

الصحافة النسائية الإسلامية

المفهوم والخصائص

سليمة بوعسييلة

أستاذة مساعدة (أ) كلية علوم الإعلام والاتصال

جامعة الجزائر (3)

ملخص

تعد الصحافة النسائية الإسلامية بديلا آخر للصحافة النسائية التي تركز على الجانب الجسدي والاعرائي للمرأة، والتي تجعل من صورتها مجرد "شيء" أو "سلعة" لترويج عناوينها، واستقطاب شرائح واسعة من الجمهور القارئ لتحقيق الربح السريع في زمن اقتصاد السوق وثقافة العولمة.

ويأتي البديل الآخر من كون الصحافة النسائية الإسلامية تتطلق من رؤية الإسلام للمرأة، حيث مفهوم النفس الواحدة، ومفهوم الزوجية في القران الكريم والسنة النبوية الشريفة.

لتميز هذه الصحافة بخصائص تجعلها تخاطب المرأة في مختلف مراحلها وأوضاعها، وتخاطب المرأة والرجل معا، كما تتميز بمنطلقها العقدي وبحريتها المسؤولة أمام الله قبل القانون أو الدستور أو الناس، وكذا ببعدها الأخلاقي، حيث الصدق وأمانة الكلمة وقدسيتها القلم، وحيث فعل الخير والمسابقة إليه والحياء، لتقدم البديل عن صورة المرأة "الشيء" والمرأة "السلعة"، صورة المرأة "الفكر والعقل" وصورة المرأة "الإنسان آمة الله".

Résumé

La presse féminine islamique est un autre suppléant à la presse féminine qui concentre sur le cote physique et séduction de la femme, qui faire son image juste « quelque chose » ou « marchandise » pour promouvoir leurs titres, et attirer un large lecteur publique pour réaliser un bénéfice rapide.

Cet suppléant vient du fait que la presse féminine islamique base sur la vision de l'islam sur les femmes, selon le coran et la sunna.

Cette presse distingue par des caractéristiques qui faire aborder la femme dans tous ces étapes et ces situations, et s'adresse aux femmes comme les hommes.

Elle distingue aussi par son postulat idéologique et sa liberté responsable devant Allah avant le droit et la constitution et les gents, et aussi par sa dimension morale, pour fournir l'alternative à propos de l'image de la femme « quelque chose » et la femme « marchandise », l'image de la femme « pensée et l'esprit » et l'image de la femme humaine (amat allah).

مقدمة :

بدأ ظهور الصحافة النسائية في دول المنطقة العربية مع نهاية القرن التاسع عشر الميلادي، وكان ذلك في مصر، حيث قامت اللبنانية هند نوفل بإصدار أول مجلة نسائية عربية في مدينة الإسكندرية، تحت عنوان (الفتاة)، وذلك في نوفمبر من عام 1892م.

وبعد مضي أكثر من قرن على ميلاد هذه المجلة، انتشرت عناوين الصحافة النسائية في مختلف أقطار المنطقة العربية، لكن الملاحظ على ملامح هذه الصحافة اليوم هو تركيز اهتمامها على أحدث خطوط الموضة والأزياء ومواد التجميل والعطور، وأحدث الأكلات والطبخات، وعلى موضوعات الديكور وأخبار أهل الفن من غناء ورقص وتمثيل على الصعيدين العربي والعالمي، فضلا عن تركيزها على جسد المرأة أكثر من فكرها وروحها، لتتظر إلى المرأة باعتبارها جسدا يعرض للمتعة لا باعتبارها إنسانا يتمتع بإنسانيته من خلال عقيدته ومبادئه وقيمه ورسالته في الحياة.

والملاحظ على ملامح هذه الصحافة أيضا أنه يغلب عليها الجانب التجاري، حيث كثرة الإعلانات والترويج للقيم الاستهلاكية والتركيز على الجانب الجسدي والإغرائي للمرأة، لتتحول هذه المرأة إلى مجرد "شيء" أو "سلعة"، ذلك أن الهدف يتجه إلى استقطاب شرائح واسعة من الجمهور القارئ لتحقيق الربح السريع في زمن اقتصاد السوق وثقافة العولمة.

وفي ظلّ سيطرة هذه الملامح على صحافة المرأة والأسرة في مجتمعاتنا العربية، برزت إلى الوجود عناوين أخرى لهذه الصحافة تحمل ملامح مغايرة، وذلك انطلاقاً من مفهوم للصحافة النسائية الإسلامية، وانطلاقاً من خصائص تتميزّ به هذه الصحافة، يحاول هذا المقال استجلاءهما، خاصة وأنّ الباحثين في موضوع المرأة والإعلام بالمنطقة العربية لم يهتموا بدراسة هذا البديل الآخر من الصحافة النسائية، رغم أنّها تتجسّد في الواقع بعناوين عديدة ماضياً وحاضراً في العديد من البلدان العربية.

وقبل ذلك، وحتى لا تبقى كلمة "الإسلامية" إشكالية مطروحة، لابدّ من التوضيح بداية أنّ معضلة مفهوم الكلمة تتجلى إذا فسّر بمعنى يستبعد ما عداها، أو يخرجها عن مسمّى الإسلامية ويعدّه مخالفاً أو محرّماً، وذلك بخلاف ما لو تمّ بناء معنى "الإسلامية" بما لا يؤوّل إلى اعتبار ما عاها محرّماً أو مخالفاً.

وقد خلص الجدل حول المسألة إلى نتيجة مفادها أنّ الإعلام الإسلامي، ومن ثمة الصحافة الإسلامية والصحافة النسائية الإسلامية هو كلّ قول أو ممارسة إعلامية، منضبطة بضوابط الشريعة، دون أن يكون هناك (نص ديني) يأمر بها مباشرة⁽¹⁾.

وهو ما يعني أنّه ليس ضرورياً أو أمراً حتمياً ذكر أو إبراز كلمة "الإسلامية" في الممارسة الميدانية، مادامت هذه الممارسة تلتزم بضوابط الشريعة، مع الإشارة إلى أنّ هذه الممارسة أيضاً هي نشاط بشري وليس نشاطاً ملائكياً. إن صحّ التعبير. لا يخضع للأخطاء.

أمّا الأبحاث العلمية والدراسات الأكاديمية، فتستدعي استخدام الكلمة للتعريف والتمييز أو للتقييم والتقويم.

مفهوم الصحافة النسائية الإسلامية:

إذا كانت النماذج العملية للصحافة الإسلامية موجودة في أنحاء العالم الإسلامي بما فيه الوطن العربي، وبدأت في وقت مبكر، فقد أخذت في البدايات الطابع الديني، ثم أخذت الجانب الفكري، وأصبحت

شاملة ومتخصصة، والصحافة المتخصصة هي تطور في الصحافة الإسلامية، لتتدرج ضمنها الصحافة النسائية الإسلامية التي تتناول قضايا وشؤون المرأة والأسرة، ولكن من منظور أو إطار إسلامي.

ويرى إسماعيل إبراهيم أن الصحافة النسائية الإسلامية هي تلك الصحافة التي تعالج قضايا المرأة والأسرة ومشكلاتها وشؤونها من منطلق إسلامي وبرؤية إسلامية، سواء في العرض أو التناول، وبعيدا عن البهرجة والطرح السطحي الذي تفعله بعض المجلات النسائية التي يمكن أن نطلق عليها المجلات التجارية تعريفا وتوضيحا للاختلاف بينها وبين الصحافة النسائية الإسلامية⁽²⁾.

أما سهاد عكيمة مديرة تحرير مجلة (منبر الداعيات)، فتتطرق في تعريفها من كون " مفهوم الصحافة لدينا يتمثل في أنها وسيلة إعلامية لرسالتنا الدعوية التي نعمل جاهدين على تبليغها لكل الناس، فإنشاء مجلة عندنا ليس هدفا بحد ذاته، وإنما وسيلة نسعى من خلالها إلى توجيه فكر القارئ والارتقاء بثقافته، ولغرس مبادئ العقيدة الصحيحة في قلبه وفكره، ولتوجيهه توجيها تربويا واجتماعيا، ولانتشاله من حالة الضياع التي يحيها بفعل الأبواق التي تتفق من هنا أو من هناك تريد أن تتحرف بالإنسان عن المنهج القويم الذي يتلاءم مع فطرته ويرتقي بإنسانيته"⁽³⁾، لتضيف أن مفهوم المجلة النسائية " يتمثل - بالإضافة إلى كل ما تقدم - في أننا نولي المرأة عناية خاصة ونخصها بالخطاب، و نتعرض لقضاياها ومشكلاتها ونعالجها، ونقدم لها التوجيهات التي تؤصل البعد العقائدي في شخصيتها وسلوكها، وتنهض بثقافتها، وترتقي بذوقها، وتدعم مهاراتها في شتى المجالات"⁽⁴⁾.

ومن جهتها تقول هناء عبد السلام مديرة تحرير مجلة (الزهور) أنه حين تمّ التخطيط لمشروع مجلة الزهور وهي مجلة نسائية أسرية " كانت الرؤية الوسط للمرأة.. رؤية الإسلام غائبة أو تكاد، فالمرأة شقيقة الرجل، طالبة العلم، ربيبة المسجد، صاحبة المبادرة في إعمار الكون وإصلاح المجتمع،

حارسة البيت والهوية، محضن الجيل القادم كانت بلا حضور على صفحات الصحف النسائية التي تقننت في تزييف وعي النساء جهلاً أو عمالة، وقد صدرت الزهور على أرض متعددة الملامح، أهمها: استشعار المسؤولية والدور، فأسرة تحرير الزهور نشأت في أحضان عقيدة تحمّل المرأة من الأدوار والتكيفات مثلما تحمّل الرجل، وتحاسبها وتثيبها مثلما تحاسبه وتثيبه، فضلاً عن كونها عقيدة تعلي شأن القراءة" اقرأ باسم ربك الذي خلق" ، وتعظم قدر الكتابة "ن. والقلم وما يسطرون" ، ودين هذا شأنه يجب أن يجد في المنتمين والمنتميات إليه من يحملون لواء الإعلام الهادف الذي يصبغ الفرد بصبغة الله ويصلح المجتمع وفق إرادة الله سبحانه وتعالى"⁽⁵⁾.

وتضيف مديرة تحرير مجلة (الزهور) أنّ من أهم ملامح الأرضية التي صدرت على أساسها هذه المجلة أيضاً " الوعي بدور المرأة في التغيير، فالنساء في الرؤية الإسلامية لسن كيانات جميلة خاملة لا دور لهن سوى التسرية عن الرجال وإنجاب الأطفال... والمرأة التي يعول عليها في بناء وإعمار الكون مع الرجل لا يمكن إلا أن تكون صورة متحركة من الفاعلية والوعي والعطاء والمشاركة، والفهم والإخلاص، وهذه المرأة لا بد لصياغتها من إعلام نسائي متخصص إطاره رؤية الإسلام للمرأة ومكانتها من هذه العقيدة، ومحركه ضرورة تفعيل دور المرأة الذي يدرك أعداؤنا ربما أكثر ممّا أهميته وخطورته .."⁽⁶⁾.

وحين يقسّم مالك بن إبراهيم الأحمد رئيس تحرير سابق لمجلة (الأسرة)، حين يقسّم الصحافة الإسلامية يجعل من بين أنواعها " الصحافة الاجتماعية وهي متخصصة بالأسرة والمرأة، وأبرز نموذج لها مجلة الأسرة ومجلة حياة للفتيات، وهناك مجلات مقارنة في هذا المجال مثل: الشقائق، الفرحة، وتحت العشرين...، وقد استطاعت هذه المجلات الهادفة توطئ مع أقدامها واكتساب شعبية كبيرة من خلال الطرح المعتدل والمتوازن مع الاهتمام بتقديم بديل مناسب للأسرة المسلمة"⁽⁷⁾.

ولعلّ الأمر يتّضح أكثر لتحديد مفهوم الصحافة النسائية الإسلامية، حين يتمّ الاستناد إلى العناصر التي ارتكز عليها الباحثون لتعريف الصحافة النسائية، وكذا لتعريف الصحافة الإسلامية، والمتمثلة في الوسيلة، الرسالة، المتلقي، القائم بالاتصال، والمرجعية .

فمخاطبة المرأة بصورة مستقلة، واضحة وصريحة ليس من اختراع العصر، بل بدأت مع الإسلام حين قال الرسول صلى الله عليه وسلم لإحدى الصحابيات الجليلات: "أعلمي من خلفك من النساء..."، وأكد هذا الخطاب الإعلامي الإسلامي تخصيص الرسول - عليه الصلاة والسلام - يوما من الأسبوع للنساء يأتيه ليتفقهن في الإسلام وليطرحن قضاياهن عليه، ليكون لهن معلما وبشيرا⁽⁸⁾، وهو ما يعني وجود الوسيلة المتمثلة أساسا في المجالات التي لا تحصر مضامينها (رسالتها) في القضايا اللصيقة بالمرأة فقط، بل تتجاوزها إلى القضايا الحياتية التي تهم أعرض قطاع في المجتمع، وهي بذلك لا تخاطب في جمهورها المتلقي المرأة وحدها، بل تخاطب الأسرة بكل أفرادها، والرجل الذي هو الزوج والأب والجد والابن والحفيد هو أحد أفراد هذه الأسرة .

ويتطلب الأمر بخصوص القائم بالاتصال أن تقف في ميدان الصحافة النسائية الإسلامية نساء واعيات لمتطلبات المرحلة التي يعيشها المجتمع، وقادرات أيضا على تقديم القضايا الرئيسية وإعطائها حجمها من الاهتمام والمناقشة، وتهميش القضايا الهشة السطحية وإبعادها حتى لا يصبح الأمر وكأنه تكريس لأخطاء الواقع بالهروب من مواجهتها⁽⁹⁾. وعليه، فالصحافة النسائية الإسلامية هي تلك المجالات المتخصصة التي تنطلق من رؤية الإسلام للمرأة والتي تهتم بتناول ومعالجة قضايا المرأة خصوصا والأسرة والمجتمع عموما باعتبار الإنسان (ذكر وأنثى) مسؤول عن إعمار الكون وإصلاحه.

وتخاطب هذه المجالات في جمهورها بالأساس المرأة المسلمة، كما تخاطب الرجل باعتباره عنصرا أساسيا في الأسرة والمجتمع، على أن تتولى

المرأة في الأساس تحرير مثل هذه المجالات، لتكون مؤهلة علميا وواعية بقضايا المرأة والأسرة، ومنطلقة في كل ذلك من مفهوم النفس الواحدة و مفهوم الزوجية في القرآن الكريم وفي السنة النبوية الشريفة، حيث يقول الله -عز وجل- في سورة النساء: "يا أيها الناس اتقوا ربكم الذي خلقكم من نفس واحدة وخلق منها زوجها وبثّ منهما رجالا كثيرا ونساء واتقوا الله الذي تساءلون به والأرحام إنّ الله كان عليكم رقيبا" (النساء - 1).

خصائص الصحافة النسائية الإسلامية:

لقد تناول عدد من الباحثين والممارسين للإعلام الإسلامي خصائص هذا الإعلام وسماته الخاصة التي ينفرد بها، فتجعله متميزا، انطلاقا من الرؤية الإسلامية للعمل الإعلامي، وما تضعه هذه الرؤية من ضوابط مهنية ومعايير أخلاقية للمضمون الإعلامي، بحيث لا تخرج به عن قيم المجتمع المسلم وثوابته، والتي تختلف اختلافا جذريا عن قيم المجتمع الغربي .

وحسب الباحث عبد الله بدران، فإنّ هذه الخصائص " تتدرج ضمن إطار الخصائص العامة للإسلام، وتبرز مواطن القوة في الصحافة الإسلامية، تميّزها عن غيرها من أنواع الصحافة المسيّسة التي تحاول تلوين المجتمعات وتوجيهها وصبغها وفقا لمنطلقاتها ومبادئها"⁽¹⁰⁾.

ولما كانت الصحافة الإسلامية هي إحدى وسائل الإعلام الإسلامي، فإنها تشترك معه في تلك الخصائص والسمات كما الصحافة النسائية الإسلامية، التي تضيف إليها الممارسة الميدانية خصائص وسمات أخرى.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الباحثين الذين تطرقوا إلى مميزات الإعلام الإسلامي أو خصائصه وسماته اتفقوا على مجموعة من العناصر، واختلفوا في أخرى - من خلال الإضافة أو الإلغاء - ، فكان لزاما - ومن خلال القراءة المتأنية - التوصل إلى تلك الخصائص المشتركة الواضحة المعالم، والتي تتسحب أيضا على الصحافة النسائية الإسلامية، فكانت هذه الخصائص كالتالي:

أولاً: الشمولية: ويقصد بها معنيان، أما الأول فهو أن هذه الصحافة لاتختص بفئة من النساء، بل تخاطب المرأة في مختلف مراحلها وأوضاعها .. المرأة الإنسان، الماكثة بالبيت، البنت، الزوجة، الأم، المرأة العاملة خارج البيت، المسنة، ذات الاحتياجات الخاصة، ...

وتشير الدراسات التي أجريت عن الإعلام وقضايا المرأة والأسرة إلى تركيز الصحافة النسائية على مراحل عمرية معينة من حياة المرأة وتجاهلها الكامل لمراحل أخرى، فتركز على مرحلة الخصوبة بالنسبة للمرأة من سن 20 حتى سن 40، أما المراحل الأخرى كالطفولة والمراهقة والشيوخوخة، فلا تكاد تجد ما تستحقه من اهتمام، كما أن بعض الدراسات العلمية التي أجريت حول الصحافة النسائية توصلت إلى أن هذه الأخيرة تركز على الشرائح العليا في المجتمع من المتعلمات ونساء المدن الكبرى وسيدات المجتمع المترفحات، في حين يتم تهيمش وتجاهل قطاعات نسائية كبيرة وهن النساء في الريف والعاملات في المهن المختلفة.

وكما تخاطب هذه الصحافة بالأساس المرأة، فهي توجه خطابها أيضا إلى الرجل، وذلك انطلاقا من الحديث النبوي الشريف: "إن النساء شقائق الرجال".

أما المعنى الثاني، فيقصد به أن هذه الصحافة لا تقتصر في معالجتها أو في مضامينها على شؤون العقيدة والعبادة، لكنها تشمل أيضا شؤون الحياة المختلفة، سواء ما تعلق منها بقضايا المرأة خصوصا أو قضايا المجتمع المسلم أو المجتمع الإنساني عموما.

ثانيا: المنطلق العقدي: وقد تبدو هذه الخاصية غامضة وغير مفهومة خاصة في الممارسة الميدانية للإعلام، لكن نور الهدى سعد رئيسة تحرير مجلة (الزهور) توضح هذه الخاصية بجلاء، حين ترصد جملة ملامح تميز العمل الإعلامي النسائي حين يكون مؤطرا بالرؤية الإسلامية عنه، عندما تكون خلفيته أية مرجعيات أخرى، لتأتي هذه الخاصية في المقدمة، والتي هي النية التي

تقول عنها: "هي مصطلح قد يغيب تماما عن أذهان كثيرات ممن يقتحمن مجال العمل العام مدفوعا بالرغبة في تحقيق الذات، أو مجابهة القهر الاجتماعي أو إثبات أنهن نظيرات الرجال، وندات لهم، فهن ناجحات لأغراض دنيوية متميزات بلا خلفية روحية عقيدية.

أما من يحركهن العامل الديني، فيدركن تماما ماذا تعني النية؟ وماذا يمكن أن يمنحه لهنّ التوجه إلى الله بالعمل من سكيننة نفسية، وبقين، واستشراف للأجر؟ وحين تصفو النية، ويتجرد الهدف من حظ النفس والهوى الشخصي يتحقق الاطمئنان الكامل إلى معية الله ونصرته، فهو القائل: "إن تتصروا الله ينصركم ويثبت أقدامكم"، وهذه النصره تتجاوز ساحات القتال الحربي إلى كل ما عداها من مجالات نصره العقيدة، ومنها ساحة الإعلام"⁽¹¹⁾.

وضمن هذا المنطلق أيضا تبرز ضرورة استحضار النظرة الغيبية إلى جانب الحسابات المادية، وذلك مع كل تحليل أو توقع مستقبلي، والابتعاد عن النظرة المادية الحسابية الجافة، وهي النظرة الطاغية اليوم مع انتشار قيم العولمة.

ثالثا: الحرية والمسؤولية: والحرية هي أصل في الإسلام لكن بالضوابط الأخلاقية حتى لا تخرج عن الأهداف، والمسؤولية قرينة الحرية، أمام الله أولا ثم أمام الناس من خلال المحافظة على الأمن الفكري والاجتماعي وأعراض الناس.

فإذا كانت قاعدة هذه الصحافة هي الحرية، فإن المسؤولية هي قمتها، "الأمر الذي يحول دون انطلاق هذه الحرية بغير ضوابط، فالحرية أصل، لكن الضوابط تمنع أن يساء استخدام هذا الأصل، ومن الضوابط: العقيدة، والأخلاق، ومنها عدم المساس بالآخرين، بكرامتهم وأعراضهم وسمعتهم وحياتهم"⁽¹²⁾.

ويحدّد محمد موسى البرّ ضوابط المسؤولية حتى لا تحدث الفوضى باسم الحرية في ضوابط عقدية وشرعية وأخلاقية، وهو يتناول ذلك بالشرح والتفصيل فيما يسمّيه ضوابط الاتصال في الدولة الإسلامية أو ضوابط

نظام الإعلام الإسلامي، ليؤكد أنّ حاجة الإنسان إلى الإيمان بوجود الله حاجة أساسية، سواء من الناحية العقلية والفطرية أو الناحية العاطفية، ولما كانت دعوة كلّ الرسل هي لعقيدة التوحيد - عقيدة لا إله إلا الله .، فإنّه من الواجب أن ينضبط الأداء الإعلامي بالعقيدة الإسلامية، أي أن تقدّم كلّ المواد من خلال نظرة أنّ الإيمان بالله هدفه تحرير الإنسان من كلّ عبودية غير العبودية لله وحده، ومثل هذا الانضباط بالعقيدة الإسلامية يجعل وسائل الاتصال تؤدي دورها الحقيقي في ربط العباد بخالقهم، ويتم تحريرهم حتى يسلموا القيادة لله سبحانه وتعالى⁽¹³⁾.

ولابدّ أن تتضبط وسائل الاتصال بالأطر الشرعية وأحكام الفقه الإسلامي (ضوابط شرعية) ... والتشريع الإسلامي يغطي جميع أنشطة الحياة... لتتمثّل أهم أهداف الشريعة الإسلامية في تهذيب الإنسان بالعبادات، إقامة العدل في الجماعة، والمصلحة التي حدّدها الفقهاء في مقاصد الشريعة وهي: حفظ الدين، حفظ العقل، حفظ العرض، حفظ النفس وحفظ المال...⁽¹⁴⁾.

ثمّ تأتي الضوابط الأخلاقية، حيث المطلوب من وسائل الاتصال أن تعمل جادة، وأن تركز على تربية المجتمع على الأخلاق الإسلامية، وتتجلى هذه الضوابط أكثر باستخراجها كخاصية رابعة من خصائص الصحافة النسائية الإسلامية.

فالحرية التي أوضحها الإسلام ودعا الناس إليها هي حرية مسؤولة، وذلك من منطلق المصلحة العامة للأمة، والحرص على أمن المجتمع واستقراره بعيدا عن الإشاعة المغرضة والتحريض الهدام ضد كلّ فئات المجتمع، بل دعوة صادقة لمسؤولية مشتركة بين الجميع تحفظ كيان الأمة وتنتشر الخير للناس جميعهم.

وهذا يعني أن هذه الصحافة رسالية وليست مادية محضة تسعى للريح كأي نشاط بشري، بل تسعى " لبناء الفكر وحماية المجتمع، والريحية - إن وجدت - وهي غير مستتكرة، ليست مقصودة لذاتها ... وهي ذات مسؤولية

وأمانة تقدم للناس ما يحتاجونه ولا تقدم لهم ما يريدونه (خصوصا إن عارض ذلك الدين)، والقائمون عليها يدركون أن مسؤوليتهم أولا تجاه خالقهم ثم تجاه مجتمعهم بالمحافظة على قواعده ونظمه⁽¹⁵⁾.

وعليه، فالحرية - كما يقول محمد منير حجاب- في دراسته) ضوابط الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال في حقل الإعلام الإسلامي (ليست مطلقة، ولكنها تحمل في بذرتها القيود التي تحكمها، فالحرية المطلقة حرية مدمرة، فإن قيدت فلمصلحة الفرد والمجتمع... والمسؤولية ليست مسؤولية الضمير أو مسؤولية القانون، وإنما هي مسؤولية الإنسان أمام الله مباشرة، وهي مسؤولية لا تقف عند الحدود الظاهرة من الأقوال والأفعال فحسب، بل تتناول النوايا وما تخفي الصدور...⁽¹⁶⁾.

وذلك ما يوضحه أيضا طارق أحمد البكري بقوله: " إنَّ ما يميِّز المسؤولية في الإسلام أنَّها ليست إلزامية قسرية من خارج الذات الإنسانية، وإنما تتبع من ضمير الإنسان المؤمن، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى، فإنَّ المسؤولية التي تعدُّ ضابطا من ضوابط الحرية، ليست أمام القانون أو الدستور أو الناس وإنما أمام الخالق عزَّ وجلَّ"⁽¹⁷⁾، وهو ما يعني أن لا رقيب على الصحايف الرسالي الملتزم سوى الله، ثمَّ الضمير الحيّ الذي يستحضر معيَّة الله في كلِّ حرف يكتبه صاحبه.

وضمن هذه الخاصية الثالثة، تدرج تلك الملامح الثلاثة التي أشارت إليها نور الهدى سعد في حديثها عن مميزات الصحافة النسائية الإسلامية، والتي وردت كالتالي⁽¹⁸⁾ :

1- الخروج من فخ النظرة الصراعية : فليس من بين أهداف من تشارك في العمل العام بمرجعية إسلامية أن تصارع الرجل، وتكشر له عن أنياب الندية، وتجتهد في أن تثبت له أنَّها مثله، بل وأفضل منه... إننا نتبنى الرؤية التكاملية، ونعمل تحت مظلة "النساء شقائق الرجال"... إننا نعمل مع الرجال لا ضدَّهم، ونرفض القسمة الجائرة التي تحوّل المجتمع إلى ساحة صراع بين الجنسين كلاهما فيه خاسر.

2- الخروج من خندق ردّ الفعل : فالإسلام عقيدة مبادرة يأبى لأتباعه أن يظلوا محبوسين وراء قضبان ردّ الفعل في انتظار فعل يستفزهم، ويستثير حماسهم، ولذلك لا نعتبر أنفسنا في (الزهور) قطاعا من نساء تجلدهن سياط المؤامرة ليل نهار، ولا نخذر ضمائنا ونعلق تقصيرنا على شماعة المؤامرة، بل نعتبر أنفسنا مسؤولات عن عقيدة.. عن تبليغها، وإظهار تميّزها، وتصحيح الوعي بها، وصورة المنتمين إليها، وتتوير النساء بما تمنحه لهنّ العقيدة، فالمبادرة بكلّ هذا أولى من إنفاق الوقت والجهد والرصيد الفكري في الردّ على الشبهات.

3- فقه الأولويات: فنحن لا نرى الزوجية والأمومة وظائف تقليدية يجب أن تجاهد النساء للتحرّر من أسرهما، وينفضن عنهن غبارهن ليقتحمن ميدان العمل، ولتذهب البيوت إلى الجحيم، إنّنا نعتز بهذه الأدوار ونعدّها تكريما للنساء، ولا نرى ثمة تعارضا بين الأمّ والزوجة الناجحة، والمرأة العاملة، أيضا، فبرغم صعوبة المعادلة فإنّها قابلة للحل، إذا ما تحلّت النساء بفقه الأولويات، وامتلكن ذكاء التوفيق بين الأدوار المتعددة، وأنعم الله عليهن بأزواج يؤمنون بدور المرأة، ويمثلون عوامل دفع لا تثبيط، فشتان بين من تخرج على حساب بيتها، ومن تخرج لحساب هذا البيت، ولصالح كلّ من فيه زوجا وأبناء.

رابعا : البعد الأخلاقي: وتستند هذه الخاصية إلى أنّ الدين الإسلامي يقوم على العقيدة والشريعة والأخلاق، لتتمثل أهم القواعد الأخلاقية للصحافة هنا في الصدق وأمانة الكلمة واحترام قدسية القلم ، " فكم من عاملين في المجال الإعلامي أهين القلم على أيديهم وأيديهن، وتحولّ إلى وسيلة كسب وربح على حساب قيم المجتمع، وثوابت الدين، وفي خضم نظرتهم النفعية لمهنتهم تناسوا أمانة الكلمة التي أقسم الله بها قراءة وكتابة ...، وحين تكون الكتابة محاطة بسياج العقيدة تصان الكلمة عن أن تكون استدراجا للمجتمع إلى الفساد، أو ترويجا للقيم الوضيعة"⁽¹⁹⁾.

وقد وجهت عدّة انتقادات للصحافة النسائية على أنّها سطحية، تسويقية، ليست واقعية، وصفراء.. تهتم بالشكل للمرأة على حساب المضمون.. تخاطب الغرائز الاستهلاكية.. فالدارس لصورة المرأة في مختلف وسائل الإعلام بما فيها الصحافة النسائية يلاحظ قيما خبرية غريبة مستوردة يغلب عليها طابع التبسيط والتسطيح والتهميش والسلوك الاستهلاكي... فنسبة كبيرة من المادة الإعلامية التي تنشرها المطبوعات والمجلات النسائية مستوردة غريبة عن المجتمع العربي الإسلامي.. فضائح النجوم، والحياة الشخصية للفنانين والمطربين، الخيانة الزوجية، حب النفس، الأنانية، الجرائم، كما نلاحظ التركيز على الطابع الاستهلاكي وعلى أنماط استهلاكية بعيدة كل البعد عن المجتمع العربي الإسلامي...⁽²⁰⁾.

وهو ما يعني أنّ هذه الصحافة _ ومن أجل الكسب المادي ونشر قيم الاستهلاك _ تلجأ إلى إخفاء الحقيقة أو تزييفها أو فبركة المعلومة واختلاقها، وإلى الفحش والبذاءة.. كما تلجأ إلى الإثارة والمعالجات الأكثر جذبا للجمهور بصرف النظر عن قيمتها الحقيقية سعيا وراء الربح السريع، وتستخدم المرأة في هذا الإطار كوسيلة لجذب الانتباه، حيث يتمّ تشيئها وجعلها سلعة مثل باقي السلع وديكورا لإعلانات السيارات والعطور... لتغيب المادة الجادة وينعدم التطرّق للمواضيع الحسّاسة والرئيسية التي تشغل المرأة وواقعها واهتماماتها وهمومها ومشاكلها اليومية⁽²¹⁾.

أمّا الصحافة النسائية الإسلامية، فتتميّز بالأخلاقية الإعلامية، والتي تعني الالتزام الكامل بالأخلاق الإسلامية، باعتبارها ضرورة من ضرورات الحياة والوجود الإنساني، " فلا يلقي القول على عواهنه، وتشاع الفاحشة، ولا يتّهم المؤمن، ولا يردّ على القضاء، ولا تتمّى روح التحاسد والتباغض والتحاقد، ولا تستخدم الألفاظ التي تمجّها الأخلاق الإسلامية"⁽²²⁾.

ولعلّ من أهم الأخلاق التي تميّز بها الصحافة النسائية الإسلامية فعل الخير والمسابقة إليه، الحياء، الأمانة والصدق.

الخاتمة:

يُتضح ممّا سبق أنّ للصحافة النسائية الإسلامية منطلقاتها التي تحرّكها، والتي تستند إليها في الممارسة الميدانية، والتي تسعى من خلالها إلى تحقيق جملة من الأهداف، من أهمّها: التحصين الثقافي الذاتي للمرأة المسلمة التي هي اليوم في أمسّ الحاجة إلى تعريفها بدينها وعقيدها، وتعريفها بحقوقها التي منحها إياها الإسلام، خاصة في ظلّ المرحلة التي نعيشها والتي بدأت تشهد منذ الربع الأخير من القرن العشرين ما يعرف بعولمة قضية المرأة.

و كذا التوعية بواقع هذه المرأة وقضاياها محلياً ودولياً، وبالتالي تناول هموم هذا الواقع ومشكلاته، وحلول هذه المشكلات والهموم من منظور إسلامي لا من منظور عولمي، تقديم نماذج للقدوة الحسنة أو الصالحة، نشر القيم الأخلاقية في المجتمع، والتأكيد على أهمية القيم الروحية في زمن طغيان المادة التي يتمّ معها تكريس دور المرأة المستهلكة، والارتقاء باهتمامات المرأة المسلمة انطلاقاً من كونها صاحبة رسالة، وتوعيتها - مع الرجل - بأهمية استيعاب كلمة " شقائق " التي تجعل من الإسلام منطلقاً للتعامل بينهما.

الهوامش:

- 1 - منتصر حاتم حسين، أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، الأردن (عمّان) : دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 38.
- 2 - إسماعيل إبراهيم، هموم وأحزان الصحافة النسائية في القرن الحادي والعشرين (أبحاث مؤتمر مائة عام على تحرير المرأة)، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، 1999، ص 371.
- 3 - حوار أجرته الباحثة مع السيّدة سهاد عكيّلة مديرة تحرير مجلة (منبر الداعيات) الصادرة في بيروت عن طريق البريد الإلكتروني بتاريخ 01 - 10 - 2004.

- 4 - الحوار نفسه.
- 5 - **هناء عبد السلام**، الإعلام الهادف في مواجهة عوامة الأسرة المسلمة دور (مجلة الزهور نموذجاً)، بحث منشور في (صورة المرأة في الإعلام)، القاهرة: رابطة الجامعات الإسلامية، 2006، ص 291.
- 6 - المرجع نفسه، ص 292.
- 7 - **مالك بن إبراهيم الأحمد**، الإعلام الإسلامي - المفهوم - المقومات - المستقبل.
www.e3lami.com تاريخ الزيارة 15 - 06 - 2008
- 8 - **سلوى عبد المعبود**، "الصحافة النسائية الإسلامية واجب ديني" مجلة الزهور شهرية نسائية مصرية، العدد 12، شعبان 1421هـ - نوفمبر 2000م، ص 27.
- 9 - المرجع نفسه، ص 27.
- 10 - **عبد الله بدران**، "الرؤية التأصيلية للإعلام الإسلامي"، مجلة الوعي الإسلامي، كويتية شهرية جامعة، العدد 571 (عدد خاص بمناسبة مؤتمر الصحافة الإسلامية الأول المنعقد بالكويت)، ربيع الأول 1434 هـ - جانفي 2013 م، ص 68.
- 11 - **نور الهدى سعد**، الصحافة النسائية حين يوطرها الإسلام، (مطبوعة)، دون تاريخ، ص 8، 7.
- 12 - **محمد منير سعد الدين**، الإعلام.. قراءة في الإعلام المعاصر الإسلامي، ط 3، بيروت: دار المحروسة للطباعة والنشر، 2002، ص 43.
- 13 - **محمد موسى البرّ**، الإعلام الإسلامي دراسة تأصيلية، القاهرة: دار النشر للجامعات، 2010، ص 103 - 108.
- 14 - المرجع نفسه، ص 113 - 116.
- 15 - **مالك بن إبراهيم الأحمد**، مرجع سبق ذكره.

- 16 - مصطفى عبد الله، " دراسة للدكتور محمد منير حجاب تتفرد العالم الإسلامي بنشرها.. تعاليم الإسلام تصحح مسارات البشرية وتضمن سعادة الإنسان دون غلوّ وإسراف"، جريدة العالم الإسلامي السعودية، الإثنين 19 سبتمبر 1994، العدد 1374، ص 6.
- 17 - طارق أحمد البكري، " الصحافة الإسلامية في الكويت .. مجلة المجتمع نموذجا"، ملخص رسالة مقدّمة لنيل درجة الماجستير في الدراسات الإسلامية بكلية الأوزاعي في لبنان. www.bakri.ws تاريخ الزيارة 04 - 06 - 2008
- 18 - نور الهدى سعد، مرجع سبق ذكره، ص 9، 8.
- 19 - المرجع نفسه، ص 10.
- 20 - علي عبد الرحمن عواض، المرأة العربية والإعلام.. الواقع المهني والصورة الذهنية.. دراسة في الأدبيات. www.i3lami.com تاريخ الزيارة 15 - 06 - 2008
- 21 - محمد قيراط، قضايا إعلامية معاصرة، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2006، ص 149.
- 22 - محمد علي التسخيري، "النهوض الثقافي في المجال الإعلامي"، محاضرة أقيمت في ملتقى الفكر الإسلامي التاسع عشر حول الغزو الثقافي والمجتمع الإسلامي المعاصر، بجاية، 1985، ص 21.