

# الإعلام ودوره في تعزيز الأمان الفكري من منظور قرآني

♦ د. محمد محمود مرتضى<sup>(1)</sup>

## ■ خلاصة

يَنَاولُ هذا البحثُ قضيةً مركزيَّةً في المشهد المعرفيِّ المعاصر، تتمثَّلُ في دور الإعلام في تعزيز الأمان الفكريِّ من منظور قرآنيٍّ، في ظلِّ عالمٍ تتقاذفه الخطاباتُ، وتتنازعه التأثيراتُ المتعدِّدة. وقد انطلقَ البحثُ من تساؤلٍ جوهريٍّ عن الكيفيَّةِ التي يُمْكِنُ للإعلامِ المستلهمِ من روح القرآن أن يُسهمَ في بناءٍ وعيٍ راسخٍ، يَحميَ العقولَ من التَّشويشِ، ويُحصِّنُ القلوبَ من الانجرافِ خلفَ الشُّبهاتِ. وقد سعى البحثُ إلى استنطاقِ المنهجِ القرآنيِّ في التَّعاملِ مع الخطابِ والإبلاغِ والحوارِ ومواجهةِ الانحرافاتِ الفكريَّةِ، مُبرزاً الخصائصَ التي تَمَنحُ الإعلامَ رساليَّتهُ، كالثَّبُتِ والعدْلِ والحِكمةِ والبصيرةِ، ومُحلِّلاً كيفيَّةَ تفعيلِ هذه الخصائصِ في واقعٍ إعلاميٍّ معاصرٍ يُواجهُ تحدياتَ الهشاشةِ المعرفيَّةِ والانفجارِ المعلوماتيِّ والتَّضليلِ الرَّمزيِّ. كما أُولى البحثُ الشُّبابَ اهتماماً خاصاً، بوصفِهِمُ الفئةَ الأكثرَ عُرضَةً لتأثيرِ الإعلامِ، والأشدَّ حاجةً إلى خطابٍ متوازنٍ وعميقٍ، قادرٍ على الجمعِ بينِ الجاذبيَّةِ والمرجعيَّةِ. وقد أبرزتِ الدِّراسةُ ضرورةَ التَّحوُّلِ من الفعلِ الإعلاميّ التلقائيِّ إلى مشروعٍ إعلاميٍّ قرآنيٍّ واعٍ، يُجسِّدُ قيمَ الرِّسالةِ في لغتهِ وأدواته ومقاصدهِ، ويتجاوزُ ثنائيَّةَ الدِّفاعِ والتَّلقينِ إلى أفقِ التأثيرِ والتَّنويرِ، انطلاقاً من توازنٍ قرآنيٍّ دقيقٍ يجمعُ بينَ الإنذارِ والتَّبشيرِ، وبينَ النَّقدِ والبناءِ، وبينَ مخاطبةِ العقلِ وتَحريكِ الوجدانِ. وتُختتمُ الدِّراسةُ بجملةٍ من المُقترحاتِ التَّطبيقيَّةِ التي تُمهِّدُ لبناءِ إعلامٍ مُؤمِّنٍ وحديثٍ في آنٍ واحدٍ، يُعيدُ للكلمةِ مَعناها، وللخطابِ مَسْؤوليَّتهُ، وللرِّسالةِ طريقها إلى القلوبِ والعقولِ.

**الكلمات المفتاحية:** القرآن الكريم - الإعلام - الأمان الفكري - البصيرة - الانحرافات الفكرية - الشباب.

1 - مدير مركز برانا للدراسات والبحوث، ورئيس تحرير مجلة "تبين للدراسات القرآنية" - لبنان.

## المقدمة

في زمن تتسارع فيه موجاتُ المعلوماتِ، وتتداخلُ فيه الأصواتُ والخطاباتُ، وتختلطُ فيه الحقائقُ بالشبهاتِ، يغدو الأمنُ الفكريُّ ضرورةً لا غنى عنها، من أجل البقاءِ الواعي في قلب هذا الإعصارِ المعرفيِّ المعولِّمِ.

فالعقلُ البشريُّ المعاصرُ باتَ مُحاطاً بسبيلِ مُواصلٍ من الرِّسائلِ الإعلاميةِ التي تتجهُ إلى تكوينِ وعيه، وتوجيهِ مواقفه، وصياغةِ تصوُّراته عن الدِّينِ، والإنسانِ، والكونِ، والحياةِ. وفي خضمِّ هذا الواقعِ، تظهرُ الحاجةُ إلى مرجعيةٍ ثابتةٍ لا تدوبُ في تقلُّباتِ الثقافةِ، ولا تتأثَّرُ بإغراءاتِ السُّوقِ الإعلاميِّ. وهذه المرجعيةُ لا تتحقَّقُ - في التصوُّرِ الإيمانيِّ - إلا عبرَ القرآنِ الكريمِ، بوصفه المصدرَ الأعلى للحقِّ، والمعيَّارَ الأقومَ للتمييزِ، والحصنَ الأوثقَ للعقلِ من التَّيهِ والاضطرابِ.

إنَّ الأمنَ الفكريَّ في الرؤيَةِ القرآنيَّةِ هو حالةٌ معرفيَّةٌ متوازنةٌ تقومُ على الوضوحِ في الرؤيَةِ، والثباتِ في القيمِ، والانفتاحِ الواعي على العالمِ دونَ الوقوعِ في براثنِ الدُّوبانِ أو الانسلاخِ. إنَّه أمانٌ نابعٌ من نورِ الهدايةِ، ومن استقامةِ القلبِ والعقلِ على الصِّراطِ المُستقيمِ الذي يصفه اللهُ - تعالى - بقوله: ﴿وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَن سَبِيلِهِ﴾ [الأنعام: ١٥٣]. ومن هذا المنطلقِ، لا يُمكنُ فصلُ الحديثِ، عن الأمنِ الفكريِّ، عن الوظيفةِ الإعلاميةِ في المُجتمعِ؛ إذ إنَّ الإعلامَ، بما له من قدرةٍ على التَّوجيهِ والتأثيرِ، قد يكونُ أداةً بناءً أو أداةً هدمٍ، وسلاحاً للوعي أو وسيلةً للتَّضليلِ، بحسبِ المرجعيةِ التي يَسْتندُ إليها، والمقاصدِ التي يخدمُها، والمنهجِ الذي يسيِّرُ عليه.

ولأنَّ الإعلامَ باتَ اليومَ شريكاً أساساً في تشكيلِ الثقافةِ العامَّةِ، فإنَّ سُؤالَهُ من زاويةٍ قرآنيَّةٍ يُعدُّ

ضرورة حضارية، تفرضها حاجة الأمة إلى خطاب إعلامي يُنير البصائر، ولا يُثير الغرائز، ويَزْرَعُ اليقين لا الشك، ويُعزِّزُ الثقة لا التوجُّس، ويُقوي التماسك الداخلي بدل أن يكرِّس التمزق والتنازع. وهنا يطرح هذا البحث سؤاله المركزي: كيف يمكن الإعلام، حين يستلهم القيم القرآنية، أن يتحوَّل إلى عامل فاعل في ترسيخ الأمان الفكري، ومقاومة الانحرافات الذهنية التي تعصف بالمجتمعات؟

يسعى هذا البحث إلى تقديم قراءة تحليلية قرآنية لدور الإعلام في حفظ التوازن العقلي والنفسي والفكري، من خلال استنطاق الآيات المباركة التي تُعالج موضوعات: البلاغ، البيان، البصيرة، الثبوت، الصدق، التمييز بين الحق والباطل، وغيرها من المفاهيم التي تتقاطع جوهرياً مع فلسفة الإعلام. كما يُسلط الضوء على خصائص الخطاب الإعلامي القرآني، بما فيه من التوازن بين البشارة والإنذار، والحكمة والموعظة، والتوضيح والتأني، بما يجعله نموذجاً ملهماً في ظلِّ الفوضى الإعلامية المعاصرة التي تتسم بالاستعجال، والتضليل، والتأجيج العاطفي.

ويسعى البحث أيضاً إلى تقديم مقترحات تطبيقية لإعلام قرآني معاصر، يستطيع أن يواجه تحديات العصر بلغة رشيدة، وأن يُخاطب الإنسان المعاصر بعمق، دون تفریط في الثوابت أو انسياق وراء مواضات الطرح السطحي. وهو في كل ذلك يستلهم من القرآن الكريم نصوصه، وروحته، ومنهجته في التعامل مع العقل، والفكر، والاختلاف، والانحراف، والإصلاح.

بهذه الرؤية، يتخذ هذا البحث مساره ليؤسس لفهم أعمق للدور الذي يمكن أن يؤديه الإعلام في حماية الوعي من التشوُّه، وترسيخ الأمان في الفضاءات الفكرية المتنازعة، مُستنداً في ذلك إلى الكتاب الذي لا يأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه، تنزيل من حكيم حميد.

## أولاً: الإعلام في القرآن الكريم - الوظائف والأدوار

### ١- الإعلام بوصفه أداة تبليغ وهداية في القرآن الكريم

من أولى الوظائف التي يتجلى فيها الخطاب الإعلامي في القرآن الكريم، هي وظيفة التبليغ،

التي كانت جوهرَ مهمّة الأنبياء في تاريخ الرّسالات. فالرّسالة لا تقوم من دون بلاغ، والبلاغ لا يتحقّق إلا عبر وسيط بيانيّ قادر على حمل المعنى وتوصيله، سواء بالكلمة أم بالفعل أم بالموقف. وقد أكّد القرآن على هذه الوظيفة بقوله -تعالى-: ﴿يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ﴾ [المائدة: ٦٧]، وهذا يدلُّ على أنّ التبليغ هو شرط وجود الرّسالة نفسها.

وفي ضوء هذه الآية، يظهر الإعلام - بمفهومه القرآنيّ - باعتباره أمانة ومسؤوليّة خلقية، تُبنى على الصدق والثّبة الصّافية ووضوح المقصد. وهذا ما يجعل من وظيفة الإعلام هنا وظيفة هداية، وتبصّر. فالقرآن يُحمّل الإعلام مضموناً قيمياً، ويجعل من وظيفته التبليغيّة دعوة إلى الحقّ، لا مجرد نقل للمعلومة. وقد أمر النبي ﷺ أن يكون مبشراً ونذيراً، وهو ما يحوّل البلاغ إلى حركة وعي مستمرّة: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا مُبَشِّرًا وَنَذِيرًا﴾ [الفرقان: ٥٦].

هذا النوع من التبليغ القرآنيّ يتطلّب بلاغاً مبيناً، لا غموض فيه ولا لبس، كما في قوله -تعالى-: ﴿هَذَا بَلَاغٌ لِلنَّاسِ وَلِيُنذِرُوا بِهِ﴾ [إبراهيم: ٥٢]، أي إنّ خطاب مقصود به التّوعية العامّة، يخرج من حيز النّخبة إلى فضاء العموم، وهو مُنتح على كلّ من يُريد السّماع والتّفكّر، لكنّه لا يقرض نفسه قسراً، ولا يمارس القهر الرّمزيّ كما تفعل وسائل الإعلام المعاصرة في كثير من الأحيان، حين تستثمر قوتها التّقنيّة لتوجيه الرّأي العامّ ضمن قوالب جاهزة.

## ٢- الإعلام باعتباره وسيلة مقاومة للتّضليل والإفك

إنّ وظيفة الإعلام القرآنيّ تتعدّى نقل الحقّ فحسب، إلى مقاومة الباطل والردّ على حملات التّضليل، وهو ما يظهر بوضوح في تعامل القرآن مع ظاهرة الإفك، بوصفها واحدة من أخطر صور التّزوير الإعلاميّ. لقد قدّم القرآن نموذجاً بليغاً في معالجة هذه الظّاهرة في سورة النّور، عندما قال: ﴿إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ﴾ [النور: ١١]، ففضح آية صناعة الخبر الكاذب، وبين كيف تتحوّل الشّائعة إلى موجه، ثمّ إلى قناعة اجتماعيّة زائفة إنّ لم تواجه بالتّثبت.

هذا الوعي القرآنيّ بخطورة الإعلام المضللّ يجعل من وظيفة الإعلام الهادف وظيفة نصّحيّة،

تسعى إلى إعادة التوازن إلى الوعي، وتبديد الضباب الذي تخلفه الخطابات الزائفة، سواء أكانت باسم الدين أم باسم الحرية. وقد وردت في القرآن إشارات عديدة إلى هذا النوع من الخطاب، مثل قوله -تعالى-: ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾ [الإسراء: ٣٦]، وهو توجيه إلى تحريي اليقين، وتجنب القول بغير علم، وهذا يكون قاعدة ذهبية في كل ممارسة إعلامية مسؤولة.

بل إن القرآن لم يكتف بالتحذير من الكذب؛ حيث فضح بنيته ووظيفته، حين وصف الشيطان بأنه يعدهم ويمنيهم وما يعدهم الشيطان إلا غروراً [النساء: ١٢٠]، وهو تصوير دقيق لما تقوم به وسائل التضليل من وعود كاذبة وتصوير زائف للواقع، وهذا ما يدعو إلى ضرورة وجود خطاب إعلامي قرآني يتقضى هذه البنية من الداخل، ومن خلال كشف المغالطات وإعادة ترتيب المعاني في ضوء الحق.

### ٣- الإعلام القرآني بوصفه صوتاً للحق في مواجهة الباطل

في ظل هذا التصور، يتحوّل الإعلام إلى ساحة صراع بين الحق والباطل، من منطلق قرآني عميق يرى أن للباطل آية اشتغال، وأن له إعلامه، وأن مقاومته لا تكون بالصمت، بل بإعلام يقف في وجهه بثبات وحيّة وهدى. وقد أشار الله -تعالى- إلى طبيعة هذا الصراع بقوله: ﴿بَلْ نَقْذِفُ بِالْحَقِّ عَلَى الْبَاطِلِ فَيَدْمَغُهُ فَإِذَا هُوَ زَاهِقٌ﴾ [الأنبياء: ١٨]، فالحق يقتحم ساحة الباطل بما فيه من نور، ويظهر زيفه ويقوضه، ولا يكتفي بالدفاع.

هنا تبرز الطبيعة الجهادية للإعلام القرآني، فهو ممارسة رسالية، تقع في صلب المواجهة بين القيم الإيمانية ومنظومات الإفساد والانحراف. وهذا ما يجعل الإعلام في القرآن من أشكال الجهاد بالكلمة، لا سيما حين يقول -تعالى-: ﴿فَلَا تُطِيعِ الْكَافِرِينَ وَجَاهِدْهُمْ بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا﴾ [الفرقان: ٥٢]، أي بالقرآن، لا بالسيف، وهذا الخطاب موجه في سياق إعلامي؛ حيث كانت قريش تمارس حرباً كلامية ضد النبي ﷺ، فجاء الرد القرآني ليؤكد أن البيان والبلاغ هما سلاح المواجهة الأرقى.

وهكذا، فإنَّ الإعلامَ القرآنيَّ يتحدَّدُ بسياقِ مَضمونِ القولِ، ومَقصدِهِ، وأثرِهِ في حفظِ الوَعْيِ وحمايةِ المُجتمعِ من الفتنِ الفِكْريَّةِ والمَعْرِفيَّةِ. إِنَّه رسالةٌ هادِفةٌ تُبني وتُوقِظُ وتُبصِّرُ، وهو بذلك يتجاوزُ كلَّ التَّنظيرِ الحَدِيثِ حَولَ الإعلامِ؛ لأنَّه يَري الإنسانَ عَقْلاً وقلْباً ورُوحاً، ويُخاطِبُهُ بما يُناسِبُ كرامتَهُ الإنسانيَّةَ وهدفَ وجودِهِ في هذا العالمِ.

هذا الإدراكُ الشَّامِلُ لوظائفِ الإعلامِ، في القرآنِ، يُمهِّدُ للانتقالَ إلى فهمِ أعمقَ لخصائصِ هذا الإعلامِ، والكيفيَّةِ التي يُسهِّمُ بها في تعزيزِ الأمانِ الفِكْريِّ، وهي ما سيَتناولُهُ الفصلُ الآتي.

## ثانياً: خصائصُ الإعلامِ الهادِفِ في ضوءِ القرآنِ الكريمِ

إذا كان ما تقدَّمَ قد أضاعَ على الوظائفِ الجوهريَّةِ للإعلامِ كما تجلَّتْ في الخطابِ القرآنيِّ، فإنَّنا هنا نَسعى إلى استخراجِ الخصائصِ التي تُميِّزُ الإعلامَ القرآنيَّ، بوصفه نموذجاً هادِياً ومنهجياً للإعلامِ الذي يحترمُ العقلَ، ويحمي الوَعْيَ، ويُعزِّزُ الأمانَ الفِكْريَّ. فليس كلُّ إعلامٍ هادِفاً بالضرورةِ؛ إذ إنَّ الهادِفيَّةَ في منطقِ القرآنِ لا تتحدَّدُ بمجردِ النيةِ، بل تتجلَّى في المنهجِ والمضمونِ والأثرِ. من هنا، تبدو ضرورةُ الكشفِ عن السَّماتِ الأساسِ التي يُفترضُ أن يحملها الخطابُ الإعلاميُّ المأمونُ والواعيُّ، إذا أراد أن يستلهمَ من القرآنِ قيمه، وينخرطَ بفاعليَّةٍ في مواجهةِ التَّشويشِ الفِكْريِّ والانحرافِ المَعْرِفيِّ.

### ١- الصِّدْقُ والأمانةُ في نقلِ المعلومةِ

من أبرزِ الخصائصِ التي يُوكِّدُها القرآنُ، في أيِّ خطابٍ يتعاملُ مع النَّاسِ، الصِّدْقُ، ليس فقطً في اللَّفظِ، بل في القصدِ والمعنى والبنيةِ. فالصِّدْقُ في الإعلامِ القرآنيِّ هو التزامٌ بالحقيقةِ، وإخلاصٌ في نقلِها، وتحفُّظٌ في التَّعاملِ مع الجزئياتِ المشكوكِ فيها. وقد جعلَ القرآنُ من التَّثبتِ شرطاً أولياً قبلَ نشرِ أيِّ خبرٍ، فقال: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾ [الحجرات: ٦]، هذه الآيةُ تُقيمُ ميزاناً خُلقيَّاتٍ حاداً بينَ الإيمانِ والتسرُّعِ، وتربطُ بينَ الصِّدْقِ ومآلاتِ الفعلِ الإعلاميِّ، فكأنَّ الصِّدْقَ لا يُقاسُ بمجرَّدِ صدقِ النيةِ، بل بصدقِ الأثرِ، وتفاديِ الظلمِ.

الصدق في الإعلام إذن هو حجر الأساس في بناء الثقة بين الخطاب الإعلامي والمتلقي، وهو ما نفتقده في كثير من الوسائط المعاصرة؛ حيث تغلف الأكاذيب بثياب "الرأي الحر" أو "وجهة النظر"، على حين أن الخطاب القرآني يجعل من الصدق معياراً وجودياً لا يمكن التهاون فيه؛ لأنه يتعلق بالحق، والحق لا يحتمل التزييف. بل إن الإفك، بوصفه الكذب الذي يلبس ثوب الحقيقة، اعتبره القرآن فاحشة عظيمة [النور: ١٦]، مما يرفع سقف المسؤولية الإعلامية إلى مستوى قُدسي في ضوء الهدى القرآني.

## ٢- العدل والموضوعية في الطرح الإعلامي

العدل في الإعلام يتجلى في تحقيق التوازن بين أطراف الحقيقة، وتجنب الانزلاق إلى خطاب التشويه أو الإقصاء. والقرآن يربط بين العدل والتقوى، ففي قوله -تعالى-: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاَنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ﴾ [المائدة: ٨]، تُقدم هذه الآية منطوقاً مغايراً للعدالة الإعلامية: فهي تنطلق من المسؤولية الخلقية أمام الله، ومن تقوى القلب الذي لا يسمح للبغضاء أن تطمس البصيرة.

الخطاب الإعلامي في القرآن هو خطاب موضوعي منضبط، لا يميل بحسب المزاج أو المصلحة، ولا يسمح للهوى أن يُملي عليه زاوية الرؤية. وفي هذا السياق، يكون الإعلام القرآني قادراً على إنصاف حتى المخالف، وعلى تبيين الحق دون أن يسقط في فخ التمييط أو التحامل. وبهذا المعنى، فالعدل في الإعلام هو قيمة إيمانية تصاغ بها الكلمة وتوزن بها العبارات.

## ٣- الحكمة والموعظة الحسنة كأسلوب قرآني في الإعلام

يسعى الإعلام القرآني إلى توصيل الحقيقة بطريقة حكيمة تحفظ للمخاطب كرامته، وتراعي ظرفه النفسي والمعرفي، وتفتح له باب الهداية دون أن تُخرجه أو تُقصيه. يقول الله -تعالى- ﴿ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ [النحل: ١٢٥]. هذه الآية ترسم ملامح الخطاب الإعلامي المأمون: الحكمة في اختيار الوقت والأسلوب، والموعظة الحسنة التي تُخاطب القلب قبل العقل، والمجادلة بالتي هي أحسن التي ترفع مستوى النقاش وتُظهره من التهجم والازدراء.

الحكمة في هذا السياق لا تعني المرواغة أو المسايرة، بل تعني تقديم الحقيقة بأحسن صورة، واختيار التعبير الأقوم، وعدم السقوط في استفزاز المتلقي، أو تشتيت ذهنه بالمواجهات العقيمة. والموعظة الحسنة هي أسلوب في التوجيه يحترم مشاعر الآخر ويزرع الإيمان في قلبه عبر الرفق واللين، لا عبر الصراخ والوصاية.

#### ٤- احترام العقل وتفعيل ملكة التدبر لدى المتلقي

القرآن يخاطب الإنسان بوصفه كائنًا عاقلًا، ويجعل من التفكير والتدبر مسؤوليته الشخصية وخلقته، كما في قوله -تعالى-: «أفلا تعقلون»، و«أفلا تتفكرون»، و«أفلا يتدبرون القرآن»، وهذه الصيغ الاستفهامية المتكررة هي دعوة حازمة إلى تفعيل ملكة الوعي والتدبر والتحليل، وعدم التسليم الأعمى لكل ما يقال أو يبث. وهنا يظهر الفرق الجوهرى بين الإعلام الهادف والإعلام الموجه للسيطرة: فالأول يدفع المتلقي نحو التفكير الحر، والثاني يحاصره ضمن قوالب ذهنية جاهزة.

احترام العقل في الخطاب الإعلامي القرآني يعني أيضًا تجنب الخداع، وتقديم المعلومة في سياقها، وعدم التلاعب بالعواطف أو استغلال الجهل. فالعقل في القرآن ليس ضد الإيمان، بل هو حليفه، وسيلته في فهم الحق. والإعلام الذي يعلي من قيمة العقل، هو الذي يسهم في بناء الأمان الفكري؛ لأنه يمنح المتلقي أدوات التمييز ويحرره من التبعية الذهنية.

إن هذه الخصائص الأربع: الصدق، والعدل، والحكمة، واحترام العقل، تمثل الأعمدة الأساس لأي مشروع إعلامي قرآني، يُراد له أن يكون منارة في زمن التيه، وملاذًا للعقل الباحث عن الثبات في وجه العواصف الفكرية التي تهدد المعنى، واليقين، والإنسان. وهي تمهد الطريق لفهم كيف يسهم هذا الإعلام الهادف في بناء البصيرة، وهو ما سنعالجه فيما سيأتي.

#### ثالثًا: الإعلام في بناء البصيرة الفكرية - قراءة قرآنية

إذا كانت الوظيفة الأولى للإعلام القرآني هي التبليغ والهداية، وكانت خصائصه تتمثل في الصدق

والعدل والحكمة واحترام العقل، فإنَّ ثمرة هذه الوظيفة وتلك الخصائص تتجسّد في بناء البصيرة، التي تُعدُّ جوهر الأمان الفكريّ ولبّ الوعي الإيمانيّ. فالبصيرة في القرآن هي نظامٌ نورانيٌّ داخليٌّ يُمكنُ الإنسانَ من تمييز الحقِّ من الباطلِ، والتثبّت عند الفتنِ، والثبات أمام الشبهاتِ. وهي تمثّلُ الدّرجة الأعلى من الوعي؛ لأنّها تقومُ على تلاقي العقل والقلب في نور الهداية.

في هذا القسم، نحاولُ استجلاء دور الإعلام القرآنيّ في صناعة البصيرة باعتباره غايةً عليا تتجاوزُ مجردَ إيصال المعلومة أو مواجهة التّضليل، لتصلَ إلى بناء الإنسان الواعي، القادر على إدراك موقعه في معركة القيم والمعاني.

## ١ - مفهوم البصيرة في القرآن وأثرها في الأمان الفكريّ

البصيرة، كما وردت في القرآن، هي نوعٌ من الرّؤية الداخليّة العميقة التي تعبّر القلبَ قبل أن تمرّ بالعقل. يقول الله -تعالى-: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي﴾ [يوسف: ١٠٨]، وهذه الآية تختزلُ طبيعة العمل الدّعويّ والإعلاميّ الذي يقوم على نور داخليّ. فالبصيرة هي الرّكيزة الأولى لأيّ دعوة راشدة، وهي ما يجعل الكلمة صادقةً، والموقف مُستقيماً، والخطاب نابعاً من وعي لا من ردة فعلٍ.

البصيرة في التّصوّر القرآنيّ هي التّقيضُ الجوهريّ للعمى، لا العمى الحسيّ فقط، بل العمى الباطنيّ، كما في قوله -تعالى-: ﴿فَإِنَّهَا لَا تَعْمَى الْأَبْصَارُ وَلَكِنْ تَعْمَى الْقُلُوبَ الَّتِي فِي الصُّدُورِ﴾ [الحج: ٤٦]. وهذا العمى القلبيّ هو أساس الانحراف الفكريّ، لأنّه يجعل الإنسان يرى الباطل كأنّه حقٌّ، أو يتشكك في الحقِّ بسبب غياب النور الداخليّ. من هنا، فإنَّ بناء البصيرة هو الطّريق الأهمُّ نحو الأمان الفكريّ، والإعلام حين يكون قائماً على منهج قرآنيّ، يُصبِحُ من أدوات إشعال هذا النور في وعي النَّاسِ.

## ٢ - البصائر كقوّة داخلية في مواجهة الشبهات

في أكثر من موضع، يُشير القرآن إلى البصائر بصيغة الجمع، كما في قوله -تعالى-: ﴿قَدْ جَاءَكُمْ بَصَائِرٌ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنْ أَبْصَرَ فَلِنَفْسِهِ﴾ [الأنعام: ١٠٤]، وفي ذلك دلالةٌ إلى أنّ البصيرة منظومةٌ

من الآيات والدلائل والمعاني التي تنبثق من الوحي وتعرض على القلوب والعقول، فمن تفاعل معها بنقاء أبصر، ومن أعرض عنها تاه. وهذا يعني أن القرآن ذاته هو المصدر الأول لهذه البصائر، وأن الإعلام المستنير بالقرآن لا ينقل أفكاراً مجردة، بل يوقظ في الإنسان تلك البصائر التي تُعينه على الفهم والتمييز.

الشبهات الفكرية، وهي أخطر أدوات تشويش الوعي في عصرنا، لا تُهزم بالشعارات، بل بالبصيرة، لأن الشبهة تتفنن الترييف، وتُشبه الحق، كما أن المعلومة وحدها قد لا تكفي لدحضها ما لم تكن مقرونة بنور البصيرة. ومن هنا تأتي أهمية الإعلام القرآني الذي يُخاطب الباطن، ويربي على العمق، ويصوغ عقلاً نقدياً مستنيراً، يرى ما وراء الكلام، ويتحقق من المضامين لا من العناوين.

فالإعلام الذي يقتصر على الردود الظاهرة، ويكتفي بعرض المعلومات، قد يخلي الساحة للشبهة لتنتشر مُجدداً بطريقة أخرى. أما الإعلام الذي يُنشئ البصيرة في الوعي، فإنه يكون داخل المتلقي مناعة ذاتية، تتبع من يقين داخلي صلب، وهذه هي إحدى علامات الأمان الفكري القرآني.

### ٣- الخطاب الإعلامي القرآني بوصفه صانعاً للوعي

من أبرز انحرافات الإعلام المعاصر أنه غالباً ما يكون تابعاً لا صانعاً، يتأثر بالأحداث أكثر مما يؤثر فيها، ويركز وراء العناوين دون أن يضبط إيقاعها بمعايير الحق. أما الإعلام في القرآن فهو خطابٌ يبدأ من الوعي وينتهي إليه، لا يلهث خلف الرائج (Trend)، بل يصوغ البوصلة الخلقية للحدث. فالخطاب القرآني لا يستجيب للشبهات بانفعال، بل يرد عليها بثبات وعمق، كما في قوله -تعالى-: ﴿وَإِذَا سَمِعُوا اللِّغْوَ اعْرَضُوا عَنْهُ وَقَالُوا لَنَا أَعْمَالُنَا وَلَكُمْ أَعْمَالُكُمْ﴾ [القصص: ٥٥]. وهذا الإعراض ليس تجاهلاً سلبياً، بل هو تعبير عن توازن داخلي مبني على بصيرة، تجعل الإنسان غير قابل للاهتزاز بكل صيحة فكرية أو موجه إعلامية.

الوعي الذي ينتجه الإعلام القرآني هو وعي تحرري، يمنح المتلقي أدوات الفهم والنقد، ويعزز ثقته بعقله وإيمانه، ويحرره من سلطة الصورة والضجيج. إنه إعلام يربي على التبصر، ويعلم كيف ننظر لا فقط أين ننظر، وكيف نحكم لا فقط ماذا نقرأ.

ومن هنا فإنَّ كلَّ مشروعٍ إعلاميٍّ يستلهمُ القرآنَ يجبُ أن يكونَ مشروعًا لإعادة بناء الوعي العامِّ، وورشَةً لبناء العقولِ الحرَّةِ التي لا تستسلمُ للظنِّ، ولا تُخدَعُ بالأسلوبِ، ولا تُفتنُ بالمظاهرِ.

إنَّ البصيرةَ، في منطقِ القرآنِ، هي مفتاحُ الهدايةِ، ومركزُ الحصانةِ الفكريةِ، والإعلامُ الذي يُغفلُ هذا البُعدَ يبقى عاجزًا عن تحقيقِ رسالتهِ في حفظِ العقلِ الجمعيِّ من التَّشويهِ والانحرافِ. أمَّا حينَ يتبنَّى البصيرةَ هدفًا، وينهلُ من القرآنِ منهجًا، فإنه يكونُ مؤسَّسةً تربويَّةً ومصنَعًا للطمأنينةِ الفكريةِ. وهذا هو الدورُ الذي يجبُ أن تنتقلَ إليه، ونحنُ نبحثُ عن إعلامٍ يُعزِّزُ الأمانَ الفكريَّ في زمنِ الخوفِ والتَّشويشِ.

## رابعًا: الإعلام القرآني في مواجهة الانحرافات الفكرية

لا يُبنى الأمانُ الفكريُّ في القرآنِ الكريمِ على التجنُّبِ السَّلبيِّ للشُّبهاتِ والانحرافاتِ، بل على المواجهةِ الواعيةِ التي تستندُ إلى الحجَّةِ والبرهانِ، وتنتقلُ من نورِ البصيرةِ. ولأنَّ الانحرافَ الفكريَّ هو خطرٌ مُلَازمٌ لكلِّ عصرٍ ومُجتمعٍ، فقد تعاملَ معه القرآنُ بوصفه تحدِّيًّا دائمًا يستهدفُ العقلَ والقلبَ معًا، ويحتاجُ إلى إعلامٍ يُواجهُه لا يكتفي برصده. في هذا السِّياقِ، يتَّخذُ الإعلامُ القرآنيُّ دورًا وظيفيًّا يتجاوزُ النقلَ والإخبارَ إلى التَّمييزِ والتَّفكيكِ والتَّصحيحِ، وهو ما يجعلُ من حضوره ضرورةً في زمنِ التَّداخُلِ بينَ الحقائقِ والأوهامِ، وبينَ الدينِ الموحى والدينِ المُصطنعِ، وبينَ البيانِ الإلهيِّ والافتراءِ الإنسانيِّ.

هنا سنتناولُ كيفَ يتعاملُ الإعلامُ القرآنيُّ معَ الانحرافِ الفكريِّ، من خلالِ ثلاثِ مهمَّاتٍ مترابطةٍ: دحضِ الشُّبهاتِ، وتفنيدِ الزَّيفِ، وترسيخِ ميزانِ الحقِّ. وهي مهمَّاتٌ تتكاملُ في مشروعٍ معرفيٍّ-إعلاميٍّ، هدفُه حمايةُ العقلِ الإيمانيِّ من الاختراقِ.

### ١- دحضُ الشُّبهاتِ وتفنيدُ الزَّيفِ العقائديِّ

من أبرزِ أدوارِ الإعلامِ القرآنيِّ التَّصدِّيُّ لما يُطرحُ من شُّبهاتٍ فكريةٍ وعقديةٍ، سواءً تلك التي تتعلَّقُ باللهِ، أم بالوحيِّ، أم بالنبِيِّ، أم بالتَّشريعِ. وقد تعرَّضَ القرآنُ نفسه لسلسلةٍ من الحملاتِ

المُشكِّكة، فواجهها بيان جليٍّ ومباشر، يُحاكي العقل، ويقلِّب الشُّبهةَ إلى فُرصةٍ تعميقٍ للفهم. فعندما قال المشركون: ﴿وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا إِنْ هَذَا إِلَّا إِفْكٌ افْتَرَاهُ وَأَعَانَهُ عَلَيْهِ قَوْمٌ آخَرُونَ﴾ [الفرقان: ٤]، جاء الردُّ الربَّانيُّ حازماً، يُبينُ كذبهم، ويُفكِّكُ منطقتهم، ويُعيدُ ترتيبَ المعاني في ضوءِ الحقيقة.

الشُّبهةُ لا تُهزمُ بالعاطفة، بل بالفهم. ولذلك عمدَ القرآنُ إلى كشفِ بنيتها الداخليَّة، كما في قوله -تعالى-: ﴿بَلْ قَالُوا أَضْغَاثُ أَحْلَامٍ بَلْ افْتَرَاهُ بَلْ هُوَ شَاعِرٌ فَلْيَأْتِنَا بِآيَةٍ كَمَا أُرْسِلَ الْأَوْلُونَ﴾ [الأنبياء: ٥]. هذه الآيةُ لا تنقلُ الشُّبهةَ فقط، بل تُظهرُ اضطرابَ أصحابها، وتعدُّدَ تأويلاتهم المتناقضة، مما يسقطُ منطقتهم دونَ الحاجةِ إلى ردِّ انفعاليٍّ. وهنا تتجلى الوظيفةُ الإعلامِيَّةُ التَّفكيكِيَّةُ للخطابِ القرآنيِّ: إنه يكشفُ تهاافتَ الشُّبهةِ الداخليَّة، ويجعلُ القارئَ يكتشفُ بنفسه ضعفها من خلالِ تعريةِ أسسها.

وحين يُشكِّكُ البعضُ في البعثِ أو الجزاءِ أو الوحي، يُقدِّمُ القرآنُ بنيةً حججِيَّةً متماسكةً، تلزمُ العقلَ وتُخاطبُ الفطرةَ، كما في قوله -تعالى-: ﴿وَضَرَبَ لَنَا مَثَلًا وَنَسِيَ خَلْقَهُ قَالَ مَنْ يُحْيِي الْعِظَامَ وَهِيَ رَمِيمٌ \* قُلْ يُحْيِيهَا الَّذِي أَنْشَأَهَا أَوَّلَ مَرَّةٍ وَهُوَ بِكُلِّ خَلْقٍ عَلِيمٌ﴾ [يس: ٧٨-٧٩]. وهذه الطَّرِيقَةُ الإعلامِيَّةُ تفتحُ أفقاً فكرياً جديداً يُعزِّزُ الإيمانَ من داخله، ويمنحُ المُتلقي قدرةً ذاتيةً على مُواجهةِ أسئلةِ التَّشكيكِ.

## ٢- مقاومة الإفك والتضليل عبر خطاب واعٍ

الإفكُ في القرآنِ هو تَريفٌ مُمنهجٌ للواقع أكثرَ من مُجردِ كذبٍ، فهو يُلبسُ الباطلَ ثوبَ الحقِّ، ويسوقُ الباطلَ بأسلوبٍ يُقنعُ السامعَ. وقد قدَّمَ القرآنُ في حادثةِ الإفكِ (سورة النور) نموذجاً مُتكاملاً لكيفيَّةِ مُواجهةِ هذا النوعِ من الإعلامِ الزائفِ. فحين اتَّهَمَتْ مَنْ اتَّهَمَتْ<sup>(١)</sup> بأكذوبةٍ كبيرة، لم يتعاملِ القرآنُ مع المسألةِ بصيغةِ الدِّفاعِ العاطفيِّ، بل أقامَ خطاباً نقدياً وتحليلياً متكاملًا، يُربيُّ الوعيَ الجماعيَّ على النَّحرِيِّ والتَّريثِ، ويُعيدُ ضبطَ منطِقِ التَّعاملِ مع الشائعاتِ.

١ - لم نذكر اسمَ التي اتَّهَمَتْ بسببِ وجودِ خلافٍ حوله؛ فمنهم من قال إنَّ الاتِّهَامَ توجَّهَ نحوَ السيِّدةِ عائشة، ومنهم من قال نحوَ ماريَا القبطية.

يقول -تعالى-: ﴿إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّئًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ﴾ [النور: ١٥]، وهو توصيف دقيق لكيفية انتشار الأخبار الزائفة، حين تتحوّل إلى مادة متداولة بلا تحقّق، ويتعامل معها الناس بلا وعي بخطورتها. الإعلام القرآني هنا لا يكتفي بإدانة الفعل، بل يدرّب المجتمع على مقاومة آليته، ويُعلّمه أنّ التّصليّل لا يتصرّف إلا إذا وُجد من يتداوله بجهالة.

ومن هنا، فإنّ الإعلام الهادف في ضوء القرآن يواجه الإفك بناء ثقافة التثبّت، وبخلق وعي جماعي يدرك أنّ التّصليّل لا يعيش في بيئة يَفِظَة. وهذا ما يوجب على الإعلام أن يكون مصدر مقاومة لا مجرد ناقل، وأن يمارس دوره في تربية الذائقة الفكرية، لا في مضاعفة الضّجيج.

### ٣- ترسيخ المعايير القرآنية للتمييز بين الحقّ والباطل

الردّ على الشبهة، وتفنيّد الزيف، لا يكتمل إلا حين يُستبدل الضياع بمعيار، والبلبلّة بميزان. وهنا يتجلّى الدور العميق للإعلام القرآني في تثبيت المعايير الفكرية، التي تسمّح للإنسان بأن يميّز نفسه بين الثور والظلمة، بين المنهج الصّحيح والدعاوى الباطلة. يقول -تعالى-: ﴿وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾ [البقرة: ٤٢]، وهو تحذير من أخطر ما يُفسد العقول: خلط الحقّ بالباطل، وتقديم الباطل بقلب حقّ، وهو ما يمارس بكثرة في الإعلام المعاصر تحت عناوين براقية مثل «الحياد»، و«حرية الرأي»، و«التعددية»، لكنها تُستخدم أحياناً لشرعنة الباطل أو تمييعه.

في مواجهة هذا الواقع لا يكفي أن يُقال للناس: «هذه شبهة»، أو «هذا انحراف»، بل لا بدّ من تأسيس الوعي على مرجعية قرآنية واضحة، تجعل للحقّ علامات، وللباطل حدوداً. فكما أنّ البوصلة لا تكون مفيدة إلا إذا عُرِفَ بها الشّمَالُ، كذلك الوعي لا يطمئن إلا إذا وجد معياراً لا يتبدّل. والإعلام القرآني هو المسؤول عن إعادة الناس إلى هذا الميزان، وتذكيرهم بأنّ المعايير تستمد من قول الله الذي لا يتغيّر.

وهكذا، فإنّ الإعلام القرآني في تعامله مع الانحرافات الفكرية يربي، ويؤسس. إنّه إعلام يعوض

إلى الجذور المعرفية التي تُنتجُ الشُّبهةَ، ويُعيد بناءَ الوَعي من هناك. وبذلك، يكونُ حامياً للأمان الفكريّ بإضاءةِ الدّاخلِ، وإحياءِ نورِ البَصيرةِ في القلبِ والعقلِ معاً.

### خامساً: الإعلام القرآني وحماية الهوية الإيمانية

الهوية الإيمانية هي كينونةٌ حيّةٌ تنمو وتتفاعلُ وتواجهُ تحدياتٍ مُستمرةً تُهددُ صفاءها وبقاءها، بدءاً من الغزو الثقافيّ الناعم، ومُروراً بالإعلامِ المُوجّه، وانتهاءً بإعادة تعريفِ الإنسان والدِّين والأخلاق ضمنَ منظوماتٍ فكريةٍ بديلة. وفي هذا السِّياق، يَعدو الإعلامُ القرآنيُّ ضرورةً استراتيجيّةً لحماية هذه الهوية، لأنّه يَضطلعُ بمُهمةٍ تثبِت الإيمانَ في النَفْسِ، وترسيخَ الانتماءِ العميقِ إلى الله، والرّسالة، والمنهج. فالإعلامُ في الرُّؤية القرآنية ليس قناةَ عَرْضِ، بل قناةَ عَرَسِ وتَحصينِ، ووسيلةً لربطِ الإنسانِ بمركزه التَّوحيديّ في عالمٍ تتنازعه مراكزُ كثيرةٌ.

#### ١- دور الإعلام في تعزيز ثوابت العقيدة

القرآنُ الكريم يتعاملُ مع العقيدة بوصفها حضوراً وجودياً في القلب والعقل والسلوك. وكلُّ خطابٍ إعلاميٍّ قرآنيٍّ لا بدّ أن يَسْتَبطنَ هذه العقيدة لِيَبنيَ منها سياقه العامّ، فلا يكون مَفصّولاً عنها، بل مُنطلقاً منها. يقول الله -تعالى-: ﴿اللَّهُ وَلِيُّ الَّذِينَ آمَنُوا يُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ﴾ [البقرة: ٢٥٧]، وهذه الآية تُؤسِّسُ لخطابٍ يُخْرِجُ الإنسانَ من ظلمة الجَهْلِ والتَّشويشِ إلى نور الوَعي واليقينِ. والإعلامُ حين يَسْتَمِدُّ من هذا النُّورِ، فإنّه يُعيد ربطَ الإنسانِ بمرجعيّته الإيمانية، ويجعلُهُ يَشعرُ بأنَّ الانتماءَ إلى العقيدة منظومةٌ تُفسِّرُ له العالمَ، وتمنحُه المعنى والبوصلةَ.

إنَّ ثوابتَ العقيدة، كالتَّوحيد، والنبوة، والمعاد، والعدل، والإمامة، تحتاجُ إلى خطابٍ حيٍّ وناطقٍ يَدْخُلُ في عمقِ الوَعي، ويحاكي التحدياتِ اليوميّة، ويُظهِرُ كيف أنّ هذه الثَّوابتَ هي شبكةٌ حيويّةٌ لحماية النَفْسِ من الانزلاقِ في المفاهيمِ المُستوردة التي تُفَرِّغُ الدِّينَ من مضمونه.

## ٢- الإعلام باعتباره أداة تحصيل من الذوبان الثقافي والديني

في عالم يُعاد فيه تعريف الإنسان وفق رؤية مادية، ويُعاد فيه تكوين المفاهيم الدينية بما يتوافق مع أهواء الحداثة الغربية، يُصبح الإعلام القرآني ضرورةً لتحصيل الهوية من الذوبان التدريجي، الذي يبدأ من الساهل في المفردات، ويمتدُّ إلى التنازل عن المعاني. لقد نبّه القرآن إلى هذا الخطر حين قال: ﴿وَلَنْ تَرْضَىٰ عَنْكَ الْيَهُودُ وَلَا النَّصَارَىٰ حَتَّىٰ تَتَّبِعَ مِلَّتَهُمْ﴾ [البقرة: ١٢٠]، فهو يفضح البنية العميقة للهيمنة الفكرية، ويُظهر أنَّ محاولات التوفيق بين الإيمان والرضا الخارجي ليست إلا مُقدّماتٍ لذوبان المعنى الأصيل.

الإعلام المأخوذ عن المنهج القرآني يُعيد تعريف المفاهيم وفق منطق الرسالة، ويُفكِّك المصطلحات التي يتمُّ تمريرها تحت غطاء التّوير أو التّسامح أو العقلانية، وهو بذلك يُحصّن الهوية بالهجوم الإيجابي، أي بطرح خطابٍ بديلٍ قويٍّ، مُقنع، وذو جاذبيةٍ روحيةٍ وعقليةٍ في آنٍ معاً.

هذا الإعلام يجعل المسلم يتفاعل مع العالم من موقع القوة، والتّفوق المعنوي، والوضوح الداخلي، لا من موقع الانبهار أو الانسحاق. فحماية الهوية تعني بناءً وعيٍ مُحصّن قادر على التّفد والاختيار، وقادرٍ على رفض ما يُناقض الإيمان دون أن ينكفئ على ذاته أو يهرب من التحدي.

## ٣- معالم الخطاب الإعلامي القرآني في الدّفاع عن الهوية

القرآن يضع معالمَ كَلِيَّةٍ لأيّ خطابٍ يسعى إلى حماية الإيمان في قلب الإنسان، ويمكنُ اختزال هذه المعالم في النقاط الآتية:

### أ- الرّبط المُستمرُّ بالله والآخرة

فالإعلام الذي يربط الرّسالة بالله، ويستحضِر البعدَ الأخروي، يمنح المُتلقي بُعداً روحياً عميقاً يُحرّره من أسر اللحظة، ويُعيد ترتيب الأولويات في وعيه. كما في قوله -تعالى-: ﴿فَمَنْ كَانَ يَرْجُو لِقَاءَ رَبِّهِ فَلْيَعْمَلْ عَمَلًا صَالِحًا وَلَا يُشْرِكْ بِعِبَادَةِ رَبِّهِ أَحَدًا﴾ [الكهف: ١١٠].

ب - التذكيرُ بالحقِّ وتثبيتُهُ في النُّفوسِ

التكرارُ القرآنيُّ لبعضِ المفاهيمِ، كالتَّقوى، والصَّبْر، والميزان، والجَزاء، هو ترسيخٌ رمزيٌّ للمعاني الأساسِ في الوعي العامِّ، وعلى الإعلامِ أن يتبنَّى هذا النَّفسَ التَّربويَّ، فيعيد تثبيتَ المعنى عبرَ التكرارِ الواعي والمقاصديِّ.

ت - الخطابُ بهويةٍ لغويَّةٍ وروحيَّةٍ مُستقلَّة

القرآنُ يصنَعُ لغتهُ الخاصَّة، المُتجدِّرة في الوحيِ والفِطرة. والإعلامُ المأمونُ يجبُ أن يتحرَّرَ من استعارةِ المفاهيمِ المسمومةِ، وأن يُعيد بناءً مُعجمه وفقَ معاني الإيمانِ، لا وفقَ ما يُملَى عليه من الخارجِ.

ث - الاستنادُ إلى التاريخِ القرآنيِّ بصفتهِ نموذجًا تربويًّا

القرآنُ لا يُقدِّمُ التاريخَ للمعرفةِ فقط، بل للتَّربيةِ والتَّثبيتِ، كما في قصصِ الأنبياءِ، (وأصحابِ الكهفِ)، و(مُوسى) مع (فرعونَ)، وغيرها. وهذه القصصُ يُمكنُ استثمارها إعلاميًّا لبناءِ خطابٍ حيٍّ، يُجسِّدُ الهويَّةَ في نماذجٍ، ويُعلِّمُ النَّاسَ كيفَ يتَّيمونَ إلى مسيرةٍ إيمانيَّةٍ ممتدَّة.

ج - الحفاظُ على وضوحِ المَرَكزِ الخُلُقِيِّ والرَّمزيِّ:

في زمنِ التَّمييعِ الخُلُقِيِّ، يُصبحُ من واجبِ الإعلامِ القرآنيِّ أن يُعيد الاعتبارَ للمفاهيمِ المركزيَّةِ كالعِفَّة، والحياءِ، والصِّدقِ، والشَّهادةِ، والأمرِ بالمعروفِ، لتبقى بوصلةُ الهويَّةِ حاضرةً في وعيِ الفردِ والمجتمعِ. وهكذا، يتبيَّنُ أنَّ الإعلامَ القرآنيَّ يحمي الهويَّةَ عبرَ بناءِ معرفيٍّ رمزيٍّ طويلِ النَّفسِ، يُعيد صياغةَ الانتماءِ من الداخلِ، ويصونُ الإيمانَ عبرَ التَّثبيتِ وعبرَ البصيرةِ، وعبرَ الوعيِ النَّقديِّ.

سادسًا: الإعلامُ المُوَجَّهُ للشَّبابِ من منظورٍ قرآنيٍّ

في زمنِ التحوُّلاتِ الكُبرى، والانفجاراتِ المعرفيَّةِ المُتلاحِقَةِ، يتقدَّمُ الشَّبابُ إلى الواجِهةِ

باعتبارهم الفئة الأكثر تأثراً بالإعلام، والأشدّ انفتاحاً على العوالم الرقمية، والأكثر عرضةً للانجذاب إلى ما يُعرض من أفكار، وشبهات، وهويّات بديلة. لم يعد الشّابُّ ينتظر المعلومة، بل تُهاجمه آلاف الرّسائل الإعلامية في اليوم الواحد، بعضهاً ظاهرٌ وصريح، وبعضهاً خفيٌّ ونفاذٌ، وكلّها تُسهم، بطريقة ما، في إعادة تكوين وعيه، وتحديد بوصلته في الحياة، إن لم يكن مُحصّناً بنظامٍ داخليٍّ قويٍّ.

وفي ضوء هذه الحقيقة، يغدو الإعلام الموجهٌ إلى الشّباب أحد أهمّ مفاتيح بناء الأمان الفكري، خصوصاً إذا ما استند إلى القرآن الكريم، الذي يحضر فيه خطابُ الشّباب بقوة ووعي، في قصص الأنبياء، وأحاديث الدّعوة، ونماذج المجاهدين والصّالحين. فالقرآن يُعاملُ الشّباب بوصفهم "طليعةً مُتقدّمةً" في مشروع الإيمان. والإعلام المُستلهم من القرآن، حين يُوجّه إليهم، يجب أن يعكس هذا المعنى العميق، لا أن يسقط في التّبسيط أو التّهويل أو الخطاب المُعلّب.

## ١ - خصائص الخطاب الإعلامي الفاعل لدى الشّباب

ليكونَ الخطابُ الإعلاميُّ مؤثراً في الشّباب، من منظور قرآنيٍّ، لا بدّ أن يتّسمَ بخصائص تتجاوزُ الشّكل إلى الجوهر، وتستوعبُ خصائص المرحلة العمرية التي تجمع بين الاندفاع العاطفي، وحبّ الاستقلال، وشغف التجربة، مع قابلية التأثير العالية بالمثال والرّمز.

### أ - الخطاب التّفاعلي لا التلقيني

القرآن حين يخاطبُ الإنسان، كثيراً ما يُشركه في السّؤال، كما في قوله: ﴿قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ﴾ [الزمر: ٩]، أو يعرضُ قضية تحرك ذهنه وتستفز تفكيره، كما في قصة (إبراهيم) عليه السلام: ﴿قَالُوا فَاتُوا بِهِ عَلَىٰ عَيْنِ النَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَشْهَدُونَ﴾ [الأنبياء: ٦١].

وهذا النوع من الخطاب يُناسب النّفس الشّابة التي ترفضُ الخضوع الأعمى، وتبحث عن دورها في الفهم والقرار. من هنا، فالإعلام النّاجح مع الشّباب يجب أن يكونَ تشاركيّاً، مُحفزاً للعقل، ودافعاً للتساؤل، لا خطابةً منبريةً مُعلّقة.

## ب - الصّدقُ العاطفيُّ والرُّوحِيّ

الشّابُّ لا ينجذبُ فقط إلى مَنْ يُفَنِّعُهُ عقليًّا، بل إلى مَنْ يُصَدِّقُهُ وجدانيًّا. والقرآنُ مليءٌ بالمواقفِ التي تُخاطبُ العاطفةَ الرّاقيةَ دونَ ابتذالٍ، كما في حديث (يعقوب) (عليه السلام) عن حُزْنِه على يوسف: ﴿قَالَ إِنَّمَا أَشْكُو بَثِّي وَحُزْنِي إِلَى اللَّهِ وَأَعْلَمُ مِنَ اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾ [يوسف: ٨٦]، أو في بكاء (يوسف) وهو يَسْتَقْبِلُ والدِيه على العرشِ. هذا الصّدقُ الوجدانيُّ يُجِبُّ أن يكونَ حاضرًا في الخطابِ الإعلامِيّ الموجهِ للشّبابِ، حتى يَشْعُرُوا أنَّ الرّسالةَ تَنبِئُ من قلبٍ حيٍّ، لا من جهازٍ دعائيٍّ آليٍّ.

## ت - اللّغةُ القرِيبَةُ دونَ ابتذالٍ

ليسَ المطلوبُ من الإعلامِ القرآنيِّ أن يتحدّثَ بلغةً تقليديَّةً جامدةً، ولا أن يُحاكي لغةَ الشّارعِ بطريقةً مُصطنعةً، بل أن يُطوِّرَ لغةً وسيطةً، تجمعُ بينَ الجاذبيَّةِ والرّصانةِ، بينَ العمقِ والوضوحِ، تمامًا كما يفعلُ القرآنُ حينَ يَستخدِمُ كلماتَ مألوفةً لكنّها مشحونةٌ بمَعانٍ هائلةً، مثل: «نور»، «ظلمات»، «فطرة»، «قلب»، «بصيرة»، وكلّها مُصطلحاتٌ تُخاطبُ الشّابَّ في رُوحِهِ، لا في سَطْحِهِ.

## ٢ - استثمارُ القِيَمِ القرآنيَّةِ في مخاطبةِ تحدّياتهم الفكريةِ

الشّبابُ اليومَ يعيشونَ أسئلةً وجوديَّةً وفكريَّةً حقيقيَّةً: ما معنى الإيمان؟ لماذا نُصَلِّي؟ من أينَ نبدأُ طريقَ الهداية؟ هل يُمكنُ أن نجتمعَ بينَ الإيمانِ والانفتاح؟ ما الفرقُ بينَ العقلِ والإيمان؟ هذه الأسئلةُ لا يكفي فيها الخطابُ الخُلقيُّ أو العاطفيُّ، بل تَحْتَاجُ إلى إعلامٍ يقومُ على القِيَمِ القرآنيَّةِ الكُبرى، ويُعيدُ طرحها بلغةِ العَصْرِ.

## أ - الحرِيَّةُ في القرآنِ تعني التحرُّرَ من القَيْدِ الباطلِ

قال -تعالى-: ﴿وَقُلِ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ﴾ [الكهف: ٢٩]، ﴿وَلَا تَتَّبِعِ الْهَوَى فَيُضِلَّكَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ﴾ [ص: ٢٦]. فالخطابُ القرآنيُّ يُؤَسِّسُ لحريةِ حقيقيَّةٍ قائمةٍ على الوَعْيِ والاختيارِ، وليسَ على الغريزةِ والانفعالِ، وهذا ما يُجِبُّ أن يُترجمَ إعلاميًّا.

## ب - العقل في القرآن شريك الإيمان

الإعلام الغربي كثيرًا ما يُقدِّم العقل كضدٍّ للإيمان، على حين أن القرآن يدعو إلى التعقل والتفكير والتدبر، ويدين الذين لا يعملون عقولهم: ﴿أَفَلَا يَتَدَبَّرُونَ الْقُرْآنَ أَمْ عَلَى قُلُوبٍ أَقْفَالُهَا﴾ [محمد: ٢٤].

من هنا، يجب أن يوجَّه الإعلام القرآني إلى الشباب بطريقة تُبين أن التفكير لا يُضعف الإيمان، بل يقويه، وأن التساؤل ليس كفرًا، بل بداية الهداية.

## ت - القوة في القرآن إيمانية وروحية

قال الله عن (أصحاب الكهف): ﴿إِنَّهُمْ فِتْيَةٌ آمَنُوا بِرَبِّهِمْ وَزِدْنَاهُمْ هُدًى﴾ [الكهف: ١٣]. هؤلاء لم يملكوا سلاحًا ولا مالًا، لكنهم صنعوا ثورةً روحيةً في وجه الطغيان. الشاب حين يرى نفسه مشروع مقاومة، وصاحب رسالة، يتحوَّل إلى طاقة هائلة، وهذا ما يجب أن يستثمر إعلاميًا بإحياء الرموز القرآنية الشابة، وتفعيل سيرهم لا لاعتبارهم قصة بل نموذجًا.

## ٣- الإعلام القرآني باعتباره أداة استنهاض وبناء للشخصية المؤمنة

الغاية من الإعلام - في منطلق القرآن - هي التحريك والاستنهاض، أي إيقاظ الإنسان من غفلته، وجعله يتحرك في اتجاه النور، قال -تعالى-: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَجِيبُوا لِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمْ لِمَا يُحْيِيكُمْ﴾ [الأنفال: ٢٤]، وهي دعوة لإعلام يحرك الحياة في داخل الإنسان، ولا يكتفي بتجميل الغلاف.

الشاب بحاجة إلى من يقول له:

- أنت قادرٌ أن تكون مثل (يوسف) في العفة، ومثل (موسى) في الشجاعة، ومثل (إبراهيم) في التكفير الحرِّ، ومثل (أصحاب الكهف) في التمرُّد الإيمانيِّ.
- ليس مطلوبًا أن يقال له فقط "كن صالحًا"، بل أن يرى في عينه الصالحون وهم يشبهونه.

■ ولذلك يجب أن يعمل الإعلام القرآني على:

■ بناء القدوة الحقيقية في صورة شبابية معاصرة، لا أن تبقى رموز القرآن في الماضي المعزول عن الواقع.

■ مواجهة الصور النمطية عن التدخين، التي تُصور الشاب المتدين ضعيفاً أو مُعقداً.

■ تقديم الإيمان بوصفه طريقاً للكرامة والتميز والتحقيق الذاتي، لا مجرد واجب ثقيل أو عبء اجتماعي.

إنَّ الشَّبَابَ، بما يحملونه من طاقة روحية، وعطش للمعنى، واستعداد فطري للانتماء، هم القاعدة الصلبة لأي مشروع نهضة فكرية وروحية. وإذا كان الأمان الفكري هو الغاية، فإنَّ الشَّبَابَ هم الرهان، والإعلام القرآني هو الوسيلة.

## سابعاً: معايير الخطاب الإعلامي المأمون وفق القرآن الكريم

ليست كل معلومة تُقال إعلاماً، ولا كل خطاب يُبثُّ يحمل مشروعية التأثير في الوعي الجمعي. فالإعلام هو سلطة رمزية تُمارسُ وظيفتها في التوجيه والبناء والتهيئة، وقد تكون هذه السلطة مُصلحة أو مُفسدة، هادية أو مُضلة، بحسب المنهج الذي تتبَّعه، والقيم التي تنطلق منها، والمقاصد التي تخدمها. ومن هنا، تظهر الحاجة الملحَّة إلى ضبط معايير الخطاب الإعلامي المأمون، أي الخطاب الذي يُمكن الوثوق به بوصفه حارساً للأمان الفكري، وحافظاً لسلامة الوعي، ومصدراً لبناء الإنسان لا نهشيمه.

القرآن الكريم، بوصفه الكتاب الذي أنزله الله "هدى للناس"، رسم منهجاً في الخطاب، حدّد فيه الملامح الكبرى للكلمة المسؤولة، والرؤية المتوازنة، والأسلوب النظيف، والمقاصد الرائدة.

### ١ - الثبُت وعدم التسرع في النقل

أول معيار قرآني لحماية المجتمع، من الانفلات الإعلامي، هو الثبُت، الذي يُعتبر أساساً خُلقيّاً

وعقلياً في التعامل مع أي معلومة، خصوصاً حين تكون ذات أثر اجتماعي أو فكري. يقول الله -تعالى-: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَيَّ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾ [الحجرات: ٦]، وهي آية تؤسس لقاعدة ذهبية في الإعلام: لا تبني وعيك على نبأ لم يمحض، ولا تبادر بالنقل إلا إذا كنت واثقاً من صحته، ولا تسهم في صناعة وعي جماهيري هس يقوم على الظن والاحتمال.

وهذا الثبوت يشمل المقولات الفكرية والدينية، التي تنتشر أحياناً بلا تحقيق، وتُسبب إلى الدين أو العلماء أو القرآن، فتحدث ارتباكاً في العقول، وتُشوش على الإيمان. من هنا، فالمعيار الأول في الخطاب الإعلامي المأمون هو أن يكون مبنياً على تحقق علمي، وتحرر معرفي، وتأن مسؤول.

## ٢ - تجنب الإثارة والانفعال في الطرح

القرآن يؤسس لنمط من الخطاب قائم على السكينة، والوقار، والهدوء الداخلي. وقد ورد هذا المعنى في قوله -تعالى-: ﴿وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا﴾ [الفرقان: ٦٣]، وهي ليست آية في وصف السلوك فقط، بل في توصيف منطقي الخطاب وأسلوب التفاعل. فالإعلام المأمون يحاور بالحكمة، ويعالج القضايا بعمق وأتزان.

في زمن الإعلام التجاري، أصبحت الإثارة أداة تسويقية، يُستدرج بها المتلقي إلى العنوان، ثم يلقى في بحر الانفعالات والتهميج والتهميل، وهذا الأمر يُربك وعيه، ويستهلك طاقته، دون أن يمنحه شيئاً يبنى عليه. أما الإعلام القرآني، فيقيس أثر الكلمة بمدى هدايتها وصدقها ونفعها بمعزل عن مدى انتشارها. وهو ما يعبر عنه القرآن بقوله: ﴿وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا﴾ [البقرة: ٨٣]، فالمعيار هنا ليس فقط «ماذا يُقال»، بل «كيف يُقال»، وبأي نبرة، وبأي نية.

## ٣- الموازنة بين النقد والبناء، وبين التحذير والتبشير

الخطاب الإعلامي المأمون هو خطاب متوازن، يعرف متى يحذر ومتى يبشر، متى يقاوم ومتى يرشد، متى ينكر ومتى يحتوي. والقرآن الكريم هو النموذج الأسمى لهذا التوازن؛ حيث نجد في آياته الجمع بين النذارة والبشارة، كما في قوله -تعالى-: ﴿إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا﴾

[البقرة: ١١٩]، فالرسالة لا تكتملُ بدون التحذيرِ من الباطل، لكنها أيضاً تفقدُ روحها إن لم تفتح للناسِ أبوابَ الرجاءِ والأملِ والنورِ.

الإعلامُ الذي يبالغُ في التبشيرِ دونَ وعيِ يسهم في تخديرِ العقولِ، والإعلامُ الذي يغرقُ في التقدُّرِ دونَ أفقِ يسقطُ في السُّوداويةِ والعجزِ. أمَّا الإعلامُ القرآنيُّ، فهو يعالجُ المرضَ ويقدمُ العلاجَ، يُشخصُ الانحرافَ وي طرحُ البديلِ، يُعريُّ الزيفَ لكنه يُبشِّرُ بالحقيقةِ. وهذا هو الإعلامُ الذي يُعزِّزُ الأمانَ الفِكرِيَّ: إعلامٌ لا يُخيفُ بلا مُبرِّرٍ، ولا يُطمئنُ بلا دَليْلِ، بل يُبنى على وضوحِ الرؤيةِ، وإنصافٍ في الطرحِ، ورحمةٍ في المقصدِ.

#### ٤- مخاطبة العقل والوجدان معاً

ميزةُ القرآنِ الكبرى أنَّه يُخاطبُ الإنسانَ بكلِّ أبعاده: بعقله، وقلبه، وروحه، ووجدانه. ومن هنا، فإنَّ الخطابَ الإعلاميَّ المأمونَ هو الذي يُخاطبُ العقلَ ويحركُ القلبَ، ويرفُقُ المعلومةَ بالمعنى، ويزنُ الكلامَ بميزانِ الرحمةِ والعدلِ. قال -تعالى-: ﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا لَفُضُّوا مِنْ حَوْلِكَ﴾ [آل عمران: ١٥٩]، وهي آيةٌ في القيادة، لكنها أيضاً قاعدةٌ في الإعلامِ: فالغلظة لا تبني، والعنفُ في التعبيرِ يُنفرُ، وإن كان الحقُّ معك. والقرآنُ يعلمنا أنَّ الإقناعَ يكونُ بالمحبةِ، والرحمةِ، واللطفِ، والصدقِ، وكلُّها أدواتٌ لا تغيبُ عن الخطابِ الإعلاميِّ الذي يُريدُ أن يكونَ مأموناً بحقٍّ.

#### ٥- وضوح المرجعية والهوية في الخطاب

الخطابُ الإعلاميُّ الذي لا يظهرُ من أينَ ينطلقُ، ولا إلى أينَ ينتهي، يُربكُ المتلقيَّ ويُضعفُ رسالته؛ لأنه يعاني من غموضِ المرجعيةِ. أمَّا الإعلامُ القرآنيُّ فهو واضحُ الانتماءِ، وصريحُ المرجعيةِ، وثابتُ الهويةِ، يبدأ من التوحيدِ، ويمرُّ عبرَ النبوةِ، ويستقرُّ على العدلِ، ويهدفُ إلى تركيةِ النفسِ وبناءِ المجتمعِ الصالحِ.

هذا الوضوحُ يعني الرُّسوخَ، أي أنَّ الخطابَ يملكُ عموداً فكرياً من المبادئ لا يتخلى عنها. وهذا ما يحتاجه الإعلامُ في زمنِ "الحيادِ القاتلِ"؛ حيثُ تُعرضُ كلُّ الأفكارِ كأنها سواسيةٌ، وتُعطى كلُّ

المَقولاتِ الشَّرعيةِ نفسها التي تُمنَحُ للباطلِ . أمَّا الإعلامُ القرآنيُّ فهو مُنحازٌ للحقِّ، لا بطريقةٍ عَنيفةٍ، بل بطريقةٍ نورانيَّةٍ واثقةٍ، تُظهِرُ الحقَّ كما هو، وتتركُّ للقلوبِ أن تُبصره .

وهكذا، نخلصُ إلى أنَّ الخطابَ الإعلاميَّ المأمونَ، في ضوءِ القرآنِ، هو بنيةٌ حيَّةٌ تقومُ على التَّثبتِ، والتَّوازنِ، والصدِّقِ، والتَّأنيِّ، واحترامِ العَقلِ، والمَرَجعيةِ الواضحةِ . وهو خطابٌ يُعيدُ للإنسانِ ثقتهُ في الكلمةِ، ويمنحُه الطَّمأنينةَ في زمنِ الضَّجيجِ، ويُرشدُه إلى طريقِ الوَعي في وسطِ التَّشويشِ .

## ثامناً: الإعلام في القرآن بين الإنذار والتبشير

حينَ نتأمَّلُ الخطابَ القرآنيَّ في بنائه العامِّ، وتوزيعه الداخليِّ، نكتشفُ أنه يقومُ على قطبيْنِ مُتكامليْنِ، لا يتصادمانِ، بل يتعاضدانِ: الإنذار والتبشير . كلاهما وسيلتان في التَّربيةِ والتَّوجيهِ، لكنَّ كلَّ واحدةٍ منهما تعملُ من زاويةٍ مُختلفةٍ: الإنذارُ يُخاطبُ مَوطنَ الخَوفِ والتَّحذيرِ والتَّنبيةِ إلى العواقبِ، على حينَ أنَّ التَّبشيرَ يُخاطبُ مَوطنَ الرِّجاءِ والأملِ والطُّموحِ إلى الخَيْرِ . وفي الجمعِ بينهما تنضجُ الرِّسالةُ، ويتوازنُ الإنسانُ، ويستقيمُ الوَعيُّ على حدِّ الاعتدالِ، فيتحرَّكُ بينَ الخَشيةِ والرِّجاءِ، وبينَ المُحاسبةِ والطُّموحِ، وبينَ التَّحذيرِ من الانحرافِ والدَّعوةِ إلى الصَّلاحِ .

وهذا التَّوازنُ هو جزءٌ أصيلٌ من المنهجِ القرآنيِّ في صناعةِ الوَعيِ وبناءِ الأمانِ الفكريِّ . فالخطابُ الأحاديُّ - الذي يركِّزُ على الخَوفِ وحدهِ أو الأملِ وحدهِ - يَفقدُ التَّوازنَ، وقد يُنشئُ شخصيَّةً مُشوَّشةً، إمَّا قلقاً ومدعورةً، أو مُطمئنةً حدَّ العَفلةِ . من هنا، فإنَّ الإعلامَ القرآنيَّ يُقدِّمُ نموذجاً بالغَ الرُّقيِّ، في كَيفيَّةِ استخدامِ التَّحذيرِ والتَّبشيرِ كأدواتِ تواصلٍ وإصلاحٍ وتَنويرٍ، تتجاوزُ التأثيرَ الآنيَّ لتُعيدَ تشكيلاً ووعي الإنسانِ على المدى البعيدِ .

### ١ - الإنذار القرآنيُّ كخطابٍ توعويٍّ لا تخوبيفيٍّ

الإنذارُ في القرآن يُرادُ به إيقاظُ العَفلةِ وتنبيةُ الضَّميرِ إلى المَصيرِ، وإعادةِ الإنسانِ إلى وِعيهِ الوجوديِّ . الإنذارُ ليس ترهيباً، بل دعوةً إلى اليقظةِ، كما في قولِ الله - تعالى -: ﴿ إِنَّمَا تُنذِرُ مَنِ

اتَّبَعَ الذِّكْرَ وَخَشِيَ الرَّحْمَنَ بِالْغَيْبِ ﴿[يس: ١١]﴾، فالْمُنْذِرُ الْحَقِيقِيُّ هُوَ مَنْ يَمْتَلِكُ قَلْبًا حَيًّا وَعَقْلًا مُتَأَمِّلًا، وَلَيْسَ مَنْ يَنْهَارُ أَمَامَ الْوَعِيدِ. وَالْغَايَةُ مِنَ الْإِنْذَارِ، كَمَا يُبَيِّنُهَا الْقُرْآنُ، هِيَ إِرْشَادُهُمْ إِلَى مَالَاتِ أَعْمَالِهِمْ، وَمَنْحُهُمْ فَرْصَةً لِلتَّرَاجُعِ قَبْلَ أَنْ يَقُوتَ الْأَوَانُ.

وَلِأَنَّ الْخُطَابَ الْإِعْلَامِيَّ كَثِيرًا مَا يَنْزِلِقُ إِلَى التَّهْوِيلِ وَالتَّحْذِيرِ الْمُبَالِغِ فِيهِ، بِدَعْوَى الْمَسْئُولِيَّةِ أَوْ الْغَيْرَةِ عَلَى الدِّينِ، فَقَدْ يَنْتِجُ عَنْ ذَلِكَ أَثْرٌ عَكْسِيٌّ، يَجْعَلُ الْإِنْسَانَ يَنْغَلِقُ عَلَى ذَاتِهِ، أَوْ يَفْقَدُ ثِقَتَهُ بِنَفْسِهِ، أَوْ يُصَابُ بِالْوَسْوَاسِ وَالتَّشْوِيشِ. أَمَّا الْإِعْلَامُ الْقُرْآنِيُّ، فَحِينَ يُنْذِرُ، فَإِنَّهُ يُنْذِرُ بِعِلْمٍ، وَيُوضِّحُ الْغَايَةَ مِنْ كُلِّ تَحْذِيرٍ، وَيَضَعُ خَرِيطَةً لِلنَّجَاةِ إِلَى جَانِبِ التَّحْذِيرِ مِنَ السَّقُوطِ.

الآيَاتُ الَّتِي تَتَحَدَّثُ عَنِ النَّارِ، أَوْ الْعَذَابِ، أَوْ الْحِسَابِ تُقْرَنُ غَالِبًا بِذِكْرِ التَّوْبَةِ، وَالْمَغْفِرَةِ، وَالرُّجُوعِ، كَمَا فِي قَوْلِهِ -تعالى-: ﴿نَبِيٌّ عِبَادِي أَنِّي أَنَا الْغَفُورُ الرَّحِيمُ \* وَأَنَّ عَذَابِي هُوَ الْعَذَابُ الْأَلِيمُ﴾ [الحجر: ٤٩-٥٠]. هَذَا الْاِقْتِرَانُ يُعَلِّمُ الْإِعْلَامَ كَيْفَ يَكُونُ الْإِنْذَارُ وَسِيلَةً لِتَحْرِيكِ الْإِرَادَةِ نَحْوَ الْإِصْلَاحِ، لَا وَسِيلَةً لِلضَّغْطِ النَّفْسِيِّ أَوْ تَسْوِيقِ الذُّعْرِ؛ لِأَنَّ الْأَمَانَ الْفِكْرِيَّ يَقُومُ عَلَى الْمَعْرِفَةِ الْمَقْرُونَةِ بِالْبَصِيرَةِ وَالْمَسْئُولِيَّةِ.

## ٢- الْبَشَارَةُ الْقُرْآنِيَّةُ كَخُطَابٍ يَزْرَعُ الْأَمَلَ وَالْإِيمَانَ

الْبَشَارَةُ فِي الْقُرْآنِ هِيَ مَفْرَدَةٌ شَامِلَةٌ لِكُلِّ مَا يُفْرِحُ الْقَلْبَ، وَيُقَوِّي النَّفْسَ، وَيُثَبِّتُ الْإِيمَانَ. وَهِيَ تَأْتِي فِي مَقَابِلِ مَشَاعِرِ الْيَأْسِ، وَالْإِنْكَسَارِ، وَالْإِحْبَابِ، الَّتِي قَدْ تُصَابُ بِهَا النَّفْسُ أَمَامَ كَثَافَةِ الْفِتَنِ أَوْ عُسْرِ الطَّرِيقِ أَوْ كَثْرَةِ الْأَعْدَاءِ. فَاللَّهُ -تعالى- يَقُولُ: ﴿فَبَشِّرْ عِبَادِ \* الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ﴾ [الزمر: ١٧-١٨]، وَهَذِهِ الْبَشَارَةُ لَا تَمْنَحُ إِلَّا لِمَنْ يُحْسِنُ الْإِصْغَاءَ وَالتَّفَكُّرَ، مِمَّا يَعْنِي أَنَّ الْبَشَارَةَ الْقُرْآنِيَّةَ هِيَ تَتَوَيْجُحُ لِرِحْلَةٍ وَعِيٍّ وَنُضْجٍ، لَا مُجْرَدُ مَكَافَأَةٍ عَشَوَائِيَّةٍ.

الْبَشَارَةُ فِي الْإِعْلَامِ تَعزِيزٌ لِلرَّجَاءِ فِي قُلُوبِ النَّاسِ، وَإِحْيَاءٌ لِمَعَانِي الْأَمَلِ، وَالثِّقَّةِ، وَالثَّبَاتِ. وَالْإِعْلَامُ الْقُرْآنِيُّ حِينَ يُبَشِّرُ لَا يَفْعَلُ ذَلِكَ بِطَرِيقَةٍ سَازِجَةٍ أَوْ دَعَائِيَّةٍ، بَلْ يُظْهِرُ الطَّرِيقَ إِلَى الْخَيْرِ، وَيُبَيِّنُ أَنَّ أَبْوَابَ الرَّحْمَةِ لَا تُغْلَقُ، وَأَنَّ اللَّهَ يُحِبُّ التَّوَّابِينَ، وَيُقَرِّبُ الْمُتَكْسِرِينَ، وَيَرْفَعُ مِنْ شَأْنِ الصَّادِقِينَ.

وَقَدْ وَرَدَتْ كَلِمَةُ "بُشْرَى" وَمُسْتَقَاتُهَا فِي مَوَاضِعَ مُتَعَدِّدَةٍ مِنَ الْقُرْآنِ، مِنْهَا: ﴿أَلَا إِنَّ أَوْلِيَاءَ اللَّهِ

لَا خَوْفَ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ \* الَّذِينَ آمَنُوا وَكَانُوا يَتَّقُونَ \* لَهُمُ الْبُشْرَىٰ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَفِي الْآخِرَةِ ﴿٦٢-٦٣-٦٤﴾، فالبشارة هنا حاضرة في الدنيا أيضاً، في صورة طمأنينة، ورضاً، وثقة بالله، وسكينة داخلية. والإعلام القرآني يُجيد استخدام هذه اللغة المُفعممة بالرجاء، فيحمي النفس من الانهيار، ويُعيد للمجتمع إيمانه بنفسه، وبقدرته على العودة والنجاح.

### ٣- تحقيق الأمان النفسي والفكري عبر التوازن في الخطاب

إنَّ أخطر ما يُصيب الإنسان اليوم هو التمزق الداخلي بين الخوف غير المُنتج، والرجاء غير المُنضبط، بين خطاب يُفجعه بمصيره، وخطاب يُخدره بالأمني. والقرآن يُقدم المخرج من هذه الازدواجية، عبر توازن دقيق بين الإنذار والتبشير، لا يُخلُّ بأحد الطرفين، بل يمنحهما معاً موقفاً وظيفياً متكاملًا في صناعة الوعي.

ففي مقابل الآيات التي تتحدث عن عذاب الآخرة، هناك آيات تصف الجنة وصفاً حياً، مُحفِّزاً، يُشعلُ التوق إلى الله لا الهروب منه. وفي مقابل التحذير من النفاق والدُّنوب، هناك آيات تفتح الطريق إلى التوبة والغفران، كما في قوله -تعالى-: ﴿قُلْ يَا عِبَادِيَ الَّذِينَ أَسْرَفُوا عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ لَا تَقْنَطُوا مِن رَّحْمَةِ اللَّهِ﴾ [الزمر: ٥٣]، وهي من أعظم آيات الرجاء، لكنها لا تُغفلُ مسؤولية الإنسان، بل تُشجعه على النهوض بعد السقوط، وعلى البناء بعد الانكسار.

إنَّ الخطاب الإعلامي حين يفقد هذا التوازن، يتحوَّل إلى أداة تدمير لا بناء، ويُسهِّم في إنتاج نماذج مُشوَّشة دينياً: إمَّا قاسية مُغرقة في التهديد، أو رخوة مائعة لا ترى في الدين إلا العزاء العاطفي. أمَّا الإعلام القرآني، فيعمل على ترسيخ أمان نفسي وفكري عميق، يُخرج الإنسان من الاضطراب إلى الثبات، ومن القلق إلى الثقة، ومن التردد إلى الإرادة.

إنَّ القرآن الكريم لا يُخاطب الإنسان ليُخيفه أو يُرضيه، بل ليُحييه. قال -تعالى-: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَجِيبُوا لِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمْ لِمَا يُحْيِيكُمْ﴾ [الأنفال: ٢٤]. وهذا «الإحياء» لا يتحقَّق إلا بخطاب متكامل يجمع بين التخويف البناء، والتبشير المُحفِّز، ويجعل من الإعلام وسيلة لإعادة الروح إلى الفكر، والنور إلى القلب.

## تاسعاً: مقترحات تطبيقية لإعلام قرآنيٍّ يعززُ الأمانَ الفكريَّ

بعد أن اتَّضحَت في الصَّفحاتِ السابقةِ الملامحُ النَّظريَّةُ والمنهجيَّةُ للإعلامِ القرآنيِّ، وتجلَّت وظائفُه في التَّبليغِ والهدايةِ، وخصائصُه في الصِّدقِ والعدْلِ والحكمةِ، وأدوارُه في بناءِ البصيرةِ ومُواجهةِ الانحرافِ وحمايةِ الهويةِ، ثم موازنةِ خطابهِ بينَ الإنذارِ والتَّبشيرِ، بات من الضروريِّ أن نُلتمسَ الواقعَ المعاصرَ بطرحِ مقترحاتٍ عمليَّةٍ تُعينُ على تجسيدِ هذا الإعلامِ في الحياةِ اليوميَّةِ، في بيئةٍ تغمُرُها وسائلُ الاتِّصالِ، وتتصارَعُ فيها الخطاباتُ، وتتغيَّرُ فيها أنماطُ التَّلقيِّ والتأثيرِ باستمرارٍ.

إنَّ الأمانَ الفكريَّ، الذي يُعدُّ من أهمِّ حاجاتِ الفردِ والمجتمعِ اليومِ يَحْتَاجُ إلى بنيةٍ إعلاميَّةٍ واعيةٍ ومُتماسكةٍ، تَمتلكُ أدواتِ العصرِ، لكنَّها لا تَنفصلُ عن روحِ القرآنِ، وتعملُ على ترجمةِ القيمِ القرآنيَّةِ إلى خطابٍ حيٍّ، قابلٍ للتداوُلِ، وقادرٍ على التأثيرِ.

### ١ - إعداد كوادِرِ إعلاميَّةٍ تربويَّةٍ ذاتِ رؤيةٍ قرآنيَّة

أوَّلُ خطوةٍ لبناءِ إعلامِ قرآنيٍّ هي إعدادُ الإنسانِ الإعلاميّ ذاته؛ لأنَّ الكلمةَ لا تَنفصلُ عن صاحبِها، والرؤيةَ لا تتكوَّنُ في الفراغِ، بل تُصنَعُ في وعيِ المتكلِّمِ قبلَ أن تصلَ إلى أذنِ السامعِ. ومن هنا فإنَّ تكوينَ جيلٍ من الإعلاميينَ المؤمنينَ بالقرآنِ، لا باعتباره شعاراً بل مرجعيَّةً معرفيَّةً وخُلقيَّةً، يُعدُّ ضرورةً استراتيجيَّةً.

ولأجل ذلك، ينبغي العملُ على:

- إدماجِ علومِ القرآنِ في المناهجِ التأسيسيَّةِ لطلبةِ الإعلامِ؛ بحيثُ تكونُ الثَّقافةُ القرآنيَّةُ عدسةً لفهمِ الإنسانِ والعالمِ.
- إقامةِ ورشاتٍ تدريبيَّةٍ للإعلاميينَ عن القيمِ الخِطابيَّةِ القرآنيَّةِ، مثل: التَّشبُّثِ، والتَّوازنِ، واحترامِ العقلِ، ولغةِ الحِكْمةِ، ومُقاومةِ الشبهاتِ، وغيرها.
- إنشاءِ شبكاتٍ مهنيَّةٍ من الإعلاميينَ المُتخصِّصينَ في الشَّانِ القرآنيِّ، لتبادلِ التَّجاربِ، وتطوِيرِ الأدواتِ، والتنسيقِ في المشاريعِ الإعلاميَّةِ المُشتركةِ.

بهذا التكوين الداخلي، يُصبحُ الإعلاميُّ حاملاً لرؤية، لا ناقلاً لخبرٍ فقط، وتحوُّلٌ وسيلتهُ الإعلاميةُ إلى منصّةٍ بناءٍ، لا مجرد أداةٍ للبتِّ والترَويج.

## ٢- تطويرُ مُحتوى إعلاميٍّ معاصرٍ مُستلهمٍ من القيمِ القرآنيّةِ

الخطابُ لا قيمةَ له من دون مضمون، والمُحتوى هو جوهرُ الإعلامِ ووسيلتهُ إلى التأثير. والإعلامُ القرآنيُّ يعني إنتاجَ خطابٍ معاصرٍ تُستقى روحُه من القرآن، ويتوجّهُ إلى الإنسانِ كما هو، بتعقيدهِ النَّفسيّةِ، وأسلتهِ الوجوديّةِ، وهُمومِهِ اليوميّةِ.

ولتحقيقِ ذلك، يُمكنُ اقتراحُ:

- إنتاجِ سلاسلٍ مرثيّةٍ قصيرةٍ تشرحُ القيمَ القرآنيّةَ بلُغةٍ حيّاتيّةٍ، مثل: الصّدق، والشُّكر، والصَّبْر، والبصيرة، والاستقامة، والثبّت، والرّحمة... مع ربطها بمواقفٍ من الواقع.
  - برامجٍ حواريّةٍ مُوجّهةٍ للشبابِ تُناقشُ التّحدّياتِ الفكريّةِ بلُغةٍ مُفتحةٍ وجذّابةٍ، تستثمرُ الآياتِ القرآنيّةَ باعتبارها منطلقاً للفهمِ والنّقاشِ.
  - مُحتوى توعويٍّ رقميٍّ يتعاملُ مع الشُّبهاتِ المُنتشرةِ ويُعالجها بمنهجٍ قرآنيٍّ، وبطرحِ البديلِ المعرفيِّ العميقِ.
  - قصصٍ مُصوّرةٍ وأفلامٍ قصيرةٍ مُستوحاةٍ من النّماذجِ القرآنيّةِ، مثل: (يوسف)، و(موسى)، و(أصحابِ الكهف)، و(بلقيس)، و(لقمان)... يتمُّ تجسيدها بطريقةٍ تربطُ الرّمزَ بالراهن، وتُعيدُ تحمّلَ القصصِ بالمعاني التّربويّةِ والفكريّةِ.
- المهمُّ في كلّ ذلك هو أن يُقدّمَ القرآنُ للناسِ باعتباره رسالةً حيّةً تبنى وعيهم وتُضيءُ دُروبهم وتُجيبُ عن أسئلتهم.

## ٣- شراكةٍ استراتيجيّةٍ بين الإعلامِ والمؤسّساتِ القرآنيّةِ

لكي يُحقّقَ أيُّ مشروعٍ إعلاميٍّ أهدافه يحتاجُ إلى منظومةٍ متكاملةٍ من الفاعلين، تتقاطعُ فيها جهودُ

الإعلاميينَ مع العلماءِ، والتربويينَ، والمراكزِ القرآنيَّةِ، والمؤسَّساتِ الثَّقافيَّةِ. فالمشروعُ القرآنيُّ الإعلامِيُّ يجبُ أن يكونَ همًّا مشتركًا تتعاونُ فيه العقولُ والطَّاقاتُ.

ومن مقترحاتِ تفعيلِ هذه الشَّرَاكةِ:

- إطلاقُ منصَّاتِ إعلاميَّةٍ قرآنيَّةٍ مُشتركةٍ بإدارةِ إعلاميينَ، وبمضمونِ علميٍّ خاضعٍ لمُراجعةٍ قرآنيَّةٍ، تكونُ قادرةً على تقديمِ خطابٍ احترافيٍّ دونَ تفریطٍ في العمقِ.
- تحوُّلُ مراكزِ تحفيظِ القرآنِ إلى منصَّاتِ خطابٍ رقميٍّ مُعاصرٍ، تُدرِّبُ الحفظةَ على التعبيرِ، والحديثِ، والإنتاجِ الإعلامِيِّ.
- إقامةُ مؤتمراتٍ ومُلتقياتٍ دوليَّةٍ حولَ "الإعلامِ والقرآنِ" لتبادلِ الخبراتِ وإطلاقِ مشاريعٍ مُشتركةٍ.
- تشجيعُ المُبدعينَ والفنانينَ والمُخرجينَ على استلهامِ القيمِ القرآنيَّةِ في أعمالِهِم، دونَ أن يكونَ ذلكَ مشروعًا بالخطابِ المباشرِ أو الشَّكلِ الدَّعويِّ، بل بروحٍ قرآنيَّةٍ ناعمةٍ تُغلِّفُ المعانيَ وتُلامسُ القلوبَ.

بهذا النَّوعِ من التَّعاونِ، يتحوَّلُ القرآنُ إلى قوَّةٍ ناعمةٍ مؤثِّرةٍ في الثَّقافةِ العامَّةِ، ويتحوَّلُ الإعلامُ من مهنةٍ إلى رسالةٍ، ومن حِرْفَةٍ إلى وسيلةٍ إحياءٍ، ومن وسيلةٍ تأثيرٍ إلى منبرٍ تزكيةٍ وبيانٍ.

إنَّ هذه المقترحاتِ، وإن بدت مُتدرِّجةً، لكنَّها تمثِّلُ نواةً لتحوُّلٍ جذريٍّ في فلسفةِ الإعلامِ داخلِ المُجتمعاتِ المؤمنةِ. فالقرآنُ هو مشروعُ لبناءِ الإنسانِ وتوجيهِ الأُمَّةِ، والإعلامُ حينَ يُستعاد في ضوِّءِ هذا المشروعِ يتحوَّلُ إلى دعامةٍ أساسٍ في بناءِ الحضارةِ الإسلاميَّةِ المعاصرةِ، لا مجردَ أداةٍ تابعةٍ.

## الخاتمة

لقد سعى هذا البحث، منذ صفحاته الأولى، إلى معالجة واحدة من أكثر القضايا إلحاحًا في واقعنا المعاصر، وهي مسألة الأمان الفكري في ظل سيطرة الإعلام، وتحوُّله إلى فاعل أساس في بناء الوعي الجمعي وصيغة التصورات والمواقف والانتماءات. وفي هذا السياق، كان الهدف هو تقديم رؤية قرآنية منهجية تُعيد للإعلام وظيفته الرسالية، وتستثمر في قدرته على البناء بدل الهدم، والإحياء بدل التَّغريب، والتَّوجيه بدل التَّحيد.

لقد بيَّن البحث أنَّ الإعلام في القرآن هو جزءٌ من بنية الرِّسالة الإلهية، منذ بعثة الأنبياء وحتى آخر آية نزلت، وأنَّ وظائفه تمتدُّ من التبليغ والتعليم إلى المواجهة والحماية والتثبيت، وهذا يجعله أداةً مركزيةً في تحقيق الهداية، وإرساء الوعي، وترسيخ الانتماء. وبتحليل السياق القرآني، تتجلى خصائص الإعلام المأمون في الصدق، والتثبُّت، والعدل، والاتزان، والوضوح في المرجعية، وكلُّها خصائص تجعل من الخطاب الإعلامي المؤسَّس على القرآن خطابًا ذا بنية معرفية وأخلاقية قادرة على مقاومة الانحراف، وبناء البصيرة، وتحقيق الأمان النفسي والفكري.

كما بيَّن البحث أنَّ الإعلام القرآني يقوم على صيانة الهوية من الدُّوبان، وحماية الشَّباب من التَّيه، وتربية المجتمع على التَّفكير الناقد الواعي، دون تهويل أو تبسيط أو إثارة مُفتعلة. وقد تبين أنَّ هذا الإعلام يستثمر ثنائية الإنذار والتبشير بوصفها أداةً لصناعة التوازن الداخلي، وتحفيز الإنسان على التَّغيير من موقع البصيرة لا من موقع الضَّغط النفسي أو الاندفاع العاطفي.

وفي ختام هذا الجهد، يُمكن تلخيص أبرز النتائج والتوصيات على النحو الآتي:

- إنَّ الخطاب الإعلامي المأمون، في ضوء القرآن الكريم، هو خطابٌ يتكامل فيه المحتوى القيميُّ مع الأسلوب المسؤول والغاية التربوية.
- يقوم الإعلام القرآني بوظيفة حيوية في تحصين الوعي العام من التَّشويش والشُّبهات، وهو قادرٌ - إذا أُحسن توظيفه - أن يكون سدًّا منيعًا في وجه الفتنة الفكرية.

■ الشَّبَابُ يُمَثِّلُونَ أَوْلِيَّيَهُ فِي مَشْرُوعِ الإِعْلَامِ الْقُرْآنِيِّ؛ لِأَنَّهِمُ الْهَدَفُ الْأَوَّلُ لِلخَطَابَاتِ الْمُنْحَرِفَةِ، وَلِأَنَّهِمْ فِي الْوَقْتِ ذَاتَهُ أَكْثَرُ الْفَنَاتِ اسْتِعْدَادًا لِلتَّلَقِّيِّ وَالتَّحْوُّلِ وَالتَّهَضُّبِ.

■ يَجِبُ الْإِنْتِقَالُ مِنَ الْإِكْتِفَاءِ بِتَقْوِيلِ الْقِيَمِ الْقُرْآنِيَّةِ إِلَى تَجْسِيدِهَا فِي خُطَابِ مَرْنِيِّ وَمَسْمُوعٍ وَمَقْرُوءٍ، حَيٌّ وَفَاعِلٌ، يَتَغَلَّغُ فِي الْمَنْصَآتِ الْمُؤَثِّرَةِ، وَيَتَحَدَّثُ بِلُغَةِ الْعَصْرِ دُونَ أَنْ يَتَخَلَّى عَنِ جَوْهَرِ الْإِيمَانِ.

وختامًا، فإنَّ هذا البحثَ يَضَعُ لَبْنَةً أَوْلَى فِي مَشْرُوعِ يَحْتِاجُ إِلَى جِهْدٍ جَمَاعِيِّ، وَتَفَكِيرٍ مُؤَسَّسِيٍّ، وَتَخْطِيطِ طَوِيلٍ، حَتَّى تَتَحَقَّقَ رُؤْيُنَا فِي بِنَاءِ إِعْلَامٍ قُرْآنِيٍّ حَقِيقِيٍّ، لَا يَحْمِلُ اسْمَ الْقُرْآنِ فَقَطْ، بَلْ يَنْبُضُ بِرُوحِهِ، وَيَصْدَحُ بِنُورِهِ، وَيُحْيِي عُقُولَ النَّاسِ وَقُلُوبَهُمْ بِكَلِمَةٍ طَيِّبَةٍ، أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ.