدي المرتبط بالعامّة (المحسوس): يميل العامّة من الناس إلى المباشر والمحسوس، قال ابن الجوزي: "كلّ محنة لبس بها إبليس على الناس فسببها الميل إلى الحس"،¹ فقد رآتهم على الانفصال عن المحسوس ليست في مستوى غيرهم، ومع أنّه يغلب عليهم الانتماء الديني، إلا أنّهم لا ينجحون في الانفلات من الحسّ، فهم عادة ما يبحثون عن الوسيط الحسي الذي يوصلهم إلى الغيب؛ وقد جاءت دعوات الأنبياء عليهم أفضل الصلاة والسلام بإخراج البشرية من هذا الانحراف، وعندما نظر اليوم إلى عامّة غير المسلمين، وكذا إلى بعض عوام المسلمين؛ نجد فتنتهم من هذا الميل إلى الحس، فأما غير المسلمين، فهذه الديانات الآسيوية المليارية؛ الهندوسية والبوذية والكنفوشية وغيرها؛ نجد عوامّهم مرتبطين بمعبودات حسية، في أصنام وهيكل وما شابه، وأما المسلمون فقد ظهر الميل إلى المحسوس من خلال البدع القبورية والتبرك بمن فيها، وهناك اليوم أكثر من ستة آلاف ضريح منتشرة في مدن المسلمين، ويزورها آلاف البشر، ولا سيما عوام المسلمين، ثمّ لا نجد ما يكفي من النصيحة والتحذير،² فما المحتوى العقدي النقدي المناسب لجنس هؤلاء العامّة ليخرجهم مما هم فيه؟

التحدي المرتبط بالنخب (الغلو): إذا كان العامّة من البشر قد ارتبطوا بالمحسوس، فإنّ النخب المثقفة قد ارتبطت تحدياتها بالمعقول؛ إلا أنّ العقل هنا بمعناه المجرد، والعقلانية المجردة كانت غالباً ردّات فعل لما يفعله العامّة، فغلّوا في استعمال العقل، فأخرجهم هذا الغلو عن الوسط؛ بخلاف العقلانية الربانية التي تأخذ قوتها من التسليم للوحي والإيمان بالغيب، فهي العقلانية المحمودة، وليس الحديث هنا عنها ولا عن أهلها، وإنما الحديث عن أولئك الذين ضلّوا في استعمال العقل.

يواجه أهل الإسلام أربعة تحديات تواجه الأديان بعامة، ولكن ضررها أعظم على

¹ ابن الجوزي، عبد الرحمن بن علي، تلييس إبليس، تحقيق السيد الجميلي (بيروت: دار الكتاب العربي، ط1، 1405هـ)، ص49.

² يُنظر: دمعة على التوحيد: حقيقة القبورية وآثارها في واقع الأمة (الرياض: المنتدى الإسلامي، ط1، 1999م)، ص25.

الدين الحق؛ هي: ظاهرة الإلحاد الجديد، والعلمانية، والغلو في الدين، وتمييع الدين؛ اثنان من خارج الأديان؛ الإلحاد والعلمانية، واثنان من داخلها؛ الغلو والتمييع.

مصدره	التحدي	من مكوناته	الخطاب الإعلامي
الخارجي	الإلحاد	إنكار الدين والألوهية	نقدي عقلي
	العلمانية	تقليص دور الدين في الحياة العامة	
الداخلي	الغلو	تجاوز الحد المشروع	نقدي شرعي
	الجفاء والتمييع	إفراغ الحياة العامة من الأعمال الدينية	

وأقف هنا مع أشدها خطرًا؛ أي الإلحاد، فهو يُعدُّ أشدَّ المواقف الفكرية المرضية الراضية للدين، ويُعرَّف بأنه "مذهب من ينكرون الألوهية"¹، ومع إنكار الألوهية ينهار كل ما يرتبط بالدين، وقد كان ذلك أول الأمر ظاهرة ضعيفة في تاريخ البشرية؛ بخلاف العصر الحديث، إذ شهد الإلحاد رواجًا وانتشارًا، ولم يعد حالات شاذة، وإنما أصبح تيارًا منظمًا له مؤسساته وفلاسفته ودعايته ووسائله، ومع العولمة الفكرية والإعلامية؛ ظهرت الدعوة للإلحاد شديدة كأشدَّ ما يقوم به أهل الأديان، كما أنه يجارب ويشراسة كل الأديان، مع تخصيص الإسلام بمواجهة خاصة، ويتميز بكثافته وتنوع استدلالاته، وتشكيل اتحاد عالمي من كل الجنسيات والثقافات، وأرشفته لشبهاته مع تيسيرها للجميع وبكل اللغات، وحضورهم المبرز في شبكات التواصل الاجتماعي، وتقديم مواد إلحادية ناعمة عبر الفنون ولا سيما السينما العالمية، ونشاط دعوي لكبار الملاحدة عبر وسائل الإعلام، يصاحب ذلك ضعف الإجابات الدينية لعدد من شبهاتهم الجديدة، وهذا الجهد يبني شبكة متكاملة من الشبهات تعيق الانتفاع بالدين، وقد تسبب ذلك بازدياد المتشككين الجدد، وتوسع مرض الشبهات.²

¹ جميل صليبا، المعجم الفلسفي (بيروت: دار الكتاب اللبناني، د.ط، 1982م)، ج 1، ص 20.

² يُنظر: عبد الله العجيري، مليشيا الإلحاد: مدخل جديد لفهم الإلحاد (لندن: دار تكوين، 2، ط، 1435هـ).

والخطاب الإعلامي الانتقادي هنا يكون مختلفاً عن النقد العلمي عبر المؤلفات والبحوث العلمية، وهذا ما تَفُظَنُ إليه أحد أشهر دعاة الإلحاد المعاصرين دوكنز، فلم يقدم حُجَجًا علمية وفلسفية عميقة، ولكنه يقدم خطاباً إعلامياً يتلبس بخطاب علمي وفلسفي،¹ بينما لا نريد خطاباً دفاعياً، وإنما خطاباً نقدياً هجومياً يقوم على الحق والعدل، واليوم أصبح لدينا خبراء بما يقيم الواجب في المجال العلمي، ولكن ما زال المجال الإعلامي ضعيفاً، والواجب بذل ما يمكن لإنتاج محتويات إعلامية نقدية للإلحاد، ولا يهمننا كثرتها بقدر ما تهمننا قوتها وقدرتها الفائقة على التأثير، إذ يتسم الإعلام الجديد بتكرار المنتج ووضعه في قائمة المرجع الأول لمن يبحث عنه.

الخطاب العقدي والمرسل (كل مسلم)

بعد أن مررنا بالرسالة التي هي موضوع الخطاب العقدي؛ يأتي الحديث عن مرسل هذه الرسالة، وهو كل مسلم، وقولنا: "كل مسلم"؛ ليس جملة مرسلة، وإنما مقصودة، وهدفها أن يستشعر الجميع المسؤولية، فقد بثَّ الإسلام الفاعلية في أهله؛ فعن عبد الله بن عمرو أن النبي ﷺ، قال: «لَعُؤَا عَنِّي وَلَوْ آيَةً»،² قال ابن حجر: "ليسارع كل سامع إلى تبليغ ما وقع له من الآي ولو قل"،³ ففي الحديث أن الأصل في المسلم البلاغ، ولو بأية، ولو بأقل القليل، متى ما عرفها وعلمها.

وبما أننا في زمن العولمة الإعلامية، ومن معالمها التَّقْنِيَّةُ أنها أتاحت لكل مواطني العالم المشاركة، فليكن من أهم ما يشارك به المسلم تبليغ شيء من الدين، والتبليغ درجات؛ أدناه أن توصل إلى الآخر ما عرفت من الحق، ولكن أفضل منه أن يكون

¹ للبرامج الإعلامية التي تدعم الإلحاد من مسلسلات وأفلام ووثائقيات وفنانين؛ يُنظر: المرجع السابق، ص 30-35، وقد شمل مواداً كرتونية للأطفال.

² صحيح البخاري، كتاب أحاديث الأنبياء، باب: "ما ذكر عن بني إسرائيل"، ج 4، ص 170.

³ العسقلاني، فتح الباري، ج 6، ص 498.

بلاغاً مبيّناً، وهو البلاغ الذي يكون صاحبه متمكناً من العلم موصلاً إياه بأفضل صور الإيصال؛ إقناعاً وتأثيراً.

أثر الثورة الإعلامية في تحول المستقبل إلى إعلامي

كان الناس بعد التحول الإعلامي التقليدي أمام مساحة واسعة من المؤثرات، ففي القرن الماضي؛ جاء الإعلام التقليدي بوسائله في مستوياتها الثلاثة: المقروء، والمسموع، والمرئي. وقد كانت هناك نظريات مختلفة متنازعة في نوع التأثير لهذه الوسائل وحجمه¹ ومع ذلك؛ ثمة نقاش عريض في أثر هذه الوسائل التقليدية في حياة الناس، وحجم الوعي الذي تصنعه الصحافة، وحجم الترفيه الذي توفره المسموعات والمرئيات، وقد كان الغالب على بلدان العالم الثالث امتلاك الحكومات للإذاعات والتلفزة، وترك الصحافة والشريط والفيديو والسينما للمؤسسات والشركات، مع غياب دور الأفراد.

ومع الاختلاف في حجم الأثر ونوعه، وهل هو إيجابي أم سلبي؟ نسخ الحديث عن هذه الوسائل وأثرها التحول الجديد الذي جاء مع تطورين كبيرين؛ هما: البث المباشر، والشابكة، فالبث المباشر أسهم في نشوء قنوات تلفزيونية لا تتبع الحكومات، ومن ثم؛ قد تخرج عن الرقابة والتوجيه الحكومي، وعندما تكون هذه القنوات غير منضبطة بمبادئ وقيم، وتبحث عن الربح فقط؛ تُعرق المشاهد ببرامج سلبية، وقد توسع الأمر بعد اكتشاف الشابكة، فخرجت تلك القنوات عن نطاق الحكومات وضبطها؛ لتستولي عليه شركات عالمية، وتفتحه لمشاركة كل مواطن في العالم، ومن ثمّ سمي هذا الإعلام "إعلام المواطن"، وأصبح الفرد قادراً على ممارسة دور إعلامي عبر شبكات التواصل، وأن يكون مرسلًا ومستقبلًا في آن معاً.²

¹ يُنظر: محمد سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي (الرياض: مكتبة العبيكان، ط1، 2014م)، ص103-146.

² يُنظر: آندريا بريس؛ بروس ويليامز، البيئة الإعلامية الجديدة، ترجمة شويكار زكي (القاهرة: دار الفجر، ط1، 2012م)، ص31-37.

ويتميز عالم البث المباشر والشابكة بأنه عالم مفتوح على عدد كبير من القنوات والبرامج والمواقع، كما أنه يمكن لكل فرد فيه أن يسهم بدور فيه، وهذا لم يقع مثله في تاريخ البشرية، فهو حدثٌ جديد غير مسبوق، ومن ثم؛ لا بد من أن نضعه في إطار الإشكالية التي هي في حاجة إلى وعي معمق وعلاج مركب.

ويقوم هذا الوعي على مبدأ وموقفين مرتبطين به، فأما المبدأ فهو المسؤولية، بأن يشعر كل فرد بأنه مسؤول، بحيث نُعمق التربية الإيمانية والمسؤولية الفردية، فكل ما جاءنا من ربنا سبحانه عهد وأمانة، ونحن مؤتمنون عليها، وسُئسأل عنها، قال تعالى: ﴿وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا﴾ [الإسراء: 34]، وقد نقل القرطبي عن الزجاج قوله: "كل ما أمر الله به ونهى عنه، فهو من العهد"،¹ وقال تعالى: ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾ [الإسراء: 36]، قال السعدي: "حقيق بالعبد الذي يعرف أنه مسؤول عما قاله وفعله، وعما استعمل به جوارحه التي خلقها الله لعبادته؛ أن يُعدّ للسؤال جواباً"،² ومن هذا الباب العظيم قوله تعالى: ﴿وَسَوْفَ تُسْأَلُونَ﴾ [الزخرف: 44]، وقوله تعالى: ﴿وَقِفُوهُمْ إِنَّهُمْ مَسْئُولُونَ﴾ [الصفات: 24]، وقوله تعالى: ﴿فَوَرَبِّكَ لَنَسْأَلَنَّهُمْ أَجْمَعِينَ﴾ [الحجر: 92]، وقوله تعالى: ﴿وَلَتُسْأَلُنَّ عَمَّا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ﴾ [النحل: 93]، وقوله تعالى: ﴿لَيْسَ أَلِ الصَّادِقِينَ عَنْ صِدْقِهِمْ﴾ [الأحزاب: 8]، قال القرطبي عن الآية الأخيرة: "فيه أربعة أوجه: أحدها؛ ليسأل الأنبياء عن تبليغهم الرسالة إلى قومهم؛ حكاها النقاش، وفي هذا تنبيه، أي إذا كان الأنبياء يسألون فكيف من سواهم؟".³

وينبع عن مبدأ المسؤولية موقفان؛ هما: **التحصن، والحضور؛** والمقصود بالتحصن، وضع الحصون الفاعلة للحماية، ولكن من دون انفصال عن الواقع، وإنما هناك أيضاً

¹ القرطبي، محمد بن أحمد، **الجامع لأحكام القرآن** (القاهرة: دار الكتب المصرية، ط2، د.ت)، ج10، ص256.

² السعدي، عبد الرحمن بن ناصر، **تفسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان**، تحقيق عبد الرحمن اللويحي (الرياض: دار الرشد، ط1، 2000م)، ص457.

³ تفسير القرطبي، ج14، ص128.

حضور عبر المشاركة المسؤولة التي تنفع الذات والآخر، فكيف نستقبل بوعي ونؤثر بمهارة؟
كيف نبني وعي الاستقبال ومسؤولية الإرسال؟

تحصن (وعمي) - حضور (تفاعل)	
تحصن من دون حضور يجتهد في حماية الذات ولكنه سلبي	حضور من دون تحصن متفاعل ولكنه غير متنبه للمشكلات
لا تحصن ولا حضور يغلب على الناس الاستهلاك المفتوح الإدمان الإعلامي الاتصالي	تحصن وحضور يضع برنامج حماية فعالاً ويقوم بأدوار إيجابية نافعة

وهذا الوزن بين الموقفين يخفف من الاستهلاك السلبي للمحتوى الإعلامي، وقد يظن بعضهم أن الاستهلاك الكبير للمحتوى الإعلامي الاتصالي يحقق وعياً ومعرفة لصاحبه، بينما هو في الحقيقة يُغرقه في بحر من الصور والرموز والأرقام والمعلومات، ولا يستطيع الخروج منها برأي أو موقف، ويبقى على السطح دائماً من دون عمق؛ لأنه لا يجد فرصة للتأمل والاستقرار واتخاذ موقف وبناء عمل، فهو أمام كمّ هائل من المحتويات التي يُنسي بعضها بعضاً، وينسخ بعضها بعضاً، وربما يضع أربع صفحات على شاشته لأربعة مواقف متعارضة في موضوع واحد، فتُشوّش الذهن، وتؤخر القرار، وتفتح باب العجز عن العمل؛ لذا لا تعني كثرة الاستهلاك الإعلامي والمعلوماتي قوة الوعي، وإنما قد يكون العكس، فيبقى المستهلك على السطح، ولا يملك سوى الوعي الزائف؛ فجاء الوعي بمنزلة مطلب مهم للخروج من دائرة الاستهلاك إلى ميادين الإبداع والعطاء والعمل.

وقد بدأت ساحتنا الإسلامية والله الحمد تقدم أمثلة مشرقة في الخروج من دائرة الاستهلاك إلى دائرة الإبداع، فتحقق بذلك الحضور المميز، وهو حضور مؤثر، فعندما نقول: "حضر الأستاذ"، فلا يعني أنه جاء صامتاً وعاد إلى منزله، وإنما حضر ليُقدّم رسالته للطلاب، ومثلها عندما نذهب إلى الشابكة، لا ينبغي أن يكون حضورنا فيها

قائمًا على الاستهلاك فقط.

وما دمنا بطبيعة الحال ذاهبين إليها، كما أن غيرنا يذهب ليستهلك أو يشارك، فواجب الوقت يفرض علينا تقديم خطابنا العقدي في أثناء هذا الحضور بما يناسب، ولا ينبغي القلق من زحمة سوق الخطابات، فما عليك سوى فتح متحرك وبناء مقراتك، ونشر بضاعتك، وستجد من يُقبل عليك، وسنضرب لذلك أمثلة مذهلة؛ فهِم أصحابها طبيعة المرحلة، فكان حضورهم مميزا وآثاره عظيمة، وهذا المثل هو "ركن الحوار"، مجموعة من الشباب ذهبوا إلى هذا العالم الافتراضي، وأنشؤوا لهم مقرًا على تويتر، بمعرف خاص عنوانه "ركن الحوار"، جعلوا شعارهم الكلمات الآتية: "مركز نموذجي عالمي للتعريف بالإسلام عبر الإنترنت"¹، ويقومون ببيان عقيدة الإسلام، ولهم عدة سنوات، وكل أسبوع يحققون نتائج مذهلة، وقد قمت في: 1439/7/6 هـ - 2018/3/23 م، بأخذ معلومة عن عدد المسلمين لهذا الأسبوع فقط، فكان من 44 دولة، وفي سبعة أيام: دخل الإسلام 286 إنسان.



¹ يُنظر: <http://www.edialogue.com>

وفي اليوم نفسه الذي دخلت فيه الموقع وجدت ثلاث إحصائيات مهمة: عن عدد من أسلم عبر موقعهم 32492، وعدد طلاب أكاديمية المسلم الجديد 23462، فمن دخل الإسلام لا يُترك من دون مساعدة، وإنما يُعرض عليه برنامج مميز يُعرِّفه بالإسلام، والأهم من ذلك عدد المتدربين في هذه اللحظة للمشاركة في تقديم الإسلام للعالم 6001.¹



6001

متدربين أكاديمية رسل السلام



23462

طلاب أكاديمية المسلم الجديد



32492

عدد المسلمين الجدد



2567

عمر المركز بالأيام

الخطاب العقدي والمستقبل: كل العالم (بين الانتماءين الفكري والعولمي)

كما نمارس الإرسال نمارس الاستقبال، وهذا حالنا لأننا كائنات إعلامية، فكيف نستقبل الرسائل الإعلامية؟

جاء شطر الجواب في فقرة (المرسل)؛ بأن نجمع بين الاستقبال والإرسال، فنُحقق التحصن عند الاستقبال، والحضور المسؤول في الإرسال، وبهذا نخرج من الاستهلاك السليبي إلى الاستقبال والإرسال المسؤول، ولكن هناك جمهور العالم،² وهم من يجب أخذهم في الحسبان في خطابنا العقدي الإعلامي.

هذا الجمهور العالمي له من جهة "انتماء عقدي"، وله من جهة أخرى "خصائص مشتركة" صاغتها العولمة الإعلامية، أما الانتماء فلا يخرج عن ثلاثة انتماءات: دينية كتابية؛ كاليهودية والنصرانية، ووضعية؛ كالهندوسية والبوذية والكنفوشية؛ والانتماء إلى فرق داخل هذه الأديان، وهذه الفرق معروفة أيضًا عند المسلمين؛ والانتماء إلى المذاهب الفكرية العلمانية؛ هذا من جهة الانتماء الفكري؛ أما الخصائص، فالغالب أن هناك مزاجًا عالميًا مشتركًا، وذلك

¹ رابط الأكاديمية: <http://mopacademy.org>.

² يُنظر: عبد الله الغدامي، الفقيه الفضائي: تحول الخطاب الديني من المنبر إلى الشاشة (الدار البيضاء؛ بيروت:

المركز الثقافي العربي، ط1، 2011م)، ص19، 135.

بسبب الاشتراك في موضوعات العولمة؛ فهم يشاهدون مع اختلاف لغاتهم وبلدانهم أفلام الكرتون والأفلام السينمائية نفسها، ويلعبون الألعاب الإلكترونية نفسها، ويشترك الجميع في شبكات التواصل، وأغلبهم يتسكع في إحدى هذه الشبكات، مثل تويتر وفيسبوك وغيرهما، وهذا النشاط يشكل خصائص مشتركة في التصور والذوق والتعامل.

وعندما نذهب بخطابنا العقدي إلى الناس؛ يمكننا أن نضع نوعين من العرض؛ المحتوى واحد، والعرض لهما مختلف، أحدهما خاص بمخاطبة المحافظين على انتمائهم العقدي والفكري؛ من أصحاب الأديان والفرق والمذاهب؛ والآخر خاص بمخاطبة الجيل العالمي، ويحسن في هذه المرحلة التركيز على الجيل المعولم؛ لوجود قواسم مشتركة يفهمونها، فينبغي أن نعرف عالم الرموز التي يتشاركون فيها، وصنعتها أدوات العولمة الإعلامية والاتصالية، وندخل من خلالها إليهم بخطابنا العقدي.

ولا يكفي هنا إيجاد خطاب من دون وضع خطوات لاحقة، يُعرف من خلالها حال المستقبل لهذا الخطاب، وعند قبوله لهذا الدين بخاصة، فسيسأل: ماذا بعد؟ فمسؤوليتنا الدينية تُثَمِّم علينا وضع برامج تكون قادرة على استيعاب هؤلاء وتلبية احتياجاتهم، على غرار مشروع "ركن الحوار" المذكور في فقرة المرسل.

الخطاب العقدي والأسلوب (ماذا؟ وكيف؟)

يحمل الخطاب العقدي عقيدة الإسلام ليوصلها إلى كل من يطلبها عبر وسائل الإعلام، وللعرض عبر هذه الوسائل شروط؛ وذلك أنها ترجع إلى ثلاثة مستويات: المكتوب، والمسموع، والمرئي، وكانت في الغالب منفصلة بعضها عن بعض حتى جاءت ثورة الاتصال الحديثة، فاندجت في عالم الإعلام، وهو عالم دمج جميع كائنات الإعلام؛ ليسهم في تقديم محتوى يُستهلك (فردياً) بعد أن كان يُستهلك في الغالب جماعياً، وجاء الانسحاب من فعل المشاهدة الجماعية إلى الإطار الشخصي والفردى.¹

¹ يُنظر: العياضي، وسائل الاتصال الجماهيري، ص12-13؛ الدنان، البث الفضائي العربي، ص8.

كان الخطاب اللساني المباشر يتوجه في الماضي القريب إلى من هو أمامنا، وتكتمل فيه عناصر الرسالة الاتصالية من مثل المرسل والمستقبل والرسالة والوسيط وغيرها، فلو أخذنا فقط نوع مستقبل الرسالة في مرحلة ما قبل الثورة الإعلامية والاتصالية وما بعدها؛ وجدنا قبلها أن الخطاب كان لمن هو أمامي، ولمن يفهم مرادي، مع وجود أرضية مشتركة تُسهّم في فهم الرسالة؛ بخلاف ما بعد الثورة الإعلامية والاتصالية، فمستقبل الرسالة كلُّ العالم، والأرضية لم تعد تلك الصغيرة التي تحويني ومجموعتي القريبة مني، وإنما هي الآن في غاية الاتساع، مليئة بالرموز والمعاني التي يمكن من خلالها تفسير الرسالة بأكثر من شكل. والوعي الإعلامي هنا يدفعنا إلى إعادة حسابنا مع خطابنا، ولا يعني هذا أننا سنُغيّر من ثوابتنا ومسلّماتنا وأصولنا، وإنما معناه أن نعرف كيف نُقدّم ثوابتنا إلى العالم في هذا العصر، ويكون ذلك بالنظر إلى أمرين مهمين نختصرهما في: ماذا؟ وكيف؟ فموضوع "ماذا؟" يرتبط بالمحتوى والشيء الذي نُقدّمه لغيرنا، بينما موضوع "كيف؟" يرتبط بالطريقة والأسلوب التي يُقدّم بها هذا المحتوى، وعلى هذا؛ فواجبنا اليوم لا يقف عند معرفتنا "ماذا؟"، وإنما أيضًا أن نبذل الجهد في إحسان إخراج هذه الموضوعات التي نؤمن بها عبر تحسين "كيف؟".

"ماذا؟" من دون "كيف؟"	"ماذا؟" من دون "كيف؟"
مفيد من دون إمتاع وإقناع	مفيد من دون إمتاع وإقناع
لا "ماذا؟" ولا "كيف؟"	لا "ماذا؟" ولا "كيف؟"
لا مفيد ولا ممتع ولا مقنع	لا مفيد ولا ممتع ولا مقنع

وقد اعتاد بعضهم إلقاء خطابه من دون العناية بكيفية إلقاءه، وهذا مع أنه غير مقبول في أي وقت، إلا أنه اليوم غير مقبول؛ لأن المسلم مسؤول مؤتمن على رسالته، ومن هذه الأمانة أن تؤدي ما أوتمنت عليه بأحسن وجه.

وليتضح هذا الثنائي، فخير ما نستدل به مثل نبوي في باب العقيدة:

قال عمر بن الخطاب رضي الله عنه: "بينما نحن جلوس عند رسول الله صلى الله عليه وسلم ذات يوم؛ إذ طلع علينا رجل شديد بياض الثياب، شديد سواد الشعر، لا يُرى عليه أثر السفر، ولا يعرفه منا أحد، حتى جلس إلى النبي صلى الله عليه وسلم، فأسند ركبتيه إلى ركبتيه، ووضع كفيه على فخذيه وقال: يا محمد، أخبرني عن الإسلام، فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: «الإسلام أن تَشْهَدَ أَنْ لا إِلَهَ إِلاَّ اللهُ، وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللهِ، وَتُقِيمَ الصَّلَاةَ، وَتُؤْتِيَ الزَّكَاةَ، وَتَصُومَ رَمَضَانَ، وَتَحِجَّ الْبَيْتَ إِنْ اسْتَطَعْتَ إِلَيْهِ سَبِيلًا»، قال: صدقت، قال: فعجبنا له يسأله ويصدقه... قال: ثم انطلق، فلبث ملياً، ثم قال لي: «يا عُمَرُ، أَتَدْرِي مَنْ السَّائِلُ؟»، قلت: الله ورسوله أعلم، قال: «فَإِنَّهُ جِبْرِيلُ أَتَاكُمْ يُعَلِّمُكُمْ دِينَكُمْ»، هذا لفظُ مسلم، وفي رواية: «هَذَا جِبْرِيلُ؛ أَرَادَ أَنْ تَعَلَّمُوا، إِذْ لَمْ تَسْأَلُوا».¹

الأبعاد الإعلامية في هذا المثل النبوي: تحدث العلماء عن منزلة هذا الحديث، وأنه كالأم للسنة بكاملها،² ونقف هنا مع "كيف؟"؛ أي أسلوب تقديم الخطاب، فمعلوم أن الحديث مشتمل على مهمات الدين، وعلى رأسها المعتقد الإسلامي، فجاء بيانه بطريقة تزيد من انتباه الحاضرين، باستخدام صور من المؤثرات، ومع أن الصحابة رضي الله عنهم يتميزون بحرصهم على استقبال ما يأتيهم من النبي صلى الله عليه وسلم، إلا أن هذه الحادثة تفتح الباب لمسار خلاّب مدهش.

اللقطة الأولى: "إذ طلع علينا رجل شديد بياض الثياب، شديد سواد الشعر، لا يرى عليه أثر السفر، ولا يعرفه منا أحد"، فهنا تظهر شخصية فجأة، وتلفت الانتباه، شخصية حسنة مرتبة، مستعدة للظهور أمام الناس، ومما زاد في التشويق أن مثل هذا المظهر الأنيق بحاجة لاستعداد قريب، ولكن لا يعرفه أحد، وعليه فقد أتى من مكان بعيد، ولكن

¹ ابن الأثير، المبارك بن محمد، جامع الأصول في أحاديث الرسول، تحقيق عبد القادر الأرئوط وآخرون (بيروت: دار البيان، ط1، 1969م)، ج1، ص209.

² يُنظر: عبد المحسن بن حمد البدر، شرح حديث جبريل في تعليم الدين (المدينة المنورة: د.ن، ط1، 1424م)، ص5-6.

ليس هناك أثر للسفر، ومجالس النبي ﷺ فيها صور التشويق ولفت الانتباه، عند طرح الموضوعات المهمة بمخاصة.¹

اللقطة الثانية: "فأسند ركبتيه إلى ركبتيه، ووضع كفيه على فخذي، وقال: يا محمد، أخبرني عن الإسلام"، هنا إضافة أفعال مخصوصة للمشهد، فأفعال المشهد الأول مفهومة؛ بخلاف الأفعال هنا، فإضافتها مقصودة.

اللقطة الثالثة: "قال: صدقت... قال: فعجبنا له يسأله ويصدقه..."، الموضوع العقدي هنا عرض أركان العقيدة، ولكنه لم يكن مباشرًا، وإنما بأسلوب مشوق، ونجد عبارة ملفتة هي قول الصحابة: "فعجبنا له يسأله ويصدقه"، فمن جهةٍ عُرض الموضوع المقصود في أثناء التركيز، ومع ذلك؛ لم يذكروا الموضوع، وإنما اندهاشهم من الأسلوب؛ إذ كيف يسأل النبي ﷺ، ثم يظهر منه معرفته السابقة بالجواب.

اللقطة الرابعة: فُبيل الختام كما البداية؛ محاطًا بالدهشة، فهذا السائل ينصرف، ويختفي، ويطلبه الرسول ﷺ، فيقول: «رُدُّوا عَلَيَّ الرَّجُلَ»، فأخذوا ليردوه، فلم يروا شيئًا، وفي رواية: "فطلبناه كل مطلب، فلم نقدر عليه"²، فهذا الاختفاء السريع في مكان يحيطون به؛ يزيد المشهد غرابة.

اللقطة الختامية: جاءت بين النبي ﷺ والصحابة بعد اختفاء السائل، ليُعلن لهم النتيجة المهمة: «فَإِنَّهُ جَبْرِيلُ أَتَاكُمْ يُعَلِّمُكُمْ دِينَكُمْ»، فهذا المشهد ختم بإعلانين: أحدهما يتعلق بـ"ماذا؟"، وهو قوله: «فإنه جبريل أتاكم يعلمكم دينكم»، والآخر يتعلق بـ"كيف؟"، وهو قوله: «هَذَا جَبْرِيلُ؛ أَرَادَ أَنْ تَعَلَّمُوا، إِذْ لَمْ تَسْأَلُوا».

واليوم نحن أحوج ما يكون للعناية بالأمرين؛ بأن نعني بموضوع الخطاب العقدي الذي سنقدمه للعالم في فضاء العولمة الإعلامية، وأن نجتهد مثل ذلك وأكثر في كيفية

¹ يُنظر: حسن البشاري، استخدام الرسول ﷺ الوسائل التعليمية (الدوحة: كتاب الأمة، د.ط، د.ت).

² العسقلاني، فتح الباري، ج1، ص124.

تقديمه، واختيار الأسلوب الأمثل المؤثر الجذاب في عرض مثل هذه الموضوعات العظيمة، وعندما نظن أن الواجب يقتصر فقط على تقديم موضوعات العقيدة للناس من دون العناية بأسلوب تقديمها؛ فقد أهملنا النهج النبوي، ولم نقم بما يجب في حق عقيدتنا، والله المستعان.

خاتمة

جاء هذ البحث لبيان العلاقة بين الخطاب العقدي وفضاء العولمة، وأخذ الخطاب هنا معناه الاتصالي، والمتكون من: رسالة، ومرسل، ومستقبل، ووسيلة، وغاية؛ وذلك في علاقتها بفضاء العولمة الإعلامية، على أن المساحة المتاحة لنا هنا تجعل البحث قائماً على الاختصار، وفي النهاية يمكن عرض النتائج في إيجاز شديد:

- أن يكون الخطاب العقدي قائماً على المحكمات، مَبْنِيًّا على أوضح الأدلة، والابتعاد عما كان مشتبهًا.
- أن يُفَرَّق في المحتوى العقدي بين ما يناسبه أن يُبَيَّنَّ عبر الإعلام، وبين ما يناسبه أن يُناقَش في منصَّات العلم.
- أن يكون عالميًّا، فلا يخلط بما حظُّه أن يكون خاصًّا بوقت أو مجموعة، وإنما هو خطاب للناس جميعًا، وحقيقة هذا الموقف أن يستشعر العارض للخطاب العقدي عبر الإعلام المعولم أنه يخاطب كل العالم، بكل لغاتهم، وبكل مستوياتهم.
- أن يحتوي على إجابات أسئلة العصر، وآمال المستقبل، مع تخفيف العودة للماضي الخلافي، فليس مكانه هنا، وتتأكد العناية بالمستقبل في ضوء دراسات تؤكد أن الإسلام سيبقى ديانة مليارية، وأن مجتمعاته المختلفة قد تمكَّنت من الترقى العلمي والثقافي، بل هناك دراسة تتنبأ بأن الإسلام من بعد 2070 سيكون الدين الأكثر عددًا في العالم،¹

¹ يُنظر: مركز بيو للأبحاث، -http://www.pewforum.org/2015/04/02/religious-projections-2010-

وما لم يكن هناك خطاب عقدي ينظر إلى المستقبل بعناية، فقد تأتي لحظة نكون أكثر عددًا مع غنائية لا طائل تحتها.

- هل نترك الأمراض؟ لا جسم من دون مرض، فالمرض ابتلاء لا يمكن منعه، ولكن يمكن معالجته، والخطاب العقدي خطاب إنقاذ كما هو خطاب إرشاد، فمن وقع في الشبهات القديمة والجديدة، فلا بد من أن تتم معالجته، والمهم أن يكون الطبيب حكيماً؛ ليسهم دواؤه في تخفيف المرض أو رفعه، ولا يجوز أن نقدم خطاباً لتغيير منكر، فنقع في منكر أكبر.

- يجب ربط الخطاب العقدي بالجانب العملي من عبادات وسلوك عبر وسائل الإعلام، وهي قضية جوهرية في الإسلام، فبعضهم ينحرف بخطاب القرآن العقدي الذي يجمع بين العقل والوجدان، إلى خطاب صوري بارد، لا يثمر تركية وعملاً، وبعضهم يصرفه إلى سلوكيات مبتدعة غير مؤسسة على الدليل؛ بينما المهم فيما يُقدم عبر الإعلام أن يجمع بين إقناع العقل بالحق، وإطلاق الإرادة في العمل الصالح؛ عبادة وسلوكاً.

- الانتباه من خطأ صناعة خطاب عقدي مُرَقَّع، فبعضهم يريد إكراه الخطاب العقدي على استيعاب كل المستجدات؛ بحجة اتساع صدره لكل مظاهر التنوع والتطور والتغير الإنساني، بينما الواجب أن يكون الخطاب قادراً على الموازنة بين مثالية الخطاب وواقعته.

- أن تجري موازنة حكيمة بين عناصر الرسالة الإعلامية العقدية: الرسالة والمرسل والمستقبل والوسيلة والغاية.

References:

المراجع:

- Abdul Rahmān, Tahā, *Dīn al-Ḥayā'*: *Al-Taḥdiyyat al-Akhlāqiyyah li Thaurat al-I'lām wa al-Ittisāl* (Beirut: Dār Ibda', 1st edition, 2017).
- Al-Ajiri, Abdullāh, *Milishiyā al-Ilḥad: Madkhal Jadīd li Fahm al-Ilḥād* (London: Dār Takwīn, 2nd edition, 1435).
- Al-Ayyadi, Nasr Al-Dīn, *Wasā'il al-Ittisāl al-Jamāhīrī wa al-Thaqāfah* (Sharjah: Dā'irat al-Thaqāfah wa al-I'lām, 1st edition, 2001).
- Al-Badr, Abdul Muḥsen bin Ḥamad, *Sharḥ Ḥadith Jibrīl fi Ta'līm al-Dīn* (Medina: No publication, 1st edition, 1424).
- Al-Bashāri, Hassan, *Istikhdam al-Rasūl Ṣallā Allāh 'Alaihi wa Sallama al-Wasā'il al-*

- Ta'limiyyah* (Doha: Kitāb al-Ummah, 1st edition, no date).
- Al-Bishr, Muḥammad Saud, *Nazarat al-Ta'thir al-I'lāmī* (Riyadh: Maktabat al-'Ubaykān, 1st edition, 2014).
- Al-Bukhārī, Muḥammad bin Ismail, *al-Jāmi' al-Ṣaḥīḥ* (Beirut: Dār Tawq al-Najāt, 1st edition, 1422).
- Al-Danānī, Abdul-Malik, *Al-Batth al-Faḍā'ī al-'Arabī wa Taḥaddiyyāt al-'Awlamah al-I'lāmīyyah* (Alexandria: al-Maktab al-Jāmi'ī, 1st edition, 2006).
- Al-Fajārī, Mukhtār, "Maḥmūm al-Khiṭāb bayna Marja'ihī al-Aṣlī al-Gharbī wa Ta'ṣīlihi fi al-Lughah al-'Arabiyyah", *Majallat Jāmi'at Ṭaibah li al-Adab wa al-'Ulūm al-Insāniyyah*, No. 3, 1435.
- Al-Ghazhamī, Abdullāh, *Al-Faqih al-Faḍā'ī: Taḥawwul al-Khiṭāb al-Dīnī min al-Minbar ilā al-Shāshah* (Casablanca, Beirut: al-markaz al-Thaqāfi al-Arabi, 1st edition, 2011).
- Al-Jundī, Tuhāma, *Al-I'lām al-'Arabī: Qalaq al-Huwwiyyah wa Ḥiwār al-Thaqāfah* (Damascus: Dār al-Nīnawa, 1st edition, 2005).
- Al-Masīrī, Abdul Wahhāb, *Dirāsāt Ma'rifiyyat fi al-Ḥadāthah al-Gharbiyyah* (Cairo: Maktabat Al-Shurūq al-Dawliyyah, 1st edition, 2006).
- Al-Mausu'at al-'Arabiyyah al-'Ālamiyyah* (Riyādh: Mu'assasat Amal al-Mawsū'ah, 2nd edition, 1999).
- Al-Naysābūrī, Muslim bin Al-Ḥajjāj, *Al-Musnad al-Ṣaḥīḥ*, ed. Muḥammad Fu'ād Abdul Bāqī (Beirut: Dār Iḥyā' al-Turāth al-'Arabī, no date).
- Al-Āmidī, 'Alī bin Muḥammad, *Al-Ihkām fī Usul Al-Ahkām*, ed. 'Abdul-Razzāq 'Afīfī (Riyādh: Dār Al-Ṣumay'ī, 1st edition, 2003).
- Al-Qurtubī, Muḥammad ibn Aḥmad, *Al-Jāmi' li Ahkām al-Qur'an* (Cairo: Dār al-Kutub al-Maṣriyyah, 2nd edition, no date).
- Al-Sa'dī, 'Abd al-Raḥmān bin Nasser, *Taysīr al-Karīm al-mannan fī Tafsiṣ Kalam al-Mannan*, ed. Abd al-Rahman Alluwayhiq (Riyadh: Dar al-Rushd, 1st edition, 2000).
- Al-Samāsīrī, Maḥmūd Yusef, *Nazariyyat al-Khiṭāb (al-Fikr) al-Islami: Qir'ah 'Ilmiyyah Ta'sisiyyah* (Beirut: Dar Al-Qalam, 1st edition, 2016).
- Al-Sufyani, Abed Muḥammad, *Al-Muḥkamāt: Ḥiwārāt wa Tatbiqāt*, (Riyadh: Markaz al-Fikr al-Mu'āsir, 1st edition, 2013).
- Al-'Uthaymīn, Muḥammad bin Sāliḥ, *Al-Qawl al-Mufīd 'alā Kitāb al-Tawḥīd* (Saudi Arabia: Dār Ibn Al-Jawzī, 2nd edition, 1424).
- Andrea Press, Bruce Williams, *Al-Bīah al-I'lāmīyyah al-Jadīdah*, translation Shwikar Zaki (Cairo: Dār Al Fajr, 1st edition, 2012).
- Bughura, Al-Zawawi, *Maḥmūm al-Khiṭāb fī Falsafah Mīshīl Fūkū*, (Cairo: al-Markaz al-A'lā li al-Thaqāfah, , 1st edition, 2000).
- Bourdieu, Pierre, *Al-Tilfiziyyūn wa Āliyyat al-Talā'ub bi al-'Uqul*, translated by Darwish Al-Halouji (Damascus: Dār Kan'ān, 1st edition, 2004).
- Damiriya, Othmān Jumaah, "Al-'Aqīdah al-Islāmiyyah fī al-Qur'an al-Karīm: Al-Manhaj wa al-Khaṣāis," *Majallāt jāmi'at Al-Sharīqah li al-'Ulūm al-Shar'iyyah*, Volume 7, Issue 1, 2009.
- Edward, David and David Crommel, *Ḥirāsah al-Sulṭah: Uṣṭūrāt Wasāil al-I'lām al-Librāliyyah*, translated by Amal Kilani (Cairo: Al-Shuruq al-Dawliyyah, 1st edition, 2007).

- Ellul, Jacques, *Khid'ah al-Tiknulūjiyā*, translated by Fatima Nasr (Cairo: Hai'at al-Kuttāb, 1st edition, 2004).
- Heidegger, Martin, *Al-Taqniyah al-Ḥaqīqah al-Wujūd*, translated by Muḥammad Sabila and Abdel Hadi Moftah (Beirut-Rabat: Al-Markaz al-Thaqāfi al-‘Arabī, 1st edition, no date).
- Ibn Ḥajar, Aḥmad bin ‘Ali Al-‘Asqalānī, *Faṭḥ Al-Bāri Sharḥ Saḥīḥ Al-Bukhārī*, ed. Moheb Al-Din Al-Khatib (Beirut: Dār Al-Ma’rifah, 1st edition, 1379).
- Ibn Al-Athīr, Al-Mubārak Bin Muḥammad, *Jāmi’ al-Uṣūl fī Ahādīth al-Rasūl*, ed. ‘Abdel-Qāder Al-Arnaout and Others (Beirut: Dār Al-Bayān, 1st edition, 1969).
- Ibn al-Jawzi, ‘Abd al-Rahmān bin ‘Alī, *Talbīs Iblīs*, ed. Al-Sayyid al-Jumaili (Beirut: Dār al-Kitāb al-‘Arabī, 1st edition, 1405).
- Ibn Taymiyyah, Aḥmad bin ‘Abd al-Ḥalīm, *Al-Fatāwa al-Kubrā*, ed. Muḥammad ‘Abd al-Qādir Atta and Mustafā ‘Abd al-Qādir Atta (Beirut: Dār al-Kitāb al-‘Arabī, 1st edition, 1408).
- Kitāb al-Muntada, *Dam‘ah ‘alā al-Tauḥīd: Ḥaqīqat al-Qubūriyyah wa Atharuhā ‘alā Wāqi’ al-Ummah*, (Riyadh: Al-Muntadā al-Islāmī, 1st edition, 1999).
- Pew Research Center website: <http://www.pewforum.org/2015/04/02/religious-projections-2010-2050>.
- Rukn al-Hiwar, Website: <http://www.edialoguecc.com>.
- Salībā, Jamīl, *Al-Mu’jam al-Falsafī* (Beirut: Dār al-Kitāb al-Lubnāni, 1st edition, 1982).
- Sharshar, Abdel-Qader, *Tahlīl al-Khitāb al-Adabī wa Qadāyā al-Naṣṣ* (Damascus: Ittiḥād al-Kuttāb al-Arab, 1st edition, 2006).

Guidelines to Contributors

At-Tajdid is a refereed journal published twice a year (June and December) by the International Islamic University Malaysia (IIUM). Articles are published based on recommendation by at least two specialized peer reviewers. Submissions must strictly abide by the following rules and terms:

Be the author's original work. Simultaneous submissions to other journals as well as previous publication thereof in any format (as journal articles or book chapters) are not accepted. (Should this happen, the author is duty bound to refund the honorarium paid to the reviewers.)

Be between 5000 and 7000 words including the footnotes (articles); book reviews between 1500 and 4000 words; conference reports between 1000 and 2500 words.

Include a 200-250 abstract both in Arabic and English.

Cite all biographical information in footnotes when the source is mentioned for the first time (e.g., full name[s] of the author[s], complete title of the source, place of publication, publisher, date of publication, and the specific page[s] being cited). For subsequent citations of the source, list the author's last name, abbreviate the title, and give the relevant page number(s).

Provide a separate full bibliographical list of all sources cited at the end of the article.

Qur'anic references (e.g. name of *surah* and number of verse[s]) must be given in the main text immediately after the verse[s] cited as follows: Al-Baqarah: 25).

Hadith citations must be according to the following format: Al-Bukhāri, Muḥammad ibn Ismā'īl, *al-Jāmi' al-Sahīh* (Beirut: Dār Iḥyā' al-Turāth al-'Arabī, 1404/1988), "Kitāb al-Zakāh", ḥadīth no. x, vol. y, p. z.

Titles of Arabic books and encyclopedias as well as names of Arabic journals cited must be in **bold characters**. Counterparts of all these in English and other non-Arabic languages using Latin script must be *italicized*. Titles of journal articles, encyclopedia entries, and chapters in collective books in any language must be put between inverted commas ("...").

Traditional Arabic should be used for main text (16 points) and footnotes (12 points) of articles/book reviews and conference reports. Simplified Arabic must be used for main title (20 points) and subtitles (18 points).

Include a cover sheet with author's full name, current university or professional affiliation, mailing address, phone/fax number(s), and current e-mail address. Provide a two-sentence biography.

The editor and editorial Board retain the right to return material accepted for publication to the author for any changes, stylistic and otherwise, deemed necessary to preserve the quality standard of the journal.

Submissions should be saved in Rich Text Format (RTF) and sent to tajdidiiium@iium.edu.my

At-Tajdid

A Refereed Arabic Biannual

Published by International Islamic University Malaysia

Volume 24

1441/2020

Issue No. 47

Editor-in-Chief

Prof. Dr. Nasr El Din Ibrahim Ahmed Hussien

Editor

Dr. Muntaha Artalim Zaim

Editorial Board

Prof. Dr. Ahmed Ibrahim Abu Shouk

Prof. Dr. Muhammed Saadu al-Jarf

Prof. Dr. Jamal Ahmed Bashier Badi

Prof. Dr. Waleed Fikry Faris

Prof. Dr. Majdi Haji Ibrahim

Prof. Dr. Asem Shehadah Ali

Prof. Dr. Judi Faris Al-Bataineh

Assoc. Prof. Dr. Akmal Khuzairy Abd. Rahman

Assoc. Prof. Dr. Abdulrahman Helali

Asst. Prof. Dr. Fatmir Shehu

Asst. Prof. Dr. Homam Altabaa

Language Reviser

Asst. Prof. Dr. Adham Muhammad Ali Hamawiya

Administrative Staff

Sr. Aida Hayati Mohd Sanadi