

خواطر حول تأسيس إعلام نسائي إسلامي ناهض

الإعلام لغةً مصدر من كلمة أعلم يعلم وأخبر يخبر أي أخبر بخبر معين، وتناقل الأخبار يسمى إعلامًا في اصطلاحات اللغة العربية، وقد ورد هذا الإبلاغ في حديث رسول الله ﷺ «بلغوا عني ولو آية» وقوله «فليبلغ الشاهد الغائب»، وقد اختلفت الآراء في تعريف الإعلام ولكن الهدف والغاية الأسمى لهذا الإعلام هو إيصال المعلومة الصحيحة النافعة للمتلقي. الإعلام عامة والإعلام النسائي الموجه للمرأة بصفة خاصة بحاجة لدراسة وتقييم على أسس واضحة خصوصًا في هذه المرحلة التي تعيشها الأمة وهي تتلمس التغيير المنشود وتصبو نحو استئناف الحياة الإسلامية التي تلغي الغربة بين فكر المسلم وشعوره المتشبث بشرع رب العالمين وتوجد النظام المنسجم مع عقيدة الأمة وحضارتها. وبالرغم من زخم القنوات الفضائية الخاصة بالمرأة وبأمور الأسرة والتربية فهناك ندرة في المواضيع الجادة التي تستهدف النساء كرتات المنازل والطالبات والفتيات والتي تنطرق لمواضيع هادفة تمس المجتمع.

قد يحوّل غياب البوصلة هذا الإعلام لأداة لتغييب الوعي ولنشر صورة نمطية سالبة للمرأة المسلمة أو يصيّر إعلامًا يحمل مسميات إسلامية بينما هو في الحقيقة يحاول أسلمة القلب الغربي للمرأة "الجسد" فيكون الظهور الإعلامي غايةً في حد ذاته ويتحول الحجاب من رمز للحشمة والوقار لحجاب متبرج القصد منه لفت الأنظار، وتقتصر النقاشات على النمط الضيق الذي يحرص اهتمامات المرأة في الشكل الخارجي وفي التجميل فقط. ولا عجب أن يتم اختيار من تعمل فيه على أساس الجمال ويسوق هذا بذريعة إرضاء المتلقي! فلا يجد هذا الإعلام (المسمى إسلاميًا) حرجًا في أن يشترط على الملتزمة أن تكون حسنة المظهر حتى يتقبلها المشاهد. هذا من جهة، ومن جهة أخرى فبالرغم من وجود الإعلام النسوي وكوادر نسائية إلا أنّ الخطاب الإعلامي الحالي عمق تهميش المرأة ولم ينصفها بل رسّخ النظرة المبنية على الفكر الغربي المستورد وغيب هويتها في ظل غياب الإطار العام المنسجم مع ثقافة الأمة ودينها.

أما الحركات النسوية فهي لم تمثل المرأة الملتزمة ولم تبرز دورها الاجتماعي بشكل إيجابي بل صورتها كعبء، والإعلام النسوي التقليدي صور تعارضًا صوريًا بين تحقيق المرأة للمكانة والرفعة وأداء الدور المنوط بها لخدمة المجتمع وبين الأثر الاجتماعي (الإسلامية) التي تقول بأنّ الدور الأساسي للمرأة هو كونها أمًا وربة بيت وعرضاً يجب أن يصاب. وهذا التعارض موجود في مخيلتهم بالدرجة الأولى ونتاج لتأثير الثقافة الوافدة (الجندر)، ولو فكرت أي منهن لسألت نفسها: وما الضير في أن تكون المرأة أمًا ومربيةً وفي الوقت ذاته عضوًا فعالاً في المجتمع، تشارك في مجلس الأمة وتحاسب الحاكم وتعمل كإعلامية نشطة تطرح القضايا وتنشر الوعي؟

لا تخلو أحوال وقضايا المسلمة من الإعلام بصوره المتعددة وبجميع اللغات حتى أصبح الجميع محامياً متطوعاً يتحدث باسمها ويدافع عنها وتستهدف المؤسسات الإعلامية كوادره الإعلامية لتأسيس معاول هدم تحرض على سد الفجوة المزعومة بين الحقوق التي تقرها قوانين الأحوال الشخصية (الإسلامية) والواقع الثقافي والاجتماعي المتغير.. أي بمعنى أدق السعي لتغريب المجتمع المسلم والتماذي في الاستلاب الفكري واستهداف قوانين الأحوال الشخصية من أجل التكيف مع الموائيق الدولية وتطويع النظام الاجتماعي في الإسلام في إطار حقوق الإنسان بحيث يصبح القانون الدولي مقياسًا لفكر المسلمة

وأفعالها وليس الشرع. وبهذا تجرد الإعلام الإسلامية المسلمة أيام السنة حسب يوم المرأة ويوم مناهضة العنف ضد المرأة... وباقي المناسبات الأهمية والحملات التي لم تسعها أيام السنة.

هذا ما عم به البلاء، فأصبح الإعلام الحالي في بلاد المسلمين مقلداً للإعلام الغربي لا يمثل ذوق الأمة وفكرها وشعورها. وما يطلق عليه الإعلام النسوي إن هو إلا إعلام تسطيحي يختزل المرأة في صورة مساحيق التجميل والثثرة وجلسات الغيبة والنميمة.

لا بد من وضع أسس لتواجد إعلامي نسائي ناهض وقائم على أسس مبدئية خصوصاً بعد أن تعمقت غربة المسلمة وشعرت بأن الإعلام الحالي لا يخاطبها ولا يمثلها. وعلى سبيل المثال الدراما التلفزيونية التي ينشرها الإعلام تقوم على برجة الذوق العام في بلاد المسلمين لا تمل من نشر العلاقات غير الشرعية وتستبيح خصوصية البيوت، فبات واقعها أشبه بكاميرا تجسس تتجول في غرف النوم والمعيشة وتنقل أدق تفاصيل العلاقات الإنسانية! المثال الآخر في هذا السياق، كثرة الحديث عن سلبيات التعدد من أجل تغيير المسلمين من شرع ربه خصوصاً أن ما يطرح من حجج مثل كون التعدد يؤدي لخلافات ومشاكل زوجية أمراً وارداً في كل الزوجات، ومن العجب العجاب أن هذا الإعلام حول التعدد لها جس يلاحق المرأة في زمن كثرت فيه العنوسة وازدادت معدلات الطلاق. أصبح التعدد مادة خصبة للنقاش في حين أنّ أغلبية الشباب لا يجدون الباء ويعرضون أنفسهم لمخاطر الهجرة غير الشرعية في ظل أزمات خانقة.

إن المرحلة الجديدة التي نعيشها تتطلب إعلاماً واعياً يرصد كل ما يحاك للإسلام وأهله ويرسم الخط المستقيم ليظهر نتوءات الأوضاع الحالية، فهذا الإعلام يختلف عما هو موجود الآن (سواء العلماني أو الإسلامي الذي لم يتحرر من هيمنة الفكر الغربي) يختلف في نقاء المفردات وبلورة الأفكار حتى تصبح إسلامية صرفاً لا تشوها شائبة، إنه إعلام متميز برفضه لهيمنة لغة الأنوثة والذكورة كإطار يحدّ نظرة المرأة للرجل وللمجتمع. إنه إعلام قائم على فكر ينظر للإنسان كإنسان ويضع الفوارق بين المرأة والرجل حيثما وضعتها الفطرة النقية، إعلام يرفض الفكر النسوي الذي ترجمه بدقة المفكر الإسلامي عبد الوهاب المسيري حينما قال أن النسوية هي "التمركز حول الأنثى". يرفض تصوير الأنثى كهدف للنضال البشري أو تحريض فئة في المجتمع على فئة أخرى أو تعميم أحقاد البعض لتفسد حياة الجميع أو نشر فلسفة الكراهية والبغضاء والحديث عن "المجتمعات الأبوية" وكأن الأب تحول لرمز الشر والسادية.

هذا الإعلام النسوي الإسلامي لا يمكن أن يخرج من رحم الإعلام التقليدي بل لا بد وأن يقوم على أرض صلبة توفر له البيئة المناسبة كي يكون بحق صوتاً مبدئياً بدل جملة من الرتوشات والمساحيق على الإعلام السائد المعادي للمرأة عموماً وللمسلمة الملتزمة على وجه الخصوص. الصوت المبدئي يرفض الإعلام النسوي الذي يقوم على أساس الانتصار للأنثى على حساب الأمومة والأسرة والمجتمع. الإعلام النسوي الحالي ليس إعلاماً مستقلاً بل هو تابع لنهج المؤسسات الإعلامية الغربية التي تتظاهر بالديمقراطية وتشجيع حرية الفكر والرأي وحماية حقوق المرأة بينما هي في حقيقة الأمر مملوكة لكبار الرأسماليين وتدار من قبلهم على أساس تحالفات سياسية تحكمها السلطة والمصالح المادية وتسير الرأي العام العالمي ليخدم هذه المصالح ويدور في فلكتها.

هذا بالنسبة للوضع الإعلامي العالمي، أما الحال في العالم الإسلامي فهو أكثر تعقيداً لأنّ المسلمات مستهدفات من قبل هذا الإعلام الوافد ومن الإعلام الرسمي التقليدي ومن قبل مؤسسات إعلامية تتخذ الصبغة الإسلامية ولكن لم تحدد للآن دور المسلمة في الإعلام.

لقد أقر الرسول الكريم ﷺ بأن تكون من النساء نقيبة حينما أتاه وفد بيعة العقبة وهذا من باب التمثيل والتواجد السياسي والإدلاء بالرأي، وقد كلفها الشرع بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وهذا يستدعي التواجد الفعال في المجتمع واتخاذ أدوات لأداء هذا الدور. لقد أهمل المسلمون لفترات طويلة تفعيل دور المسلمة في المجتمع وأصبحت المسلمة تبحث عن مساحة لتعبّر فيها عن رأيها ومتطلّباتها (نقول متطلّبات ولا نقول قضايا لأنّ المرأة ليس لها قضية منعزلة عن قضايا مجتمعتها). إن الغرض الأساسي للمعرفة عند المسلم الفطن هو الفوز بالجنان ورضا الرحمان والسير على حُط سبيل الأنام. وقد كان هذا أساس العلم والإخبار في مهد الإسلام، ومن ذلك حديث ابن أبي الدنيا عن وافدة النساء أسماء بنت يزيد "قَالَ: بَيْنَمَا نَحْنُ فُعُودٌ عِنْدَ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ إِذْ أَتَتْهُ امْرَأَةٌ، فَقَالَتْ: يَا رَسُولَ اللَّهِ أَنَا وَافِدَةٌ النِّسَاءِ إِلَيْكَ، يَا رَسُولَ اللَّهِ: رَبُّ الرِّجَالِ وَرَبُّ النِّسَاءِ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ، وَأَدَمُ أَبُو الرِّجَالِ وَأَبُو النِّسَاءِ، وَحَوَاءُ أُمُّ الرِّجَالِ وَأُمُّ النِّسَاءِ، وَبَعْنَةُ عَزْرٌ وَجَلَّتْ إِلَى الرِّجَالِ وَالنِّسَاءِ، فَالرِّجَالُ إِذَا خَرَجُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فُقُتِلُوا فَهُمْ أَحْيَاءٌ عِنْدَ رَبِّهِمْ يُرْزَقُونَ، وَإِذَا خَرَجُوا فَلَهُمْ مِنَ الأَجْرِ مَا قَدْ عَلِمْتَ، وَنَحْنُ نَخْدُمُهُمْ وَنَحْسِبُ أَنْفُسَنَا عَلَيْهِمْ، فَمَاذَا لَنَا مِنَ الأَجْرِ؟ فَقَالَ لَهَا رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: «أَفْرِي النِّسَاءِ مِنِّي السَّلَامَ وَقُولِي هُنَّ: إِنَّ طَاعَةَ الزَّوْجِ تَعْدِلُ مَا هُنَالِكَ، وَقَلِيلٌ مِنْكُنَّ تَفْعَلُهُ». هذا الدور الإعلامي للمرأة المسلمة ليس بجديد ولكن من جملة الأمور التي أهملها المسلمون ووجب أن نزيل عنها الأتربة فقد همش البعض المرأة من المجتمع المسلم وتركوها فريسة سهلة لأعداء الإسلام ودعاة التغريب يوسوسون في أذنها ويسطون لها المنابر ليلاً ونهاراً.

ولرفع الشبهات وتوضيح الأمر لا بد من التنويه لأمر مهم وهو أن وجود المرأة على الساحة الإعلامية ليس وجوداً لذاته أو سعيًا لتحقيق واقع أفضل للمرأة بتزايد عدد الإعلاميات المسلمات أو تحقيق كوتا معينة فلا يكون التركيز كميًا بل كيفيًّا. ولا يصح أن تقحم المرأة في جميع المجالات ويتم توظيفها بكل مخالف لمعايير الشرع فتستغل أنوثتها وتقف أمام الكاميرا فأنثى متزينة لتقدم نشرة الأحوال الجوية أو تعمل مذيعة أخبار أو مذيعة ربط لتحافظ على نسبة متابعة المشاهدين للقناة، بل إن المرأة المسلمة توجد في الإعلام لنشر الخير ومجابهة الضلال وكشف المكر الذي يستهدف الأمة تقول الحق وتدحض الباطل متقيدةً بشرع الرحمن. ولأنها عرض يجب أن يصاب والمسلمة المفكرة تدور حيثما دار الشرع.. لا ترسل المرأة لأقاصي البلاد ومواطن الحروب والنزاعات تعمل مراسلةً ميدانيةً لتثبت أنها ند للرجل تعمل بمهنة المصاعب وتنقل مثله بين الكوارث والزلازل والبراكين وتلهث خلفه وهي تحمل الكاميرا والقلم!

هذا الإعلام النسوي الإسلامي يتميّز بطراز فريد في الطرح الإعلامي تلتزم فيه المسلمة بتفادي مواضع الشبهة وتنزع للكمال، وتترفع الإعلامية المسلمة عن الكثير من الأمور حتى تكون جديرةً بأن تمثل المرأة المسلمة ذات الشرف والرفعة. وهذا الوجود الإعلامي والإبراز العام لبعض المسلمات لا يتعارض مع كونهن ذوات خدور زينتهن الحياء وتاجهن العفة والشرف. وحتى يتحقق هذا التوازن المنشود لا بد من كادر إعلامي نسائي مدرب يرعى الأمور الفنية ويتفطن لزوايا التصوير ويتنبه للشكل العام ويضبط أدق التفاصيل بشكل يناسب نظرة الإسلام وراقي المجتمع المسلم. إن المرأة المسلمة التي تسعى لنيل رضا ربها لا تنتظر أن يسطع نورها إلى الخارج بل يمكنها أن تنشر الخير دون أن تتبع خطوات الآخرين أو تتبرج تبرج الجاهلية الأولى، ويمكنها أن تكون فاعلةً فعالة دون أن تستسلم للشاشات والأضواء وتكون صورتها على كل غلاف. الفرق هنا هو في البون الشاسع بين إظهار الحق وإشهار الأفراد.

لا شك أن المنظومة الإعلامية الحالية قائمة على استغلال أنوثة المرأة ودغدغة الغرائز، يلهونها ويجدعونها بالأضواء بينما حياتها ضنك وعيشها نكد وحقوقها مغيبة بتغييب الحكم الرشيد. فتواجهت النسوة في كل مجال وغابت حقوقهن كبشر وأصبحت المرأة منتجًا يباع ويشترى وثروة إعلامية تُستغل، فلا بد لكل منتج من أنثى ولا غنى للحاكم عن امرأة تقف بجواره وأصبح من الوجاهة أن يكون لكل حكومة ناطقة رسمية بغض النظر عن وضع المرأة في تلك البلاد! أصبحت المرأة مرفقًا وديكورًا، ولعب الإعلام الرأسمالي على هذا الوتر الحساس فحبب للمرأة الظهور والنجومية والسعي للشهرة وربط هذ الشهرة بالنجاح. ولعل الإشكالية ليست في هيمنة النمط الغربي في الطرح الإعلامي بل في أجيال من أمة الإسلام طال بها البعاد عن تطبيق شرع رب العباد وتحكيم الحق وبات من الصعب أن يتخيلوا كيف تعمل المسلمة وتكون عضوًا فعالًا في المجتمع دون أن تنجر للأنماط السائدة الفاسدة. كيف لها أن تكون صاحبة رأي وفكر وهي ملتزمة بالشرع متنبهة لقول الله تعالى ﴿فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَعْرُوفًا﴾. تُهنا وضاعت البوصلة لأننا ما عدنا ننظر لأمثال عائشة العالمة وأم سلمة المستشارية والخنساء الأديبة التي رفعت اسم أخيها صخر وأولادها الأربعة دون أن نعرف لها وصفًا ولا رسمًا غير أنها إنسانة رزقها الله حسن البيان، فأين هذا من الإسفاف الحالي وأين الثرى من الثريا!!

استغل البعض الإعلام النسوي كبوابة للتغريب ونشر الفساد وأخذ آخرون كل شاردة وواردة ونشروها دون أن يراعوا أن الإعلام يشكل الذوق العام ولا بد من أن يوظف في إطار فلسفة إعلامية متكاملة منسجمة مع عقيدة الأمة وبعيدة كل البعد عن أي تبعية فكرية. لا يصح أن ينظر للإعلام كسلطة خامسة بعيدة عن المساءلة والمتابعة لا تحكمها معايير وضوابط شرعية، بل هو يخضع للمتابعة كما يحفز القائمين عليه على الرقابة الذاتية والمحاسبة فيما بينهم. كما لا ينبغي للقائمان على الإعلام النسوي الإسلامي أن ينسفن وراء سراب الحريات التي حُرِّم منها أهلها المروجون لها، وفي الوقت نفسه لا يصح أن يخضع الإعلام للتقييد التام الذي يحجب الرأي ويمنع الناس من المحاسبة ونشر الفكر الإسلامي لبناء مجتمع إسلامي واعٍ ونقي، بل على النقيض لا بد من دعم وسائل الإعلام لتصبح بحق منابر من نور تخدم الإسلام وأهله وتبني مجتمعًا متراصًا متعاضدًا، تتابع أحوال المسلمين في أصقاع الأرض وتندد بالظلم والظالمين. نعم لا بد من إتاحة مساحة للإعلام ولا بد أن يطوِّع هذا الإعلام النسائي الإسلامي، كغيره، التحدّيات الراهنة من هيمنة الطفرة التكنولوجية المعلوماتية وسيطرة رأس المال على الوسط الإعلامي حيث ينظر للمتلقّي كمستهلك تستفيد منه أطراف كثيرة وبطرق متشابكة ومعقدة فتعرض الأفكار ويتم التعامل معها كأى مادة استهلاكية عرضة لمقاييس العرض والطلب، وهدفهم توسيع دائرة النشر لا يبعون من الإعلامية المسلمة إيصال المعلومة بل يريدون الوصول لأكبر عدد من المستهلكين حتى يتم بيعهم للمعلنين والسياسيين والمنتفعين. هذا الإطار التجاري يعرض المسلمة للخطر ويجعلها عرضة للاستغلال وهي العرض الذي تهون دونه الأرواح وأمر رب العرش أن تصان. لا بد وأن يطرح هذا الإعلام نفسه كإعلام حر مستقل غير تابع يسخر الوسائل المدنية لخدمة فكرته ويعمل كصمام أمان لتوعية الأمة والمساهمة في حمايتها من غول الإسفاف الذي يتم عولمته ونشره وينأى بنفسه عن عالم المزايدات على أعراض الناس.

لا بد وأن نأخذ بعين الاعتبار أن يكون هذا الإعلام النسوي الإسلامي قائمًا على المبدأ الإسلامي وتوظف فيه الفوارق بين الحضارة كنتاج للأفكار الأساسية عن الكون والحياة وتعبير عن هوية الأمة والمدنية كنتاج إنساني لا علاقة له بوجهة النظر عن الحياة، فتستخدم الإعلامية الحصرية التقنيات الحديثة في أفضل صورها بينما تتناول نظريات ما بعد الحداثة والفكر النسوي ومصطلحات الجندر والمساواة وغيرها كمعارف لم تقم على أساس الإسلام، ولا بد للمسلمة أن تزنها بميزان الإسلام

وتستخدم مفرداتها بدقة وحذر وتوظفها في سياق الأسس الفكرية التي بنيت عليه هذه الأفكار. وحرص المسلم على أن يكون الإسلام هو مقياسه الفكري ودليله المعرفي كحرصه على نقاء الماء والهواء. والأصل أن يفرّق المسلم بين المصطلحات التي لا تتبع لفكر معين ووجهة نظر للحياة وبين المفردات، فلا يليق أن يستخدم "السلطة الأبوية" و"الجندير" و"المساواة على أساس النوع" دون أن يلتفت إلى تعارضها مع الإسلام.

وختامًا نؤكد أن الإعلام النسائي القائم على أسس إسلامية يرفض التمركز حول الأنثى، وفي الوقت ذاته يرفض تهميشها والتقليل من دورها في المجتمع.. وكيف تُهمَّش المرأة المسلمة وهي إنسانة مكلفة بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر أجاز لها رب العالمين أن تعمل وتدير أملاكها وتكون عنصرًا فعالًا في الحياة الثقافية والعلمية والاقتصادية والسياسية للمجتمع المسلم. إن عمل المرأة المسلمة في نشر المعلومة وترويجها وتمكين الناس من المعرفة أمر حيوي ولا بد أن يتم في إطار الشريعة الغراء، ولكن كما فصلنا هذا المجال غاية في الخطورة وثغرة من الثغور وأمانة وجب حسن أدائها بتبني خطاب إعلامي متميز من حيث الوسيلة والنص واللغة والصورة.

كانت هذه بعض الخواطر حول تأسيس إعلام نسائي إسلامي ناهض، ولم نتطرق هنا لفلسفة الإعلام في الإسلام ولا لسياسة الإعلام وضوابطها العامة أو وضع الإعلام في إطار أجهزة الحكم في النظام الإسلامي الرشيد أو المنظومة المتكاملة التي ينتمي لها هذا الإعلام. لا يسعنا في مثل هذا المقام سوى عرض بعض النقاط وإثارتها من أجل مزيد فكر وعمق وحتى تتكامل الرؤية وحتى تستبين سبيل المؤمنين.

لا شك أن الإعلام الإسلامي عامة شأنه شأن كل أمور المسلمين اليوم بحاجة لعود على بدء! فنسأل الله أن تكون هذه الإشارات نافعة وتحفز الإعلاميين المخلصين والإعلاميات المخلصات من أبناء أمتنا على دراسة الأمر من الجذور وعلى أسس مبدئية متينة.

﴿إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا﴾

كتبته للمكتب الإعلامي المركزي لحزب التحرير

هدى محمد (أم يحيى)