



بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا



كلية الدراسات العليا

بحث مقدم لنيل درجة الماجستير بعنوان:

الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي في حاضر اليوم (دراسة مقارنة)

The Present Islamic and Western Media-A Comparative Study

إشراف الدكتورة:

عواطف أحمد الإمام

إعداد الطالبة:

سمية إبراهيم المكاوي

1437هـ - 2016م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

استهلال

﴿ أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ ﴿٢٤﴾ تُؤْتِي أُكْلَهَا كُلَّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿٢٥﴾ وَمَثَلُ كَلِمَةٍ خَبِيثَةٍ كَشَجَرَةٍ خَبِيثَةٍ اجْتُثَّتْ مِنْ فَوْقِ الْأَرْضِ مَا لَهَا مِنْ قَرَارٍ ﴿٢٦﴾ ﴾ (1)

¹ (سورة إبراهيم ، الآيات (24-26)

الأهداء

ياكفاحاً منسكباً.....أبي العزيز.....

ياحناناً ودعاءً لم يغب.....أمي الحبيبة

إخوتي وأخواني.....الأعزاء

أهلي جميعاً

رفقاء الدرب الأوفياء.....صديقاتي العزيزات

حملة المشاعل رباب المسير....أساتذة معهد العلوم والبحوث الإسلامية

أهديكم ثمرة هذا الجهد

الشكر والعرفان

الشكر لله سبحانه وتعالى أولاً و آخراً وظاهراً وباطناً , على ما أفاض به على من نعم
لاتحصى ولا تعد , ثم الشكر موصول لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا , وعلى وجه
الخصوص كلية الدراسات العليا والبحث العلمي , متمثلة في (معهد العلوم والبحوث
الإسلامية).

كما أتى لا أملك لساناً يقدر على تعبير ما يختلج في صدري من مشاعر الامتنان والشكر
تجاه والدي وأخواتي الذين أمدوني بكل ما يمتلكونه من غالٍ ونفيسٍ مادياً ومعنوياً ووقفوا
معى وقفة ساعدتني على اجتياز مرحلة إعداد هذه الرسالة مرتاحة البال مطمئنة خاطر ,
فلهم مني جزيل الشكر ومن الله المثوبة والأجر , اللهم إني أسالك بأسمائك الحسنى وصفاتك
العلی أن تحسن إليهم وتحفظهم وتقضي حوائجهم ياسميع الدعاء .

كذلك الشكر والعرفان لا , ولن يتوقف دون ذكر أهل الخير اللهم إني أسالك أن تجزي
سعادة الدكتور ه/عواطف أحمد الإمام خير الجزاء , وأن تلبسها ثوب الصحة والعافية , إنني
أجد نفسي عاجزة أمام شكرها لعظم ما قدمته لي , أقول كما قال الشاعر :-

ولو أن لي في كل منبت شعرة لساناً يطيل الشكر كنت مقصراً⁽¹⁾

وأشكر كذلك كل من الأستاذة : عفاف محمد والأستاذ خالد صلاح على عظيم مساعدتهم منذ
اللحظة الأولى في فكرة الرسالة إلى حين اكتمالها , فجزاهم الله خير الجزاء .
وأسأل المولى عز وجل أن يكافئ كل من ساعدني ولو بكلمة طيبة , اللهم كن للجميع عوناً
وناصراً .

¹ - المستطرف في كل فن مستظرف , شهاب الدين محمد بن أحمد أبي الفتح الأشبهى , دار الكتب العلمية بيروت , الطبعة
الثانية , 1986م , ص 506.

المستخلص

جرى هذا البحث تحت عنوان: (الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي في حاضر اليوم) لتسليط الضوء على الإعلام وماله من تأثير على كافة المجتمعات , ويجب كذلك على بعض التساؤلات في هذا المجال.

وقد احتوى البحث على ثلاثة فصول مشتملة على عدد من المباحث والمطالب , فقد تضمن الحديث عن الإعلام ظهوره وأهدافه ووسائله ومصادره , وايضاً الإعلام الإسلامي ظهوره وأهدافه ووسائله وخصائصه ومصادره , والمقارنة بين الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي وتأثير وسائل الإعلام في المجتمعات بصفة عامة والإعلام الغربي وقضايا الإسلام والمسلمين وكيف يكون الرد ومن خلال وسائل الإعلام ودراسة عن القنوات الأكثر متابعة من خلال متابعة المشاهدين (التلفزيون) ثم التوصيات والنتائج والخاتمة , ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث إن الإعلام له تأثير واضح في تنمية المجتمع في كافة المجالات وأن القنوات الفضائية من خلال الأخبار والأفلام والموسيقى وغيرها من البرامج التلفزيونية على تشكيل النسق القيمي للجمهور الذي يستقبل تلك القنوات في الدول النامية لها تأثير.

ABSTRACT

This research was titled: (Islamic media and Western media in the present day) to highlight the media and the impact of money on all the communities, as well as answers to some questions in this area.

Research of have contained three containing chapters on a number of detectives and demands, it has included the first chapter of modern media appearances, goals, methods and sources, and then the second quarter came to extravagant on Islamic media appearances, goals, methods, characteristics and sources, and set aside the third chapter of the Islamic media and Western media and the influence of the media in communities in general and the Western media and the issues of Islam and Muslims and how the response is through the media and a study on the most channels follow through follow-up viewers (TV) and then the recommendations and findings and conclusion, and the most important findings of the researcher that the media have a clear impact on the development of society in all fields and satellite channels through news, movies, music and other television programs to form a pattern value system to the public, who receives those channels in developing countries, including the public.

مقدمة :-

الحمد لله الذي علم بالقلم ، علم الإنسان ما لم يعلم ، وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له، خلق الإنسان ، علمه البيان ، وجمله بالبنان والجنان ، وزينه بمنطق اللسان وأشهد أن محمداً عبده ورسوله أوتي جوامع الكلم والتبيان ، أدى الأمانة وبلغ الرسالة ، صلى الله عليه وسلم وبارك عليه وعلي آله وصحبه وسلم أما بعد:-

فأمتنا الإسلامية تواجه صراعاً كبيراً وسط مخططات المخادعين للإسلام وما يفعله الغرب اليوم للتشكيك في رسالة الأمة المسلمة وصددهم عن طريق الحق ووضعوا لهذا كثير من البرامج والتي يمثلها الإعلام ،هذا المفردة التي إن وجهت إلي طريقها وضخم معناها لاستطعنا مجابهة كل المخططات التي تدعو إلى تمزيق الأمة المسلمة إلى فرق .

والإعلام هو الرسالة التي أتى بها خير البشر حين دعا وأعلم بالإسلام فلا بد من دراسته وتطبيقه على أمر الواقع لرد ما ينهال على المسلمين من كم رهيب من صور الفساد العقدي والانحراف الخلقي الذي يصلنا عبر وسائل الإعلام خاصة وأن كثيراً من القائمين على هذه الوسائل من أبناء الأمة الذين تنكبوا الطريق وتكروا لأمتهم ودينهم ، ورضوا بأن يكون أداة طيعة ، بل ورؤوس حربة لأعداء الأمة ومخططاتهم الخبيثة .

وسأتناول في هذا البحث تعريف الإعلام وأهدافه ووظائفه ووسائله والإعلام الإسلامي مصادرة وخصائصة وأهدافه ثم تعريف الإعلام الغربي ومقارنة الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي من ناحية تأثيره بوسائله في المجتمع في كافة المجالات .

أهمية الموضوع :-

تبوأ الإعلام مكانة خطيرة في عصرنا الحاضر وتنافست في مجالاته الدول ، فسارعوا إلي تشييد صروحه وتوفير كوادره المدربة وتسخير قدراتهم المادية لدعم المؤسسات الإعلامية التي تخدم أهدافهم المعلنة منها والخفية ، ذلك أنهم بوسائل الإعلام يغذون الأمم ، يذوبون هوياتها يسيطرون علي العقول ويتلاعبون بالقيم ، يوجهون ويؤيدون السياسات التي توافق مخططاتهم وتحقق مصالحهم ، وتمادوا في هذا تمادياً كثيراً ، حتى غلب على الإعلام صبغة كئيبة ومناهج منحرفة وأساليب ملتوية تروج للشرور والآثام تتكر المعروف وتحتفي وتنتشر الإباحية والمضار .

وعلى هذا الطريق المُستعرب سارت وسائل الإعلام التي حصدت شعوبنا الإسلامية من جرائمها الضعف والهوان بسبب التعلق بالشبهوات ونشر الشبهات فكم من شعوب خلعت تعاليم الإسلام وتحولت إلى مسخ بين الخلق فلا دنيا أقاموا ولا ديناً أبقوا .

أما الإعلام الإسلامي فهو إعلام يهتم بالمواعظ والحكم يقود إلى الأمام إلى الحياء والعفة التي تطور، محتاجاً إلى تكاتف جهود الأمة لدعمه وعونه مع السعي لتأصيله وربطه الرباط القوي بالعروة الوثقى وحبل الله المتين .

ولا بد من التطرق والتطبيق في الواقع لكي تعلوا همم الشباب ويحى من خدعته تلك المخططات الإعلامية الغربية.

أسباب اختيار الموضوع :

(أ) التأثير الهائل للإعلام في عصرنا الحاضر .

(ب) الانحراف الكبير في بوصلة كثير من وسائل الإعلام .

ت) المفسد والمخططات التي تهدف لتدمير الأمة الإسلامية وخاصة الشباب.
ث) التنافس الشديد من أجل الماديات لا من أجل وصول الحقيقة .
ج) الحاجة الماسة لوضع الأطر الشرعية لعمل وسائل الإعلام الإسلامية وتأصيلها وربطها بأحكام بمقاصد الشريعة من الكتاب والسنة وطرح خطط وبرامج أفضل للتقدم بالإعلام الإسلامي .

مشكلة البحث :-

- 1) هل الإعلام الإسلامي اليوم موجود أم لا ؟
- 2) التأثير الواقع على الشباب المسلم من الأعلام الإسلامي أم الغربي ؟
- 3) كيف يكون السعي إلى تحقيق إعلام إسلامي؟

أهداف البحث :-

- 1) توعية الشباب ووضع البديل لهم من أجل إعلام إسلامي .
- 2) معرفة حقائق الإعلام الغربي وما يظهر لنا من أعماله الظاهرة وما يبطن من أعماله الفاضحة لهدم القيم الإنسانية .
- 3) معرفة ما يحصل في هذا العالم من مشاكل والتي في غالبها يسببها الإعلام.

الدراسات السابقة :-

أطلعت علي الكثير من الكتب والبحوث التي لها الاسم نفسه أو قريب منه وهي:

1) الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة ، إعداد ، عبد

الله قاسم الوشلي ، ط 2 ، (1414هـ - 1993-1994م)

أوجه التشابه ونقاط الاختلاف مع هذه الدراسة :

أوجه التشابه :

الوسائل الإعلامية الحديثة التي توصل إليها عن طريق التكنولوجيا الحديثة والعلم المعاصر واستيلاء الأعداء عليها وخاصة اليهود الذي تفننوا في الأساليب الإعلامية وتطويعها لهم ، كل ذلك أدى إلي نتائج خطيرة وآثار سيئة جناها المسلمون في عدم الاهتمام بهذه الوسائل وعنايتهم بأساليبها .

أوجه الاختلاف :

وضع خطة تغيرية لهذه الوسائل وتطبيقها في الواقع المعاصر

(2) الإعلام الإسلامي ، ما هيته ، خصائصه أدواته واقعه واشكالياته الراهنة ، إعداد محمد غياث مكتبي .

- الإعلام في صدر الإسلام ، أ ، د ، محمد عجاج الخطيب.
- الإعلام الإسلامي والرأي العام ، محمد محمود متولي .
- الإعلام الإسلامي والأهداف والوظائف ، سيد محمد ساداتي الشنقيطي .
- العولمة والإعلام الإسلامي ، د. انتصار عباس إبراهيم .
- حكم الإسلام في وسائل الإعلام ، المؤلف عبد الله ناصح علوان .
- الإعلام مقوماته ، ضوابطه ، أساليبه في ضوء القرآن الكريم دراسة موضوعية ، إعداد آلاء أحمد هشام .
- الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي ، إعداد إيمان محمد سلامة بركة ، إشراف ، مازن إسماعيل هنية .
- تحليل الرسالة الإعلامية تأثير الفضائيات العربية علي الشباب العربي ، د، محمد المسفر، مجلة المفكر العدد الثالث .
- الإعلام الجديد في عصر المعلومات د، سميرة شيخاني ، مجلة جامعة دمشق - المجلد 25 ، العدد الأول + الثاني 2010 م .
- المؤتمر الدولي الـ 17 جامعة فيلادلفيا - المملكة الأردنية ، ثقافة التغيير : الأبعاد الفكرية والعوامل والتمثيلات (6- 8 نوفمبر 2012م) مداخلة في إطار المحور الثاني.

- دور الإعلام في التغيير : بعنوان الرسالة الإعلامية العربية (التغيرية) المضامين الرؤى ، د. قوى بوحنية ، أ ، عصام بن الشيخ .

منهج الدراسة :-

اتبعت في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، إذ هو المنهج الملائم في كتابة مثل هذه الأبحاث حيث قمت بوصف كامل للإعلام الإسلامي والإعلام الغربي وكان اعتمادي الأكبر في ذلك على عدة مصادر ومراجع .

هيكل البحث :

الفصل الأول : الإعلام تعريفه ونشأته ووسائله وأنواعه

- المبحث الأول : تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً.
المطلب الأول : الإعلام لغة .
المطلب الثاني: الإعلام اصطلاحاً.
- المبحث الثاني : نشأة وسائل الإعلام وتطورها:
المطلب الأول: نشأة وسائل الإعلام.
المطلب الثاني : وسائل الإعلام وتطورها.
- المبحث الثالث : أنواع وأهمية ووظائف وسائل الإعلام
المطلب الأول : أنواع وسائل الإعلام.
المطلب الثاني: أهمية وظائف وسائل الإعلام.
- المبحث الرابع : النظريات الإعلامية المعاصرة.
المطلب الأول: نظرية السلطة - النظرية اللبرالية (التحررية).
المطلب الثاني : النظرية الشيوعية (الإشتراكية)

الفصل الثاني :- الإعلام الإسلامي تعريفه وظهوره وأهدافه ومصادره الخاصة

- المبحث الأول :- تعريف الإعلام الإسلامي وظهوره.

المطلب الأول : تعريف الإعلام الإسلامي .

المطلب الثاني: ظهور الإعلام الإسلامي.

- المبحث الثاني :- أهداف و وسائل الإعلام الإسلامي .

المطلب الأول : أهداف الإعلام الإسلامي.

المطلب الثاني : وسائل الإعلام الإسلامي.

- المبحث الثالث :- أنواع الإعلام الإسلامي الإلكتروني .

المطلب الأول : أهداف الإعلام الإسلامي وآليات الإنترنت.

المطلب الثاني: واقع الإعلام الإسلامي الإلكتروني الحالي.

- المبحث الرابع :- خصائص ومصادر الإعلام الإسلامي .

المطلب الأول : خصائص الإعلام الإسلامي.

المطلب الثاني : مصادر الإعلام الإسلامي.

الفصل الثالث : الإعلام الغربي والإعلام الإسلامي :

- المبحث الأول : تعريف وأهداف الإعلام الغربي.

المطلب الأول : تعريف الإعلام الغربي.

المطلب الثاني : أهداف الإعلام الغربي.

- المبحث الثاني : تأثير الإعلام على الفرد والمجتمع.

المطلب الأول: تأثير وسائل الإعلام في المجتمعات بصفة عامة .

المطلب الثاني : تأثير وسائل الإعلام على القيم.

- المبحث الثالث : الإعلام الغربي وقضايا الإسلام والمسلمين (الواقع والمطلوب).

المطلب الأول :موقف وسائل الإعلام الغربي تجاه الإسلام والمسلمين.

المطلب الثاني : كيف يكون الرد من خلال وسائل الإعلام وخاصة الإنترنت.

- المبحث الرابع : القنوات الأكثر متابعة من خلال متابعة من المشاهدين(التلفزيون).

المطلب الأول : القنوات الأكثر متابعة من خلال المشاهدين.

المطلب الثاني:

الخاتمة

النتائج

الفصل الأول

الإعلام تعريفه ونشأته ووسائله وأنواعه

- المبحث الأول : تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً.
- المبحث الثاني : نشأة وسائل الإعلام وتطورها:
- المبحث الثالث : أنواع وأهميَّة ووظائف وسائل الإعلام
- المبحث الرابع : النظريات الإعلامية المعاصرة.

المبحث الأول

تعريف الإعلام لغة وإصطلاحاً

المطلب الأول : الإعلام لغة

المطلب الثاني : الإعلام اصطلاحاً

المبحث الأول

تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً

المطلب الأول: الإعلام لغة :-

أصل الإعلام من مادة عِلْم ، جاء لسان العرب : والعلم نقيض الجهل علم علماً وعلم هو نفسه ورجل عالم وعليم من قوم علماء .

وعلامٌ وعلامةٌ إذا بالغت في وصفه بالعلم أي عالم جداً والهاء للمبالغة .

وعلمت الشيء أعلمه علماً عرفته قال ابن بري : وتقول : علم وفقه أي تعلم وتفقه أي ساد العلماء والفقهاء .

وعلم بالشيء شعر يقال : ما علمت بخبر قدومه أي ما شعرت ويقال : استعلم لي خبر فلان و أعلمنيه حتى أعلمه استعلمني الخبر فأعلمته إياه وعلم الأمر وتعلمه أتقنه.

ويجوز أن تقول : علمت الشيء بمعنى عرضته وخبرته وعلم الرجل خبره أن تقول : وأحب أن يعلمه أي يخبره .

وأعلم فلاناً الخبر : أخبره به ... (العلم) إدراك الشيء على ما هو به وقيل : العلم يقال لإدراك الكلي والمركب ، والمعرفة تقال لإدراك الجزئي أو البسيط.¹

ومن هنا يقال : يطلق العلم علي مجموعة مسائل وأصول كلية تجمعها جهة واحدة كعلم الكلام وعلم النحو.²

¹ (محمد بن مكرم ، ابن منظور ، لسان العرب ، باب العين مع اللام والميم ، 3083/4 طبعة دار المعارف .

² (مباحث الألفاظ ، قال العلامة الأخصري في شرح سلمة علي المنطق ، ص 11 .

والإعلام قديم النشأة صاحب الجماعة البشرية منذ تكوينها وتطور بتطور الفكر البشري ، إلى أن وصل إلينا في عصرنا الحاضر بسبب التقدم العلمي والصناعي ، ولكن جوهره الذي يقوم عليه والدعامة التي يرتكز عليها في (الكلمة) منطوقة أو مكتوبة أو ما ينوب عنها من أصوات ورموز ويمكن تعريفه بأنه : تبليغ ما يراد تبليغه بوسيلة الكلام أو ما يقوم مقامه من رموز وإشارات¹ .

ويتبين أن الإعلام مفرد مشتق من العلم وهي الإخبار بالشيء.

والمعروف أن الإعلام قديم قدم الإنسان ، فمنذ أن وُجد الإنسان على هذا الكوكب أستخدم بعض الحركات ، ثم وجد الإعلام بشكله البسيط.

نقل الأخبار والمعلومات بصورة موضوعية ، فالإعلام من حيث اللغة يعني إخبار أو اطلاع الآخرين ، ويحوي معنى التعليم وهو يعني بالإنجليزية (Information) أي المعلومات² .

جاء في معجم محيط المحيط: (الإعلام في اللغة مصدر أعلم وأعلمت ويقال : أستعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه وأستعلمني الخبر ، وأعلم الفارس جعل لنفسه علامة الشجعان ، وأعلم الفرس علق عليه صوفاً أحمر أو أبيض في الحرب ، وأعلم نفسه وسمها بسميها الحرب)³ .

ويتضح أن هذه التعريفات للإعلام مستتبطة من العلم والإنباء والإخبار إلا أن تعريف الإعلام لغة جاء مرادفاً لكلمات في القرآن الكريم المراد منها فهم أنماط الإعلام والصحف والنشر وفنون الإعلام.

¹ (أجهزة الإعلام ودورها في توجيه المجتمع ، د. أحمد عبد العزيز المبارك ، دائرة القضاء الشرعي ، أبو ظبي 1977م، ص 67 .

² (تنمية المجتمع وقضايا العالم التربوية ، رشاد أحمد عبد اللطيف ، دار المعرفة ، ط 1 ، ص 1 35 .

³ (محيط المحيط ، بطرس البستاني :، مادة (علم) ، ص 639 .

ولقوله تعالى : ﴿عَمَّ يَتَسَاءَلُونَ ﴿١﴾ عَنِ النَّبِيِّ الْعَظِيمِ ﴿٢﴾﴾¹ وقول الله عز وجل : ﴿يَوْمَئِذٍ تُحَدِّثُ أَخْبَارَهَا ﴿٤﴾﴾² ولقوله تعالى : ﴿تَحْنُ نَفْسُكَ عَلَيْهِمْ بِنَاهُمْ بِالْحَقِّ ﴿٣﴾﴾³ ولقوله تعالى : ﴿فِي صُحُفٍ مُّكَرَّمَةٍ ﴿١٣﴾﴾⁴ ولقوله تعالى : ﴿إِنَّ هَذَا لَفِي الصُّحُفِ الْأُولَى ﴿١٨﴾﴾⁵ ولقوله تعالى : ﴿وَإِذَا الصُّحُفُ نُشِرَتْ ﴿١٠﴾﴾⁶.

المطاب الثاني : الإعلام في الاصطلاح :

الإعلام هو : إحاطة الرأي العام علماً بما يجري من أمور وحوادث سواء في الشئون الداخلية أو الخارجية⁷. وهو نشر الأخبار والآراء على الجماهير⁸.

وهو تزويد الناس بالأخبار الصادقة والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة معينة⁹.

وهو النقل الحر والموضوعي للأخبار والمعلومات بإحدى الوسائل الإعلامية أو أنه نقل الأخبار والوقائع بصورة صحيحة¹⁰.

الإعلام هو : (نشر الأخبار والحقائق والأفكار والآراء يتم التعبير عنها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في إطار موضوعي بعيد عن الهوى والغرض ، من خلال أدوات ووسائل محايدة ، بهدف إتاحة الفرصة للإنسان للوقوف على الأخبار والحقائق والأفكار والآراء ،

¹ (سورة النبأ ، الآية (1-2)

² (سورة الزلزلة ، الآية (4)

³ (سورة الكهف الآية (13)

⁴ (سورة عبس ، الآية (13)

⁵ (سورة الأعلى ، الآية (18)

⁶ (سورة التكوير ، الآية (10) .

⁷ (جريدة الصحافة ، جمل عفيفي ، 1971 ، ص25

⁸ (العلاقات العامة والمجتمع ، إبراهيم إمام ، مكتبة الانجلو ، القاهرة ، 1981م ، ص316 .

⁹ (ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية وأنظمة المملكة العربية السعودية ، يوسف محمد قاسم ، الرياض 1979م ،

ص 4

¹⁰ (دور الإعلام في التنمية ، محمد عبد القادر ، وزارة الثقافة والإعلام ، 1982 م ، ص 102 .

ليكون قادراً على تكوين فكره الخاص به الذي يمكنه من اتخاذ الموقف الذي يراه ملائماً¹ .

إذا كان لفظ الإعلام قد شاع في هذه الأيام كنتاج لحضارة العصر وإمكانية الإتصال ، فإن ذلك لا يعني أن الإعلام كظاهرة اجتماعية فن مستحدث ، وإنما يضرب بجذوره في مراحل التطور الإنساني متطوراً منها مجرداً في وسائله ، محققاً لأهدافه النابعة من احتياجات الجماعات البشرية فكانت التحية في القديم مباشرة بين الناس ولكن اليوم يمكن أن تتم عبر الرسائل المختلفة فما يزال الرجال والنساء - كما يقول ولبور شرام يحيون أصدقاءهم في الشارع ولكن أصبح من المؤلف أيضاً أن يحي المرء صديقه بالبريد أو التلفون وأن يوجّه زعيم وطني تحياته للسكان جميعاً عن طريق الإذاعة² .

الإعلام هو : كل قول أو فعل قصد به حمل حقائق أو مشاعر أو عواطف أو أفكار أو تجارب قولية أو سلوكية شخصية أو جماعية إلى فرد أو جماعة أو جمهور بغية التأثير سواء أكان الحمل مباشراً بواسطة وسيلة أصطلح على أنها وسيلة إعلام قديم أو حديث³ . هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت) .

وهو أيضاً (كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة من خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر الظاهرة والمعنوية ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية بقصد التأثير سواء عبر موضوعياً أو لم يعبر ، التعبير لعقلية الجماهير أو لغرائزها)⁴

بأنه المجال الواسع لتبادل الوقائع والآراء بين البشر، بينما يعرفه " ريفيز " بأنه يشمل كافة طرق التعبير التي تصلح للتفاهم المتبادل⁵ .

¹ (الإعلام له تاريخه ومذاهبه ، عبد اللطيف حمزة ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ط2 ، 1965 ص 75)
² (الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال ، عبد العزيز شرف ، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، 199 م8 ، ص 17 .)
³ (مفاهيم إعلامية ، الشنقيطي ، دار الحضارة للنشر والتوزيع ، ط 1 ، ص 18 .)
⁴ (الإعلام في ضوء الإسلام ، عمارة نجيب ، مكتبة الرياض ، ط1 ، ص 4 .)
⁵ (نقلاً عن مقالة التعامل مع الإغراق الإعلامي الهائل والمخيف بقلم عدنان محمد حميدان ومنشورة على مدونته على هذا الرابط

ويضح من ما سبق أن الإعلام هو : نشر الأخبار والحقائق والأفكار للوصول إلي أهداف ينبغي تحقيقها في الأمر الواقع .

أخذ مفهوم الإعلام في التوسع ليشمل العديد من الوسائل والأدوات التي تستهدف الجمهور لتوصيل معلومات محددة إلى جمهور مستهدف . فإذا أردنا تعريفه باعتباره نشاطاً اجتماعياً

.

المبحث الثاني

نشأة وسائل الإعلام وتطورها

المطلب الأول : نشأة وسائل الإعلام

المطلب الثاني : تطور وسائل الإعلام

المبحث الثاني

نشأة وسائل الإعلام وتطورها

المطلب الأول: نشأة وسائل الإعلام

يمكن لنا أن نلتمس بداياته مع البدايات الأولى للخلق حيث خلق الله تعالى آدم عليه السلام وعلمه الأسماء كلها وأمره أن ينبأ الملائكة بأسمائهم، قال الله تعالى: ﴿ وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴿٣١﴾ قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ ﴿٣٢﴾ قَالَ يَتَّكُمُونَ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ عَالِمِينَ غَيْبِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ ﴿٣٣﴾ ﴾¹

فهذه الآيات يستفاد منها أن الإنسان عرف الإعلام من أول وهلة في الحياة ، وكان يمارسه بطرق فطرية ألهمه الله تعالى بها وعلمه إياها .

منذ أن وجد الإنسان على سطح الأرض، وهو في عملية اتصال مستمرة ومتطورة مع غيره من البشر من ناحية والبيئة المحيطة به من ناحية أخرى.

لقد عرفت المجتمعات الإنسانية الإعلام وممارسته منذ أن كانت تعيش في قبائل بدائية تسكن الكهوف، ويتقدم العصور لم يستطع الإنسان الاستغناء عن الإعلام لا بل ازدادت حاجته إليه، وخاصة في دور العبادة وأماكن التجمعات حيث كان له أثراً بالغ الأهمية².

فليس الإعلام وليد الساعة فهو عملية قديمة قدم الإنسان نفسه، منذ أن وجد الإنسان على قيد الحياة حاول بفطرته التفاهم وتبادل الأخبار والمشاركة في السراء والضراء ذلك لأنه اجتماعي بطبعه، ولكن في نطاق محدود فرضته عليه الظروف الجغرافية والاجتماع³.

نشأ الإعلام منذ ظهور الحاجة إلى نقل المعلومات وتبادلها أي مع بدء الحياة الاجتماعية للإنسان¹.

¹ (سورة البقرة ، الآية (31-33)

² (الدعاية والإعلان والعلاقات العامة ، محمد جودت ناصر ، عمان دار مجدلاوي ، ط 1 ، 1 418 هـ - 1997/1998م ، ص 15 ،

³ (الإعلام ووسائله ودوره في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، شاكرا إبراهيم ، مؤسسة آدم للنشر والتوزيع ، ط 1 ، 1975م ، ص 20-21 .

ومنذ بدايات وجود الإنسان ، ظهرت طرق التعبير متتابعة عن التصورات والأفكار ، وكيفية الإخبار عن كل ما يحيط بالإنسان من أحوال ومتغيرات ، فحين لا تسعف الإنسان اللغة في التعبير عن مراده يستخدم الحركات والأصوات مثل : الإشارة ، واستعمال النار، ودق الطبول وغير ذلك من الأمور البدائية التي لا يزال بعضها مستخدماً إلى عصرنا هذا².

لقد تنوعت سبل الاتصال بالآخرين وإيلاغ الأخبار بتنوع الثقافات والحضارات وتوقفت طرق الإعلام على مدى الرقي الحضاري والازدهار المعرفي .

وقد عرفت المجتمعات البدائية فنون إعلامية مختلفة - كان لها أكبر الأثر في صياغة وتوجيه فكر الأفراد وعواطفهم . ومن ذلك أن الجماعة أو العشيرة كانت تلتف في السماء حول شيخ حكيم أو عجوز طاعنة في السن - يستمعون إلى أخبار أسلافهم وسير أبطالهم ويأخذون مما يقال - العبرة والخبرة والقدوة والمثل .

وتطورت أساليب الإعلام البدائية تلك - لتأخذ أشكالاً متخصصة ، فولدت شخصية (الراوى) - الذي يقوم برواية ملاحم البطولة ونقل الأخبار وسرد الطرائف ، ونجد أن هذا النوع من الإعلام - كان يؤدي دوراً ترفيهياً وتعليمياً وتربوياً في آن واحد .

وولدت أيضاً شخصية (المنادي) وهو الذي كان يقوم بإيلاغ أوامر الحكام إلى عامة الناس . ولم يقتصر الإعلام البدائي والقديم على هذه الغايات - بل تجاوزها إلى تأدية رسالة التوعية والإرشاد ، وهو ما دلت عليه دراسات الآثار في مصر والعراق واليونان وبقاع أخرى متفرقة من الأرض.

فقد عني الفراعنة في مصر بتسجيل عقائدهم وحروبهم وانتصاراتهم وانجازاتهم بالحفر والنقش البارز على جدران المعابد وسطوح الأهرامات ، وعلى المسلات ، كنوع من الإعلام التاريخي .

¹ (مدخل إلى علم الصحافة ، فاروق أبو زيد ، عالم الكتب ، مصر ، ط 1 ، 1986م ، ص 14)
² (الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر ، عبد الله قاسم الوشلي ، ط 2 ، 1993/1994م ، ص 13 .)

ولو عدنا إلى الحضارات الإنسانية القديمة ، وما وصل إلينا من آثارهم الباقية ، سنجد أنهم استخدموا الإعلام في علاقاتهم وفي تغيير شؤونهم وفي توثيق مناحي حياتهم ، فقد تبادل الناس المعلومات في البداية مشافهةً، ونقل الرسائل الشفهية لمسافات بعيدة واستخدم الناس قرع الطبول وإشارات الدخان وإشعال النار للاتصال بالآخرين ، ثم استحدث السومريون الكتابة بالصور في نحو عام 3500 ق.م . ثم اخترعت الكتابة لتصبح وسيلة الاتصال ، وتضع حداً لعصر ما قبل التاريخ إذ بالكتابة بدأت حقبة التاريخ المكتوب . وأتقن البابليون وقدماء المصريين فنون الإعلام فكتبوا علي أوراق البردي ، ونقشوا علي جدران معابدهم . وفي العصر الروماني تمثل الإعلام في الخطابة والملاحم والمناقشات¹ .

وفي العراق - كانت هنالك نشرات ترجع تاريخياً إلى عام 1800 قبل الميلاد - ترشد الزراع إلى أنسب الطرق للبذر والري ، وعلاج الآفات في المحاصيل الزراعية . وكذلك فقد عرف اليونان أهمية التأثير في الناس وخاصة عن طريق الخطابة والمناقشات ، وقد كان (الإسكندر المقدوني) يؤمن بأهمية الإعلام والنشر وطرق التأثير في الجماهير، فكان يجعل في ركابه طائفة من الشعراء والخطباء والكتاب والمفكرين² . ويتضح من ذلك أن الإعلام قد نشأ مع نشأة المجتمعات الأولى من البشر . وتطورت وسائله وتنوعت أساليبه بتطور وتنوع واتساع المجتمعات البشرية على مر العصور .

الإعلام في الجزيرة العربية قبل الإسلام:-

عرفت الجزيرة العربية - قبل الإسلام فنوناً وأساليب ووسائل إعلامية متنوعة وخاصة في العصر الجاهلي . ومن هذه الفنون الإعلامية ما تميزت به الجزيرة العربية ، كالشعر والمناظرات الأدبية في الأسواق ، ومنها ما اكتسبته بحكم اتصالاتها الخارجية بغيرها من الأمم .

¹ (الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، جيهان رشتى ، ص 13 .
² (العلاقات العامة - المبادئ والتطبيق ، د حسن خير الدين، ط 2 ، ص 12 .

ويمكن تلخيص وسائل الاتصال في الجزيرة العربية قبل الإسلام إلى نوعيها ، الخارجي والداخلي¹ .

أولاً : وسائل الاتصال الخارجي :-

- (1) وسيلة التجارة :- حيث كان التجار في الجزيرة العربية يترددون علي أرض الشام وغيرها للتجارة ، وكانت رحلاتهم تلك وسيلة اتصال فعالة - تمكنهم من استطلاع أخبار وأحوال غيرهم من الأمم إلى جانب اقتباسهم لبعض المعارف والمهارات - ينقلونها إلى قومهم .
- (2) البعثات اليهودية والنصرانية :- وقد تغلغت تلك البعثات في أنحاء الجزيرة العربية - قبل الإسلام بقرون ، تدعو إلى دينها ونشر تعاليمها ، وقد كانت تلك البعثات اليهودية والنصرانية وسائل اتصال بين العرب والأمم والمدنيات المجاورة² .
- (3) إمارات الحدود : كانت الجزيرة العربية قبل الإسلام - واقعة بين أعظم حضارتين في ذلك العصر : الحضارة الفارسية من ناحية الشرق والحضارة الرومانية من ناحية الغرب . ولما لم يستطع الفرس ولا الروم إخضاع العرب لحكمهم فقد لجأوا إلى إقامة وتدعيم إمارات عربية على الحدود المتاخمة - تكون لهم رداء - يقيهم ويقي ممالكهم غارات البدو وغيرهم من قبائل الجزيرة العربية وقد كانت هذه الإمارات همزة الوصل بين العرب من جهة والأمم المجاورة من جهة أخرى . ومن تلك الإمارات كانت إمارة الحيرة على تخوم الفرس ، وإمارة الغساسنة على تخوم الروم³ .

ثانياً : وسائل الاتصال الداخلي :-

كانت وسائل الاتصال الإعلامي الداخلي بين العرب في شبه الجزيرة العربية قبل الإسلام لا تختلف عن مثلتها في أي من المجتمعات البشرية الأخرى . فقد جمعت كل الوسائل التي تعارفت عليها مجتمعات البشر في عصرها ، وزادت عليها بعض الوسائل

¹ (الإعلام في المجتمع الإسلامي ، حامد عبد الواحد ، ط 1 ، ص 11-12 .

² (الإعلام في صدر الإسلام ، عبد اللطيف حمزة ، ط 2 ، ص 22 .

³ (فجر الإسلام ، أحمد أمين ، ط 1 ، ص 32 .

الأخرى ثراء اللغة العربية ، وحرص العرب على الفصاحة والبلاغة وعشقهم لفنون البيان .

كان الشعر في العصر الجاهلي - يكاد يمثل الوسيلة الكبرى والوحيدة التي تجمع بين الإعلام والدعاية باستثناء الوسيلة الأخرى الأقل تأثيراً وهي الخطابة . وقد كانت القصيدة الشعرية تمثل في ذلك العصر الركيزة الأولى للإعلام ، إذ كانت في حقيقتها تقوم مقام الصحف والإذاعة - في العصر الحديث ، وقد ساعد على ذلك كثرة الرواة وتناقلهم لكل شعر مستجاد، إلى جانب ما كان يحظى به الشعر من منزلة كبرى في أنحاء شبه الجزيرة العربية.

وقد شهد التاريخ أن القصيد الشعرية قامت بوظيفة الإعلام ، وكان الشاعر إذا ظهر في قبيلة من القبائل - هنا أفرادها بعضهم بعضاً وهناتهم القبائل الأخرى كذلك بهذا الحدث السعيد ، والسبب في ذلك أن الشاعر في القبيلة كان يقوم مقام الصحيفة الحزبية في الوقت الحاضر ، فهو الناطق بلسان القبيلة ، وهو المناضل عنها بشعره ، وهو الحافز لهممها وقت الحروب ، وهو المصور لأخلاقها وعاداتها ومكانتها بين القبائل الأخرى . غير أن أكثر هذا الشعر كان من باب الفخر وذلك لظهور العصبية والقبلية في ذلك العصر .

وحين جاء الإسلام خمدت حمأة العصبية والقبلية بين الناس واتخذ الشعر وجهة إسلامية متأدبة بأداب الإسلام ، إذ أنكر الإسلام علي المسلمين تفاضلهم وتفاخرهم بغير التقوى ومكارم الأخلاق¹.

وقد كان للشعر أثر بارز في التعبير عن الحياة في العصر النبوي .

ويتضمن أسلوب التعبير بالغناء الآتي :

1) أسلوب الأغنية وكونها من الشعر العربي أو ما يسمى بالشعر الحديث ، باللغة العربية أم بغيرها ، كونها ملتزمة بالأخلاق والأدب في اللفظ والمعنى .

¹ (الإعلام في المجتمع الإسلامي مرجع سابق ، ط 1 ، ص 15-16 .

- (2) أسلوب الأداء : من الذي يؤدي الأغنية ؟ ويدخل في ذلك الغناء بصوت الأطفال أو البالغين من الذكور أو الإناث وكذلك لحن الأغنية وما يقوم به مؤدى الأغنية من حركات وما يصدر عنه من أصوات .
- (3) الموسيقى المصاحبة للأغنية : وهي من المباحث الهامة التي تناولها فقهاء الإسلام¹ مثل استخدام المعازف والآلات كالمزمار والطبل والأوتار وغيرها
- (4) ما يصاحب الغناء مما يسمى بالفنون الحركية كالرقص والتمثيل .
- (5) هدف الأغنية : فهناك الأغنية الهادفة إلى غاية مباحة ومن أمثلتها مساعدة العمال على ثقيل أو إعانة القوافل على السفر الطويل ، أو غناء الأمهات لتسكين أطفالهم².
- وهناك الأغنية التي تهدف إلى إثارة الحماس للجهاد أو للحض على فعل الخير والبر، أو تلك التي تقص سير الشجعان والمجاهدين³ .
- والعناصر السابقة أمثلة لما يجب أن يتناوله هذا المبحث في دراسات نظرية الإعلام الإسلامي ، بحيث لا يتم رفض أسلوب التعبير بالغناء أو قبوله بشروط خاصة إلا استنادا إلى أدلة شرعية محققة ، وبناء علي آراء علماء الإسلام المجتهدين .
- ويتبين من ذلك أنه كان الدور الكبير للشعر كوسيلة في الإعلام منذ عصر الجاهلية وكافة العصور إلى عصرنا الإسلامي الحاضر .

¹ (كف الرعاع عن محرقات اللهو و السماع ، ابن حجر الهيتمي ، علي هامش كتاب الزواجر عن اقتراف الكبائر ج1،ص15.

² (الحلال والحرام في الاسلام ، يوسف القرضاوي ، ط 1 ، ص 315-319.

³ (إيضاح الدلالات في سماع الآلات ، عبد الغني النابلسي الحنفي (مخطوطة) بجامعة الرياض – ص 1-7 (والإعلام العربي لمعاصر) من بحوث اللقاء الثالث للندوة العالمية للشباب الإسلامي ، ص 520 – 22 5 .

المطلب الثاني: تطور وسائل الإعلام :-

قد ذهب بعض العلماء والباحثين إلى قياس تطور حياة البشر من خلال تطور وسائل وأدوات الإعلام ، فقسّموا تاريخ البشرية لمراحل تبعاً لمراحل تطور وسائل الإعلام ، هو ما يطلق عليه (التفسير الإعلامي للتاريخ) ، هو التفسير الذي يقسم التطور الاجتماعي للبشرية على ضوء تطور وسائل الإعلام ، وهذه المراحل كالتالي :

- المرحلة السمعية في التاريخ (النفخ في الأبواق والمنادين) .
- المرحلة الخطية (النقش والرسم على جدران المقابر والمعابد والقصور ، والكتابة المنسوخة على الجلود أو الورق).
- المرحلة الطباعية (الصحف) .
- المرحلة الالكترونية (بالراديو والتلفاز والفيديو واستخدامات الكمبيوتر والأقمار الاصطناعية في الإعلام)¹ .

فعلى مر الزمن تطور الإعلام ، وتطورت وسائله وأساليبه وأدواته وأصبح واقعاً لا يمكن لبني البشر أن يتخلوا عنه ، بل وأصبح الإعلام هو المحرك الأساسي للرأي العام والمرآة العاكسة للأحداث .

وكانت وسائل الإعلام المكتوبة ولا سيما الصحافة إلى عهد قريب هي المسيطر الأساسي على اهتمام الجماهير ، وساعد إنشاء الخدمات البريدية على سرعة وصول الصحف إلى المشتركين ، وكذلك سرعة وصول الأخبار من مختلف الأماكن إلى البلد الذي تصدر فيه الصحيفة .

ومع قيام الثورة الصناعية مطلع القرن العشرين ، كان الإعلام أكبر المستفيدين منها، بإيجاد وسائل إعلامية أكثر سرعة من الوسائل الإعلامية التقليدية المتوفرة لديهم .

وبدأ عصر التكنولوجيا الإعلامية التي أحدثت نقلة واسعة وسريعة في مفهوم وأهمية الإعلام، وغيرت في نمط أدواته حتى صار الإعلام اليوم جزءاً مهماً من نشاطنا

¹ (مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق ص 43 : 45)

وحياتنا اليومية، وصار المواطنون أكثر ارتباطاً بوسائل الإعلام حتى صارت تتفنن في نقل الأخبار والمعلومات ومتابعتها .

وفي منتصف القرن الماضي كانت الثورة الصناعية في أوج قمتها ، وقد أثمرت أخطر اختراع في وقتها وهو التلفزيون والذي أدى بشكل مباشر إلى تغيير الكثير من المفاهيم والأسس الاجتماعية في حياتنا أكثر من وسائل الإعلام المختلفة وظل العالم مبهوراً بهذه الشاشة الصغيرة المرئية ، ولا يزال تطور التلفاز وتعددت أغراضه ووسائله ، ومع ثورة الأقمار الاصطناعية ، انتقلت فكرة التلفزيون من مجرد شاشة محلية إلى محطات وقنوات فضائية بتابعها ملايين البشر وتنتقل الأخبار والأحداث أولاً بأول للمتلقي من موقع الحدث.

ويشكل التلفزيون الظاهرة العالمية في نهاية هذا القرن بمئات الملايين من مشاهديه الذين يخصصون له معظم أوقاتهم، وبتأثيره الكبير في تصرفاتهم الفردية أو الجماعية، وإذا كان القرن الثامن عشر قد عرف " بعصر الانتقال من الظلمات إلى النور"، والتاسع عشر " بعصر الثورة الصناعية"، فإن عصرنا اليوم هو " عصر التلفزيون .لذلك فإن القطاع السمعي - البصري هو قطاع إستراتيجي يتصدر القطاعات الأخرى في المجالين الاقتصادي والثقافي¹.

التلفزيون وسيلة سمعية بصرية للاتصال بالجمهور عن طريق بث برامج معينة وله خصائص وسمات لا نجدها في وسيلة إعلامية أخرى .أولى مميزاته أن الثقافة فيه تتمحور حول الجسد :الصوت والصورة .باستخدام الصوت المتحد بالجسد يفرض التلفزيون تأثيره على المشاهد، فالجسد في الثقافة التلفزيونية يمثل أحد ركائزها المادية من مميزات التلفزيون إلزامية الحضور الكامل مجبراً الفرد على استخدام حاستي البصر والسمع ومفاعيلها في الذاكرة، وحيث أنه لا يتطلب أي جهد عقلي ويتميز بجاذبية العرض والإثارة وأنية الحدث وتوفير الراحة النفسية للمشاهد، فإنه يملك كل مستلزمات الإقناع والتفاعل والنفوذ إلى لاوعي الإنسان .إنه يخدر الأعصاب المتعبة ويساعد على تنفيس

¹ (العرب والإعلام الفضائي؛ مجموعة من الباحثين ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ط 1 ، بيروت 2008م ، ص 45.

المكبوت في اللاوعي ويثير الكثير من العمليات العقلية الشعورية واللاشعورية مثل الوهم والخيال وروح التماهي. ويتوجه إلى العقل فيجمده عند إحياءات معينة ولا يترك له الوقت للوقوف عند المعلومة أو التمحيص أو النقد نظراً للسيل الجارف من المعلومات والصور المنهالة على المشاهد.

إن وسيلة التناز تقدم الحياة كمشهد مرئي أو عرض Spectacle وقد تحولت ميادين الحياة إلى شيء مرئي للاستهلاك الآني. ويتضمن المشهد كلاً من السلع المادية المرئية والصورة المرئية المادية عن السلع، ويكون المشهد في هذه الحالة لغة السلعة وتقنية المرئي. وهذا المشهد في الواقع يسلب الوجود الإنساني من التجربة الحقيقية والمعنى، بل يحول الوجود بالمعنى إلى الوجود بالحصول) أي الحصول على شيء أو الوجود بلا معنى(، ويصبح المرئي هكذا أكثر أهمية من الحقيقة المعيشة ذاتها. فالحياة تصبح مشهداً مرئياً وشاشة تعرض فيها الحقيقة التي تتوسطها وسيلة التناز بالمرئي أو المرئيات¹

من وصف ثقافة التلفزيون بثقافة الجمهرة بفعل غسيل الدماغ الجمعي الذي تقوم به مسلسلات وبرامج التلفزيون الفضائي، لصنع ثقافة الخضوع التي تتطبع على قيم المالك الأصلي للصورة. يقول جيانى فاتيـمو" من السهل علينا بيان أن تاريخ فن التصوير، أو أفضل من ذلك، الفنون البصرية، كما تاريخ الشعر في العقود الأخيرة لا معنى لها إلا بربطها بعالم صور وسائل الإعلام الجماهيرية أو بلغتها².

ولنا هنا أن نلقي نظرة شاملة على أهمية الإعلام في عصرنا الحالي من خلال تطورها وتقدمها الملحوظ، على اعتبار أن العصر الذي نعيشه الآن هو عصر الانتقال الحر للأفكار مثلما هو عصر الانتقال الحر للبضائع، وعلى الرغم من التقدم التقني السريع والمثير الذي نشهده فإنه يصعب على المرء في كثير من الأحيان تحليل جوهر هذا التقدم أو إدراك قوته الدافعة. فعلم الإعلام يبغي دراسة الوسائط التي بها" تصبح الفكرة قوة

¹ (دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز؛ عبد الرحمن، عزي، مركز دراسات الوحدة العربية ، الطبعة الأولى؛ بيروت ، 2003م ، ص 139-140

² (نهاية الحداثة الفلسفات العدمية والتفسيرية في ثقافة ما بعد الحداثة ، جيانى فاتيـمو ، ط 1 ، دمشق ، 1998م ، ص 67 .

مادية¹. "وأياً ما كان الأمر، فإننا لا يسعنا إلا الاعتراف بأننا أمام تقانة تتكاثر ذاتياً على نحو سريع ومثير، ولا نترك للباحث فرصة لاستيعابها واستيعاب آثارها، أو فهمها وربط جزئياتها ببعضها ببعض.

والأمر المؤكد أن هذا التقدم السريع في تقانة الاتصال والإعلام يدل بوضوح على أن العالم يمر بمرحلة ما بعد الثورة الصناعية، التي تتسم بظهور المجتمعات القائمة على صناعة المعرفة والمعلومات².

فلقد مَثَل الإعلام دائماً وسيلة متميزة لنقل المعرفة ونشرها وقد تطور هذا الدور بتطور الوسائط التقنية والتكنولوجية التي تستعملها الوسائل الإعلامية وقد وُلد لنا فروعاً جديدة تجتاح ثقافتنا المختلفة وتؤثر بنا بحيث يشمل الفرد والمجتمع بكامل فئاته.

ومن أكثر الفروع المنتشرة اليوم على نطاق واسع، الحاملة لمضامين متعددة تلقى قبولاً لدى فئات المجتمع، الإعلام الترفيهي الذي هو من الفروع الجديدة يتلمس طريقه في ظلّ العولمة، هو علم حديث نسبياً يندرج تحت ظلّ الإعلام بشكل عام يختلف من مجتمع لآخر ومن فئة لأخرى حيث أن لكل منهم طريقته في استخدامه. فمنهم من يلجأ إليه هروباً من آلامه وهمومه " كحال مجتمعاتنا العربية"، إذ تضع صناعة وسائل الاتصال ألواناً مختلفة من التسلية والترفيه المحملة بالقيمة، منكرة طوال الوقت وجود أي تأثير فيما وراء الهروب المؤقت من الواقع وحالة الاسترخاء المنتشئة³، ومنهم من يلجأ إليه كنوع من التنويع في المشاهدات، ومنهم من يستعمله للربح المادي والترويج لسلع أو خدمات معينة، فيكون السعي إلى الربح دافعاً إلى نشأة الكثير من الفضائيات "الترفيهية الخاصة" على اعتبار أن الرأسمال البحث يبحث عن المزيد من الرأسمال. ويتضح أن قاعدة "المستهلك"

¹ (ريجيس، دوبريه: علم الإعلام العام - ا لميديولوجيا-؛ ترجمة د. فؤاد شاهين و جورجيت الحداد، دار الطليعة، بيروت، ط 1، 1996م، ص 12.

² (الاتصال والإعلام في الوطن العربي؛ راسم محمد، الجمال، مرجع سابق، ص 253.

³ (المتلاعبون بالعقول؛ هيرت، شيللر: ترجمة عبد السلام رضوان؛ سلسلة عالم المعرفة؛ العدد 243؛ آذار 1999م؛ ص104

في تزايد مع نمو النزعة الاستهلاكية والركض نحو "الموضة" وتحول السلعة إلى عنصر في تحديد مكانة الفرد الذاتية والاجتماعية¹.

نرى أن المواد الإعلامية التي تقدمها القنوات الفضائية ترتبط بأساليب تشويق وجذب، فالصورة والصوت تترافقان مع مؤثرات تسيطر على إدراك المشاهد ووعيه وتبث إليه بصورة غير مدركة قيماً ومفاهيم ونماذج للحياة يتلقاها المشاهد بحواسه ثم يختزلها في عقله الباطن لتتحول بعد ذلك إلى سلوك وعادات قد لا تتفق مع ما عليه المجتمع من قيم وأعراف. فموجة الترفيه التي يقدمها التلفزيون تزداد قوة وكثافة، وتكثر التساؤلات حول مضمون هذه المواد الترفيهية وأهدافها وآثارها .

فتطور الإعلام اليوم يسير أسرع بكثير من الفترات الماضية وتعددت وسائل واستخدمت كافة طاقته ومواضيعه في كل مسار الحياة وتعددت فيه الثقافات والحضارات مما يجعل البعض أو العامة يتخذ مبدأ علي الرقي الحضاري والازدهار المعرفي.)

¹ (عبد الرحمن، عزي: ثورة الصورة المشهد الإعلامي في فضاء الواقع ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ط1 ، بيروت ، 2008م ، ص 95.

المبحث الثالث

أنواع وأهمية وسائل الإعلام

المطلب الأول : أنواع وسائل الإعلام

المطلب الثاني : أهمية وسائل الإعلام

المبحث الثالث

أنواع وأهمية وسائل الإعلام

التعريف :

يحسن بنا أن نبدأ بالتعريف بالوسائل لغة واصطلاحاً، وذلك قبل أن نعدد وسائل الإعلام .

تعريف الوسائل:

هي جمع وسيلة، والوسيلة ما يتقرب به إلى غيره، ويقال: توسل إليه بوسيلة إذا تقرب إليه بعمل¹.

"عندما يطلق هذا اللفظ اليوم ينصرف الذهن مباشرة إلى وسائل الإعلام الجماهيرية (الصحافة - الإذاعة - إلخ) ولكن الوسيلة في الاصطلاح الإعلامي أعم من هذا التخصص كثيراً، فكل أداة لنقل المعنى إلى الناس هي في الحقيقة وسيلة إعلام، أو هي القناة التي يعبر منها المعنى إلى الناس، وهي في أساسها الكلمة أو القول"².

1- مختار الصحاح باب الواو مع السين واللام. ص 636. مكتبة لبنان. / المعجم الوسيط. باب الواو مع السين واللام

1032 / 2

2- الأسس الفكرية للإعلام. د سيد محمد ساداتي الشنقيطي. ط الأولى . دار الحضارة للنشر والتوزيع ص 39 - 40

المطلب الأول : أنواع وسائل الإعلام:-

وسائل إعلام مطبوعة

- صحف.
- مجلات.
- كتب.
- دوريات، ونشرات ومطويات.

وسائل إعلام سمعية

- إذاعات.
- تسجيلات صوتية . وغيرها من الوسائل التي تعتمد على الصوت وحده.

وسائل إعلام مسموعة و مرئية.

- الخطبة.
- التلفاز.
- السينما.
- المسرح
- الإنترنت : وسيلة إعلام مطبوعة ، مرئية، و مسموعة

إن وسائل الإعلام كثيرة ومتنوعة، وتزداد تنوعا واتساعا كلما زادت التكنولوجيا تطورا، حيث تعتبر الخطبة من أقدم وسائل الإعلام في المجتمعات الإنسانية ، كانت الخطبة هي وسيلة الإعلام والإقناع الممتازة في عصور البداوة الأولي ومن هذه البيئات تظهر الموهبة اللسانية ، وقد ظهر هذا واضحا في تاريخ العرب والرومان ، فبينما تاريخ الأدب الجاهلي حافل بالأمثلة العديدة علي صحة هذا الكلام ومن أوضح الأمثلة علي ذلك سوق عكاظ بمكة وسوق المبرد بالبصرة .

وتتميز الخطبة عن المحاضرة في إنها تتوجه إلي العواطف في أغلب الأحيان وتثير الانفعالات في نفوس الجماهير وتحرك مشاعرهم الحماسية معتمدة علي مقدرة الخطيب الكلامية ونبرات صوته ، ولهذا فهي أصلح وسيلة لمخاطبة الفئات الشعبية والطوائف التي لم تحصل علي نصيب كاف من التعليم وفي هذا الصدد يقول خبراء الإعلام إنه بالرغم من أن ونستون تشرشل قد وضع الكثير من المؤلفات الجيدة إلا أن الصورة التي تميز بها بين الشعب الانجليزي في غضون فترة حكمه هي أنه كان خطيباً مفوهاً .

بينما تتجه الخطبة إلي المشاعر فإن المحاضرة تتجه إلي العقل حيث تعتمد غالباً علي الحجج المنطقية والأسانيد القوية والإحصاءات الدقيقة . ذلك إنها تتوجه بصفة أساسية إلي العقل لإقناعه والتأثير فيه ، ولهذا فهي أنسب وسيلة لمخاطبة طوائف المتعلمين والفئات المثقفة . والمحاضرة وسيلة لفظية شائعة الاستعمال في مختلف المجالات الصحية والزراعية والسياسية والتعليمية والاقتصادية إلي غير ذلك .

ومن شروط نجاح المحاضرة أن يكون القائم بها خبيراً في موضوعها وأن تتوفر لديه خبرة كافية عن الجماهير التي سيتحدث إليها من حيث عددهم ، ونوعهم ، وفئات أعمارهم ، وكذلك ميولهم ومعتقداتهم وحاجاتهم ، وأعمالهم وخبرتهم وظروفهم الاقتصادية والثقافة وطبيعة البيئة التي يعيشون فيها . حيث أن مثل هذه الخبرة سوف تساعد على اختيار المعلومات أو المفاهيم المناسبة لهم ، ومن المهم أن تكون هذه المعلومات والمفاهيم صحيحة وحديثة وأمينية وكافية ومنظمة و مترابطة وتدور حول فكرة أو مفهوم رئيسي يهم أعضاء الجماعة .

ومن عوامل نجاح المحاضرة أيضاً أن يشجع المحاضر مستمعيه على السؤال والمناقشة وإبداء الرأي ، وأن يساعدهم على ربط الأفكار الفرعية والتفصيلات ببعضها في كل موقف مع مراعاة عدم الإكثار من إشاراته وحركاته أثناء المحاضرة وأن تكون الأفكار متماسكة تنتهي بملخص ونتيجة بحيث يخرج المستمعون بفكرة عامة سليمة

وواضحة ، وقد يجد رجل الإعلام أن من الأنسب دعوة خبير لإلقاء محاضرة على من يتعامل معهم إنه كان الموضوع في غير تخصصه وفي هذه الحالة سيكون رجل الإعلام هو المسؤول عن التنظيم للمحاضرة ودعوته ، وتحديد موعد المحاضرة ، وتقديم المحاضر ثم تقديم المحاضرة ومعرفة مدي تحقيقها للأهداف التي أعدت من أجلها .

وتتميز الخطبة والمحاضرة بأن الاتصال فيهما يتم غالباً من جانب واحد هو جانب المتحدث فقط ، وأن اختلافنا في أسلوب التأثير على الجمهور .¹

الوسائل (المطبوعة) :

تعتبر الكتابة فعلاً حضارياً خالصاً، وقد مارست الكلمة المطبوعة تأثيرها القوي في الجماهير بأشكال مختلفة، وتشمل الوسائل المطبوعة الكتب، النشرات، الملصقات، الخرائط، الصحف والمجلات، بحيث تتميز المطبوعات بالعمق في التفكير والصبر على البحث لكون المادة المطبوعة تحمل في طياتها الرأي المدروس وتتيح للقارئ فرصة للتأمل والتمعن في المطبوع لأكثر من مرة.²

- **الصحف** : منذ سنوات قليلة مضت ساد الاعتقاد بأن الصحف كانت تواجه خطر الموت . وحتى إذا نجت من منافسة التلفزيون فإنها علي حد قول القائلين سوف تصبح ضعيفة وغير مؤثرة أي أنها ستكون وسيلة صغرى ومثل تلك التنبؤات كانت بادية الصدق عندما أخذت الصحف الكبرى تموت الواحدة بعد الأخرى ، بلغ مجموع توزيع الصحف اليومية في السبعينات بالولايات المتحدة ما يقارب 63 مليون نسخة بزيادة 5 ملايين في عشرة سنوات وقد بلغ مجموع توزيع العدد اليوم أكثر من 1761 صحيفة واستمر نفس العدد تقريباً 25 عاماً.

- **المجلات** : وقد كان على المجلات مثل الصحف أن تتكيف مع الظروف الجديدة وقد تكبدت المجلات العملاقة مثل الصحف أيضاً معظم المعاناة غير أنه في الوقت الذي اختفت فيه معظم المجلات الأسبوعية الكبرى العامة وبعض المجلات الشهرية العامة ،

¹ (مائة سؤال عن الاعلام ، طلعت همام ، ط 2 : 1405 هـ - 1985 م مؤسسة الرسالة ، بيروت ، لبنان ، ص (85-87)

² (المرجع نفسه، ص42.41.

أصبحت المجالات التي تلبي الاهتمامات الخاصة أكثر قوة . أن أعظم المحاولات الناجحة في النشر خلال السنوات العشرين الماضية هي المجالات المتخصصة.

- **الكتب** : كان نشر الكتب مهنة ثابتة لعدة سنوات وفي ذلك يقول : (كانت أياماً هادئة بالنسبة لعالم الكتب في العشرينات لهذا القرن حيث كانت مهنة نشر الكتب تعتبر مهنة الوجهاء فقد كان الناشر يجلس إلي مكتبه حيث يعرض عليه المؤلفون أصول كتبهم لكي يختار منهما ما يراه مناسباً ثم يتعاقد معهم نظير أرباح تقليدية متواضعة¹.

ويتبين ذلك إن اليوم قلت نسبة قراءة الكتب والصحف في وسط زحمة الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) مع تنزيلها وحذف البعض منها .

الوسائل السمعية:

تعتمد على السماع في إيصال المعلومات التي يراد إعلام الناس بها، وهي أقدم وأكثر الوسائل شيوعاً في حياة الإنسان ،حيث كان الرواة من الحفظة يقومون بهذا الدور، فيروون ما يحفظون ليستمع إليهم الناس فيعلمون هذا المحفوظ منهم ويصبحون على علم به. وبتطور الحياة الإنسانية دخل هذه الوسائل السمعية وسائل أخرى، مثل: الوسائل المسجلة كالإذاعة التي تعتبر من أهم الوسائل السمعية المعاصرة التي تقوم بوظيفتها كوسيط إعلامي واسع الانتشار لما تحمله من صفات التكنولوجية العلمية المتطورة² بواسطة الراديو، وهو وسيلة إعلامية لم تصارعها وسيلة أخرى في قوة تأثيرها ولا سيما في المجتمعات الريفية فهو يتميز بمجموعة من الخصائص التي ينفرد بها عن باقي وسائل الإعلام وهي:

- أن موجاته قادرة على اختراق كل أنحاء العالم في أقل من لمح البصر، وقد أكدت الدراسات أن موجات الأثير تدور حول الكرة الأرضية في نحو ثمن ثانية ولا يقف في سبيلها حدود أو حواجز سياسية أو طبيعية، لذلك يعتبر الراديو أقدر وسائل الاتصال

¹ (وسائل الإعلام والمجتمع الحديث ، وليم ل . ريقرز تيودور بيترسون د. جنسن ، ترجمه د. إبراهيم إمام ، دار النشر القاهرة نيويورك ، 1975 م ، ص 33-34 .

² (عبد الفتاح أبو معال، أثر وسائل الإعلام على الطفل، ط1، 2000، دار الشروق للنشر والتوزيع عمان، الأردن، ص13.

في سرعة نقل الأخبار.

- ويستطيع الراديو أن يخاطب كل الفئات والطوائف مهما اختلفت درجة التعليم بينها وعلى هذا فإنه وسيلة مناسبة لمخاطبة الأميين لكونها لا تتطلب أدنى درجات القدرة على القراءة والكتابة.
- يستطيع الراديو أن يجذب المستمع ويستحوذ على اهتماماته وذلك لاستخدامه عناصر تضيء على المادة الإذاعية جاذبية خاصة، كالمؤثرات الصوتية والموسيقى والحوار.
- كما يتميز الإعلام الإذاعي بأن تأثيره يزداد عمقا وخطورة كلما كانت البيئة قليلة الحظ من الثقافة والتعليم.(1).

الوسائل البصرية:

سميت هذه الوسائل لاعتمادها على حاسة البصر كمصدر رئيسي في الإعلام، فهي وسيط إعلامي يرتبط بهذه الحاسة المهمة التي تضيف قوة في الإثبات والمعرفة لهذا الشيء المشاهد، لذلك الوسيلة الإعلامية البصرية تلاقي قبولا لدى المشاهدين لأن تفاصيل المشاهدة أحيانا تعين على المعرفة أكثر من سماع وصف أو تسمية مجردة وتضم هذه الوسائل : المعارض والنصب التذكارية واللافتات واللوحات الفنية والاشهارية (المتواجدة في الطرقات) وكل ما يمكن أن تبصره العين المجردة، فيوحي لها بفكرة ما.

الوسائل المسموعة والمرئية :

سميت كذلك لاعتمادها على حاستي السمع والبصر في وقت واحد، وهذه الوسائل هي الأكثر تأثيرا وأبلغها وضوحا في الإعلام، فقد أثبت علمياً أن اشتراك أكثر من حاسة للإطلاع على أكثر من شيء يكون معرفة وعلماً به أكثر من سواه، فإذا ما اجتمعت أكثر من حاسة فإن ذلك يعني أكثر من قدرة متخصصة يتم التنسيق بينها لتعطي مفعولا أكبر من غيرها كوسائل يعتمد عليها الإعلام في نقل مفهومه إلى جمهوره من المشاهدين والمستمعين في آن واحد، وتشمل هذه الوسائل التلفزيون والسينما والمسرح والأفلام التسجيلية والوثائقية² ويعتبر التلفزيون من أهم الوسائل الإعلامية لاشتماله على الصوت

¹ (المرجع نفسه، ص14.

² (عبد الفتاح أبو معال، مرجع سابق، ص14.

والصورة وأشدها اتصالاً بما يجري في نفسية المشاهد من أفكار ومشاهد، ولكون التلفزيون وسيلة تسهل على الناس مشاهدته من دون مشقة التنقل إلى أماكن الحدث (1).

لقد كان لظهور التلفزيون في أوائل الخمسينات أثره الثوري على العلاقات التي تتخطى الحدود الوطنية بل وفتح التلفزيون بالتطورات التكنولوجية الحديثة قنوات تغطي الكرة الأرضية كلها بالمعلومات والصور والأخبار وغيرها من البرامج وارتبط هذا التطور بأقمار الاتصال الصناعية².

لقد أصبح لظهور التلفزيون وانتشاره الواسع عبر الحدود الدولية أو الجغرافية التقليدية بعد انتشار الأقمار الصناعية عملاً مذهباً إذ أخذت تكاليف الإرسال في الانخفاض بينما ارتفعت تكاليف العمالة .

إن الإذاعتين المرئية والمسموعة بما لهما من خصائص وإمكانيات من أهم وسائل الاتصال الجماهيري في العصر الحاضر وأكثرها نفاذاً إلى البيئة الاجتماعية والثقافية والأخلاقية للمجتمع فكل منها تقوم بتزويد الجماهير بزيادة ثقافية وفنية واجتماعية وتشارك بصورة واضحة في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع عن طريق تقديم المعارف وتفسيرها والتعليق عليها وتسهم في تغيير العادات السلوكية وإن أحسن العمل تؤدي أيضاً إلى تعديل القيم الأخلاقية من خلال تقديم الأنماط الإنسانية من تكوين الذوق الفني الحضاري من خلال الاختيار والمفاضلة بين قيم الحق والخير والجمال وبين ما هو باطل وسيء وقبيح لا يرقى لمستوى أمة هي خير الأمم³.

ومع تطور وسائل الإعلام والاتصال والمجال السمعي البصري ظهرت الانترنت كشبكة إعلامية ضخمة وفعالة تعد اليوم من أنجع وسائل الإعلام والاتصال التي تفوق خدماتها كل ما تقدمه الوسائل الأخرى، لكونها وسيلة سمعية، بصرية، ومقروءة وأسهل وسيلة للاتصال في نفس الوقت، إلى أن الوسائل السمعية والبصرية : كالأفلام الناطقة

1 (الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية. محيي الدين عبد الحليم. مكتبة الخانجي . القاهرة . الطبعة الثانية. ص39.

2 (الإعلام الدولي .. دراسات في الاتصال والدعاية الدولية ، أحمد بدر ، دار قباء للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 1998م ، ص 21

3 (اللغة العربية والإعلام واقعها وأفاق تطورها ، مها قنوت ، مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق ، الجزء 4 أكتوبر 1999م ، ص 692.

وتمتاز بتأثيرها القوي على الاستهواء بحكم واقعية الصورة وحيويتها واقترانها بالصوت المعبر، ويؤكد معظم العلماء هذه النتيجة بالنسبة للأطفال، فهم يصدقون ما يرونه من أفلام حتى أنه يصعب تحديد التأثيرات الناتجة عن المشاهدات السينمائية عند بعضهم، وغني عن البيان أن عادات الممثلين على الشاشة كالتدخين واختيار الأزياء سرعان ما تنتشر بين المراهقين وغيرهم من شديدي الحساسية والاستهواء.

ظوابط الرقابة :

وضعت الدول المتحيزة عدة ضوابط:

- المحافظة على كرامة الأسر والبيوت والابتعاد قدر الإمكان عن ذكر العداوات والعلاقات الجنسية المحرمة ونحو ذلك.
- الإعراض عن ذكر الشذوذ الجنسي والاختلاط المحرم ونحو ذلك.
- تحكيم الذوق في المناظر الخاصة بخلع الملابس أو عرض غرف النوم وما إليها.
- الإعراض عن مناظر القتل بطريقة الشنق أو الكهرياء أو الأعمال الوحشية.⁽¹⁾

¹ (محيي الدين عبد الحلیم، مرجع سابق، ص46.45.

المطلب الثاني: أهمية وسائل الإعلام :

تتمتع وسائل الإعلام أو الاتصال الجماهيري عامة ، المسموعة والمرئية والمكتوبة ، بأهمية خاصة في جميع أنحاء العالم ، لما لها من تأثير مباشر وفوري على الجمهور في كافة المجالات والبيئات . وكثيرا ما يطلق على وسائل الإعلام المختلفة عبارة " السلطة الرابعة " بعد السلطات التنفيذية والتشريعية والقضائية وذلك كناية عن دورها المميز في المجتمع .

ولكل وسيلة من وسائل الإعلام مميزات تختلف عن الأخرى حسب النوع أو الشكل: فالصحف والمجلات تمتاز بميزة لا يمكن لوسائل الإعلام الأخرى أن تتمتع بها وهذه الميزة تتمثل في إمكانية الاحتفاظ بالصحيفة أو المجلة أو النشرة لدى الإنسان العادي لفترة زمنية أطول¹.

والإعلام الإذاعي (المسموع) له تأثير ووقع على الأذن ، وتتميز الخدمة الإذاعية بكونها يمكنها الوصول إلى المستمع المفترض بأقصر فترة زمنية محددة بكلفة أقل للفرد والجماعة على السواء⁽²⁾.

الإعلام المرئي والمسموع (التلفزيون) ، يجتذب العين والأذن في الآن ذاته ، وتعود زيادة قوة التأثير في الإعلام المرئي إلى كونه ينقل الصوت والصورة المرافقة له وكأن المشاهد يرى ما يحدث عن قرب . فالفضائيات تخترق الحدود الطبيعية والجغرافية دون رقيب سياسي أو عسكري⁽³⁾.

وظائف وسائل الإعلام في المجتمع:

لوسائل الإعلام دور متشعب في المجتمع، ظهر بجلاء بعد انتشارها على نطاق واسع في القرن العشرين، لذلك أخذت الحكومات على اختلاف مذاهبها الفكرية تخصص

¹ (وسائل الاتصال نشأتها وتطورها. د محمد منير حجاب. ص: 59 . ط الأولى. دار الفجر للنشر والتوزيع 2008 ،

الأسس العلمية لنظريات الإعلام. د جيهان رشتي ص 240 - 242

² (المرجع السابق. ص 178 - 179 ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام. د جيهان رشتي ص 243

(3) نفس المرجع. ص 231 ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام. د جيهان رشتي ص 244

لها أقساما تشرف عليها وتوجهها نحو أهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى ثقافة الشعب والوصول إلى أهدافها الخارجية لتعريف العالم بحضارة شعوبها، ووجهات نظرها في المسائل العالمية وغيرها،⁽¹⁾ ورغم هذا الدور الظاهر فإن لوسائل الإعلام وظائف هامة يمكن إجمالها فيما يلي:

- **وظيفة إخبارية وإعلامية:** جاء في التقرير السنوي للأمين العام للأمم المتحدة عن أعمال المنظمة أن الوظيفة الرئيسة للإعلام هي مباشرة جمع المعلومات الموضوعية الدقيقة وإذاعتها مباشرة حرة مسوؤله، وأن خير وسيلة لتحقيق أهداف حرية الإعلام هي إتاحة مختلف مصادر الأنباء والآراء لكل إنسان، فتعمل هذه الوسائل على تحذير المجتمع من الأخطار كالهجوم الحربي والوباء، وتنقل معلومات نفعية كالأخبار الاقتصادية والجوية. وللأخبار فوائد محققة للطبقة الحاكمة لأنها تعطيها معلومات لزيادة نفوذها وتقويته والكشف عن المنحرفين والتأثير على الرأي العام عن طريق المراقبة والسيطرة وإضفاء الشرعية على السلطة، ولكنها قد تهددها عند إظهار أحوالها الحقيقية التي قد يسهم الأعداء في نشرها.⁽²⁾

- **وظيفة تربوية تعليمية:** يدور منذ زمن جدل حول دور وسائل الإعلام في التربية والتعليم خاصة التلفزيون، فهناك من يرى أن وسائل الإعلام بإمكانها المشاركة إلى جانب المدرسة في التربية والتعليم وأن هذه الوسيلة قد تفوق المدرسة من حيث قدرتها على التغيير وبناء ثقافة الطفل اليومية، وذلك أن ما حققه التلفزيون كأحدى وسائل الإعلام الجماهيرية المعاصرة من تغيرات جذرية في بنية الحياة اليومية في ظرف عشرين سنة لم تستطع المدرسة أن تنجزه في عشرة قرون من التواجد، في حين ينتقد آخرون وسائل الإعلام لكونها تعمل على نشر الذوق السقيم وتعميم التطابق الثقافي وتدعيم السلبية عند عرض الحقائق، بالإضافة إلى الهبوط بالحياة الثقافية إلى مستوى التسلية الجوفاء وفشل التلاميذ في التحصيل الدراسي. وهناك من يقف موقف الوسط بين الرأيين ويؤكد أن التلفزيون والمدرسة يرميان إلى غايات مختلفة إلا أنها ليست

¹ (فتح الباب عبد الحليم سيد، إبراهيم ميخائيل حفظ الله، وسائل التعليم والإعلان، عالم الكتب، ص65.

² (عزي عبد الرحمن وآخرون، عالم الاتصال، سلسلة الدراسات الإعلامية، ط1، 1992، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص10.

متعارضة¹.

من خلال ما سبق نستنتج أن الإعلام سلاح ذو حدين، فقد يكون وسيلة فعالة في التربية والتعليم وقد يكون وسيلة هدامة، وهذا يخضع لمدى التحكم فيها ومدى استغلالها في هذا الجانب وذلك من خلال نوعية المادة الإعلامية العلمية المقدمة.

- **وظيفة تثقيفية:** إن وسائل الإعلام والاتصال تقوم ببحث الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع وتساعد على تطبيع أفرادها وتنشئتهم على المبادئ القومية السائدة فيه، فوظيفة التنشئة الاجتماعية تتصل بخلق الجو الحضاري الملائم للتقدم والنهضة عن طريق التوعية الشاملة بأهداف المجتمع وخططه، فقد ثبت الآن بعد دراسات علم النفس وعلم الإنسان (الأنثروبولوجية) وعلم الاجتماع أن التثقيف له أثره الكبير في تشكيل الاتجاهات النفسية والرأي العام. فالإتصال الجماهيري يسعى إلى تكامل المجتمع بتمية الاتفاق العام ووحدة الفكر بين أفراده وجماعته ويقوم بتثبيت القيم والمبادئ الدينية والعلاقات الاجتماعية والعمل على صيانتها والمحافظة عليها².

- **وظيفة ترفيهية:** تهدف نسبة كبيرة من وسائل الإعلام إلى تسلية الناس وإيناسهم بعرض المادة الترفيهية، إلا أن أثرها لا يقتصر على مجرد تسلية الجمهور بل يتعدى إلى تكوين اتجاه وفلسفة المجتمع، فهي ذات أثر نفسي حميد للتفيس عن المتاعب والآلام ولكنها قد تجعل المجتمع غارقاً في الأوهام بعيداً عن الواقع مما يزيد السلبية بإتاحة الفرصة لظهور الاتجاهات الهروبية التي توفر الأوضاع للسيطرة على الحياة السياسية والاجتماعية.⁽¹⁾

- **وظيفة إعلانية:** يعتبر الإعلان عنصر رئيسي في ترويج التجارة، فكلما تعقدت الحياة الإنسانية بتقديم الاختراعات وازدياد السكان والإنتاج الصناعي ازدادت الحاجة إلى

¹ (محمد شطاح، هل سيتحول التلفزيون إلى مدرسة موازية؟، ملتقى واقع وأفاق إعلام الطفل في ظل العولمة، جامعة الأمير عبد القادر، 7 و8 ديسمبر 2002،.

² (عالم الاتصال ، عزي عبد الرحمان وآخرون، مرجع سابق، ص12.

¹ (المرجع نفسه، ص13.

الإعلان التجاري لتعريف الجماهير بالمنتجات الجديدة وحثهم على شرائها.(2)

إن كل وظيفة تقوم بدورها وتعمل به من أجل القيام بالرسالة الإعلامية بأكملها .

وقد اختلفت الوسائل من خلال تطور حياة البشر وأصبح اليوم لها الشأن العظيم والذي يظهر أن الجيل المعاصر يعتمد اعتماداً كلياً على الوسائل الحديثة الالكترونية في الوقت الذي يقل الاعتماد فيه على الوسائل القديمة وذلك لتوفر المضمون بل البرامج المبتة على شبكة الانترنت .

² (فتح الباب عبد الحلیم السید وإبراهیم مخاتیل حفظ الله، مرجع سابق، ص76.

المبحث الرابع

النظريات الإعلامية المعاصرة

المطلب الأول: نظرية السلطة والنظرية اللبرالية (التحررية)

المطلب الثاني: النظرية الشيوعية (الاشتراكية)

المبحث الرابع

النظريات الإعلامية المعاصرة

يرجع كل المهتمين بمسألة فلسفة الحرية في الإعلام إلى الكتاب الذي اشترك فيه ثلاثة أساتذة هم سيبرت فرد، شيودور بترسون ، و لبور شرام تحت عنوان النظريات الأربعة للصحافة . وتمثل هذه النظريات في نظرية السلطة ، و النظرية الليبرالية (التحررية) و النظرية الشيوعية ، و نظرية المسؤولية الاجتماعية. نتعرض لذلك بإيجاز فيما يلي:

المطلب الأول: نظرية السلطة – النظرية الليبرالية (التحررية):

1/نظرية السلطة:

تعد نظرية السلطة أقدم النظريات المتعلقة بحرية الإعلام و التي ظهرت في أواخر عصر النهضة في أجواء السلطة أينما كانت تحل الدولة محل الفرد ، و التي يستطيع الفرد من خلال سيطرتها أن يكسب صفات الإنسان المتحضر، و التي تلزم من خلالها الصحافة و وسائل الاتصال الجماهيرية بالدفاع عن السلطة الحاكمة و تدعيمها ، و أن الحقيقة ليست هي ما يمليه العامة، إنما هي تلك التي تأتي من الصفوة و هي الطبقة الحاكمة ، و هي التي توجه العامة التي تعتبر غير مؤهلة لاتخاذ القرارات السياسية، مما يعني أن رجلا واحدا أو فئة قليلة هي التي تفكر، و هي التي توجه وسائل الإعلام ،التي تستخدم لدعم القيادة و الدفاع عن أهدافها ، و بذلك تعد وسائل الإعلام أداة للسيطرة ، و تعطى لها مهمة تعليمية في الظاهر ، و يتمتع القائمون عليها بامتيازات، تجعلهم يدينون للحاكم بالولاء ،و هي تحافظ على مكاسبها تسعى لإبقاء الأوضاع على ما هي عليه . و نجد السلطة تعمل جاهدة لنشر الفكر الأحادي بين المحكومين، و تراقب الإعلام بمنح الترخيص لمن تريد وتحرم من لا يشاظرها الإيمان بأفكارها، و لا حرية للإعلام و الصحافة خارج ما ترسمه السلطة و تحدده إرادتها.

و هو ما تمارسه كل الأنظمة الشمولية و الاستبدادية الديكتاتورية. و هي الفكرة التي تنتشر كثيرا في بلدان العالم الثالث، و هو الاتهام الذي يوجه لكل صوت من العالم الثالث يطالب بدمقراطية النظام الإعلامي الدولي . و يؤكدون على تعارضها المطلق مع حقوق و حريات الإنسان ، و تترجم هذه النظرية في ملكية الدولة و الأحزاب و الأفراد الموالين لها ملكية

وسائل الإعلام، و التي تقوم الدولة بتحديد خطها الإعلامي و الأفكار التي تدافع عنها. و على نقيض هذه النظرية ظهرت النظرية الليبرالية¹ التي نتعرض إليها في ما يلي:

2/ النظرية الليبرالية (التحررية)

ظهرت هذه النظرية في أواخر القرن السابع عشر و هي تحمل بذور الأفكار المنتشرة آنذاك لكبار فلاسفة ذلك الوقت، من أمثال ديكارت ، و جون لوك ، و جون ستيوارت ميل و هي فلسفة تعتبر الإنسان حيوان عقلائي، و له حقوقه الطبيعية ، و إن أهم الحقوق الطبيعية للإنسان هي البحث عن الحقيقة ، و وقد دافع الفلاسفة السابق ذكرهم على الحريات الفردية ، و أن العامة تستطيع اتخاذ القرارات الصائبة إن توفرت لديها المعلومات و حرية التعبير ، فمن الناحية النظرية إن الإعلام الحر القائم على حرية التعبير يعمل من خلال الصحافة الحرة على كشف الحقيقة و تقديمها ، و لا يمكنها أن تحقق ذلك إذا سلط عليها سيف الرقابة ، و أن ذلك يحول بينها و بين وظيفتها التي يجب أن تكون جسرا بين الراعي و الرعية ، و بوجود أي نوع من الرقابة يزول أي جدوى للحديث عن حرية الإعلام و وفق ذلك المنطق فأن وسائل الإعلام الليبرالية تدعي أن عليها التزام إعلام العامة عن أنشطة الحكومة، و مراقبة أخطائها و هفواتها ، و تعتبر وسائل الإعلام من الناحية النظرية سلطة رابعة، لأنها السند الرئيس الذي يقوم عليه الرأي العام ، لما له من قوة تأثير في جميع مناحي الحياة و دور في اتخاذ القرار . و أن الحقيقة لا يمكن أن تتجلى ما لم تترك الأفكار تتصارع فيما بينها و تتنافس بحرية ، و حيث أن من طبيعة البشر الاختلاف في الرأي ، يجب السماح لكل فرد أن يعبر بحرية عما في ذهنه ، على شرط أن يعطي أو يوفر لغيره فرصة متكافئة ، و أن سوق الأفكار سيسمح بمقارنتها و اختيار الأصوب منها ، و أن البحث عن الحقيقة هو من الحقوق الأساسية للإنسان، و من هذا المنطلق فالصحافة و الإعلام يجب أن يتمتع بالحرية الكاملة حتى يستطيعان القيام بدورهما كاملا . و تبقى في أذهاننا دوما كيف ساعدت صورة من عدسة صحفي في إيصال ما يقوم به الجنود الأمريكان في فيتنام إلى الرأي العام.

الأمريكي، الذي لم يهدأ له بال حتى انسحبت القوات الأمريكية من هذا البلد¹

¹ (جون ميرل ، الف لوينشتاين الإعلام وسيلة ورسالة ، تعريب د. ساعد خضر العرابي الحارثي ، دار المريخ ن الرياض ، المملكة العربية السعودية ، 1989 ص 236

و قوام النظرية الليبرالية حرية ملكية الأفراد للصحافة ، إذ يستطيع أي شخص يملك قدرا من المال أن يصدر جريدة أو مجلة، و أن صمود الوسيلة الإعلامية مرهون بقدرتها على المنافسة باعتبارها سلعة يرتبط رواجها برضا المستهلك القارئ ، و أدت هذه النظرية إلى تمركز وسائل الإعلام، في يد فئة قليلة ، عادة ما تكون لرجال الأعمال ، و من خلال ذلك في يد طبقات سياسية معينة، و هي بذلك تتحرف عن أهداف الإعلام الملبي لحقوق الإنسان، و الذي المساواة و حرية التعبير للجميع².

هذا ما أفرزه واقع تمركز وسائل الإعلام في الغرب ، حيث صارت هي المالكة لوسائل الإعلام و الإمكانيات الضخمة، ما يجعل المؤسسات الإعلامية في العالم الثالث غير قادرة على المواجهة و المنافسة ، و غير قادرة على الدفاع عن مصالحها الحيوية ، و ذلك هو السبب و المنطلق الرئيس في إشكاليات العالم الثالث و القانون الدولي للإعلام، و أدت نظرية الإعلام الليبرالية إلى نتائج و خيمة وصفت بالمتوحشة ، لأنها أصبحت دون ضوابط تحد من ممارسة حرية الصحافة، مما جعل الكثير من الباحثين و نقاد الصحافة و موظفي الإعلام يوجهون انتقادات لاذعة للصحافة و نادوا بكل أنواع الإصلاح، لأن نظرية حرية الإعلام كما قال عنها الأستاذ الأمريكي للإعلام ويلبرشرام : تؤمن إيمانا كبيرا بالطبيعة البشرية كما أنها متفائلة أكثر من اللازم، لأنها تفترض في الإنسان أن يعمل و يسعى لمعرفة الحقيقة و أنه يحكم عقله ، و يفحص المعلومات التي يتلقاها بدقة، و يسعى لمعرفة الأخطاء و الأكاذيب ، و يوازن بين الحجج المتعارضة و المتنافسة.

غير أن الواقع الآن تغير بظهور ظاهرة تمركز وسائل الإعلام الكبرى في يد فئة قليلة تمارس الاحتكار على نشاط الصحافة و الإعلام . ولم يعد هناك سوقا حرة للأفكار في القرن العشرين كما كانت عليه في القرن الثامن عشر و القرن التاسع عشر . و أصبحت اقرب لنظرية السلطة منها إلى نظرية الحرية ، بل تختلف عنها في أن التوجه ليس للسلطة

¹) تبنت اليونسكو مبدأ إستقلالية و سائل الإعلام و تعدديتها ما يعزز تغلب نظرية الحرية و المسؤولية الإجتماعية و يتجلى ذلك في الإعلانات التالية : إعلان و بندهوك الصادر في 3 مايو عن المؤتمر العام في دورته السادسة و العشرين 1991 و ، إعلان سانتياغو 6 ماي 1994 و المعتمد في الدورة الثامنة و العشرين 1995 و إعلان صنعاء 11 جانفي 1996 و المعتمد الدورة التاسعة و العشرين 1997

² (د جيهان أحمد رشتي ، نظم الاتصال) الإعلام في الدول النامية (، دار الفكر العربي ، ص89

الحكومية بل للطبقات العليا أصحاب النفوذ المالي ، و هو الذي أدى إلى تحالف كبير بين نوي المال و السياسيين ¹.

وأدت تلك الإنحرافات التي حذر منها المختصون إلى وضع لجنة حرية الإعلام سنة 1947 التي شخّصت الأوضاع و رأت أن حماية الجماهير من الحكومة لا يكفي لضمان حرية التعبير لجميع الأفراد على قدم المساواة فأرباب وسائل الإعلام يتحكمون في تسيير وجهات النظر ، و في الحقائق التي تعرض على الشعب ، لذلك أكدت اللجنة على الصحافيين أن كل حرية تقابلها مسؤولية ، و طالبت بإنشاء هيئة لرصد انحراف الصحافة.

و يثار غموض في تحديد هذه النظرية لأن بعض من يعتبر أنه لا مسؤولية للصحافة و وسائل الإعلام إن لم تكن محددة قانونا ، و أن القانون يفتح نافذة للحكومة لمراقبة أداء الصحافة، وهذه النافذة غير محمودة العواقب، فإن أي توجيه لوسائل الإعلام يعد إكراها، يتناقض مع اللبرالية، ويرى بعض لتكون الصحافة مسؤولة يجب أن تدافع على الجوانب الإيجابية أكثر من التركيز على الأشياء السلبية، و عندما نتحدث عن مسؤولية وسائل الإعلام هل نتحدث عن مسؤولية الصحفيين أو الناشرين ، أم عن مدراء النشر أم المعلقين ، أم عن مصادر الأخبار؟ و لمصلحة من تكون هذه المسؤولية ؟ هل لمصلحة حزب معين ؟ أم لجماعة ما ؟ أو هي لمصلحة وطنية، أو مصلحة عامة ، وهل هي كلها مبررات كافية تكتم باسمها الأفواه ، و يلقي بالصحفيين في غياهب السجون ، سواء كان باسم محاربة الخطر الأجنبي، أو المساس بالنظام العام ، و أخيرا محاربة الإرهاب؟ إن طبيعة الاختلاف بين الأفراد و الشعوب و الدول قد تؤدي إلى الإلتكون مصلحة واحدة كما أن و تنوع الجهة التي نكون مسؤولين أمامها إن لم تكن مسؤولية قانونية تعكس القيم المشتركة داخل مجموعة وطنية منسجمة ؟ رغم ما تحمله هذه النظرة من مخاطر الانحراف.

ويجب أن يواجه الغموض في تفسير مرامي المسؤولية الاجتماعية بصحافة متعددة ، و صحافة للخدمة العمومية، تفتح صفحاتها لمختلف التوجهات الموجودة في الرأي العام.

¹ (جون ميرل ، رالف لوينشتاين ، مرجع سابق ص 239

المطلب الثاني: النظرية الشيوعية (الاشتراكية).

ترى هذه النظرية أن تكون وسائل الإعلام جزءاً لا يتجزأ من أجهزة الدولة، و تعود

ملكيتها لها، و يديرها الحزب و تتمثل وظيفتها في الدفاع عن الفكر الواحد النابع من التعاليم الماركسية، و لها أن تنتقد الأفراد و الظواهر الهامشية، و لكن ليس لها أبداً أن يهاجم مبادئ النظام الأساسي و هي بذلك أخذت تقسيماً خاصاً حسب الفئات الاجتماعية التي تشرف عليها المنظمات الجماهيرية و المناطق الجغرافية¹.

و هي تستلهم تنظيم ماركس الذي يقول إن وظائف وسائل الإعلام هي نفسها وظائف الجهاز الحاكم، و هي تعمل لإبقاء و توسع النظام الاشتراكي، و تعتبر أدوات للحكومة، و جزءاً لا يتجزأ من الدولة، و تضع هذه النظرية الجماهير موضع القاصر عن التفكير و قدرته على متابعة عمل الحكومة أو انتقادها، و كثيراً ما يتهم و يرمى من يخرج عن هذا النهج و ينتقد من قبل النظام بالعمالة و حتى الخيانة. و ممارسة الإعلام و فق هذه النظرية نجد بعضه الصحف التي تنتشر في كامل الجمهوريات السوفيتية، رغم اختلاف لغاتها، و أفرزت جرائد للجيش، و أخرى للعمال و الفلاحين. و هو النموذج الذي تبنته بعض بلدان العالم الثالث، مثل الجزائر التي كانت لها جريدة الشعب كصحيفتين و طنيتين مركزيتين، و صحيفتين جهويتين، الجمهورية في الغرب الجزائري و النصر في شرقه، و تدعمها في ذلك مجلات تابعة للمنظمات الجماهيرية، كالثورة و العمل التابعة للإتحاد العام للعمال الجزائريين و الجزائرية للإتحاد النسائي و أول نوفمبر للمجاهدين، و الوحدة للشباب و غيرها. و التي حددت مهامها في الميثاق الوطني و لوائح الحزب و المنظمات الجماهيرية التابعة لها،² و يتفق جل الباحثين على أن وسائل الإعلام ترتبط بالأنظمة السياسية، و هي تعكس طبيعة فلسفة الحكم القائم الذي تعمل فيه و هي امتداد للفلسفة السياسية في أي بلد كان، و ليست هي القوة المحددة له، و أن الحرية التي تتمتع بها الصحافة هنا و هناك هي حريات نسبية لأن عوائق حرية الإعلام كثيرة و متنوعة لا يمكن حصرها في شكل من الأشكال.

¹ (د جهان أحمد رشتي، مرجع سابق، ص 93

² (المرجع نفسه ص 93

ونريد بتطرقنا لهذه النظريات القول أن هناك اعتراف بوجود منطلقات فلسفية تحدد طبيعة السياسية الإعلامية لدولة ما أي أنها نتاج أنظمة سياسية ، و أن القانون الدولي أعطى للدول الحق في تقرير مصيرها السياسي و الاقتصادي، بنص المادتين الأوليتين ذات المضمون المشترك في كل من العهد الدولي المتعلق بالحقوق المدنية و السياسية و العهد الدولي المتعلق بالحقوق الاقتصادية و الثقافية و الاجتماعية و هو : " لكافة الشعوب الحق في تقرير المصير، و لها استنادا لهذا الحق أن تقرر بحرية كيانها السياسي ، و أن تواصل بحرية نموها الاقتصادي و الإجتماعي و الثقافي. " غير أن واقع الحال في العلاقات الدولية نجد دول العالم لثالث منتقدة في اختيارها من طرف الدول المتقدمة ، و متهمة باختراق حقوق الإنسان عموما و حرية الإعلام و الصحافة خصوصا ، و بالمقابل نجد دول العالم الثالث ترى أن حقوقها مهضومة و لا تجد في قواعد القانون الدولي للإعلام ما يحافظ على مصالحها ، و من خلال تطرقنا لمبادئ القانون سنتبلور لنا أي فكرة و أي قيمة فلسفية يقوم عليها القانون الدولي للإعلام ؟ و نرى من خلال استعراضنا لنصوص القانون الدولي للإعلام و تطور و سائل الإعلام أننا نتجه لعولمة قانون الإعلام تسوده قيم الغرب و فلسفته ، و كأنه ليست لدول العالم الثالث خصوصيتها السياسية و الاقتصادية ، لنبتعد عن النمطية التي تبشرها مناهج نسج العولمة و فق تصور العالم الغربي الميهمن على الصعيد الدولي .

الفصل الثاني

الإعلام الإسلامي تعريفه وظهوره وأهدافه ومصادره, وخصائصه

- المبحث الأول :- تعريف الإعلام الإسلامي وظهوره.
- المبحث الثاني :- أهداف و وسائل الإعلام الإسلامي .
- المبحث الثالث :- أنواع الإعلام الإسلامي الإلكتروني .
- المبحث الرابع :- خصائص ومصادر الإعلام الإسلامي .

المبحث الأول :

تعريف الإعلام الإسلامي وظهوره

المطلب الأول : تعريف الإعلام الإسلامي

المطلب الثاني : ظهور الإعلام الإسلامي

المبحث الأول: تعريف الإعلام الإسلامي وظهوره

المطلب الأول : تعريف الإعلام الإسلامي

عُرّف الإعلام الإسلامي عدة تعريفات منها :

- (1) هو إعلام عام في محتواه ووسائله يلتزم في كل ما ينشره أو يذيعه أو يعرضه على الناس بالتصور الإسلامي للإنسان والكون والحياة المستمدة أساساً من القرآن الكريم وصحيح السنة النبوية وما ارتضته الأمة من مصادر التشريع في إطارها¹ .
- (2) هو تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم بصورة مباشرة أو من خلال وسيلة إعلامية عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها وذلك بغية تكوين رأي عام يعني بالحقائق الدينية وترجمتها في سلوكه ومعاملاته² . وهذا التعريف يركز على محتوى الرسالة الإسلامية .
- (3) هو إعلام غير متخصص لمجتمع مسلم أو دولة إسلامية أو حكومة إسلامية لكن الواقع لمجتمعاتنا الإسلامية ، يحتم علينا القول بأن الإعلام الإسلامي في ظروفنا المعاصرة هو صورة من صور الإعلام المتخصص وهو الإعلام الديني³ .
- (4) استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به المسلمون عالمون عاملون بدينهم متفهمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم والمبادئ والمثل للمسلمين ولغير المسلمين في كل زمان ومكان في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية ، والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب⁴ . وهذا التعريف هو من أحسن التعريفات ولذا لأنه يشتمل كافة وظائف الإعلام الإسلامي غير أنه لا يقلل من قيمة التعريفات السابقة .

¹ (وظائف الإعلام الإسلامي ، محمد محمد يوسف ، ورقة مقدمة إلي ندوة الإعلام الدولي وقضايا العالم الإسلامي ، القاهرة ، 28-29 نوفمبر 1998م

² (الإعلام الإسلامي الأصول والقواعد والأهداف ، محي الدين عبد الحليم ، مؤسسة إقرأ الحديثة ، ط 1 ، 1992 ، ص

54

³ (المسؤولية الإعلامية في الإسلام ، محمد سيد أحمد ، ط 1 ، القاهرة مكتبة الخانجي ، 1993م ، ص 36 .

⁴ (الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي ، عبد الوهاب كحيل ، ط 1 ، بيروت ، عالم الكتب ، 1985 ، ص 29 .

وقد ذهب بعض العلماء علي أن التعريف الأعم والأشمل للإعلام الإسلامي هو عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي ، وتؤدي جميع وظائفه المثلى ، الإخبارية والإرشادية والترويجية على المستوى الوطني والدولي والعالمي وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها ، وفيما يصدر عنها من رسائل وموارد إعلامية وثقافية وترويجية ، وتعتمد علي الإعلاميين الملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً ، وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامة¹.

هو استعمال وسائل الإعلام وأساليبه كافة ضمن حدود الشرع ، لبيان الحق ، ودعوة الناس إليه وتعديه الباطل وصددهم عنه ، لئلا يكون للناس في البعد عن الإسلام حجة².

فيما نُقِلَ عن الغزالي تعريفه للإعلام الإسلامي بأنه : الذي يعرف بالله الواحد ، ودينه الحق ، ويرسم صورة صادقة لرسالة محمد صلى الله عليه وسلم لزيادة فيها ولا نقصان³.

وترى سهيلة حماد أن الإعلام الإسلامي يعني بيان الحق وتزيينه للناس بكل الطرق والأساليب والوسائل العلمية المشروعة بقصد جلب العقول إلى الحق ، وإشراك الناس في نيل خير الإسلام وهديه ، وإبعادهم عن الباطل وإقامة الحجة عليهم⁴.

فالإعلام الإسلامي هو تعميم الاتصال الإيجابي ، لنشر مبادئ الدين الإسلامي وأخباره في جميع الميادين ، وعلى كافة المستويات وبكافة الوسائل المتاحة ، لتحقيق كافة الأهداف المشروعة .

¹ (التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام ، محمود كرم سليمان ، ص 62

² (الإعلام : نشأته أساليبه ووسائله ما يؤثر فيه ، يوسف محي الدين أبو هلاله ، ص 6

³ (الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر ، عبد الله قاسم الوشلي ، ص 11

⁴ (الإعلام في العالم الإسلامي الواقع والمستقبل ، سهيلة ، زين العبادين حماد ، ص 13 .

المطلب الثاني

ظهور الإعلام الإسلامي

أعد الله سبحانه وتعالى نبيه محمد صلى الله عليه وسلم إعداداً يتناسب مع شرف وعظمة الرسالة التي كلفه بها وحمله إياها قال الله تعالى ﴿ إِنَّا سَأَلْنَاكَ قَوْلًا نَفِيلاً ۝٥ ﴾ (1) ، ولأن المهمة عظيمة والرسالة قدرها جليل عال وإبلاغها يتطلب جهداً غير عادي ، فقد أعد الله عز وجل لها من يتحملها ومن هو أهل لبلاغها وأهل لأن يكون أسوة حسنة ، وقدوة صالحة ، ليس فقط لأهل مكة ، وليس فقط لأصحابه وفي حياته ، وإنما للبشرية كلها في كل زمان وفي كل مكان ، لأنها الرسالة الخاتمة ولأنه صلى الله عليه وسلم آخر الرسل .

قال الله عز وجل ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ۝١٧ ﴾ (2) وقوله تعالى ﴿ مَا كَانَ مُحَمَّدٌ أَبَا أَحَدٍ مِّن رِّجَالِكُمْ وَلَكِن رَّسُولَ اللَّهِ وَخَاتَمَ النَّبِيِّينَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمًا ۝٤٠ ﴾ (3) وبذلك فقد أعد الله سبحانه نبيه محمداً صلى الله عليه وسلم إعداداً يتناسب مع هذه الرسالة العظيمة ، فزوده بصفات اتصف بها في طفولته وفي صباه وفي شبابه قبل بعثته ، وكانت بمثابة عوامل جذب الانتباه ولفت الأنظار إليه لتكون شاهدة له إذا ما جهر بدعوته ، وبلغ رسالته وقد شهد له بذلك الرهبان والكهان وأهل الكتب والباحثون في الأديان السابقة .

فالإعداد الذي كان قبل البعثة كان إعداداً يميزه عن أقرانه من أطفال مكة وشبابها ، ويجعل الأصابع تشير إليه بأن له شأنًا عظيمًا ، خاصة وأن اليهود والنصارى كانوا يخبرون الناس في ذلك الوقت بأن نبياً سيبعث هو نبي آخر الزمان ، وقد أظل زمانه وأنه مبعوث من هذا المكان (مكة) .

لقد أعده الله عز وجل قبل البعثة بصفات أهمها : رجاحة العقل وحسن الخلق ، والصدق والأمانة والشجاعة والإقدام ، وإختراره من أعرق البيوت في مكة .

¹ (سورة المزمل ، الآية (5))

² (سورة الأنبياء ، الآية (157))

³ (سورة الأحزاب ، الآية (40)) .

فقد أعد الله سبحانه وتعالى نبيه محمداً صلى الله عليه وسلم بأهم صفة يجب أن يتزود بها رجل الإعلام القدير وهي رجاغة العقل فمع ما نعلم من تأثير البيئة علي نشأة الإنسان ، وعلي إكسابه طريقة معينة في التفكير تتناسب مع هذه البيئة ، إلا أن النبي صلى الله عليه وسلم لم يتأثر بالمجتمع الذي نشأ فيه ، ولم يكن منقاداً لغيره من العظماء أو الأشراف أو السادة ، الذين نشأ وتربى بينهم وفي كنفهم ورعايتهم وتحت أعينهم ، فقد تربى أولاً في كنف عبد المطلب جده ثم في كنف عمه أبي طالب وكان لهؤلاء جلساؤهم من أشراف مكة وسادتها .

وكان محمد صلى الله عليه وسلم يراهم يسجدون للأصنام ويشربون الخمر ويقسون على العبيد ، يشقون على الضعفاء ، يستحلون النساء واللهم ومع ذلك عصمه الله عز وجل وزود برجاغة العقل وحسن التفكير وقد ورد في قصة بحيرى : (يا غلام أسالك بحق اللات والعزى إلا ما أخبرتني عما أسالك عنه ! وإنما قال له ذلك لأنه سمع قومه يحلفون بهما فقال له رسول الله صلى الله عليه وسلم : لا تسألني باللات والعزى شيئاً فوالله ما أبغضت شيئاً قط كبغضهما . قال بحيرى: فبالله إلا أما أخبرتني عما أسالك عنه فقال له : سلني عما بدا لك ، فجعل يسأل عن أشياء من حالة : من نومه وهيبته وأموره فجعل رسول الله صلى الله عليه وسلم يخبره فوافق ذلك ما عند بحيرى من صفته ، ثم نظر إلى ظهره ، فرأى خاتم النبوة بين كتفيه) (1).

وهذا يدل دلالة قاطعة على كراهية محمد صلى الله عليه وسلم للأصنام منذ صباه ، فلم يسجد لها ، ولم يلتمس منها البركة لعدم اعتقاده بنفعها ، فقد رأى برجاغة فكره وحصافة عقله أنها لا تضر ولا تنفع (ومن الواجب أن ننبه إلى ثناء القرآن الكريم على أخلاقه عليه الصلاة والسلام في قوله تعالى ﴿ وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴾ (2)).

¹ (سيرة النبي صلى الله عليه وسلم ، عبد السلام هارون ، ج 1 ، ص 196 .
² (سورة القلم الآية (4))

ولقول الله تعالى ﴿ فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لَئِن لَّمْ يَكُنِ اللَّهُ غَافِقًا لِّمَا تُكْفِرُونَ لَأَلْجُودَنَّكُمْ إِلَىٰ يَوْمِ الْحِسَابِ ﴾ (1) .
 وقال الله ﴿ لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ
 عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ ﴾ (2) .

وقد كانت هذه الصفات بعد بعثه النبي محمد صلى الله عليه وسلم تكليفاً من الله عز وجل له بإبلاغ الرسالة ، فكيف كانت أخلاقه صلى الله عليه وسلم قبل البعثة ، إن الروايات تثبت أنه صلى الله عليه وسلم كان حسن الخلق منذ نشأته .

ويتطلب إعداد رجل الإعلام القدير كل هذه الصفات التي تم ذكرها .

وإعداد النبي صلى الله عليه وسلم في بداية البعثة كانت ليتحمل أعباء الإعلام برسالة الله عز وجل في بداية البعثة وتختلف قليلاً عن عملية الإعداد السابق للبعثة والذي سبق الحديث عنه وقد كان هذا الاختلاف يرجع إلي عملية التغير الزمني ذاتها فالإعداد في العصر السابق للبعثة إنما كان الهدف منه كما رأينا عملية إثارة انتباه المجتمع المكي حول شخص محمد صلى الله عليه وسلم منذ نشأته وبيان أنه ليس فرداً عادياً وأنه متميز منذ صباه عن أقرانه وعن سائر أفراد المجتمع الذي نشأ فيه وترعرع وسطه وتفيد دراسة هذه النواحي من حيث إعداد الإعلامي وإعداد المجتمع الذي يمارس فيه رسالته الإعلامية تفيد في بيان أن الإعلام ليس بالشيء الذي يمارس هباءً أو بطريقة عشوائية وإنما يجب أن يرتكز علي دراسات واعية ومثيرة للمجتمع والجمهور .

وحدثت في المجتمع المكي قبل الإسلام والمسمي بالعصر الجاهلي بعض الإرهاصات التي كانت تشير إلى تغير ما على وشك الحدوث في هذا المجتمع ، فمع أن هذا المجتمع كان يضحج بالفوضى ويمتلئ بأحداث الغزو والسلب والنهب واسترقاق النساء وغير ذلك إلا أن أشخاصاً قد برزوا في هذا الوقت السابق لبعثة النبي صلى الله عليه وسلم والمصاحب له وقد أذروا بأن هذا عصر نبي قد أظل زمانه وبأن هذه العقائد التي يدينون بها إنما هي باطلة ، وبأن آلهتهم هذه لا تضر ولا تنفع وهؤلاء الأشخاص الذين أذروا بذلك لم يكونوا

¹ (سورة آل عمران ، الآية (159))

² (سورة التوبة ، الآية (128))

من المهمين في قومهم وإنما كانوا من أهل المجد ومن أهل الكهانة ومعروف أن هذا المجتمع كان يقيم للكهانة وزناً من القدسية والمهابة والعظمة كما كان بعض هؤلاء الأشخاص أيضاً من أهل الكتاب ، وقد كان العرب يعلمون أن أهل هذه الكتب لديهم علم من علوم الأولين ليس لغيرهم فكانوا يقفون أمام كلامهم احتراماً ومهابة ولا يسفهون شيئاً منه . (1)

وقد مارس الرسول صلى الله عليه وسلم الإعلام سراً في مكة وبدأ بدعوة الحق بعد أن أطمأن قلبه إلي أن ما يأتيه من الوحي إنما هو خبر السماء وبعد أن أيقن أنه مأمور بإبلاغ تلك الرسالة العظيمة وتعددت مراحلها في هذه الدعوة من الدعوة السرية ثم الجهرية والتي بدأت في شبه الجزيرة العربية ومن ثم جميع أنحاء العالم ويقول الله تعالى: ﴿ فَأَصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ ﴾ (2) ويقول تعالى ﴿ وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ ﴾ (3) ويقول تعالى ﴿ الرَّ كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ لِتُخْرِجَ النَّاسَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِ رَبِّهِمْ إِلَى صِرَاطٍ الْعَزِيزِ الْحَمِيدِ ﴾ (4)

وهذا الرأي السابق في هذا التقسيم هو رأي الدكتور رؤوف الشلبي وهو يتفق مع التسلسل المنطقي لأمر الله عز وجل لنبيه بالإعلام لرسالته ، وأنه كان يتحدث عن رسالة النبي صلى الله عليه وسلم بلفظ الدعوة إلا أنه من الأفضل أن نتحدث عنها بلفظ الإعلام لأنه اشمل وأعم ، ورسالة النبي صلى الله عليه وسلم من صفاتها الشمول والعموم لسعة انتشارها وطول امتدادها لأنها آخر رسالة من الله عز وجل إلي البشر (5) .

ويتفق هذا هشام مع هذا الرأي حيث يذكر أن النبي صلى الله عليه وسلم ، وكان أول من أسلم وأمن برسول الله صلى الله عليه وسلم برسالته آل بيته وهم خديجة وعلي بن أبي طالب الذي تربى في بيته ومولاه زيد بن حارثة وكان بعدهم مباشرة أبو بكر الصديق

¹ (السيرة النبوية ، تحقيق محمد فهمي السرجاني ، 238/1 مرجع سابق.

² (سورة الحجر الآية (94)

³ (سورة الشعراء الآية (214)

⁴ (سورة إبراهيم ، الآية (1)

⁵ (السيرة النبوية ، ابن هشام ، تحقيق محمد فهمي السرجاني رأي رؤوف شلبي ، 265/1 .

رضي الله عنه وفي إسلامه يقول النبي صلى الله عليه وسلم (ما دعوت أحداً إلى الإسلام إلا كانت عنده كبوة وتردد ونظر إلا أبا بكر ما علم حين ذكرته ، ولا تردد فيه) (1).

وقد تعلم المسلمون الأوائل من رسول الله صلى الله عليه وسلم فمارسوا الإعلام بالرسالة العظيمة كل في موقعة وكل حسب استطاعته ، فمنهم من مارسها خارج مكة ، ومنهم من مارسها في مكة وخارجها ، وهم يعملون والرسول صلى الله عليه وسلم يعمل والإعلام بالإسلام يسير في كل هذه المحاور وسلك كل تلك الطرق ويتخذ كل الأساليب الممكنة بكل الوسائل المتاحة (2).

وانطلق رسول الله صلى الله عليه وسلم بعد ذلك يخبر الناس بدعوته ورسالته ، ويشرح لهم أهدافها ، ويعلمهم طريقها ويرشدهم ويوجههم إلى فوائدها وانطلق بكل قوته وحماسه داخل مكة وخارجها ، ووسط تجمعات أهلها في المسجد وفي الأسواق يقرأ القرآن ويدير الحوار والنقاش ، يصد الأذى عن نفسه وعن أصحابه ، ذلك أن أهل مكة من الكفار لم يكونوا تاركيه يفعل ذلك دون أن يصدوا أهله وأصحابه ، مدافعين عن عقائدهم وأصنامهم وعاداتهم وتقاليدهم وسكرهم ومجونهم ، هكذا بدأ رسول الله صلى الله عليه وسلم يبلغ رسالته الإعلامية برسالة الله عز وجل في كل مكان فيه تجمع لقريش وغيرها وهو يوجز رسالته الإعلامية في كلمات واضحة عميقة المعني ، تجمع كل ما يريد إبلاغه للناس ، كما أن قريشاً تفهمه جيداً ، فقد كان يعلم أنهم علي درجة من الذكاء والقدرة علي الفهم لهذه العبارة الموجزة (يا أيها الناس ، قولوا : لا إله إلا الله تفلحوا) فهي رسالة إعلامية مركزة تثير الفكر وتدعو إلى أعمال العقل كما أنه كان يدرك منذ البداية أن هذا الجمهور سوف يتصدى له ويقطع عليه كلامه لذا لا بد من رسالة قصيرة مركزة تجمع كل ما يريد قوله وفي ذات الوقت تكون واضحة ومفهومة وهي المعادلة الإعلامية الصعبة(3).

وتوالى الفترات واحدة تلو الأخرى ، جاء الإعلام في عهد الصحابة رضي الله عنهم ، حمل الصحابة رضوان الله عليهم أمانة الإعلام بالدعوة (بعدما لحق الرسول صلى الله عليه وسلم بالرفيق الأعلى) ، وحفظها من كيد أعدائها ، وقاموا بنشرها في مختلف البقاع ،

¹ (ابن كثير البداية والنهاية 27/3

² (المسؤولية الإعلامية في الإسلام ، محمد سيد محمد ، ط 1 ، ص 45-46 .

³ (الإعلام الإسلامي ، ماهيته ، خصائص أدواته وأشكالياته الراهنة ، محمد غياث مكين ، ص 92 .

تنفيذاً لأمر الله تعالى وأمر رسوله صلى الله عليه وسلم متخذين من منهجه صلى الله عليه وسلم منهجاً لهم يسيرون عليه ، فزاد بذلك أتباع الإسلام وزادت أراضيه ودخلت فيه أمم شتى وأجناس مختلفة انضوت كلها تحت راية الإسلام ، ولقد قام الصحابة الكرام بإعداد التابعين ليحملوا بدورهم الأمانة إلي من بعدهم ، وليزحفوا بدورهم بالدعوة إلي أفاق جديدة ويكونوا دولة عظيمة لها الكلمة المسموعة في قارات ثلاث ، هي آسيا وأفريقيا وأوروبا⁽¹⁾ .

لقد قام الصحابة رضوان الله عليهم بجهد عظيم في نشر الإسلام ، وكانوا يرسلون الدعاة والمعلمين إلي مختلف البلاد لتعليم الناس الدين ، تحفيظهم القرآن الكريم ، تعريفهم بالسنة النبوية ، حياة الرسول صلى الله عليه وسلم ، كان هذا منهم حيطة واتقاء حتى لا تحدث بدع في الدين وعدم معرفة بأصوله ، وخاصة أن كثيراً من الجماعات دخلت في دين الله أفواجاً بسرعة مذهلة ، ومن هنا نرى الخليفة عمر بن الخطاب يعين في كل بلد معلمين، مهنتهم أن يعلموا الناس القرآن ويفقهوهم في الدين ، وكذلك أمر العمال أن يستيقنوا من أن جميع المسلمين يواظبون علي حضور صلاة الجماعة ، وخصوصاً أيام الجمع وفي شهر رمضان ، ولقد كانت شخصية هؤلاء المعلمين لا تقل أهمية عن شخصية من عهد إليهم بالولاية على بيت المال .⁽²⁾

ولم يتغير نهج الإعلام بالدعوة في العهد الأموي في كثير من الأمور الأساسية ، فالقرآن والسنة هما على رأس مقومات الدعوة ، ثم الأساليب والوسائل التي كانت في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم وصحابته الكرام لم يطرأ عليها جديد ، إلا أنه حدثت حوادث وفتن تحول بعدها الحكم الإسلامي من البيعة والانتخاب إلي الحكم الوراثي ، مما أدى إلي تكوين الفرق والطوائف التي نشأت بينها الحروب المسلحة ، فأضعفت من قوة المسلمين وصرفتهم عن الاشتغال بالدعوة إلي الله تعالى كما ينبغي ، ومن أجل هذا طرأ على المفاهيم الإعلامية للدعوة في هذا العصر مفاهيم جديدة مثل الدعوة إلي الحكم الوراثي ، تأييد الحكم الأموي ، مما سبب بعض الوهن في صفوف المسلمين ، وعلى كل حال لا ينسينا هذا ما قام به الأمويون من أعمال مجيدة في ميدان الدعوة وهم الذين قاموا بالجهاد في سبيل الله ، ووسعوا رقعة الدولة الإسلامية وأدخلوا أمماً كثيرة في الإسلام، وكان منهم

¹ (الدعوة إلي الله تعالى ، أبو المجد حوقل ، ط 1 ، ص 211 .

² (المرجع نفسه ، ص 223 .

الدعاة الذي أمروا بتدوين السنة النبوية ، وأحسنوا اختيار الولاة والقضاة وأصحاب الخراج الأمناء ، وأمّنوا اضطهاد الشيعة وأنشأوا دوراً لإطعام الفقراء ، وأنفقوا على أهل الذمة من بيت المال ، ومنهم عمر بن عبد العزيز وهو صاحب القولة المشهورة لعامله على الخراج في مصر . (ضع الجزية عن أسلم فإن الله سبحانه وتعالى بعث محمداً هادياً ولم يبعثه جابياً) . بهذا الأسلوب وهذه السياسة دخل كثيرون في الإسلام وأعاد إلي الأذهان عهد الراشدين رضوان الله عليهم⁽¹⁾.

ولقد حدثت الحروب الفتن في الدولة الأموية ، ونشأت فرق وطوائف كثيرة أثرت كثيراً في ميدان الدعوة إلي الله تعالى ، حيث كان لكل فرقة منهجها وأسلوبها في الدعوة ونشر مذهبها ورأيها ، ولكن ظهرت هذه الأمور بوضوح أكثر في الدولة العباسية .

وأتى بعده الإعلام في العهدين العباسي والفاطمي ، وقد تكونت الدولة العباسية على أنقاض الدولة الأموية وانفتح المسلمون على ثقافات كثيرة متنوعة منها الفارسية والرومانية والهندية وغيرها ، ونشط المسلمون في مختلف العلوم في المجتمعات المختلطة ، ونشطت الحركة العلمية وأزدهر الفقه والحديث ، وظهر كبار المؤرخين وكتاب السير والفلاسفة وعلماء اللغة ، حيث بقي للمسلمين قدم السبق في تلك القرون الثلاثة الأولى من العهد العباسي والقرون التي تلتها ، ثم أتى زمن الضعف والوهن في الدولة العباسية وحدث التفكك السياسي نتيجة للشعبوية وتمرد الفرس واستيلاء الترك للخلافة ، مما أدى إلى الحركات الانفصالية ، وتكوين دويلات داخل الدولة الكبيرة مما أضعف من شأنها وأطاح بقوتها ، واستمر الحال حتى ضرب المغول الدولة الضاربة القاصمة ، ثم استولي عليها الصليبيون ، فأذاقوا المسلمين سوء العذاب بدءاً من الأندلس وانتهاءً ببلاد الشام ، ونتيجة لهذا الحال لم تجد الدعوة إلى الله تعالى رعاية كافية سوى بعض المجهودات الفكرية ، والتي كان من أثرها انتشار الإسلام في كثير من البقاع ، منها اندونيسيا وبلاد الشرق الأقصى والصين ، ولقد ساعدهم في ذلك يسر الإسلام ووضوح مبادئه الحقّة.

¹ (الدعوة إلي الله ، أبو المجد نوفل ، مرجع سابق ، ص 224

إن المسلمين الجدد كانوا يسارعون في إعلام إخوانهم وذويهم وأهاليهم بالإسلام وكان عدد الداخلين في الإسلام عن هذا الطريق أكثر من عدد المسلمين الذين دخلوا الإسلام عن طريق الفتح الإسلامي لبلادهم .

وأما ما يتعلق بالعهد الفاطمي فتعتبر الدولة الفاطمية صاحبة نظام إعلامي فريد لم تسبقها إليه دولة من الدول ، حيث يعتمد الإعلام في الدولة الفاطمية على الدعاية ، وتم تكوينه والإنفاق عليه بسخاء كبير ، وأعدت المدارس المختصة مثل دار الحكمة إعداداً علمياً خاصاً.(1)

فالإمام يختار داعي الدعاة ليشرف على الدعوة فيرأس مجالس الحكمة ويرسم منهج الدعوة .

ودعاة الجزيرة عملهم هداية الناس ، وأخذ العهد عليهم أن يخلصوا للدعوة الفاطمية ، والدعاة المستشارون يقومون بوظيفة التشكيك بين صفوف العامة ، ويوهمونهم بأنهم في حاجة إلى تصحيح عقائدهم ، وما يزالون بهم حتى يطلب العامي تصحيح عقيدته وهدايته إلى الصواب ، فإذا تم ذلك بعث به إلى داعي الجزيرة الذي يلقي عليه درساً منظماً في العلوم الباطنية ، فإذا نجح الطالب هنا يرسل إلى داعي الدعاة ليتلقى دروساً في الباطنية ويؤخذ عليه العهد والميثاق لحفظ أسرار الدعوة ونشرها بكل قوة (2).

ولا ريب أن الخلافة الفاطمية كانت ترمي ببث هذه الدعوات لغايات سياسية أكثر منها دينية وهي حشد المستتيرين والخاصة تحت لواء الخلافة الفاطمية ولجعل إمامها زعيماً دينياً للعالم الإسلامي يحرك العامة لتأييد كلمتها وتوطيد سلطاتها وتنفيذ غاياتها(3).

وأما الإعلام في العصور الوسطى فإن تاريخ الصحافة بدأ حقيقة في الغرب عند ظهور الأنباء في القرن الثالث عشر ، والأنباء كانت صفحات مخطوطة تحمل أخباراً وقد

¹ (الدعوة إلى الله تعالى ، مرجع سابق ، ص 227 س

² (الإعلام له تاريخه ومذاهبه ، مرجع سابق ، ص 52- 54

³ (الإعلام والدعاية ، محمد عبد القادر حاتم ، ط 1 ، ص 28

انتشرت خاصة في إيطاليا (إنيزي) وألمانيا (زيتونفن) وكانت لمصلحة الكبار وأغنياء التجار ، ورجال المصارف(1) .

ثم كان لاكتشاف (المطبعة درر حاسم في تقرير الإعلام في أوروبا الغربية والتي تم اكتشافها علي يد جوتنبرج عام 1436م وتقدمت خلال القرن الخامس عشر إلا أن مردود المؤسسات الطباعية كان قليلاً نظراً للتكلفة الباهظة فلجأ أصحاب هذه المؤسسات إلي تغذية فضول الناس وذلك بنشر أخبار الأحداث السياسية الكبرى ، كتهديدات الغزو الاكتشافات البحرية الكبيرة والحروب) ثم في نشر الأفكار والنزاعات الناشئة عن النهضة والإصلاح الديني(2).

وفي بداية القرن السابع عشر ولدت فكرة جمع الأخبار وقام أصحاب المطابع بطبع النشرات الإخبارية وظهرت أول صحيفة مطبوعة في أنغزس (بلجيكا قام بها إبراهيم فيرهوتن في تلك المدينة(3).

وظهرت في ستراسبورغ سنة 1606م إحدى أوائل الصحف في فرنسا ثم صحيفة الأغازيت سنة (1631م) وفي القرن الثامن عشر بدأ الإعلام يتخذ شكلاً عصرياً أو شبه عصري فلقد أهتم مؤسسو الدولة الأمريكية بالإعلام اهتماماً خاصاً نتيجة لاهتمامهم برصد وقياس الرأي العالمي ، ولقد فاض القرن الثامن عشر بأمتلة كثيرة عن الإعلام وأثره في نطاق الحرب والدبلوماسية واستتباب الحكم الداخلي(4). وفي القرن التاسع عشر تمشي الإعلام مع التطور الفني ، فظهرت وكالات الأنباء المعروفة ، فبين سنوات: 1840- 1985 تكونت الوكالات الرئيسية للأخبار ومن أولها وكالة فأس والتي ظهرت سنة 1835م ، ووكالة سوشيتد برس والتي ظهرت سنة 1848م ومنذ تلك الوقت تطور الفن الصحفي ذاته فظهرت القنوات العريضة وكثر عدد الأعمدة الصحفية وشاعت الرسوم

¹ (الإعلام ، فرناند ترو ، ترجمة محمود القندور ، ص 13 .

² (الإعلام ، فرناند ترو ، ترجمة محمود القندور ، مرجع سابق ، ص 14

³ (الإعلام له تاريخه ومذاهبه ، مرجع سابق ، ص 13

⁴ (الإعلام والدعاية ، محمد عبد القادر حاتم ، مرجع سابق ، ص 30

والصور ونحو ذلك ، ثم في منتصف القرن التاسع عشر ظهرت الصورة الفوتوغرافية التي أحدثت في عالم الأخبار تقدماً هائلاً ، كما هو معروف في تاريخ الصحافة (1).

وفي القرن الحالي وسائل إعلامية جديدة مثل السينما والراديو والتلفزيون ففي سنة 1895م فتحت أول دار للسينما في باريس وبين عامي 1920 - 1921م سمعت الإذاعات الأولى من إنجلترا والولايات المتحدة ثم في فرنسا وفي الثالث من نوفمبر سنة 1925م صدرت أول صحيفة ناطقة في فرنسا وفي سنة 1949م ظهر أول شريط تلفزيوني للأخبار وهكذا تقدم الإعلام تقدماً كبيراً حتى أن الخبر الذي يحدث علي مسافة بعيدة جداً يصل إلينا بعد دقائق معدودات .

ولقد أصبح الإعلام في العصر الحديث جزءاً هاماً في حياة الناس في جميع أنحاء العالم وذلك بعد أن أدركت الحكومات أنه يجب عليها تزويد الناس بالأنباء والمعلومات والحقائق التي تساعدهم علي الاشتراك في شؤون الحكم ولعلنا في غير حاجة إلي القول بأن العلاقة بين الحكام والمحكومين تزداد قوة وتوثقاً كلما أطلع المحكومين علي مجريات الأمور .

في كل عصر يختلف من الآخر لأن في البداية الرسول صلى الله عليه وسلم هو الذي كان يخطط ويقول ويفعل معتمداً علي القرآن الكريم والسنة النبوية إلا بعد ظهور بعض العصور الأخرى دخلت بعض المفردات والتجارب التي ظهرت في العالم فغيرت من وضع تاريخ الإعلام الإسلامي

المبحث الثاني

المطلب الأول: أهداف الإعلام الإسلامي

المطلب الثاني: وسائل الإعلام الإسلامي

المبحث الثاني

أهداف ووسائل الإعلام الإسلامي

المطلب الأول: أهداف الإعلام الإسلامي :

الهدف الأول : الدعوة إلى الله :

والدعوة بمعناها العام أي دعوة المسلمين والدعوة فرض كفاية على المسلمين أي يتعين على فئة منهم أن تتفرغ لهذا العمل وتعكف عليه وحده وتحلص فيه

ولقوله تعالى ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾ (1) والدعوة لها آداب وشروط يجب على الداعية استيفاؤها قبل التصدي لهذه المهمة الجليلة وهي :

(1) أن تكون الدعوة إلى الله وليس لشيء غيره ، دعوة خالصة النية لا يخالطها غرض من أغراض الدنيا.

(2) أن يكون الداعي على بصيرة أي على علم ويقين .

(3) أن تكون الدعوة وفق ما شرعها الله ورسوله فلا يبتدع في أحكامها ولا يحذف فيها أو تخفي منها جوانب معينة مخافة الناس .

(4) أن تكون الدعوة بالحكمة ، الحكمة عبارة عن معرفة أفضل الأشياء بأفضل العلوم.

(5) أن تكون بالموعظة الحسنة أي بتذكير الناس بأيام الله وحكم الله وعبر الزمان لترقيق القلوب وكسب النفوس .

(6) المجادلة بالحسنى ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ

أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾ (2)

(7) عدم مجاراة الكفار في أسلوبهم أو في تجنيهم .

(8) الامتناع عن سب الكفار أو آلهتهم حتى لا يسبوا الله ولكن يكتفي بالجدال ومقارعة الحجة بالحجة .

¹ (سورة فصلت الآية (23)

² (سورة النحل الآية (125)

الهدف الثاني : الدفاع عن المسلمين وتبني قضاياهم :

أمة الإسلام أمة واحدة يقول الله تعالى ﴿ إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاعْبُدُونِ ﴾ (٩٢)

وفي آيات الولاء والبراء في سورة النساء حيث يقول الله تعالى ﴿ وَذُوالَوْ تَكْفُرُونَ كَمَا كَفَرُوا فَتَكُونُونَ سَوَاءً فَلَا تَتَّخِذُوا مِنْهُمْ أَوْلِيَاءَ حَتَّىٰ يُهَاجِرُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَإِن تَوَلَّوْا فخذُوهُمْ وَأَقْتُلُوهُمْ حَيْثُ وَجَدْتُمُوهُمْ وَلَا تَتَّخِذُوا مِنْهُمْ وِلِيًّا وَلَا نَصِيرًا ﴾ (٨٩) (1) ويقول سبحانه وتعالى ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَتَّخِذُوا الْيَهُودَ وَالنَّصَرَىٰ أَوْلِيَاءَ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ وَمَن يَتَوَلَّهُمْ مِنكُمْ فَإِنَّهُ مِنَّهُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ ﴾ (٥١) (2) ويقول الله تعالى ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَتَّخِذُوا ءَابَاءَكُمْ وَإِخْوَانَكُمْ أَوْلِيَاءَ إِن اسْتَحَبُّوا الْكُفْرَ عَلَى الْإِيمَانِ وَمَن يَتَوَلَّهُمْ مِنكُمْ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴾ (٢٣) (3) ويقول الله ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَتَوَلَّوْا قَوْمًا غَضِبَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ قَدْ يَسُؤُوا مِنَ الْآخِرَةِ كَمَا يَبِيسُ الْكُفَّارُ مِنَ أَصْحَابِ القُبُورِ ﴾ (4)

ويتبين من ذلك أن هذه الآيات كلها تجعل المؤمنين وحدة واحدة يوالي بعضها بعضاً كالجسد الواحد إذا اشتكى منه عضواً تداعى له سائر الجسد بالحمى والسهر والقرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة هما مصدرا التشريع الإسلامي وقد بينت الآيات الكريمة والأحاديث الشريفة التي ورد بعضها في نصرة المسلم الدفاع عنه وعن حقوقه أنها فريضة دانة خذلانه أو التقاعس عن نصرته ذنب عظيم استوجب مرتكبه العقاب.

ومن ذلك يتبين أن الإعلام الإسلامي مطالب بالدفاع عن قضايا المسلمين والاهتمام بأمرهم في مشارق الأرض ومغاربها فيرسل مندوبيه لجمع المعلومات الموثقة ويحسن عرضها ويطبعتها في أفلام وثائقية تسجيلية ينشرها على الملأ في شتى وسائل الإعلام من

1 (سورة النساء الآية (89)

2 (سورة المائدة الآية (51)

3 (سورة التوبة الآية (23)

4 (سورة الممتحنة الآية (13)

صحافة وتلفاز وإذاعة ولا يألوا جهداً في مقاومة الظلم الواقع على الأمة بالكلمة والصورة والصوت.

إن الدفاع عن قضايا المسلمين يعتبر في هذا العصر أهم أساس من أسس الإعلام الإسلامي في مشارق الأرض ومغاربها من الفلبين والهند إلى فرنسا وألمانيا وقد أثبت الإعلام الإسلامي تقاعسه وتخلفه عن مجاراة أحداث البوسنة والهرسك ولم يستطع التوظيف الصحيح لخدمة قضايا ذلك الشعب البائس رغم إن الهول الذي عاشوا فيه يفوق معاناة اليهود المضخمة في ما سمي بأفران الغاز إن صدقت الأسطورة (1).

الهدف الثالث : الدفاع عن الإسلام:

المقصود به رد الشبهات التي يثيرها أعداء هذا الدين في الداخل والخارج ومحاولات التحريف وتحويل المسلمين عن دينهم ومحاولات تحجيم الدين ودوره في المجتمع المسلم وأيضاً وهذا الأهم محاربة التصرفات المشينة لبعض المنتمين للإسلام في ترويع الأمنيين وانتهاك ما حرم الله من الأموال والحرمان والأرواح بسبب الاستدلال الفاسد والتطرف في الفكر كون ذلك ردة فعل غير مقبولة ولا مبررة لما آل إليه حال الأمة من ضعف ووهن وفساد ، وضرورة الكشف عن حقائق الدين ورحمته وتسامحه ، لأن هذه التصرفات تلصق عمداً بالإسلام، ودعاية ويتخذها أعداء الإسلام من العلمانيين والملحدين وسيلة للهجوم على الدين الإسلامي وعقيدته وأحكامه ، والهجوم على المؤسسات الدينية حتى أصبحت تهمة مساندة الإرهاب تلصق بأي مسلم ملتزم أو مؤسسة إسلامية وأصبحت اللحية مصدر إرهاب والحجاب تزلت والعمامة سخرية (2) وغيرها من القضايا التي تهم المجتمع المسلم التي شوهاها العدو وغير فكره عن مبادئ وتعاليم الإسلام كما يجب وتوضيح ذلك بالدليل القاطع والفكر المستنبط بالإجماع والأسس العقلية الكاملة للدفاع عن الإسلام وقضايا المسلمين .

¹ (الإعلام الإسلامي رسالة وهدف ، المرجع السابق ، ص 104 .

² (المرجع نفسه ، ص 105

الهدف الرابع : الذود عن أخلاق المجتمع المسلم وتزكيتة :

وهذا هدف من أعظم أهداف الإعلام الإسلامي وأبعدها أثراً في النفوس وأدومها في الزمن المنظور أو البعيد لأن برامج الإعلام تؤثر في الشباب والشيوخ والأطفال والنساء، والمتعلم والأمي والبر والفاجر والعالم والجاهل ، لأن وسائل الإعلام غزت البيوت والمصانع وأماكن التجمعات البشرية سواء على مستوى العائلة أو مستوى الجماعة أو على مستوى الأفراد، وقد أصبحت أداة تأثير شديد على النفوس ولا يوجد فرد من أفراد المجتمع لا يتعرض لتأثير وسائل الإعلام ، ومن هنا كان واجب الإعلام عظيماً وهدفه مؤثراً علي حاضر المجتمع ومستقبله بخاصة الفئات الأكثر تأثراً به وهم الأطفال والمراهقون حيث تمثل وسائل الإعلام مصدراً من مصادر التعليم ومركز تقليد ومحاكاة وذلك لطول المدة التي يقضيها الناس أمام وسائل الإعلام ، التي تعمل على نشر أفكارها بشكل دائم ومتلاحق وفي مختلف المجالات والبيادين⁽¹⁾.

ويتضح من ذلك أنه لا بد للإعلام الإسلامي أن يلتزم بقواعد أساسية لبلوغ هدفه وهو الإسهام في تربية المجتمع وتزكيتة والدفاع عن أخلاقه القرآنية وآدابه الإسلامية ، فينتج البرامج الهادفة المدروسة بعناية لترسيخ القيم النبيلة والأخلاق الصادقة ، والوفاء بالعهد والنزاهة والعفة ، والحياء والرحمة والحب والإخاء والكرامة ، وغير ذلك من صفات لأنها تنمي الروح والعقل وتهتم بدفع المعنويات الصادقة للأمام ، ويجب أن نتبع فيه البرامج الجذابة والمحبة بعيداً عن التنفير والملل ، ويعتمد فيه عن طريق القصص والبرامج التمثيلية والتعليم عن طريق الفكاهة وبعيداً عن الوعظ المباشر والتدريس والمحاضرة ، ورغم أن بعض الناس لهم تأثير عن طريق المحاضرة وقدرة على الإقناع.

وهذا الهدف يعتمد على بُعد ومحاربة الفحشاء والرذيلة في المجتمع المسلم : يقول الله تعالى ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ ءَامَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿١٩﴾ (2) .

¹ (المرجع السابق نفسه ، ص 106

² (سورة النور الآية (19)

ويتضح من ذلك أنه تقع مهمة عظيمة علي عاتق الإعلام الإسلامي في حماية المجتمع من الرذيلة والفاحشة ، عن طريق تنقية برامجهم من كل ما يدعو إلي رذيلة أو يحببها إلي الناس من إعلانات إلي المقالات والتحليل الإخبارية وأفلام الأطفال .

هنالك أهداف تفصيلية كما يرى منتصر حاتم⁽¹⁾ :

إن الإعلام الإسلامي لا يقتصر دوره علي قضايا معينة يحققها لهذا الإنسان ولكنه يتدخل في كل قضية من قضاياها بالدور الملائم والمناسب .

أهدافه العقائدية : للإبلاغ بها صافية نقية ولترسيخها في نفوس المدعوين ولرد الشبهات المعروضة من قبل المخالفين لصد الآخرين عن الوصول إليها .

الأهداف الثقافية : لتعميم الوعي والفهم والتكوين والتفقه والمعرفة والتربوية من أجل إيجاد الفرد الصالح السوي . وفي مجال الثقافة لابد للإعلام الإسلامي أن يعيد صياغة العقل المسلم وتشكيله والوصول إلي العقل المرتب اليوم وهي دعوة مزدوجة أو ذات هدفين رئيسيين:

1. تصحيح التصور : وذلك بالقدرة على الرؤية للخطوط الإسلامية والمسارات وأن تكون متواصلة متكاملة متوازية لا يصطدم بعضها ببعض الآخر ، لتأخذ بعدها بضبط وربط القدرة على تكوين العقلية التي تمتلك أجديات الثقافة الإسلامية التي تستطيع من خلالها أن تفسر الظواهر الاجتماعية تفسيراً إسلامياً ، تصدر عن تصور شامل للكون والحياة والإنسان ، لا تقع فريسة للتفسيرات غير الإسلامية كما أنها لا تبقى مشوشة غير قادرة على التوازن والاعتدال .

2. تخليص العقل من التركيز علي النظرة الجزئية لأن التركيز عليها يؤدي إلي آفات عقلية ، أقلها العجز والانحسار كما يؤدي إلي تضخيم دور بعض الفروع والجزئيات، الأمل الذي يقتل الإبداع ويصيب قدرة العطاء عن الإنسان ، ويوقع في التقليد ويحرم صاحبه من

¹ (أيولوجيات الإعلام الإسلامي ، منتصر حاتم حسين ، عمان ، ط 1 ، 2011م ، ص 75

الإفادة من جهود الآخرين سواء كان ذلك بالتعامل مع التراث أم بالقدرة على استلهاهم الكتاب والسنة لمواجهة حاجات العصر المتجددة⁽¹⁾.

ويتبين من ذلك أن طاقات المسلمين الثقافية وتوحيد مشاربهم يؤدي إلى وحدة فكرية والوحدة الفكرية تؤدي بالطبع إلى وحدة عضوية مكتملة.

وأهدافه اجتماعية : الرامية إلى تماسك المجتمع وترابطه ، وترسيخ معاني الأخوة والمحبة والإيثار فيه وغرس روح التعاون علي البر والتقوى فيما بينه وتبدأ أهدافه الإصلاحية بالفرد ثم الأسرة ، ثم المجتمع ، ثم الحكم في آن واحد

وله أهدافه الاقتصادية : الرامية إلى تحسين أوضاع الأمة في الكسب والإنفاق و ترشيدها في الأخذ والعطاء والحماية من الغش والاحتكار والتحذير من النهب والاستغلال والمحاربة للربا وأكل الحرام وعرض أفضل الطرق وأيسرها للتجارة وإدارة الأموال دون أن توجد في الأمة ضيقاً وعتناً أو تسبب للدولة أزمة وخنقاً .

وله أهداف سياسية : للتوجيه والإرشاد والنصح والمشورة والطاعة والالتزام والرعاية لمصالح الأمة والمحافظة علي أمنها وحريتها هذا في الداخل وتنظيم العلاقات الدولية وتحديد مسارها سلماً وحرباً وصدقة ومعاهدة ... إلخ .

وله أهدافه العسكرية الجهادية : للتوعية والاستنفار ورفع الروح المعنوية في صفوف المجاهدين وللحرب النفسية على الأعداء المحاربين ، ثم لكشف المخططات وفضح المؤامرات والإسهام في التعبئة العامة والإعداد الشامل من الناحية الفكرية والمعنوية والروح القتالية .

وله أهدافه الترفيهية :- للتسلية والترويح ولتجديد النشاط وأداء الواجبات والقيام بالمسؤوليات ، كما أنها أيضاً للتدريب على معاني القوة ووسائل الجهاد في سبيل الله ، وهذه من مميزات وخصائص وهو الإسلام ، لأنه لهو يريح القلب ويدخل السرور والمرح

¹ (إعادة تشكيل العقل المسلم ، عماد الدين خليل ، ط 2 ، قطر رئاسة المحاكم الشرعية والشؤون الدينية ، بدون تاريخ ، ص 10 .

على النفس في ذلك كان الترفيه في الإعلام الإسلامي منضبطاً بكونه لا يتنافى مع الآداب وحسن الأخلاق ولا يتحول إلى عادة في كل صباح ومساء. (1)

وإن تعددت الأهداف فإن الإعلام الإسلامي أهدافه يحقق لنا رؤية مستقبل أمة الإسلام.

والإعلام الإسلامي يسهم بوضوح في العمل من أجل تعميق مشاعر الولاء للإسلام والاعتزاز بالهوية المميزة للأمة الإسلامية والرغبة الصادقة في الارتفاع بمستوي الأمة من حال الهوان والذل والتخلف إلى مرافئ العزة ، والتقدم بالقول والعمل والعاطفة والعقل، ولا بد أن يدافع الإعلام الإسلامي عن الإسلام عقيدة وحضارة وثقافة وواقعاً ويرد كيد الأعداء عن الإسلام وتنفيذ الشبهات التي تلصق به بغير وجه حق وعلى الإعلام الإسلامي أن يذب عن العقيدة الإسلامية (2).

ومن أهداف الإعلام الإسلامي أن يوضح أن العقيدة الإسلامية أساسها التفكير والنظر ولا بد أن يكون الإيمان بها عن يقين واقتناع لا عن تقليد واتباع ولذلك كان إيمان المقلد مشكوكاً فيه (3).

إن أمتنا الإسلامية تواجه تحديات إعلامية من نوع خاص وهي التحديات التي تستهدف العقيدة والفكر والعقل والوجدان وذاكرة الأمة وكيانها وتاريخها وهذه أخطر التحديات التي ينبغي علينا أن نواجهها وأصبح لزاماً على الإعلام الإسلامي أن يرد علي افتراءات المغرضين على الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) (4).

إذ أن هذه الشبكة تقدم صورة بشعة وغير صحيحة عن الإسلام ويتبين من ذلك أنه لا بد من تخطيط لهذه الأهداف ، ووضعها عن طريق برامج معينه يتم تحقيقها في كافة البرامج ، بطريقة نصح وإرشاد عبر شركات وقنوات تستطيع أن تحقق برامج إسلامية تربي الأجيال علي الإسلام ، وترفع من قدر المجتمعات الإسلامية وتحتل المركز الأول في كافة دول العالم

¹ (أيدولوجيات الإعلام الإسلامي ، مرجع سابق ، ص 72 .

² (الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي ، عبد القادر طاش ، ط1 ، الرياض ، 1995م ، ص 44 .

³ (الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي ، محي الدين عبد العليم ، بدون طبعة ، القاهرة دار الفكر ، بدون تاريخ ، مرجع سابق ، 121 .

⁴ (الإعلام الإسلامي ، عبد المجيد شكري ، ط1 ، القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع ، 1999م ، ص 8 .

المطلب الثاني : وسائل الإعلام الإسلامي :

ولقد استخدم المسلمون الأوائل الوسائل المعروضة وقاموا بتطوير بعضها تحسیناً وتجويداً، وأضافوا إليها وسائل جديدة ، ومن هنا تميز الإعلام بتنوع وسائله مع الاستفادة الكاملة مما يستحدث من الوسائل والتقنيات الإعلامية (1).

وهذه وقفة مع أهم وسائل الإعلام الإسلامي قديماً وحديثاً :

القدوة الحسنة :

وهذه الوسيلة العظيمة مبنية على غريزة التقليد والمحاكاة عند البشر ، وذلك بما لها من تأثير فعال في ميدان الإعلام والتربية والتعليم ، ورُبَّ رجل يقتدي به في عمل يكون أنجع وأنجح من كثير من الجهود الإعلامية لنشر فكر أو عقيدة أو سياسة ، وقد اهتم القرآن بهذه الوسيلة فلفت أنظار المؤمنين إلى أحسن القدوة وخير الأسوة سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم لنهتدي بسنته ونقتدي بأقواله وأفعاله فقال سبحانه وتعالى ﴿ لَقَدْ كَانَ

لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ۗ ﴾ (2)

فرأينا في رسول الله صلى الله عليه وسلم والصحابة الكرام تطبيقاً عملياً واهتماماً شديداً بهذه الوسيلة فكانوا مضرب المثل في نشر القيم التي دعا إليها الدين الجديد ، وترجموا بأفعالهم تعاليم دينهم من المساواة والعدالة والرحمة والتكافل والشجاعة والبذل والتضحية والإيثار ، فكانوا سبباً لدخول الشعوب والأمم في دين الله أفواجاً لما رأوه من السمو الأخلاقي والسلوكي في سيرتهم الراشدة المباركة (3) .

¹ (الإعلام الإسلامي : خصائصه وأهدافه ، عناية الله إبلاغ ، ط 1 ، عالم الفكر . القاهرة ، ص 84-89.

² (سورة الأحزاب ، الآية (21)

³ (الإعلام في صدر الإسلام ، مرجع سابق ، ص 44-69

الكلمة الطيبة :

إن للكلمة مكانة عظيمة كوسيلة إعلامية من قبل الإسلام ، إلا أن إسلامنا تعامل مع الكلمة باهتمام كبير ونبه علي خطورتها في كتاب الله سبحانه ف جاء قوله سبحانه تعالى ﴿ مَا يَلْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ ﴾ (1)

وبين الله سبحانه وتعالى ﴿ أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ ﴾ (٢٤) تُوِّقَتْ أَكْلَهَا كُلِّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿ ٢٥ ﴾ وَمَثَلُ كَلِمَةٍ خَبِيثَةٍ كَشَجَرَةٍ خَبِيثَةٍ اجْتُثَّتْ مِنْ فَوْقِ الْأَرْضِ مَا لَهَا مِنْ قَرَارٍ ﴾ (٢٦) (2)

وفي السنة المطهرة أيضاً جاء التأكيد على مكانة الكلمة فقال النبي صلى الله عليه وسلم (إن العبد ليتكلم بالكلمة من رضوان الله ، لا يلقي لها بالاً ، يرفع الله بها درجات وإن العبد ليتكلم بالكلمة من سخط الله ، لا يلقي لها بالاً يهوي بها في جهنم) (3).

الخطبة :

وهي من الفنون الإعلامية القديمة ، وقد ظهر أثرها في شبة الجزيرة العربية قبل الإسلام ، واستخدمها الخطباء بهدف الإقناع واستمالة الآخرين بالتأثير فيهم عاطفياً وعقلياً معاً وقد تعامل الإسلام مع الخطبة تعاملًا متميزاً بل جعل منها فريضة يستمع إليها في أيام الجمع والأعياد ، وللخطبة عند المسلمين مكانة خطيرة في القديم والحديث ، لم تستطع وسائل الإعلام الحديث زحزحتها ، وما تزال الخطبة إلى الآن من الفنون الإعلامية المؤثرة التي لو أحسن الخطباء استغلالها لفاق تأثيرها كل وسيلة (4) .

المناظرة : وتعد أكثر الوسائل إثارة وجذباً لانتباه المتلقين وهي من أهم وسائل الإعلام ، خاصة في زمن اختلاط المفاهيم وصراع الأفكار والمذاهب المختلفة ، وتكون بين اثنين من تيارين مختلفين يبرهن كل مناظر على صحة أرائه ومعتقداته ، مع بيان الشبهات ورد حجج المخالفين .

1 (سورة ق ، الآية (18))

2 (سورة إبراهيم ، الآيات (24-26))

3 (صحيح البخاري ، كتاب الرقاق . باب حفظ اللسان حديث رقم 6113 .)

4 (مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي ، محمد عماد محمد ، كتاب الأمة ، فطر ، عدد 28 ، ص 58-60)

القصيدة الشعرية :

بقي الشعر وسيلة من وسائل الدعوة والدفاع عن الإسلام كقصائد حسان بن ثابت وعبد الله بن رواحة ، وغيرهم من الأصحاب رضي الله عنهم ، واستمر هذا الدور الإعلامي متميزاً في تسجيل الحوادث ، وذكر البطولات وتقنيده الشبهات ، وجمع العلوم وتقبيدها وغير ذلك من فنون البيان الشعري البليغ . (1)

الحج إلى بيت الله الحرام :

هو المؤتمر الأعظم لاجتماع المسلمين سنوياً في هذا الرحاب الطاهر ، يجتمع المسلمون من مشارق الأرض ومغاربها ، مستجيبين لنداء ربهم ولقوله تعالى ﴿ وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَىٰ كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَكَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ ﴾ (2) والحج من أعظم وسائل الإعلام الإسلامي تظهر فيه وحدة الأمة وسمو مبادئها ، ويبدو جلياً تعظيم الرب سبحانه ، وطاعة النبي عليه الصلاة والسلام والولاء للإسلام وأهله ، والبراءة من الكفر والكافرين ، كما يتجلي اتصاف أمة الإسلام بالسلام والعدالة ، والمساواة والرحمة ، من خلال مناسكه الجليلة في سياق إعلامي جهير ليس له نظير (3) .

المطبوعات :-

وتشمل الصحف ، والمجلات الإسلامية المتخصصة وتتضمن أيضاً الكتب والكتيبات الإسلامية ، والملصقات والمطويات ، وفي هذا المجال فمكتبتنا الإسلامية تزخر بكم هائل وقيم من المصنفات التي تمثل مرجعاً لجميع الكتاب والباحثين والمنقذين ومسترشدين ، وكل هذه الوسائل المطبوعة تسهم بشكل كبير وفعال في مجال الإعلام الإسلامي وقضاياها المختلفة وتعمل علي معالجتها معالجة إسلامية واعية .

الإذاعة :

¹ (الإعلام في صدر الإسلام ، مرجع سابق ، ص 26-28

² (سورة الحج ، الآية (27)

³ (الإعلام في صدر الإسلام ، مرجع سابق ، ص 26-28

يعتبر الإرسال الإذاعي من أقدر وسائل الاتصال لتمييزه بعاملتي السرعة والقدرة علي الانتشار الواسع ، فيتحقق له القدرة علي مخاطبة أكبر قطاع من الجماهير وتوصيل الرسالة الإعلامية إلي أوسع دائرة من هذه الجماهير .

التلفاز :

يتميز بين الوسائل الإعلامية بجمعه بين العناصر الثلاثة المؤثرة وهي الصوت والصورة والحركة ، فيمتلك من الفعالية والتأثير ما لا يتوفر لغيره من الوسائل ، ولذلك نجده حائزاً على اهتمام الصغير والكبير والعديد من القطاعات في المجتمع ويمثل التلفاز أداة تربوية وتثقيفية وترفيهية فعالة ونافعة إذا أحسن استخدامه وتوجيهه (1).

وفى التلفزيون والإذاعة كل منهما موجود الآن على الحقيقة ولكن توجد بعض القنوات من يؤدي دور الإسلام مثل الرسالة وإقرأ وطيبة والرحمة.

الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) :-

اننا نعيش في عالم متسارع من التقدم المعلوماتي ، والتقنيات الحديثة المتلاحقة ، التي غطت أرجاء العالم الإسلامي وفرضت نفسها كأخطر وأعظم الوسائل الإعلامية ، في عصرنا الحاضر لما تتمتع به من مزايا فائقة جامعة لكل خصائص وسائل الإعلام الأخرى ففيها المشافهة وجهاً لوجه وفيها الاستماع وفيها الصوت والصورة والحركة جميعاً ، وفيها الوسائل المطبوعة المقروءة ، إنها بحق الوسيلة الجامعة لكل محاسن الإعلام ، وأيضاً الجامعة لكل مساوئه بل أكثر ، فهو ساحة عرض لكل الأفكار ، ولجميع الملل والنحل ، وكما أن للمؤمنين جهوداً كبيرة فلغيرهم للأسف جهوداً أكبر وأوسع انتشاراً ، لا ببارك الله فيهم تجذب المستخدمين للشبكة من جميع الأعمار ورغم كل الجهود المخلصة في هذا المجال الفسيح فإنها تبقى قليلة وقاصرة تحتاج الدعم ، والزيادة والتنوع والمثابرة والتنظيم وترتيب الأولويات .

ولذلك يجب أن نعمل بالقرآن من أجل ترسيخ القيم والأخلاق والمواعظ لتنشيط الأمة من الضباب الذي دخل علينا من قبل العدو واتباع المبادئ ووضع فكرة جديدة في

(1) الإعلام في المجتمع الإسلامي ، حامد عبد الواحد ، ط 1 ، ص 31-35 .

إعلام إسلامي قيم لا بد أن نستفيد من السنة النبوية قولاً وفعلاً وقدوة في تطوير برنامج فكري تنتفع به الأمة في كافة مجالاتها وفي القدوة الحسنة ، فالنبي صلى الله عليه وسلم خير دليل علي العمل الإعلامي الدعوي كيف كان ينشره بخطواته المدروسة ، من أجل تعزيز قدرات المسلمين في أيام نشر دعوته والي اليوم لا بد من أن نجتهد في وضعه هو في كافة القنوات الإسلامية الهادفة من أجل نشر الإسلام في كافة أنحاء العالم .

والأذان والكلمة والخطبة والمناداة والمسجد والقصيدة الشعرية ، كل منهما يوصل لنا هدف إلى اليوم ثابت لم يتغير في طريقة أداءه إلا أن القصيدة الشعرية أصبحت ليست القصيدة التي تهدف إلي نشر الدعوة الإسلامية ما دخل عليها من مفردات وعبارات لا تدل إلا على ركافة المعاني وهدم القيم والأخلاق حينما أصبح بعض الشعراء الهدف من كلماتهم جمع المال والشهرة أما بالنسبة للمطبوعات فأصبحت كل منها تعمل من أجل إعلام ليس بمفهوم إعلام لما دخل عليه من نظريات تطبق وشعار يقال ولا يفعل في الواقع .

والشبكة العنكبوتية (الإنترنت) توجد كثير من مواقع إسلامية على الانترنت في كافة البرامج ولكن ليست مستخدمة بالكم المقصود لجهل بعض الناس من الاستفادة منها ويستخدمها في تطوير فكره ونشر للمعومات التي تقود هذه الأمة للأمام ولكن البعض منا مشغول بالبرامج الغير مفيدة البرامج التي استهدفنا العدو أن يشغلنا عن ديننا الإسلامي بكافة برامجهم وتطوير جهدنا وقيمنا وأخلاقنا ولكن يصبح باب الأمل مفتوح أن تطبق كل وسيلة من وسائل إعلامنا الإسلامي أن تعمل من أجل تطوير الإسلام وتعزيز قدرات الشباب بوضع أهداف وخطط وبرامج تدعم المجتمع المسلم وغير المسلم وتكون أكثر انتشاراً بكافة دول العالم .

وقد شهدت الانترنت تطوراً كبيراً أثر على المؤسسات والمنظمات الموجودة في المجتمع على طريقة عمل هذه المؤسسات بل وعلى أداء العاملين بها.

ويتيح الإنترنت لمستخدم الكمبيوتر الحصول على معلومات مقروءة ومسموعة ومرئية عبر صفحات الكترونية يتصفح فيها المستخدم من خلال حسابه الشخصي كما تسمح بمشاهدة الصور ولقطات الفيديو بالصوت والصورة وتوجد على شبكة الانترنت صفحة

لكل موقع ولها عنوانها الخاص مثل عنوان البريد الإلكتروني وتتضمن هذه الصفحة معلومات خلفية عن الشركة أو المنظمة وجدول بمحتويات ما يتضمنه الموقع.⁽¹⁾

وفي مجال الدعوة الإسلامية يمكننا أن نشير إلى وسائل اتصال عديدة عبر الانترنت يمكن أن تفيد في عرض القضايا الدينية وإبراز سماحة الإسلام وبتث القرآن الكريم بأصوات المقرئين المشهورين وتفسيراته والسيرة النبوية والحديث النبوي والتعريف بعلماء المسلمين وسيرهم وذلك من خلال المواقع الإسلامية والبريد الإلكتروني ومجموعات المناقشة والمجموعات الإخبارية وعقد المؤتمرات عن بعد والمجلات الالكترونية وأيضاً من خلال تبادل الآراء والأفكار مع الآخرين.⁽²⁾ ولهذا فالإنترنت كوسيلة تكنولوجية متقدمة جداً ومهمة جداً للدعوة الإسلامية.

أهمية الانترنت للدعوة الإسلامية:

وتتمثل هذه الأهمية في جوانب عديدة أهمها:

- وصول الدعوة الصحيحة من خلال الشبكة إلى أماكن يصعب الوصول إليها.
- سهولة الاتصال بالمسلمين أو غير المسلمين في مختلف أرجاء المعمورة بالكتاب والصوت والصورة المتحركة والثابتة.
- فإرسال المعلومات عبر الانترنت قليل التكلفة.
- ازدياد نسب المطلعين في بلاد المسلمين على مواد هذه الشبكة.
- تعاضم المواقع الأجنبية وما تتضمنه من بدع وفساد سواء باللغات الأجنبية أو العربية.
- تملك الأمة الإسلامية طاقات هائلة من شباب اجتمع فيه الفقه والحماس والحرص.
- نستطيع من خلال هذه الشبكة تكثير الأعوان للمسلمين من أرجاء المعمورة.
- دوام الاتصال بالمسلمين ومدهم بكل جديد ومفيد.

⁽¹⁾ المؤسسة الإعلامية، محمد منير حجاب، ج2، ص413-416.

⁽²⁾ الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2002، محمد منير حجاب، ص220.

- إيصال وجهة نظرنا إلى الآخرين، إن لم نفز بإسلامهم.
- قطع الطريق على أهل الباطل وذلك بفضح أباطيلهم وتعرية شبههم.
- تمكن هذه الشبكة الدعاة من فتح ثغرات في جدار العدو.
- إيجاد البديل المنظم المرتب للمسلمين بصورة حسنة وهيئة بهية وذلك في كافة ما يحتاجون إليه في دينهم ودنياهم. (1)

ضوابط استخدام الإنترنت في مجال الدعوة الإسلامية:

الانترنت كأى جهاز إعلامي سلاح ذو حدين يمكن توظيفه في نشر العلم والخير وتثبيت العقيدة الإسلامية وتدعيم الأخلاق وربط الجيل المسلم بأمجاده وتاريخه وتوجيه الأمة إلى ما يصلح أمرها وتربية الأجيال نحو حياة أفضل.

كما يمكن استعماله لأجل ترسيخ الفساد والانحراف ونشر الميوعة والانحلال وتحليل الجيل إلى مبادئ غير إسلامية.

والإسلام لا يعادي الحضارة أو المدنية، ولكن ليس ذلك وحده هو السر في عظمة الإسلام ولكن عظمة الإسلام تكمن في أنه لا يعانق إلا الحضارة النافعة ولا يؤاخي إلا المدنية الرائدة والتطور المفيد والإنترنت ووسائل الإعلام العامة هي من ثمرات هذه الحضارة فقد أبدعها عقل خلقه الله وأبدعه لنا، والإسلام يقف منها موقع الموجه والمصلح المتبصر الواعي.

وسائل الاتصال عبر الإنترنت:

وسائل الاتصال عبر الإنترنت عديدة وأهمها:

البريد الإلكتروني - المواقع - منتديات الحوار - غرفة الدردشة. (2)

أ- البريد الإلكتروني:

⁽¹⁾ تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، محمد منير حجاب، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004م، ط1، ص323.

⁽²⁾ تجديد الخطاب الديني، مرجع سابق.

يعد البريد الإلكتروني من الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تهدف لتسهيل وصول المعلومات على الفور، ويمكن أن تكون هذه البيانات في شكل نصوص أو صوت أو رسوم يتم ذلك باستخدام نظم البريد التي تعتمد على البريد الإلكتروني في استقبال الرسائل وتخزينها ونقلها إلى أماكن بعيدة ويوجد نظامان أساسيان للبريد الإلكتروني يسمى النظام الأول store and forward ويتعامل مع الصوت والنصوص المطبوعة ويسمى النظام الثاني Facsimile ويتعامل مع الرسوم فقط.⁽¹⁾

ب- جماعات النقاش:

أصبح الاتصال الجمعي أحد ملامح شبكة الانترنت وذلك من خلال انتشار جماعات النقاش أو منتديات الحوار أو جماعات الأخبار التي تسمح للأشخاص ذوي الاهتمامات المختلفة أو غير المحدودة بالمشاركة في محادثات "تخليية" أو "اعتبارية" وتتيح شبكة الانترنت ألفاً من جماعات الأخبار التي تناقش أي موضوع أو قضية يمكن أن تخطر على البال.

ومن أهم أخلاقيات الحوار أو النقاش ألا يدخل الإنسان الحوار إذا كان لا يحمل العلم الذي يضيف للنقاش فائدة ومعرفة جديدة، لأن مشاركته لا تعدو أن تكون تضييعاً لوقته ووقت الآخرين أو ربما تشوش عليه فكره وعقيدته.⁽²⁾

وبالنسبة لآداب الإشراف على هذه المواقع للمشرفين الذين تعينهم إدارة الموقع لا بد من مراعاة حفظ الدين من التشويه والتشويش وكل ما يتصل بعقيدة المسلم كذلك أعراض الناس وخصوصاً العلماء ويتم باتباع الآتى:

- قطع دابر الفساد من أصله، فكل موضوع أو نقاش يطرح وفيه رائحة الفتنة والخيانة لهذا الدين والمساس بكرامة الناس والعلماء خصوصاً يشطب ويشطب صاحبه.
- تشجيع الخير وما يدعو إلى وحدة المسلمين وما فيه بيان للحق والعدل.

⁽¹⁾ الموسوعة الإعلامية، محمد منير حجاب، ج2، ص484.
⁽²⁾ مرجع سابق.

- شطب مشاركات الهزيلة والتي لا فائدة منها حفظاً لأوقات الناس.
- لا بد من الالتزام بحقوق الكاتب وعدم الاعتداء على طرح من غير الرجوع إليه إلا في حالة الإساءة أو مخالفة ضوابط الكتابة في ذلك الموقع.
- الفصل في النزاعات القائمة بين المشتركين في المواضيع والقضايا المطروحة وذلك بالرجوع إلى أهل العلم. (1)

ج- غرف الدردشة:

أحد أشكال الاتصال الجمعي المعاصر، ويوفر إمكانية عقد المسامرات والدردشة، أو التحدث مع الآخرين من خلال برنامج chat (irc) internet relay. ويتم هذا الحديث عن طريق الكتابة وليس الكلام بمعنى أن يكتب المشترك في هذه الخدمة ما يريد ثم يتلقى الرد على سؤاله أو استفساره على شاشة العرض "المونيتور" ولكي تتم المسامرة "الدردشة" يحتاج المشترك بالخادم أو المسئول عن المسامرة server.

والدردشة من خلال برنامج i.r.c هي نظام متعدد المستخدمين يتيح التواصل بشكل فوري عبر الانترنت وقد تم تطوير هذه الخدمة في فنلندا عام 1988 وللانضمام إلى هذا البرنامج يجب أن يكون لديك برنامج العمل client program على حاسبك الشخصي أثناء اتصالك بالانترنت وبعض الإصدارات الحديثة من هذه البرامج قادرة على تدعيم خدمة المؤتمرات عن بعد بالصوت والصورة بجانب دعمها للمحادثة من خلال لوحة المفاتيح. (2)

د- المواقع الإلكترونية:

وفي دراسة للمهندس أشرف صلاح الدين عن المواقع الإسلامية على الشبكة يقسمها إلى الأقسام الآتية:

¹ الموسوعة الإعلامية، محمد منير حجاب، ج2، مرجع سابق، ص940.
¹ <http://www.al-waha.net.ishtml>

• مواقع القرآن الكريم والصوتيات، مواقع جهات ومؤسسات إسلامية ودعوية إسلامية، مواقع جهات بحثية إسلامية لخدمة الباحثين، مواقع بوابات إسلامية شاملة، مواقع شخصيات إسلامية، مواقع شخصية ومواقع متفرقة. ويحذر الباحث عن وجود مواقع محسوبة على الإسلام والمسلمين تتحدث عن الإسلام من وجهة نظر ديانات أخرى وليست ذات محتوى جيد مواقع تحمل أسماء إسلامية ولكن محتوياتها بعيدة كل البعد عن الإسلام مثل موقع "الله أكبر" الذي أطلقه أحد النوادي الليلية الإسرائيلية الإباحية وتدخلت عدة جهات إسلامية للضغط على الجهة المسؤولة عن تسجيل أسماء المواقع لتغيير الاسم وتم ذلك بالفعل⁽¹⁾.

الصحف والمجلات:

يصدر في الوطن العربي عدد كبير من الصحف والمجلات غير الإسلامية، فضلا عن الصحف والمجلات التي تصدر خارج الوطن بلغة عربية ويمتلكها مسلمون بالإضافة إلى الصحف الدينية العامة والدوريات الدينية المتخصصة وبالتركيز على الصحف غير الدينية يلاحظ أنها تساهم بصورة عامة في تحقيق رسالة الإعلام الديني إما بتخصيص أبواب ثابتة ودورية للفكر الديني أو بالدعوة للمبادئ التي يدعو لها الإعلام الديني المتخصص لكن من ناحية أخرى يلاحظ وجود مشكلات تواجه الإعلام الديني الصحفي منها:

• نشرها لآراء تخالف الدين مخالفة صريحة في الوقت الذي تخصص فيه أبوابا ثابتة للفكر الديني.

• نشر إعلانات تحتوي على صورة فاضحة.

• قلة نسبة المساحة التي تفردها للفكر الديني.⁽²⁾

¹ (الموسوعة الإعلامية ، ص 940 .

² (الإعلام الإسلامي ووسائل الاتصال الحديثة، إبراهيم إسماعيل، سلسلة دعوة الحق، رابطة العالم الإسلامي مكة المكرمة، عدد 132، محرم، 1414هـ، ص29-31.

• لا ينطلق الخطاب الديني في المؤسسات الصحفية من خطة منظمة للتوعية الدينية ويفتقد في الوقت نفسه التنسيق مع المؤسسات الإعلامية والدعوية الأخرى ومسئولية المؤسسات الصحفية في مجال الإعلام الديني تتمثل في:

1- بحث ومعاينة مشكلات المجتمع الإسلامي وقضاياها المختلفة ومعالجتها معالجة إسلامية واعية.

• الاتصال بالمصادر الإعلامية في الداخل والخارج لمواكبة الأحداث المحلية والعالمية التي تهم المجتمع الإسلامية والموقف الإسلامي.

• الاهتمام بالجانب التربوي للنشء المسلم من خلال إنشاء صحف دينية.

• حسن اختيار وإعداد الصحفي أو الكاتب المتخصص في الشؤون الإسلامية. (1)

ويتبين من ذلك أنه يجب الإستفادة وسائل الاتصال الحديثة سواء كانت مرئية أو مسموعة أو مقروءة وغيرها خاصة بعد ظهور الانترنت والوسائط المتعددة وانتشار واستخدامها وارتباطها بالهاتف الجوال في الآونة الأخيرة ويطلق الإعلام الجديد على الوسائل التي يندمج فيها الحاسوب والشبكات والوسائط المتعددة وتتميز تلك الوسائل بالتفاعلية والتخصص مما يسترعي اهتمامه الإعلام الإسلامي بهذا الجانب من التقنيات الإعلامية لتوصيل الدعوة الإسلامية ونشرها وفقا لمستجدات الوسائل والاستفادة منها لأقصى درجة.

¹ (الإعلام في المجتمع الإسلامي، حامد عبد الواحد، دعوة الحق، رابطة العالم الإسلامي، عدد 33، سبتمبر 1984م، ص126.

المبحث الثالث

المطلب الأول : خصائص الإعلام الإسلامي
المطلب الثاني : مصادر الإعلام الإسلامي

المبحث الثالث

خصائص ومصادر الإعلام الإسلامي

المطلب الأول : خصائص الإعلام الإسلامي :

من الطبيعي أن يكون الإعلام الإسلامي إعلاماً متميزاً كونه يستمد صفاته وخصائصه من تعاليم الإسلام والقرآن الكريم ومن أبرزها :

أولاً : الإعلام الإسلامي عقدي مسلكي :

فهو إعلام قائم على العقيدة ، مرتبط بأحكام الإسلام وهدية ذلك أن أول ما نزل من القرآن الكريم هو قوله تعالى : ﴿ أَقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴿١﴾ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ﴿٢﴾ أَقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ﴿٣﴾ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ﴿٤﴾ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴿٥﴾ (1).

والقراءة مفتاح التعلم ، وأول وسائل التبليغ والإعلام وكما أن الإعلام واجب على الأمة الإسلامية لأنه نوع من البلاغ وباب من أبواب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر (2).

أما كونه مسلماً فهذا نابع من أنه إعلام إسلامي يلتزم تعاليم الإسلام ومنهجه في المسلك القويم والطريق الصواب لمن أراد النجاة في الدنيا والآخرة ولقول الله تعالى : ﴿ وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ ۖ وَلَا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ ذَٰلِكُمْ وَصَاكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ ﴾ (3).

والإشارة إلى الإسلام أي وان الإسلام صراطي .. والصراط الطريق الجادة الواسعة والمراد الإسلام كما دل عليه قوله في آخر السورة : ﴿ قُلْ إِنِّي هَدَانِي رَبِّي إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ دِينًا قِيَمًا مِلَّةَ إِبْرَاهِيمَ حَنِيفًا ۚ وَمَا كَانَ مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴾ (4).

¹ (سورة العلق الآيات (1-5)

² (أضواء علي الإعلام في صدر الإسلام ، محمد عجاج الخطيب ، ط1 ، مؤسسة الرسالة ، بيروت - لبنان ، 1405 هـ - 1985 م ص 13 .

³ (سورة الأنعام الآية (153)

⁴ (سورة الأنعام الآية (161)

لان المقصود منها تحصيل إصلاح في الدنيا والآخرة فشبهت بالطريق الموصول السائر فيه إلي غرضه ومقصده ، ولما شبه الإسلام بالصراط وجعل كالشيء المشاهد صار كالطريق الواضحة البينة انه مستقيم أي لا اعوجاج فيه لان الطريق المستقيم أيسر سلوكا علي السائر وأسرع وصولا به (1).

ثانيا : الإعلام الإسلامي حر تميز بشرف للغاية والمقصد :

بشرط ألا يؤدي إلي إيذاء الآخرين فهذه الحرية مقيدة بالأخلاق والآداب ولقوله تعالى : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرَكُم مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ ۗ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِاللُّغَابِ ۗ بِئْسَ الْإِسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ ۗ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴾ (2).

فحرية الاعتقاد وحرية الرأي والتعبير من أبرز الحريات الإعلامية التي ينبغي مراعاتها ، والحرية أصل مقرر ، لا ينبغي أن يكون أداة للتحكم في الناس أو تسخيرهم واللعب بعقولهم (3).

ثالثا : الإعلام الإسلامي قائم على الصدق :

فالصدق في القول هو أساس الاتصال والتعامل والتعارف والتناصح في المجتمع المسلم فقال الله تعالى : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴾ (4) وقد جمع النبي صلى الله عليه وسلم بين الحث علي الصدق ، والنهي عن الكذب فيما رواه عبد الله بن مسعود رضي الله عنه حيث قال صلى الله عليه وسلم : (عليكم بالصدق ، فان الصدق يهدي إلى البر ، وان البر يهدي إلي الجنة وما يزال الرجل يصدق ويتحرى الصدق حتى يكتب عند الله صديقاً ، وإياكم والكذب فان الكذب يهدي إلى الفجور وان الفجور يهدي إلى النار وما يزال الرجل يكذب ويتحرى الكذب حتى يكتب عند الله كذاباً) (5) .

(1) التحديد والتوير ، ابن عاشور ، دار سحنون للنشر والتوزيع ، تونس ، 1997م . 172/8 .

(2) سورة الحجرات الآية (11)

(3) نحو إعلام إسلامي ، د. علي جريش ، مرجع سابق ، 225

(4) سورة التوبة الآية (119)

(5) أخرجه البخاري في صحيحه ، كتاب الأدب ، باب قول الله تعالى (يا أيها الذين امنوا اتقوا الله وكونوا مع الصادقين ، 180/4 حديث ، 6094) وأخرجه مسلم في صحيحه كتاب البر والصلة والأدب ، وأخرجه مسلم في صحيحه كتاب البر والصلة والأدب ، باب فيجح الكذب وحسن الصدق وفضله ، ص 1007 ، حديث 2607 واللفظ له .

فالإعلام قائم علي الكلمة التي ينبغي أن تكون نابعة من الرؤية الإسلامية ، من خلال :

(1) صدق الخبر :

الذي يعني الالتزام بالحقيقة المجردة دون زيادة أو نقصان لان الإعلام الإسلامي إعلام موثق ، فهو يتوقى الدقة والموضوعية ، ويحرص على التأكد من صحة الأنباء وهذا مضمون قوله تعالى : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴾ (1). (2)

(2) صدق صياغة الخبر:

فالخبر لا يختلف ، لكننا نسمعه عبر الوسائل الإعلامية بصور متعددة وهذا نابع من السياسات الإعلامية المختلفة مما يحكم علي وسائل الإعلام الإسلامي الالتزام بالأمانة في نقل الخبر وفي صياغته ، دون تهويل أو تهوين فيجب أن تكون الصياغة بصورة موضوعية، لا تدخل للأهواء فيها وهذا ينبع من قوة الإيمان الذي يحكم الالتزام بالحق وحدة ، وانه حسبه الله سبحانه وتعالى ، يقوم به القائم علي الاتصال مبتغيا في ذلك الأجر والثواب من الله عز وجل والإعلام هو نوع من الغذاء العقلي المعرفي (3)

(3) صدق المقصد

فمن مميزات الإعلام الإسلامي ،أنه يهدف إلي صلاح البشر وخيرهم وهذا ألا يتم ألا إذا كانت مجرد عرض أفكار قد تحمل في طياتها سموما ، أو مجرد لغو لإضاعة الوقت وتعبئة البرامج ، فقد قال تعالى : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ﴾ (4).

(4) صدق الحكم

¹ (سورة الحجرات الآية (6)

² (مدخل علم الاتصال والإعلام ، زاهر زكمر ، ط 2، مركز الإشعاع الفكري للبحوث ، فلسطين ، 2004م ، ص 28

³ (أضواء علي علم الإعلام في صدر الإسلام ، مرجع سابق ، ص 15 .

⁴ (سورة الأحزاب الآيات (70-71)

ذلك أن من أهداف الإعلام تزويد الناس بالمعلومات التي تساعد على تكوين رأي سديد في كل مجالات حياتهم ولهذا لا بد أن يكون الإعلام متحرراً من الأهواء والشبهات فيكون نزيهاً في حكمة على الأمور وتقديره لها (1).

رابعاً : الإعلام الإسلامي واقعي :

وليس المقصود هنا الخضوع بالواقع ومسايرته وإنما الواقعية المستمدة من موافقة المنهج للفطرة البشرية والحياة الإنسانية على وجه العموم (2) وهذا من جانبين .

(1) الواقعية المنهجية : التي تعني موافقة الإعلام الإسلامي للفطرة البشرية وتلائمه مع المنهج الإسلامي العام في بناء الحياة البشرية الصالحة ، في كل جوانبها من خلال الأسس الثلاث الموضحة في قوله تعالى : ﴿ كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ... ﴾ (3) . وهي الدعوة للخير والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر .

(2) الواقعية التطبيقية

التي تعتمد على الأسلوب المتبع في الإعلام والذي ينبغي أن يكون قائماً في الإعلام الإسلامي على الكلمة الطيبة والحكمة والموعظة الحسنة .

خامساً :- الإعلام الإسلامي يتميز بالثبات والمرونة:-

أما الثبات فيقصد به ثبات الأسس التي يقوم عليها الإعلام الإسلامي ومبادئه وكذلك ثبات الأهداف والغايات في كل زمان ومكان.

بينما تعني المرونة : مقدرة الفكر الإعلامي الإسلامي على مواكبة كافة التطورات والتغيرات التي تحدث في الحياة البشرية ، إضافة إلى توجيه كافة الأنشطة البشرية للطريق الصحيح وتحقيق هذه المرونة في استخدام الوسائل الإعلامية المتطورة وتنوع الأساليب حتى يتمكن الإعلام الإسلامي من تحقيق هذه المرونة في استخدام الوسائل

(1) نحو إعلام إسلامي مرجع سابق ، ص 87 .

(2) مدخل إلى الإعلام الإسلامي ، مرجع سابق ، ص 9 .

(3) سورة آل عمران الآية (110)

الإعلامية المتطورة وتوزيع الأساليب حتى يتمكن الإعلام الإسلامي من تحقيق نتائجه وأثار والمرجوة منه شريطة أن تكون هذه الوسائل مشروعة .

والمدقق في الإعلام الإسلامي يلاحظ انه تميز بهذا الثبات وهذه المرونة فعبّر العصور تنوعت أساليبه ووسائله فالقران الكريم كما أوضحنا سابقا هو أساس الإعلام الإسلامي.(1)

وقد لجا لتنوع الأساليب في العرض والبيان وهو أمر سيأتي مزيد من إيضاح له في الفصل الثالث بإذن الله عز وجل، كما أن النبي صلى الله عليه وسلم تنوعت وسائله وأساليبه الإعلامية مما كان له أعظم الأثر في المتلقين حينها.(2)

سادساً : الإعلام الإسلامي ملتزم بقيم الإسلام وتعاليمه :

فهو إعلام مسؤول عن الوفاء بالتزاماته ، وينطلق في ذلك من أداء الأمانة بكافة الأساليب والوسائل المختلفة والمتنوعة.

سابعاً : الإعلام الإسلامي واجب على كل فرد حسب طاقته وقدرته وهو أعلام قائم على منهج الإسلام الهادف لا يختص بفئة دون أخرى، فعلى كل فرد يستطيع التبليغ والإعلام أن يقوم بالمهمة حسب طاقته، فالنبي صلى الله عليه وسلم المبلغ عن ربه ، وهو القدوة لكل المسلمين، يقتدون به وبمنهجه وفق وطاقاتهم وإمكاناتهم ليصلوا في النهاية إلى أداء مهمتهم في هذه الأرض على أكمل وجه .

ثامناً : الإعلام الإسلامي إعلام شامل وعام :

إن الإسلام شامل لجميع شؤون الحياة وسلوك الإنسان لذلك فإن أهداف الإعلام الإسلامي تمتد لتشمل كذلك جميع شؤون الناس في الدنيا والآخرة فالإعلام الإسلامي يلتزم بكامله، في جميع أهدافه العامة والمرحلية والفرعية والتفصيلية ومرجعه في ذلك هو القرآن الكريم والسنة المطهرة والفقهاء الإسلامي التي تؤكد أن أحكام الإسلام وتعاليمه تنظم شؤون الناس في الدنيا والآخرة وتتناول الناحية التعبديّة أو الروحية جنباً إلى جنب مع النواحي المادية والاجتماعية.

¹ (أضواء على الإعلام في صدر الإسلام ، ، ص18.

² (المرجع نفسه ص18.

العموم يقصد بأن الإسلام جاء لعموم البشر، ولم يأت لطائفة منهم أو جنس خاص دون آخر.

تاسعاً : الإعلام الإسلامي إعلام مثالي واقعي :

لقد أجمع الإسلام بين الحرص على بلوغ الإنسان أعلى مستوى من الكمال المثالي وبين عدم إغفال طبيعته وواقعه في نفس الوقت وقوام هذه المثالية الاعتدال وعدم الإفراط أو التفريط في أي شيء ، وإعطاء كل ذي حق حقه وعدم حرمان نفس إنسان أو عقله أو جسده من الطيبات والمتع الحلال. (1)

ويتبين أن خصائص الإعلام الإسلامي شاملة تعم جميع الناس وترفع من المعنويات أكثر من الماديات وأن لكل خاصية وظيفة تعمل لجعل فهم الإعلام الإسلامي ضروري لتحقيق الأهداف المطلوبة من الشخصية المتميزة في جميع نواحي الحياة.

ا

¹ التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، محمود كرم سليمان، ط1، 1409هـ-1988م، دار الوفاء، المنصورة، ص72-73.

لمطلب الثاني : مصا در الإعلام الإسلامي :

أولاً : القرآن الكريم :

يعد القرآن الكريم المصدر الأول للإعلام الإسلامي ، ذلك بما يتضمنه من أحكام ، وتعاليم وآداب وأخلاق فيلتزم الإعلام بكل ذلك وكذلك كل شخص وكل مؤسسة إعلامية .

فإنه يجعل الرسالة الإعلامية في الإسلام تتسم بالثبات حيث أن مصدرها الله رب العالمين ، بخلاف رسالة الإعلاميين الأخرى ، ولذلك فإن دور القائمين بالاتصال هو مجرد نقل وتبليغ الرسالة دون أي إضافة أو تحريف ، ولذلك يجب أن يكونوا على أعلى درجات الصدق والحذر واليقظة التامة وبالنسبة للإعلام الإسلامي لا يكون الالتزام فقط بالقول وإنما بالعمل أحياناً ومن الضروري بيان وجوب هذا الالتزام وحكمته وآثاره الطيبة من خلال وسائل الإعلام على اختلافها وتنوعها وهذا هو المجال الأول بالنسبة للإعلام أما المجال الثاني فهو نذب الناس إلي المثل الأعلى بعد التزامهم بالحد الأدنى أو نذب الناس إلي الفضل بعد أدائهم الحق أو التزامهم به أو نذب الناس إلي التوجيه بعد أدائهم التشريع والتزامهم به من خلال مختلف الوسائل فهو أمر لا يقدر عليه غير الإعلام . (1)

فهو عرض القصص القرآني والمثل القرآني في حدود ما يسمح به وذلك من خلال الوسائل والأساليب الملائمة وهذا المجال إن أحسن استخدامه يعتبر خروج علي القواعد فإنه يشغل الناس بالحق بدلاً من أن يشغلهم بالباطل ويؤدي القصص والمثل في القرآن دوراً مهماً في التربية وفي التوجيه بل وفي التشريع . (2)

فقد خلق الله سبحانه الخلق ، فلم يتركهم هملاً ، أو يدعهم سدى ، بل أرسل إليهم الرسل معلمين وموجهين ، وأنزل عليهم الكتب ، وجعل لكل رسول آية عظمى على مثلها يؤمن البشر ، فالناقة لصالح ، وجعل النار برداً وسلاماً على إبراهيم ، والعصا والآيات الكبرى لموسى ، والطب لعيسي عليهم جميعاً أفضل الصلوات والتسليم .

¹ (أيولوجيات الإعلام الإسلامي ، منتصر حاتم حسين ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط 1 ، ص 55 - 56 .
² (نحو إعلام إسلامي ، علي جريشة ، مكتبة وهبة ، القاهرة ، 1989م ، ص 89 .

وكانت معجزة الرسول الخاتم عليه الصلاة والسلام قرآناً يتلى إلي يوم الدين ، قال عليه الصلاة والسلام : (ما من الأنبياء نبي إلا أعطي ما مثله آمن عليه البشر ، وإنما كان الذي أوتيت وحياً أوحاه الله إليّ ، فأرجوا أن أكون أكثرهم تابِعاً يوم القيامة)⁽¹⁾.

تحدي الله به الثقلين الإنس والجن فبان عجزهم لقول الله تعالى ﴿ قُلْ لَئِنِ اجْتَمَعَتِ الْإِنْسُ وَالْجِنُّ عَلَىٰ أَنْ يَأْتُوا بِمِثْلِ هَذَا الْقُرْآنِ لَا يَأْتُونَ بِمِثْلِهِ وَلَوْ كَانَتْ بَعْضُهُمْ لِبَعْضٍ ظَهِيراً ﴾⁽²⁾ وأنزله بلسان عربي مبين فلم يسع الجن إذ سمعوه إلا أن قالوا ﴿ قُلْ أُوحِيَ إِلَيَّ أَنَّهُ اسْتَمَعَ نَفَرٌ مِّنَ الْجِنِّ فَقَالُوا إِنَّا سَمِعْنَا قُرْءَانًا عَجَبًا ﴾⁽³⁾

ولم يسمعه فصحاء العرب والبلغاء إلا شهدوا له بالحلاوة والطلاوة وأنه ليس بكلام البشر ، ولإدراكهم تأثيره في النفوس كانوا يتواصلون فيما بينهم بعدم الاستماع إليه ، والتشويش إلا أنهم رغم ذلك لم يفلحوا بل جاء الأمر علي غير ما يشتهون فمال الناس أكثر للقرآن وسماعه وصدق وعد الله سبحانه إذ يقول ﴿ يُرِيدُونَ لِيُطْفِئُوا نُورَ اللَّهِ بِأَفْوَاهِهِمْ وَاللَّهُ مُتِمُّ نُورِهِ وَلَوْ كَرِهَ الْكَافِرُونَ ﴾⁽⁴⁾

وكما قال أبو الطيب المتنبّي :

وهبني قلت : هذا الصبح ليل أيعمي العالمون على الضياء⁽⁵⁾ فبقي القرآن تحدياً لكل من في الأرض من كل الأمم من عرب وغيرهم ، وما من متأمل منصف إلا ويحني رأسه ، ويعلم استسلامه وإسلامه أمام هذا الإعجاز الحي الناطق لكل زمان ومكان الذي لا يموت ولا يبلى ، ولا تزيده الأيام إلا شدة وقوة ، وظهوراً ووضوحاً⁽⁶⁾.

¹ (متفق عليه البخاري كتاب فضائل القرآن . باب كيف نزل الوحي وأول ما نزل ، 1905/4 حديث رقم (4696) ومسلم في كتاب الإيمان باب وجوب الإيمان برسالة نبينا محمد صلي الله عليه وسلم ، ص 52 ، رقم الحديث (152)

² (سورة الإسراء الآية : 88 .

³ (سورة الجن . آية (1)

⁴ (سورة الصف آية (8)

⁵ (البيت لأبي الطيب ، من قصيدة يمدح بها الحسن التتوخي ، ديوان المتنبّي ، ط 1 ، دار الكتب العلمية بيروت -

1406هـ / 1986م

⁶ (المعجزة القرآنية ، محمد حسن هيتي ، ط 3 ، مؤسسة الرسالة 1998م ، ص 69

الإعلام في القرآن :

لم تر البشرية وسيلة اعظم من القرآن تحلت بالعصمة وتخلصت من الوصمة ، كما رأت في القرآن العظيم ، ولا عجب فهو كلام رب العالمين ، العاصم من الزيع والضلال المنتزه عن النسيان والنقصان ﴿ يَهْدِي بِهِ اللَّهُ مَنِ اتَّبَعَ رِضْوَانَهُ سُبُلَ السَّلَامِ وَيُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِهِ وَيَهْدِيهِمْ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ ﴾ (1).

السمات الإعلامية في القرآن :

- تحديد مهمة الرسل جميعاً وهي القيام بالبيان والبلاغ قال سبحانه وتعالى ﴿ وَقَالَ الَّذِينَ أَشْرَكُوا لَوْ شَاءَ اللَّهُ مَا عَبَدْنَا مِن دُونِهِ مِن شَيْءٍ نَّحْنُ وَلَا ءَابَاؤُنَا وَلَا حَرَمْنَا مِن دُونِهِ مِن شَيْءٍ كَذَلِكَ فَعَلَ الَّذِينَ مِن قَبْلِهِمْ فَهَلْ عَلَى الرُّسُلِ إِلَّا الْبَلْغُ الْمُبِينُ ﴾ (2)
- التزام الرسل بأداء الرسالة الإعلامية الربانية كما هي بدون زيادة أو نقصان في مواضع عديدة علي لسان رسوله عليه الصلاة والسلام لقول الله تعالى ﴿ إِنِ اتَّبَعُوا إِلَّا مَا يُوحَىٰ إِلَيْكَ ﴾ (3)

- فكانت دعوة الرسل أوثق الدعوات عبر تاريخ البشرية مصدراً وأداء ، تحققت فيها كل عوامل النجاح الإعلامي مع اكتمال عناصر المنظومة الإعلامية بمعناها المتعارف عليه عند الإعلاميين الآن وهي :

أ) المرسل : هو الله سبحانه وتعالى .

ب) المرسل إليه : وهم الناس الذين يستقبلون الرسالة .

ت) الرسالة : وهي الوحي المتمثل في آيات القرآن .

¹ (سورة المائدة : آية (16)

² (سورة النحل : الآية (35)

³ (سورة الأنعام آية (50)

ث) أداة الإرسال : هل هو الرسول صلى الله عليه وسلم أم جبريل عليه السلام وفي هذا الأمر خلاف⁽¹⁾ .

● الإعلام القرآني : إعلام شامل يحرك ويؤثر في جميع المجالات وأنه يتعامل مع النفوس البشرية قلباً وقالباً ، يكشف أمراضها ، ويشخص لها الدواء ، ويبذل لها سبل الوقاية ولذا نجد آيات القرآن متتابعة تعلم وترشد وتقي وتعالج ونقرأ في القرآن قول الله تعالى ﴿ وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا ﴿٧﴾ فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا ﴿٨﴾ قَدْ أَفْلَحَ مَنْ رَزَقَهَا ﴿٩﴾ وَقَدْ خَابَ مَنْ دَسَّاهَا ﴿١٠﴾ ﴾⁽²⁾

ثانياً : السنة والسيرة النبوية :

المعروف أن القرآن جاء مجملاً في قضاياها والبيان توليه السنة ونشير هنا إلي آيات كثير حيث يأمرنا الله بأن نطيع الرسول صلى الله عليه وسلم لأن طاعته من طاعة الله ، قال تعالى ﴿ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ، وَيَخْشَ اللَّهَ وَيَتَّقْهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْفَائِزُونَ ﴿٥٢﴾ ﴾ سورة النور ، 52 .

فإذا عدنا إلى سيرة الرسول صلى الله عليه وسلم وسيرة تلك النماذج الإسلامية من الصحابة والتابعين نجد فيها المورد الخصب الثر الذي يمكن عرضه في حدود المشروع بعيداً عن طريق الترخص والتبذل والإسفاف والمخالفة الشرعية .

كانت وما تزال الأحاديث الشريفة قولاً أو فعلاً صفة أو تقديراً - منبعاً ومصدراً للعلم والثقافة الإسلامية في عالم الإسلام ، وتمثل الرسالة الإعلامية المثلى التي تفي بحاجات الإعلام الإسلامي في جميع المجالات .

ثالثاً : التجارب والقصص والإنتاج البشري :

وهي تجارب من سبقونا بالإيمان وهي تعرض مثلاً وقدوة وعبرة وتلتزم فيها القواعد الشرعية فالقصص اعتمد عليها القرآن كوسيلة في سبيل الدعوة والاتصال الجماهيري وبعد انقطاع الوحي ووفاة الرسول صلى الله عليه وسلم مضى المسلمون في طريقة القصص فقصص القرآن كله صدق ولكن القصص غيره ربما كان فيها بعض الكذب وهذا يحتاج إلى تمحيص واجتهاد في شرعيته وإمكانية عرضه والطريقة التي يمكن أن يعرض

¹ (مدخل إلى الإعلام الإسلامي ، إسماعيل صيني ، ص 98

² (سورة الشمس آية (7-10)

بها وهناك الإنتاج البشري الذي يحتاج إلى الضبط بالقواعد الشرعية والخلقية بحيث لا يعرض ما ينتافي الشرع أو يחדش الأخلاق (1) .

¹ (أيدولوجيات الإعلام الإسلامي ، منتصر حاتم حسين ، عمان ، ط 1 ، 2011م ، مرجع سابق ، ص 57 .

المبحث الرابع

أنواع الإعلام الإسلامي الإلكتروني وآليات الإنترنت

المطلب الأول: أنواع الإعلام الإسلامي الإلكتروني

المطلب الثاني: أهداف الإعلام الإسلامي وآليات الإنترنت

المبحث الرابع: أنواع الإعلام الإسلامي الإلكتروني واليات والإنترنت

المطلب الأول : أنواع الإعلام الإسلامي الإلكتروني:

قبل أن تظهر الشبكة الإلكترونية، كان هناك نوع واحد مؤثر من الإعلام الورقي (الصحف والمجلات الحكومية والخاصة) ، وكان الإعلام الإسلامي مقيدا بهذا قالب الواحد الذي كان يتطلب في كثير من الأحيان موافقات رسمية وقيود رقابية ، ولكن مع ظهور الإنترنت وانتشار الشبكة الإلكترونية ، أصبح هناك نوعان - إضافيان - من الإعلام "الإلكتروني" .. (الأول) رسمي أو إعلام منظم يمارس الإعلام كمهنة، و(الثاني) شعبي يمارس الإعلام كهواية أو كرسالة، بحكم خبرته بالإنترنت ووسائل التعامل مع الشبكة الإلكترونية.

والحقيقة أن هذا الإعلام الإسلامي الشعبي أو الخاص أو غير الرسمي - أيا كان نوعه - والذي يمارسه غالبا شباب مسلم غير منظم في جهات رسمية أو جماعات وقوي معينة وبغرض شخصي أو فردي أو كهواية .. بات هو الوسيلة الأكثر نشاطا للإعلام الإسلامي كما ينبغي أن يكون في ظل عصر الإنترنت لأنه أكثر إدراكا لدروب الشبكة الإلكترونية وتأثيرها ولمفردات التعامل معها ، فضلا عن أن استقلاليته عن المؤسسات الرسمية تعطيه حرية أكبر في العمل وخدمة الإسلام وفق اجتهاداته الخاصة دون قيود (إدارية أو مادية أو غيرها) عليه من أي جهة .

وهؤلاء الأفراد أو المجموعات الشبابية الإسلامية الخاصة التي تعمل بدافع الغيرة على دينها ولا تبتغي لهذا أجرا ، تبدو أكثر إدراكا لاختلاف آليات الإنترنت ، وأكثر تحمرا في قيادة معارك إعلامية فكرية ، ولهذا من المهم أن يكون هناك التفات أكثر من الهيئات والمنظمات لهذا الإعلام الإسلامي الفردي أو عبر مجموعات أو الخاص لأنه يملك مفاتيح ومفردات التعامل مع الشبكة العنكبوتية وأكثر مرونة وحرية في نشر الأفكار أو قيادات المعارك الفكرية دون قيود المؤسسات الرسمية التي قد تتحرج لسبب أو لآخر في الدخول في صراعات إعلامية معينة.¹

وهنا نشير لأنواع مؤثرة وفاعلة جدا للإعلام الإسلامي الإلكتروني وبإشكال غير تقليدية تتوافر عبر الإنترنت فقط لا عبر الإعلام الورقي التقليدي مثل :

1- **(البلوجرز) (Bloggers) أو "المدونين"** : الذين يدونون أحداثا مختلفة ويفضضون بحرية أكبر على الشبكة العنكبوتية ويشاركون في الهم العام على طريقته الخاصة

¹ مواقع الإعلام الإسلامي والشبكة الإلكترونية، محمد جمال عرفة، 18-20 محرم، 1432هـ، 2011ص11-13

ويتبادلون الأفكار بحرية أكبر وينشرون يوميات وأفكار لا تجرؤ الصحف أو مواقع الانترنت الرسمية والعامية علي الحديث عما يدور بها من مواد صريحة . فهذا الفكرة - التي ظهرت بقوة في أمريكا عقب أحداث 11 سبتمبر 2001 وزادت قبل الحرب علي العراق أبريل 2003 - تعد مستودعا للقصص واليوميات والآراء ووجهات النظر والمناقشات والمناظرات والأخبار الخاصة بالقضية أو القضايا التي اختارها صاحب المدونة , كما أنها تصبح مركزا لعدد ضخم من الروابط والوصلات النشطة مع مواقع أخرى علي الشبكة تتناول القضية نفسها . بل أكثر من المعلومات ، ووظفوا التكنولوجيا كأداة تساعد الناس علي إخراج مشاعرهم حول القضايا المختلفة (الحرب - الصراعات الدينية - نشر الأفكار ..ألخ) ، وأتاحوا الفرصة لمن يرغب في التعبير عن رأيه والتنفيس عن المشاعر المتضاربة حول الأزمات المختلفة . والبلوجرز يتميزون عن الإعلام التقليدي (الصحافة والتلفزيونات) في سرعة النشر ، ويوفرون بجانب الخبر والصورة والفيديو ، التعليقات والتحليلات السياسية والقصص واليوميات ، ما يجعلهم متفوقين علي وسائل الإعلام الأخرى ، بل ومنافس قوي لها لأنهم يصلون للمعلومة أسرع من الجميع ، وفي كثير من الأحيان تنشر عنهم وسائل الإعلام الأخرى خصوصا أنهم توسعوا في استخدام كاميرات الفيديو الرقمية أو كاميرا الهواتف السيارة لتصوير الأحداث الساخنة المختلفة والمواقف التاريخية وبت لقطات مطولة علي مواقعهم في اليوم نفسه . وربما يكون الفارق الوحيد في هذه الوسيلة الإعلامية هو معيار (الدقة والمصادقية وتوثيق المعلومة) الذي تحرص عليه الصحف ووسائل الإعلام الأخرى ، في حين لا يتوافر هذا في بعض البلوجرز الذي يكون غالبا آراء وأخبار وتعليقات "متحيزة" لجانب ما وفكرة ما وذات طابع يحمل الرأي الشخصي ، وأن كان هذا لا ينفى عنه توثيق الكثير من المعلومات بالصور والفيديو .¹

2/ ظاهرة "فاعلو خير دوت كوم" أو متطوعي أعمال الخير عبر الإنترنت : التي

بدأت مع انتشار الانترنت في العالم.

العربي منذ عام 1995 ، من قبل شباب وشابات صغار في السن يرغبون في القيام بعمل خيري تطوعي لله بدون أجر سوي الثواب من الله في الآخرة ، ورؤية ابتسامة علي وجه

(2) <http://www.islamhouse.com>.

3- (نشطاء الإنترنت) أو Cyber activist : فمنذ انتشار الإنترنت وهناك مجموعات من الناشطين الكترونياً يمكن تسميتهم (نشطاء الإنترنت) يقومون عبر مجموعات أو فرادى بإرسال تعليقات على أحداث معينة أو نقل أخبار ومعلومات تنشرها صحف ومواقع مختلفة إلى بعضهم البعض بحيث يتم "تدوير" الرسالة الواحدة إلى مئات أو آلاف الأصدقاء والمعارف. وتحولوا مع الوقت لخدمة إعلامية.. تشبه وكالة أنباء خاصة أو دردشة (شات) مصغرة بين مجموعات من الشباب غالباً لا يعرف بعضهم بعضاً، ولكنهم يسعون لنقل نبض الشباب إزاء الأحداث المختلفة . وبعض هذه الرسائل قد يكون عبارة عن نصائح دينية، وبعضها أخبار سياسية أو اجتماعية، والبعض الآخر قد يكون نوعاً من الاستنفار لشباب الإنترنت لنصرة مسلمين في بلد ما إرسال رسائل جاهزة على عناوين مرفقة لمسؤولين غربيين حول الجرائم الصهيونية في فلسطين، أو للاحتجاج على حظر الحجاب في فرنسا وهكذا . وقد نظموا العديد من الاستفتاءات وجمع الأصوات للمطالبة المظلومين والتحرك، ولو عبر الإنترنت باعتباره (جهاد العصر) كما وصفه الشيخ يوسف القرضاوي. وبعضهم تحرك كجهاز دعائي لفصح مجازر الاحتلال وجرائم الحرب في فلسطين وبث الصور والبيانات ومخاطبة العالم في مواجهة الإعلام الغربي الذي يلعب منفرداً في ساحة المواجهة الإعلامية. وقد أسهمت السهولة التي يسرها الإنترنت لنشطاء المجتمع المدني في تبلور ظاهرة "النشطاء الإلكترونيين" الذين لم يأتوا فقط عبر الواقع، وإنما من الشريحة الجديدة التي ظلت صامتة وأغراها الإنترنت كوسيلة سهلة بأن تقوم بالنشاط وتعبر عن نفسها.¹

4- (المجموعات البريدية) : تنتشر هذه المجموعات في كل المواقع الكبرى وأبرزها موقع ياهو الذي يتيح إنتاج قوائم بريدية عنوانها هو : <http://groups.yahoo.com> . وتهتم هذه المجموعات بأنشطة مختلفة دينية وسياسية واجتماعية ولكن يجمعها تبادل المعلومات والإعلام الإلكتروني بحرية التعبير وتقوم هذه المجموعات بمناقشة القضايا والترتيب للقاءات فيما بين أعضائها من خلال الاميل أو برنامج المحادثة (الشات) كما قد يعقدون مؤتمرات بالصوت والصورة من خلال آلية البالتوك لمناقشة الترتيب لشن حملة الكترونية معينة .

¹ مرجع سابق ص21

5- التفاعل الإلكتروني المباشر : حيث يقوم النشطاء على الشبكة الالكترونية بالمشاركة مباشرة في النقاشات وتنظيم حملات في قضايا معينة من خلال أدوات مثل: (ساحات الحوار) ، وهي عبارة عن منتديات مفتوحة لكل الآراء يناقش فيها النشطاء قضايا المجتمع والأحداث ، و(سجلات الزائرين) وهي أشبه بدفتر تعليقات لزوار الموقع عن محتوى الموقع وقضاياهم ويمارس فيه بعض النشطاء حملات ضد موضوعات معينة و(برامج المحادثة المباشرة) أو (الشات) وهي أشبه بهاتف إلكتروني علي الإنترنت يمكن من خلاله التواصل بين النشطاء من خلال الكتابة أو بالصوت والكلام المباشر و(الاستطلاعات الإلكترونية) وهي استطلاع رأي زوار الإنترنت حول قضية معينة و(البال توك) هو برنامج مجاني للحوار الحي والمباشر على الانترنت باستعمال الصوت والصورة وينشط فيه المنصرون بصورة كبيرة .

6- (مواقع الالتماسات والتصويت) petition: التي تنتشر ما يشبه العرائض أو البيانات وتطلب التصويت عليها ، وهي تمثل رابط اتصال بين الجماعات المؤيدة أو المناهضة لرأي معين وصانع القرار المرتبط بهذه القضايا في كل أنحاء العالم، ويختلف (التصويت) عن (الالتماس) في أن التصويت يتم تحديده من قبل الموقع، أما الالتماس فمفتوح ولا يتم التصويت عليه، بل هو أقرب لجمع توقيعات .

المطلب الثاني: أهداف الإعلام الإسلامي وآليات الإنترنت :

إذا كانت آليات الإنترنت الحديثة قد سُخرت من قبل الدول المتقدمة في الغرب بهدف تحقيق أهداف معينة متصلة بالحضارة الغربية أو الحضارة المادية ونشر أفكار الهيمنة والعولمة وربما التحرر الأخلاقي أو التنصير ، فهذه الآليات ربما لا تحقق الأهداف التي يتوخاها الإعلام الإسلامي المرتكز علي رؤية حضارية إسلامية ، لاختلاف الأهداف التي يسعى لها كل طرف مستخدما نفس الأدوات ، وقد تحتاج من الإعلام الإسلامي للبحث عن آليات جديدة تتوافق مع رسالة هذا الإعلام الإسلامي السامية والعالمية وغير المتصادمة مع الأخلاق والفطرة .

وبات من الطبيعي والمنطقي بالتالي .. بل والضروري السعي لتطويع هذه الآليات التقنية الحديثة أيضا واستنباط وسائل حديثة في الاتصال الالكتروني تستخدم في تحقيق هدف المشروع الحضاري الإسلامي في الأعمار والاستخلاف والتتوير وتحرير العقل من القيود المادية كي يسيح في الأرض ويتدبر ويعمل لندياه وأخرته مع تفعيل كل أنواع وأشكال هذا الإعلام سواء المباشر (عبر صحف ومواقع الكترونية إعلامية) أو غير المباشر (مجموعات إنترنت بريدية وفيس بوك وتويتر وغيرها) .

ومن المهم أن نشير هنا لأن الإعلام الإسلامي مطالب بتقديم رسالة إيجابية تهدف للبناء لا الهدم والايجابية لا النظرة السوداوية وجلد الذات مثل الصريخ والعيول من الهجمات علي الإسلام والمؤامرات الغربية .. فكل هذا دفاع قد يشغل الإعلام الإسلامي عن البناء والأعمار والتربية وإيراز النماذج الايجابية وتنمية الجوانب الصحية في التجربة الإسلامية عموما .

إذ يجب أن ينطلق هذا الإعلام الإسلامي الالكتروني من مشروع نهضوي عام جامع يستهدف التنمية الشاملة وإيراز هوية الدولة الحضارية الإسلامية من خلال الفنون والثقافة والعلوم وكل مناحي الحياة ، ولا يقتصر علي الدفاع أو العويل علي ما يجري للمسلمين من مؤامرات .

وأن يهتم بإبراز الهوية الثقافية الإسلامية وحتى الهوية الفنية وفنون السينما والمسرح النظيفة التي تحمل رسالة تنويرية والتي تبرز البطولات التاريخية الإسلامية المنسية، إلى جانب إعادة الاعتبار للزراعة والصناعة والابتكار والاختراع ، وعدم شغل وقت المسلمين بالتالي بالترف الزائد وما يسمى "تضييع الوقت" والخزعبلات والأساطير وتسطيح الأفكار،

وإنما بالتطوير والتجديد والابتكار والتنمية والكوميديا الراقية واللهو غير المحرم عبر ألعاب تنمي العقل .

خطاب ورسالة الإعلام الإسلامي الالكتروني :

ولكي تكون رسالة هذا الإعلام الإسلامية حضارية يجب أن تتطرق من ثوابت هذه الأمة، وان يتم العمل علي ترجمة هذه الثوابت إلى سلوك حضاري راشد يتغلب على التغريب الذي نخر في عظام الأمة وأدي للانسلاخ عن هويتها في بعض الأحيان .

الإعلام الغربي نجح - كمثل - علي مدار سنوات طويلة في تشوية صورة الإسلام وتقديمه في صورة مغلوبة (إرهاب وتطرف فكري) ، ولهذا فالمهمة أمام الإعلام الإسلامي عموما - والالكتروني خصوصا بحكم تعامله بأدوات العصر وانفتاح الأفاق أمامه - أكثر صعوبة وأكثر ثقلا ، وتتطلب مجهودا مضاعفا لإزالة ما علق بالصورة الذهنية للعالم من أكاذيب غربية وكنسية وصهيونية عن الإسلام ورسالته الحقيقية.. وتكثيف مهمة عرض الصورة الحقيقية للإسلام الحضاري بصورة مبسطة لا تختصر الإسلام أو الشريعة في الحدود وقطع اليد كما تروج الدعاية العلمانية والغربية بغرض التفتير .

وهدف هذا الإعلام الإسلامي الالكتروني أيضا يجب ان يكون التبشير بالحلول الإسلامية الربانية المتصلة بفطرة الإنسان - والمغنية في عالم اليوم - التي قدمها الإسلام للانتعاش الاقتصادي (مثل التكافل والزكاة والأعمار أو العمران والاستخلاف في الأرض) بعدما جلبت الرأسمالية الغربية - كما الشيوعية من قبل - الخراب لاقتصاد العالم بسبب ثقافة الفائدة الربوية .. ورسالته أيضا في الحكم الرشيد ورسالة الإسلام في محاربة الظلم وديكتاتورية الحكم والطواغيت، ورسالته في العدالة (بأجنحتها المختلفة) والمساواة ومحاربة الفقر ، ورسالته في السمو بالنفس الإنسانية وتذكيته .

وأهمية الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) فيما يخص رسالة الإعلام الإسلامي تتمثل في دورها كوسيلة مهمة للتبادل الثقافي والحضاري والفكري والمعلوماتي بلغة العصر الحديث وأدواته بحيث تنقل هذه الرسالة الحضارية للإسلام عبر تجارب ونماذج ناجحة ، وتظهر الحلول الإسلامية في أوقات الأزمات .. فالأزمة المالية التي اجتاحت العالم عام 2008 كانت شهادة رد اعتبار للاقتصاد الإسلامي ووجهت ضربة قاصمة للرأسمالية العالمية، وكشفت خطأها الأكبر الذي يتمثل في رهانها على الفائدة كأداة للتمويل، بدل نظام التمويل الذاتي، عن طريق المشاركة والاستفادة من هذا النموذج الذي قدمته البنوك الإسلامية، والتركيز على الاستثمار في مشاريع إنتاجية، وليس استثماراً مالياً ورقياً وهمياً .

واقع الإعلام الإسلامي الإلكتروني الحالي:

إذا كانت رسالة الإعلام الإسلامي كما أسلفنا مبنية على هدف ورسالة ومطلوب من هذا الإعلام أن ينشرها بآلياته العصر ويضعها في اعتباره لضمان صلاح البشرية كلها ، فإن واقع الإعلام الإسلامي الإلكتروني الحالي يشير لخلل داخلي ما في وسائل نقل وعرض هذه الرسالة أو طريقة الترويج والإقناع ، أو في فهم الرسالة نفسها وشموليتها ، فضلاً عن قيود خارجية تتمثل في العولمة الغربية وقدرتها على التفوق على الإعلام الإسلامي وتخريب ما يصلحه.

ولو تحدثنا عن نوعي: (الإعلام الإسلامي الرسمي) و(الإعلام الخاص أو الفردي) .. فمن الطبيعي أن نشير أن الخلل هنا يتصل بكل حالة علي حدة ، حيث "الرسمي" يبدو ضعيف في قدرته على الابتكار والتطوير ويتسم بالجمود والتقليدية وعدم التجديد في أشكال العرض برغم رحابة الإلكتروني عن الورقي ، وبالمقابل يبدو الإعلام الخاص أو الفردي أحياناً أكثر تطوراً من الناحية التكنولوجية ولكنه من ناحية الرسالة والهدف : مشتت غير موحد ومتصارع أحياناً حول الفروع . فبعض الجهات الرسمية في مجال الإعلام الإسلامي أصابها ما أصاب بعض المؤسسات الرسمية من جمود وعدم تجديد ،

فأصبحت تعمل بمنطق التقليد لا التجديد والابتكار ورغم أن شيمة الانترنت هي التجديد والابتكار كل ثانية ودقيقة ، وبالمقابل أكتفي بعض الإسلاميون في هذا المجال بعرض التجارب الفردية والدعاية لا الإعلام ، بل ونقل البعض من المجموعات الإسلامية خلافتهم وصراعاتهم الفكرية للشبكة الالكترونية .. ما أدى لغلبة صراعاتهم الجانبية على الهدف والرسالة الأساسية للإعلام الإسلامي ، والانشغال بهذه الخلافات الفكرية السطحية عن الاهتمام بالرسالة الأصلية وتطوير وسائل نقلها .حيث ظهر علي شبكة الإنترنت التجاذب والتنافر التنظيمي والحركي واتساع الفجوات بين التنظيمات الإسلامية المختلفة ، ووصل الأمر ببعض الشيوخ أو الجماعات للاهتمام بالدعوة لموقعه الالكتروني واجتهاداته المنشورة على الموقع بأكثر من الاهتمام بالرسالة الأساسية للإعلام الإسلامي في نشر الدعوة والعمران والأعمار والتبشير بحلول إسلامية في المجالات المختلفة أغفلها العالم وأصبحت الحاجة لها الآن اكبر ولكن لا أحد يعرفها لأن نفر من أبناء الأمة الإسلامية تفرغوا للصراعات الجانبية أو الدعاية لأنفسهم ، بدلا من التبليغ وإشهار هذه الأفكار الإسلامية التي تعمد أعداء الدين طمسها سنين طويلة وتشويهها . وبرغم نجاح الإنترنت كوسيلة من وسائل الإعلام الإسلامي في نشر جزء من الثقافة الإسلامية وجذب أعداد كبير من الشباب إلا أنها فشلت في أن تقدم رسالتها الحضارية الإسلامية بصورة جذابة تنقلها للعالم كله ، وجانب من هذا الفشل يرجع إلي التناحر بين العلماء والدعاة على الإنترنت الذي هو من أخطر الأخطاء التي وقع فيها الإسلاميون على الإنترنت ، دون إغفال أن البعض الآخر فهم رسالة الإعلام الإسلامي الالكتروني جيدا وسعي لتطبيقها ، ولكن ظل مع هذا نفر قليل في محيط الشبكة العنكبوتية الواسع . فالصورة فيما يخص الإعلام الإسلامي ليست قاتمة تماما .. فالعديد من الشباب والمجموعات الإسلامية التي تفهم رسالة الإسلام الصحيحة كدين شامل يتضمن حلول لمشكلات العالم ، استطاعوا أن

يقفوا موقفا محايدا بين التنظيمات والتحزبات وقدموا صورا ونماذج إيجابية للغاية للعمل الجماعي على الإنترنت وحمل هموم الأمة على الأكتاف¹.

وجزاء كبير من هؤلاء هم الذين استغلوا الوسائل السابق الإشارة إليها في قيادة مجهود إعلامي إسلامي إلكتروني قوي لنصرة قضايا الأمة ونشر رسالتها ومواجهة أعداء الرسالة الإسلامية بنشر الثقافة الإسلامية الصحيحة والطول التي طرحها الإسلام لمشكلات البشرية الكبرى. أما المشكلات الخارجية الأخرى التي تواجه الإعلام الإسلامي الإلكتروني فأبرزها العولمة التي تقتحم - عبر كل وسائل الإعلام وتقنيات الاتصال الحديثة - المنازل والحجرات ، وتشويشها علي ما قد يحققه الإعلام الإسلامي من تأثير وفاعلية في ظل هذا الطوفان من العولمة الغربية والكم الضخم من المعلومات المضللة. فالعولمة في نهاية الأمر هي مرحلة متقدمة للهيمنة والسيطرة الغربية الجديدة على العالم الإسلامي ، وخطورتها أنها تقتحم أي حواجز بدون أي قيود عليها وتلعب دورا سلبيا في تشكيل الصورة الذهنية عن الإسلام والمسلمين ما يتطلب عكس المعادلة والسعي لتصحيح هذه الصورة الذهنية للمسلمين والإسلام عبر الإعلام الإلكتروني. وغني عن البيان أن خطورة هذه الصور المشوهة ليست على أذهان حاملها فقط ، ولكن في انعكاسها على عملية اتخاذ القرار على المستوى الدولي، حيث ينحاز السياسيون دائما في الغرب إلى غير صالح الإسلام والمسلمين في ظل التراكم المعرفي المشوه الذي يعطي صورة سلبية غير حقيقية عن العربي أو المسلم عموما ، ناهيك عن استغلال الصهاينة هذا الإعلام الإلكتروني - بجانب الفضائي - في إعطاء صورة ذهنية سلبية كاذبة عن المسلمين . وهذه الصورة السلبية التي تروج عبر العولمة من الصعب مواجهتها إلا بعمل ومجهود جماعي ، أو لو تحرك الإعلام الإسلامي بصورة عشوائية وبدون تخطيط مسبق، وبدون رؤية حضارية إسلامية مستمدة من واقع أمتنا الإسلامية وتعاليم ورسالة الإسلام.. فهذه الرؤية الحضارية هي أشبه بخارطة طريق وخارطة تفكير معا ، سوف تلعب دورا في توجيه هذا الإعلام الإسلامي ومدته بالوعي اللازم لمواجهة والتصدي للعولمة الغربية ، والانطلاق عبر دورة تاريخية جديدة تعيد أمجاد الحضارة الإسلامية. الحقيقة المؤلمة أن

¹ وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، مرجع سلق

الإعلام الإسلامي لم يستطع للآن ان يصل إلى شرائح كبيرة من الشباب، وما زال تأثيره عليهم محدوداً مع اختراقات بسيطة هنا، وهناك، ولعل برنامج الشقيري (خواطر) واحداً منها على سبيل المثال.

طبعاً نحن نتحدث هنا عن موضوع نسبي، فالإعلام الإسلامي ب كله لم يتمكن للآن من الوصول إلى فئات واسعة من المجتمع، بل من الملاحظ ان نسبة من المتدينين أنفسهم لا يتعاملون بأي شكل من الأشكال مع وسائل الإعلام الإسلامية، وإذا حصل فإنهم يوزعون أوقاتهم بين مختلف وسائل الإعلام الملتزمة وغيرها، مع إعطاء غير الملتزمة نصيب الأسد منها.

هناك عدة أسباب ستقف أمام قدرة وسائل الإعلام الإسلامية على الوصول للشباب، وسنقف هنا عن ضعف التمويل، فهذا سبب بديهي، وكذلك عن المرجعية الدينية التي ما زالت في غالب الأحيان تصر على تحريم الحلال، وعدم النظر إلى موضوع الإعلام بشكله الصحيح، ووضع كل ما يخصه ضمن توصيفه الدقيق لنصل إلى أحكام فقهية صحيحة، إضافة إلى عدم التفريق بين دور الإعلام كوسيلة إمتاع في الدرجة الأولى، ثم يأتي دورها التعليمي أو الوعظي عاشرًا، بينما يحصل العكس في الإعلام الإسلامي، فيتم تحميل الإعلام ما لا يحتمل، وجعله أداة للوعظ والإرشاد، بطريقة تقليدية لم تستفد من ميزات وسائل الإعلام الحديثة ومن هذه الاسباب :-

أولاً: عدم قدرة العاملين في وسائل الإعلام الإسلامية على تحسس حاجيات الشباب، ومن ثم بناء خطاب مناسب لهم، وهم في ذلك تائهون بين مختلف الفئات العمرية، ويمكن القول بثقة ان الخطاب لإعلامي الإسلامي هو خطاب مناسب للفئات العمرية الكبيرة (ما فوق الأربعين عاماً) في معظم الأحيان، ولعل سبب ذلك هو سيطرة عقلية الوعظ، والتعليم على صانعي المحتوى الإعلامي الإسلامي.

ثانياً: خضوع العاملين في وسائل الإعلام الإسلامية لرأي قلة من الناس تحاول فرض فهمها للدين على الجميع، وهم أصحاب الصوت العالي، الذين يتعاملون مع الأمور بعدمية، ويستمتعون بالتحريم، ويعدون أي شيء جديد معاد للدين، لأنه قادم من الغرب، والمصيبة أنهم لم يشمروا عن سواعدهم ليقدموا لنا أشياء تغنينا عنهم، هؤلاء للأسف لم يفرقوا للآن بين الوسائل والغايات، وبين القيم، وغيرها، وسيبقى تأثيرهم كبيراً، فهم

الأعلى صوتاً، والأكثر نشاطاً، وقد تظن كإعلامي أنهم يمثلون نسبة كبيرة من الناس، ولكنهم في الواقع أقلية صغيرة جداً، فمعظم الناس معتدلون، ويحبون الخطاب المعتدل ويتفاعلون معه.

ثالثاً: عدم استيعاب العاملين في الإعلام الإسلامي قضية أن كل حاجة لأي إنسان هي مهمة، وأن بدت لنا غير ذلك، فهناك هاجس مسيطر على عقول الكثيرين، وهذا الأمر له انعكاسه على الخطاب المتعلق بالشباب، إذ أن الخطاب الإعلامي الإسلامي يتعامل مع معظم احتياجاتهم على أنها تافهة، وخاطئة، ولا تستحق النظر.

الإعلام الناجح هو الإعلام الذي يعزف على الوتر الحساس للناس، ونحن كإعلام هادف نستطيع أن نعزف على أي وتر، وبطريقة لا تعارض الشرع، وفي الوقت نفسه تقدم إجابات للشباب.

قضية أخرى تفهم في الإعلام الهادف خطأ ونحن هنا نقصد به الإسلامي، وهي أننا أصحاب رسالة وهي مقدمة صحيحة، ولكن النتيجة الخاطئة التي يصل معظم العاملون في الإعلام الإسلامي لها أن نتوقف عن الترفيه، وأن تكون كل حياتنا جدية بعيدة عن أي شيء يلهينا عن ذكر الله.

رابعاً: ميل العاملين في الإعلام الإسلامي إلى المثالية، وعدم قدرتهم على التفريق بين التصدي للواقع ومعالجته، وبين ما يجب أن تكون عليه الأمور ويحضرني هنا ما حصل مع بعض الأخوة الذين كانوا يحضرون لبرنامج أفضل من البداية بعنوان "مشكلة وحل"، والسبب هو رفض استقبال أي مشكلة تتحدث عن العلاقات بين الجنسين، أو الحب، على اعتبار أن مجرد ذكر المشكلة سيفتح عقول الشباب على الحب وكأن الشباب ينتظروننا لنفتح عقولهم، وهذا يدل على أننا نعيش في برج عاجي، وما زلنا نعتقد أن كل الناس هم الفئة الذين يصلون في الصف الأول في المسجد، مع أن بعض المواقع الإلكترونية الإسلامية نضجت إلى درجة باتت تفتح للشباب الفرصة للسؤال عن هذه الأمور.

خامساً: عدم قدرة الإعلام الإسلامي على بناء أسس واضحة مبنية على الاحترافية، في التعامل مع المحتوى الذي تقدمه، وهذا يؤدي إلى عدم بروز قادة إعلاميين قادرين على اختراق مساحات جديدة في المجتمع، بل ويمكن أن يتم التغاضي عن مواهب إعلامية حقيقية بسبب ذلك، كان يمكن أن يكون لها أثراً كبيراً في المجتمع.

فالإعلام الإسلامي بعيد عن الشباب هذه حقيقة، ووجود بعض القنوات المتخصصة بالشباب، أو التي تقدم بعض المضامين الموجهة إليهم لا تعني أن هذا الخطاب استطاع الوصول إليهم، الموضوع يحتاج إلى مراجعة في مضامين ومحتوى الخطاب الموجه لهم، وفتح المجال للمواهب الحقيقية وخاصة الشباب منهم، ليبدعوا بعيداً عن الخوف المستتبط من قواعد لا تمت للشرع بصلة، بل فرضها في غالب الأمر فقهاء مرعوبون¹.

¹ - <http://alwaei.com/topics/view/article.php?sdd=1117&issue=483>

الفصل الثالث

الإعلام الغربي والإعلام الإسلامي :

- المبحث الأول : تعريف وأهداف الإعلام الغربي.
- المبحث الثاني : تأثير الإعلام علي الفرد والمجتمع.
- المبحث الثالث : الإعلام الغربي وقضايا الإسلام والمسلمين (الواقع والمطلوب).
- المبحث الرابع : القنوات الأكثر متابعة من خلال متابعة من المشاهدين(التلفزيون).

المبحث الأول

الإعلام الغربي تعريفه وأهدافه ومصادره

المطلب الأول :تعريف الإعلام الغربي

المطلب الثاني : أهداف الإعلام الغربي

المبحث الاول

المطلب الأول :

الإعلام الغربي يعرف, على العموم, بأنه عملية إعلامية تعريفية تنقل المعلومات للمشاهدين.

الإعلام الغربي الفضائي يلعب دوراً أكثر بكثير من أن يُحصر بالعملية الإعلامية ونقل المعلومات, حتى لو ادعى عكس ذلك , فتأثيراته المختلفة تستلزم بحثاً معمقاً في اجتراح نظريات ومناهج ومدرسة إعلامية خاصة تقطع مع الأساليب الراهنة حيث النسخ والتقليد, وتهتم أكثر بدورها في تنمية وتنوير مجتمعاتها, وليس تنويرها من دونما بوصلة(1).

ويمكن لنا تعريف الإعلام الغربي من وظائفه فالمدرسة الليبرالية ترى أن وظيفتها تكمن في الحرية من التدخلات الحكومية ويقوم الإعلام الغربي على هذه النظرية ويرى بعض المفكرين الليبراليين منهم جاي بلاك وفريدريك أن للإعلام وظائف أربع:هي الأخبار، الترفية، الإقناع، نقل الثقافات(2).

المطلب الثاني : أهداف الإعلام الغربي:

أما الإعلام الغربي الوافد لبلاد المسلمين والعرب ينقسم من الأهداف التي يعمل على تحقيقها إلى قسمين:

أولاً:-

¹ -www.alghad.com

² -www.mahdaviat-conference.com/vdchtmwnwnwd236.18/1/2016/3:31Pm.

إعلام الرزيلة والمجون ، ويهدف أولاً وأخيراً لإفساد الأخلاق ونشر الرزيلة والعهر والفحشاء ، ويستهدف أكثر ما يستهدف شريحة الشباب المسلم والعربي ، فيحرص على إثارة الغرائز وتأجيج الشهوات والتمرد على الدين والأخلاق والتقاليد ويحقق ذلك من خلال عدد هائل من القنوات الفضائية والمواقع الإباحية والمجلات الساقطة .

ثانياً:-

قال أحد الباحثين يخطئ من يظن أن الإعلام بمحطاته المرئية والمسموعة والمقروءة وعالم الإنترنت المفتوح والبلوتوث ، يخطئ من يظن أنه عالم عيني يسير بغير تخطيط ولا أهداف إنه لمجرد الإتجار أو الترفيه أو لملء الفراغ بل أنه إعلام موجه لتدمير ما تبقى من المهزوم وتوطيد جيل ممسوخ أجوف.¹

والإعلام الذي يملكه الغرب وعلى رأسهم اليهود والصليبيون يحققون من خلاله عدة أهداف :

1/ تكريس الشتات والتجزئة للأمة الإسلامية من خلال اذكاء روح القومية والوطنية والطائفية والانتفاخ حول الهويات الجاهلية (مصر والفرعونية وفلسطين والفينيقة والعراق والبابلي والأشوري وليبيا الأمازيقية). التي تحقق العنصريه وإذكاء نارها .

2/ إرغام العالم الاسلامي كله على قبول وسماع وجهه النظر الغربية في كل الاحداث دون جدل بل ودون ابداء رأي أو مناقشة , ولا أقصد ابداء رأي حول قضيه لا تهمنا بل قضايانا المصيريه التي نتعايش معها اذ يكتفي الإعلام الغربي بأن يجعل الجمهور المسلم مصفقا معه ومباركاً له صياغة الاحداث أو مستمعاً أو متفرجاً لا أكثر.

¹ (مقالة بعنوان (الإعلام الموجه) لطارق الملاوي ،شبكة المعلومات الدولية ، موقع مسلم.

3/ تشويه صورة المسلمين ووصفهم بالتخلف الرجعية والجهل والاضطهاد للآخرين من خلال إبراز نماذج شاذة لا تمثل الاسلام وأهله وتشويه صورته الاسلام ووصفه بالتخلف وإبراز صورة العقوبات الشرعية على أنها نوع من التعسف واضطهاد الآخرين.

4/تشويه صورته الحركات الجهادية المخلصه في كل مكان تحت غطاء الإرهاب ومحاربة المجتمع الدولي وأنهم أصوليون تكفيريون.

كما قام الإعلام الغربي بمخاطبة الجمهور العربي عبر الصحف والمجلات والقنوات والإذاعات. ففي البدء كان الجمهور العربي ولا سيما النخب الثقافية منه منبهرا بالتقدم التقني لوسائل الإعلام الغربية والذي جعل جماهير معظم الدول العربية تستقبل اذاعات مثل (منت كارلو, بي بي سي) بدرجة أكثر وضوحا من الاذاعات العربية في الدول المجاورة .

ودلالة هذا النجاح للإعلام الغربي قدرته على اجتذاب كثير من رموز الادب والفكر والثقافة العربية للعمل فيه فضلا عن الجراءة التي اتسم بها في طرح كثير من القضايا العربية .

أما إسهام الإعلام الغربي الناطق باللغة العربية في الارتقاء بالصناعة الإعلامية العربية فإنه يجب أن يعلم أن هذا الارتقاء لم يكن هدفا للقائمين على هذه الوسائل الغربية بل إن النخب العربية وبعض دوائر صناعة القرار العربي تنبعت لمخاطر اقبال الجمهور العربي على مثل هذه الوسائل فعملت على تقديم البديل الإعلامي العربي المشابه قدر الامكان ووقف ما سمحت به الظروف السياسية والإمكانات المادية والتقنية قدر الامكان ، فكانت اذاعات (صوت العرب) و(الشرق الاوسط) بديلا مطروحا لإذاعة (مونت كارلو, بي بي بس) رغم فارق الامكانيات والخبرات ، وولدت كذلك صحف عربية دولية في

الخارج تتيح هامشا أكبر من الحرية والتنوع مثل (العرب الدوليه) ومجله (الحوادث) و(الشرق الاوسط) و(الحياة) وغيرها⁽¹⁾.

ولاشك أن في هذا إفاده للصناعة الإعلامية العربية وشاهد هذا إن كثيراً من الكفاءات الإعلامية التي تعمل حالياً في قنوات وصحف وإذاعات عربيه سبق لها العمل في وسائل الإعلام الغربية باللغة العربية ، ولكن هذه الوسائل أفرزت كثير من المنبهرين بالثقافة الغربية المحترقين لثقافتهم العربية الأم ، وبعض هؤلاء للأسف أصبحوا مسؤولين في وسائل إعلامنا العربي فبدت كثير من برامجنا نسخاً مشوهه لما يقدمه الإعلام الغربي ومن أمثله ذلك برنامج (تلفزيون الواقع،ستار أكاديمي)وفي يومنا الحاضر أصبح الإعلام الغربي خطراً يهدد العالم الاسلامي لأن الإعلام الغربي أصبح هو الإعلام العربي بفضائياته وبرامجه المختلفة التي ضيعت كثير من قيم الإعلام العربي وأصبح التقليد الأعمى له في كافة البرامج ومثال لذلك المسلسلات وعروض الإزياء التي تترجم من الإنجليزية الى اللغة العربية ، وكلها تحمل الضرر لمخالفتها لديننا وعاداتنا وتقاليدنا مما أدى إلي هدم المعايير والأخلاق الإسلامية ، وكثير من البرامج التي تأخذ من الإعلام الغربي طبق الأصل بمضمونها ومفاهيمها ، وأصبح التقليد لها برامج لا تثمر ولا تعني من جوع فأصبح يدفع فيها ملايين الدولارات بكافة العملات الصعبة والموضوع يزداد خطورة كلما إتجه إلي هدم الاسلام من البرامج التي تستخدم لعروض المواهب الغنائية الموسيقية وكثير من البرامج تعمل على مضيعة الوقت وهدم المبادئ للشباب ، وهذا ما وصل إليه الإعلام الغربي ، وهذا هدفه ليدمر الأمة العربية والإسلامية عن طريق برامج إعلامية بمخطط استراتيجي.

ومن المستغرب أن يتساءل البعض الآن عما إن كان هناك أجندة خفية للإعلام الغربي الذي بين مضامينه باللغة العربية .

¹ (الإعلام الغربي باللغة العربية أهداف لم تعد خفية ، مرجع سابق

فمن البديهي أن لهذا الإعلام أهداف سخرت له من الصحف والإذاعات والقنوات تلفازية لتحقيقها ، وإلا لماذا تتفق هذه الأموال الطائلة والتي بمئات الملايين من الدولارات لإنشاء القنوات التلفازية والإذاعات وإصدار الصحف والمجلات الناطقه باللغة العربية ؟ وقناة الحرة على سبيل المثال ولدت من رحم الاحتلال الأمريكي للعراق وتمول من ميزانية ملحقة بميزانية الدفاع الأمريكي باعتراف وزير الدفاع الأمريكي ومباركة أعضاء الكونجرس وهذا دليل على أن هذه القنوات والوسائل الإعلامية مهمتها الأساسية تهيئة العقل العربي لتقبل النموذج الغربي، أو الترويج للثقافة الغربية الأمريكية أو الاوربية ، لا سيما أن منطقه الشرق الأوسط والتي تضم الدول العربية هي مناطق مصالح حيوية للقوى الغربية في أوربا وفي مقدمتها بريطانيا وفرنسا والمانيا وهي دول الإستعمار القديم أو الولايات المتحدة الساعية لفرض هيمنتها على العالم ويؤكد ذلك أن كثير من هذه الوسائل الإعلامية الغربية طالما أفسحت برامجها وصفحاتها للقوى المعارضة أو المتجهة للأنظمة العربية والمحلل الواعي لمضامين ما ينشر ويزاع في وسائل الإعلام الغربية باللغة العربية يستطيع أن يدرك ملامح هذه الأجندة والتي لم تعد خافية فالممارسات السياسية للأنظمة الغربية تفضحها وتكشف أمرها يوما بعد يوم.

المبحث الثاني

تأثير الإعلام على الأفراد والمجتمعات

المطلب الأول : تأثير وسائل الإعلام في المجتمعات بصفة عامة.

المطلب الثاني: تأثير وسائل الإعلام على القيم

المبحث الثاني : تأثير الإعلام علي الأفراد والمجتمعات:-

لا أحد ينكر أهمية ما قدمه الإعلام الفضائي العربي للساحة العربية ، إعلامياً وسياسياً وثقافياً في العقد الأخير أصبح هذا الإعلام البقعة الوحيدة التي فيها حيوية سياسية وفاعلية مقابل جمود شبه كامل في جوانب الحياة السياسية والإجتماعية العربية لكن ذلك لم يعني ولا يعني من اختلافات ونقاط ضعف عديدة .

نسجل بعضاً من الفروقات الجوهرية على مستوى البنية السوسولوجية والتموية والسياسية بين الإعلام الإسلامي والغربي ثم بعدها نتأمل في بعض التطبيق.

الإعلام الغربي يشغل في بيئة ليست فيها مستويات أمية عالية بل يمكن القول أن نسبة الأمية صفر في تلك المجتمعات وإضافة الى عدم وجود أمية (القراءة والكتابة).

وتمتاز بيئة الإعلام الغربي بأنها بيئة مشاهدين نافذة وهي خلاصة ثلاثة قرون من الحداثة السياسية والثقافية التي أعادت صوغ العقليات والمفاهيم وطرائق التحليل والنظر للأشياء بشكل مختلف عن السمات التي تميز الوسط العام للمشاهدين العرب فهنا نرى نسبة أمية القراءة والكتابة مرتفعه جدا تصل في بعض المجتمعات العربية الى نصف المجتمع

المطلب الاول : تاثير وسائل الإعلام في المجتمعات بصفة عامة:-

تقوم وسائل الإعلامية الجماهيرية بعملية تكوين الصور(معاني، مفاهيم ، تعاليم) من أجل خلق قيم معينة لدى الفرد، وهي في حالة اشتباك دائم مع ذاتها ومصادرهما ومتلقيها ومنافسيها من أجل هذه المهمة الصعبة والوصول إلى تشكيل القيم التي تريدها¹.

¹ (علم الاجتماع التربوي الإتساق الإجتماعية التربوية ، عدنان إبراهيم أحمد ،محمد المهدي الشافعي ، جامعة سبها ، ص 264.

وتقوم وسائل الاعلام بالمساهمة في إعادة الترتيب القيمي والسلوكي للجماهير عن طريق خلق قيم ومعايير جديدة وفرض الأوضاع والسلوكيات الإجتماعية المرغوبة والعمل علي نشرها وتنميتها في أذهان الناس.

يُعد دور وسائل الإعلام عاملاً حاسماً في خلق القيم عند الأفراد والمجتمعات وهذا ما أشار إليه (توني شوارتز Tony Shwartz) في كتابه(وسائل الإعلام الرب الثاني) بقوله أن وسائل الإعلام قد أثرت على حياتنا وشكلت معتقداتنا بصورة عميقة كأى دين من الأديان¹.

وظائف الإعلام :

يعد الإعلام والاتصال من أقدم الممارسات التي عرفتها البشرية حيث ظهر مع بدء محاولات الإنسان الأولى لتلبية النداء الفطري والرغبة الغريزية فى العيش ضمن حياة الأسرة والجماعة . فقد ادرك منذ ذلك الحين أن عليه أن يجد الطريقة التي يفصح بها عن افكاره ويعبر عن مشاعره ويحدد مكانته ويشعر من حوله بطريقة ما بما يتمتع به من القدرات . (2)

وقد عهدت القبائل البدائية بمهام الإعلام والاتصال الى أفراد بعينهم فقام بعضهم بوظيفة الحراس الذين يحيطون القبيلة علماً بالأخطار المحيطة والفرص المتاحة ، فيكون هؤلاء الأفراد والقائمون برصد الحياة من حول الجماعة أشبه بصفارات الانذار في حالتها الخطر والأمان ، وكذلك عهدت القبيلة الى بعض الأفراد (مجلس القبيلة) تغيير القرارات وكان لابد من وجود رسل يحملون الأوامر والمعلومات من القبيلة إلى أفرادها أو إلى

¹ (مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العلمية،1998م ، ط1، ص 118.

² (الإعلام والصراع العالمي ، القاهرة ، مكتبة الفكر العربي ، فؤاد عبد السلام ، ص 16 .

القبائل المجاورة ، وكذلك كفلت القبيلة لنفسها وسيلة تساعد على الاحتفاظ بتراتها الثقافي
(1) .

وان كل قبيلة تختلف في عاداتها وتقاليدها عن القبيلة الأخرى وكل منها تحمل
تراث يدل على مكانتها الاجتماعية وتبث فيه برامجها الإجتماعية أو الثقافية وغيرها من
البرامج الأخرى .

إرتكزت أساليب التحليل الوظيفي للإعلام والاتصال على دراسة طبيعته ودوره
وكيفية تأثيره في المجتمع والأفراد على السواء ، وكانت هذه الدراسات تستهدف إبراز
كيفية تأثير المجتمع كنظام في الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام والاتصال وأساليبها
الموجهة وغالباً ما تطرح وظائف الإعلام على نحو جزئي في حين يتسع دورها طبقاً
للوظائف التي تؤديها او تستطيع تأديتها ، ويمكن ايجاز دورها الوظيفي . (2)

من حيث طرائق التفكير بوظائف وسائل الإعلام والاتصال ولا سيما الجماهيرية
يمكن التمييز بين عدة وظائف من ابرزها :

إن لكل وظيفة مقصودة أهداف تريد أن تحققها من أجل إكتساب جماهيرية أكثر
لكي تحصل على ما تريد .

1/ الوظيفة الفردية في مقابل الوظائف المجتمعية :

تهتم وسائل الإتصال المجتمعية بالمحافظة على إستقرار المجتمع وثباته ،
والمساهمة في عمليات التغيير الإجتماعي ولا شك في تأثير وسائل الإتصال في التغيير
الإجتماعي .

(1) الاسس العلمية للنظريات ، جيهان رشنى ، مرجع سابق ، ص 356 .

(2) الإتصال ونظرياته المعاصرة ، حسن عما مكاري ، وليلى حسين السيد ، الإتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة ،
الدار المصرية اللبنانية ، ص 2002م ، ص 65 .

2/ وظائف المحتوى مقابل وظائف الوسيلة :

ثمة وظائف ترتبط بمحتوى الوسيلة وليس بالوسيلة ذاتها ، ووظائف أخرى ترتبط بالوسيلة وليس بالمحتوى ، فالتلفزيون أو الانترنت أو الإذاعة مثلاً في وسائلها وطريقة تقديمها تختلف في المحتوى ولكن التأثير من الناحية الإجتماعية أحيانا يكون في الجانب السلبي وأحيانا في الجانب الايجابي فالهدف من المحتوى يقودنا الى الغاية وإن كانت متشابهة في تقديم البرامج الإجتماعية المختلفة وفي يومنا الحاضر أصبح محتوى هذه البرامج لا علاقة له بواقعنا الذي نعيش فيه سواء كان من ناحية إجتماعية أو غيرها .

3/ وظائف ظاهرة في مقابل وظائف كامنة:- الكامنة فهي تلك الوظائف التي يعيها أو يفكر فيها عدد قليل من الناس ، ويتصرف بمقتضاها أغلب الناس تقليدا بوعي أو دون وعي . فقد اثبتت دراسات عدة وجود علاقة ارتباط بين مستوى التوتر داخل الأسرة وإرتفاع صوت جهاز التلفزيون في المنزل .

4/ وظائف مقصودة وغير مقصودة :

فقد يطور المصدر أو بينكر رسائل بقصد معين وتؤدي وظائف مختلفة تماماً عما كان يقصده فعلى سبيل المثال يقدم المعلنون إعلاناتهم عن السيارات وهم يتوجهون الى الناس الذين لم يشتروا سيارات بعد ولكن أكثر الناس مشاهدة لهذه الإعلانات هم حائزوا السيارات ليثبتوا لأنفسهم أنهم إتخذوا القرار الحكيم في اختيارهم لهذا النوع من السيارات ، وهو ما تفسره نظرية التوافق المعرفي لتقليل مقدار التنافر المعرفي في انفسهم .

إن لكل وظيفة مقصودة أهداف تريد أن تحققها من أجل إكتساب جماهيرية أكثر لكي تحصل على ما تريد .

وظائف وسائل الإتصال بالنسبة الى المجتمع :

من الصعب تخيل مجتمع معاصر يخلو من وسائل إعلام جماهيرية ويختلف دور الوسائل ووظائفها من مجتمع الى آخر ويحد (هارولد لازويل H.D Lasswell) عدة وظائف لوسائل الإعلام الجماهيري هي : -

مراقبة البيئة ، وترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة للبيئة ، ونقل التراث الإجتماعي عبر الأجيال في حين يرى (لازرسفيلر وميرتون R . K . Merton P . F . Lazarsfeld) هذه الوظائف : بالتشاور وتبادل الاراء ، ودعم المعايير الإجتماعية والتحذير (كخلل وظيفي) . وتتمثل وظائف الإعلام المجتمعية عن (وييلرشرام Schramm W .) .

بمراقبة البيئة الوظيفية السياسية والتنشئة الإجتماعية ويذهب (ماكويل Denismcauail) الى النظر إلي وظائف وسائل الإعلام المجتمعية على أنها الإعلام وتحقيق التماسك الإجتماعي والتواصل الإجتماعي والترفيه والتعبئة ويحدد (ليزلي مولر Leislle moeler) تلك الوظائف بوظيفة الأخبار والتزود بالمعلومات .

مراقبة البيئة والربط والتفسير بهدف تحسين نوعية المعلومات ، والترقية والتحرر العاطفي من المشكلات ، التنشئة الإجتماعية ، والتسويق وقيادة التغيير الإجتماعي ، وخلق المثل الإجتماعية والرقابة على مصالح المجتمع وأهدافه والتعليم . (1)

وظائف وسائل الإعلام بالنسبة الى الأفراد وتتجلى هذه الوظائف في :

1. مراقبة البيئة أو التماس المعلومات، سواء تم البحث عنها بوعي أم دون وعي، وغالباً ما يكون استخدامنا للمعلومات لتحقيق هدفين الأول توجيه سلوكنا، فهي ترشدنا إلى التصرف على نحو ما في كثير من المواقف، وثانيها توجيه فهمنا لجعلنا أقل قلقاً وأكثر فهماً .

(¹) الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة ، صالح ، ابو ابع ، دار ارام للدراسات والنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 ، 1995م ، ص 105 - 106 .

وفي كل بيئة تختلف عن غيرها فمعظم الباحثين لا يتأثرون بسلوك بيئتهم التي تحيط بهم في كافة المجالات ولكن البيئة لها الاثر الكبير في معرفة المزيد من المعلومات

2. تطوير مفاهيمنا عن الذات : لأنها تساعدنا على فهم أنفسنا وفهم العالم من خلال :

أ- استكشاف الواقع من خلال وسائل الإعلام.

ب- عقد مقارنات بين أنفسنا والآخرين.

ج - المساعدة على تجويد مهنتنا المختلفة.

3. تسهيل التفاعل الإجتماعي من خلال تزويدنا بالأشياء التي نتحدث عنها ونمارسها ، وتزودنا بأرضية مشتركة للمحادثات ، وغالباً ما نتلقاها دون وعي كامل منا.

4. بديل للتفاعل الإجتماعي، أثبتت دراسات عدة حاجة الإنسان للصدقات التي تزداد الحاجة لها عند الناس الذين يعيشون بمفردهم (بعزلة) فنرى بعضهم يتحدث ويصافح نجوم الإعلام كما لو أنهم يعرفونهم سابقاً .

5. التحرر العاطفي والاسترخاء والترويح عن النفس والمتعة والاستثارة والتخلص من الملل والعزلة.

6. الهروب من التوتر والاعتراب.

7. خلق طقوس يومية تمنحنا الشعور بالنظام والأمن. (1)

وتعد الأسرة أهم لبنة اجتماعية وهي بمنزلة المؤسسة الاجتماعية الأولى التي ينشأ فيها الفرد ، ومن خلال عملية التنشئة الاجتماعية يكتسب الكثير من الإتجاهات والقيم وعادة ما يتم ذلك عن طريق المحاكاة ، والتعلم المقصود من جانب الكبار حيث يتعلم الطفل

(1) علم تفسير الاتجاهات ، عزيز حنا داوود ، التحسين على تحسين ، القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، ط1 ، ص

الإتجاهات كما يتعلم المهارات وفق عملية التعلم أو الإثابة التي تصاحبها ويحدث الصراع عندما لا يتوافق إتجاهات أفراد الأسرة وقد تتعدل إتجاهات سابقة نتيجة تعديل أدوار من وضعوها ، وقد تحل إتجاهات محل أخرى (سلبية كانت أم ايجابية) وينظر في بعض الأحيان إلى الأسرة على أنها فردان أو أكثر يعيشون معاً ، والحقيقة ان الأسرة أكبر مفهوم (عقد) يجمع ذكر أم أنثى وإن كان هذا المفهوم لحق به التغيير أيضاً ليشكل منظومة متكاملة تقوم على أسس اقتصادية واجتماعية وإدارية وأخلاقية .. فهي ليست تكويناً مادياً يجمع افراداً في زمن ومكان معين بقدر ما هي مكونات مادية ومعنوية أيضاً تشير إلى العلاقات الناشئة بين هذه المكونات وما تتضمنه من مكونات أخرى تميز أسرة عن غيرها ، تتمثل في حجم الأسرة (عدد افرادها) وهل هي ممتدة أم نووية . وعاداتها (إن كانت محافظة أم غير ذلك) ، والمسؤولية فيها كما ونوعاً (من هو المسؤول عن كل جزئية من شؤون الأسرة) ودور كل من أفرادها ومن يحكم هذه الأدوار ، ومرجعية الأسرة في حال نشوء خلاف من اي نوع . والاختلافات بين الأسر من حيث محل سكنها (ريف أم حضر) أو من حيث المهنة وبيئة العمل (أسرة فلاحية وأخرى عمالية) وأصحاب المهن والحرف وملكيته (غنية وأخرى فقيرة) وتباين الأعمار فيها وغيرها من معايير ، يجعلنا ننظر الى الأسر كأنظمة متباينة ، وربما في كثير من الأحيان لا يجمعها لفظة أسرة.

وما دمنا نتحدث عن الإتجاهات التي تشكل مدخلاً لتكوين القيم ، وتعرف الإتجاهات بأنها مجموعة مترابطة من الآراء المستقرة نسبياً والإتجاه مفهوم يعكس مجموعة من إستجابات الفرد وكما تتمثل في سلوكه نحو الموضوعات والمواقف الإجتماعية التي تختلف نحوها إستجابات الأفراد نتيجة جدلية هذه الموضوعات وتنسم إستجابات الأفراد بالقبول أو الرفض بدرجات متباينة . (1)

وقيم الأسرة هي جزء من قيم المجتمع الذي نعيش في كنفه مع الأخذ بالحسبان التباينات التي تحملها الأسر وإنعكاساتها على قيمها فعلى سبيل المثال القيم التي تحملها

(1) علم تفسير الاتجاهات ، عزيز حنا داوود ، التحسين على تحسين ، القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، ط1 ، ص

الأسرة الفلاحية تختلف كلياً أو جزئياً عن القيم التي تحملها الأسرة العمالية (من حيث المهنة) والقيم التي تحملها الأسرة الممتدة تختلف كلياً أو جزئياً عن قيم الأسر النووية (من حيث البناء الإجتماعي) وهكذا وهذا لا يلغي التشابه في إطار المحيط الإجتماعي الذي يجمع هذه الأسر .

وغالبا ما ينظر إلى الإعلام والاتصال على أنه أدوات ووسائل (هاتف ، مذياع ، تلفزيون ، انترنت ، صحيفة) في حين أنه حزمة متكاملة من الوسائل في إطار منظم لن يكتب لها النجاح . كما ينظر الى الوسيلة على أنها برامج في حين أنها مجموعة متضامنة من تخطيط السياسات والبرامج وردود فعل المتلقين وحتى تحرز المضامين نجاحاً لا بد من تقديمها في حزمة متكاملة من البرامج تعكس الأهداف والوظائف . وفي ظل تحولات الإعلام والاتصال في العصر الرقمي تغيرت الوسائل والمضامين معاً فلم يعد المذياع وسيط ترفيه وأخبار ولم يعد الهاتف وسيط اتصال معلوماتي ، ولم يعد التلفزيون كما عهدناه في القرن الماضي فقد دمجت الرقمية عدة وظائف لعدة اجهزة في جهاز واحد ، وسيكون بمقدورنا إجراء أكثر بكثير من مجرد إجراء مكالمة هاتفية بجهاز أكثر بكثير مما هو هاتف هكذا لم تعد المضامين معزلة كتقديم برامج أخبار وتعليم وإعلان وتوجيه وترفيه وإن كانت لا تزال قائمة بالفعل ، ولكن تغيرات أساليب الممارسة حيث يمارس الأخبار وهكذا فيصوغ الإعلام في العصر الرقمي ملامح عصر جديد من خلال وسائل جديدة ويقدم مضامين جيدة لا بد أن يكون لها وظائف جديدة تنعكس في آثار جديدة .

تأثير وسائل الإعلام:

وعلى الرغم من أن البحوث الإجتماعية والنفسية والإعلامية لم تقدم اجابة شافية عن كيفية تأثير وسائل الإعلام والاتصال ، وهي واحدة من الاشكاليات التي لا تزال مطروحة ، لكن الثابت إن وسائل الإعلام لها تأثير وربما يكون (المثير) الأقوى من بين

(المثيرات) التي يتعرض لها الفرد وسائل الإعلام والاتصال تأثيراً مباشراً وغير مباشر في الأفراد من على الرغم من محاولة التفريق بين دور وسائل الإعلام والاتصال تكمن في أن المضامين توجه لقطاع عريض من الناس . أقل منهم يفهمونه ، وعدد أقل ممن يفهمون ويقتنعون بما يقدم ، وعدد أقل ممن يقتنعون يرغبون به ويتخذون سلوكاً حيالاً.

فمن الاسس التي تركز عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Dependency (media) كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في استغناء المعلومات زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل على هؤلاء الأفراد . (1)

فالإعلام نشاط هادف يسعى لتحقيق غرض على الأقل أو مجموعة أغراض في الوقت نفسه ، ومن أجل تحقيق المعادلة المنطقية التي يكون الإعلام من خلالها خاضعاً لمبادئ الخبر وخدمة الإنسان وتوجيهه الوجهة الصحيحة لابد من إدخال المادة الإعلامية في دائرة وعي الظاهرة الإعلامية وتأثيراتها للقيام بدورها الصحيح من خلال ايجاد أرضية للتفاعل بينها وبين العقل والأخلاق من جهة ، وبينها وبين المسؤولية الاجتماعية من جهة أخرى . وفي اطار هذه الوظيفة ينبغي أن تمارس كل وسيلة إعلامية هذا الدور .

وعلى الرغم من وجود نشاط ملحوظ في تعزيز قيم الأسرة (نقل أخبار الزواج الجماعي لغير القادرين ، والزواج الجماعي لذوي الاحتياجات الخاصة وصفحات التعارف ، ومواصفات الزوج والزوجة) .

فهناك بعض البرامج لعرض أفراح الزواج في كافة الدول ويهدر فيها من الاموال ما يهدر وهذا يؤدي الى تفكيك القيم الاجتماعية .

(1) stanly . j .Barran . & Dennis .R. Davis: mass communication theory foundation ferment and future (New York : wads worth publishing company 1995) , p. 226 .

المطلب الثاني : تأثير وسائل الإعلام على القيم:

رغم كثرة الدراسات والأبحاث التي تناولت علاقة وسائل الاعلام بالقيم ، إلا أنه لا يزال موضوع الساعة ، لأن الحقائق التي تنطوي عليها القيم لا تزال حاضرة.

أن الأفراد يجدون أنفسهم إزاء جدول القيم علي نحو مقدر تماماً وفق وضع خارجي بالنسبة لهم، فهو ليس من إنشاءهم فرادى ولا هو ترجمة لمشاعرهم الشخصية ، كما أنهم لا يملكون إلا أن يكيّفوا أحكامهم والدور الذي أصبحت تلعبه وسائل الإعلام وعلى رأسها التلفزيون في التأثير علي الجمهور.

إذ احتلت هذه الوسيلة مكانة كبيرة في التنشئة الاجتماعية لأطفالنا وأصبح مركز هام من مراكزها ، جعل هؤلاء أقل حضوراً في مختلف التفاعلات الإجتماعية الأخرى⁽¹⁾.

❖ أما وسائل الإعلام الجماهيرية ودورها في تثبيت القيم:-

تعتبر وسائل الإعلام الجماهيرية إحدى أهم الوسائل الفعّالة في تثبيت قيم المجتمع وهذا لقدرتها على إحداث تأثير خاص لدى أفرادها ويتوقف ذلك علي نجاح الرسالة الإعلامية التي تقدمها ويظهر ذلك⁽²⁾ من خلال ما يلي:-

- تعمل وسائل الإعلام علي تثبيت قيم المجتمع من خلال نقلها من الأجيال السابقة إلي الأجيال التالية، وحسب هارولد لاسويل Hrold Lasswell فإن المجتمعات البدائية كانت تعيش في نطاق العائلات أو القرى المعزولة وكان الأباء والأمهات هم الذين ينقلون القيم والتراث الثقافي عبر الأجيال ، ولكن مع تطور المجتمعات والتمدن ، حدث نوع من الإنعزال مما أستوجب قيام وسائل الإعلام بدور ناقل للقيم⁽³⁾.

¹ (علم الاجتماع القيم ، محمد أحمد بيومي ، الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، بدون تاريخ النشر ، ص 39.
² (وسائل الإعلام وآثارها في وحدة الأمة ، محمد نوبق الغلاييني ، السعودية ، دار المنارة ، ط1 ، 1985 ، ص 39.
³ (الإتصال ونظرياته المعاصرة ، هارولد لاسويل نقلاً عن حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، القاهرة ، الدار اللبنانية ، ط 1 ، أكتوبر 1988، ص 72.

- يرى صمويل بيكر أن دور وسائل الإعلام يتجاوز التأثير البسيط أو مواجهة التحديات التي تواجه بناء سلطة المجتمع وقيمه ومعتقداته بالإضافة إلى أنها تقوم بكل ذلك عن طريق دراسة أنواع الترفيه الشعبي السائدة فيه والنظرية الكامنة وراء هذا الرأي هي أن كوميديا المواقف الشعبية والمسلسلات والقصص والأغاني وأفلام السينما أصبحت تعبر عن الوعي الشعبي لأنها تعكس قيم المجتمعات ومعتقداته⁽¹⁾.

- حسب موريس حانو ميسترز فإن لوسائل الإعلام دور في نقل تراث المجتمع من جيل إلى جيل، كما تجمع المعلومات التي تساعد علي مراقبة البيئة والإشراف عليها وذلك عن طريق رابط القيم السائدة في المجتمع بمختلف الأفراد في وجه التغيرات الهائلة التي تطرأ علي تلك البيئة⁽²⁾.

وتظهر أهمية وسائل الإعلام في دعم القيم من خلال ما تقدمه للفرد من معلومات ومعارف خاصة بالقضايا والموضوعات اليومية التي تثبت للفرد ما يتبناه من قيم وأفكار ومعلومات ، فيتحقق بالتالي التكيف الاجتماعي بين الفرد والمجتمع الذي يعيش فيه.

ويمكن لوسائل الإعلام أن تقوم بخلق قيم جديدة :-

وذلك بالمساهمة في إعادة الترتيب القيمي والسلوكي للجماهير عن طريق خلق قيم ومعايير جديدة وفرض الأوضاع والسلوكيات الاجتماعية المرغوبة والعمل على نشرها وتمييزها في أذهان الناس .

مما يجعله عاملاً حاسماً في خلق القيم عند الأفراد والمجتمعات وهذا ما أشار إليه (توني شوار Tony Shwar) في كتابه (وسائل الإعلام الرب الثاني) بقوله أن وسائل الإعلام قد أثرت في حياتنا وشكلت معتقداتنا بصورة عميقة كأى دين من الأديان.⁽³⁾

¹ (مرجع سابق .

² (علم الاجتماع التربوي الإتساق الإجتماعية التربوية ،ليبيا ، جامعة سيها 2001م ، ص 264.

³ (مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير ، توني شوانز ، القاهرة ، الدار العلمية ، 1998م ، ص 118.

ولكنها لم تصل بعد الى المستوى المأمول ، لتأكيد قيمة الأسرة كمؤسسة اجتماعية مشروعة ، في ظل ما يشاهد على أرض الواقع من انتشار حالات الزواج خارج نطاق الأسرة (الزواج العرفي) وتناقل أخبار الجماعات المثلية التي بدأت تظهر في بعض المدن الغربية ، والعروض الفيلمية العديدة التي تسهل عملية الطلاق كحل أولى لأية مشكلة عارضة وتلك التي تصور علاقة الشباب بامرأة متزوجة او العكس مع خوض مغامرة تستأهل إلى أن يجد بها المشاهدون ومما يدعو به إلى التبرج والفجور ولا شك أن الطاقة الإعلامية الهائلة مع وجود أزمة روحية وغياب الضوابط الفكرية والأخلاقية بإمكانها ممارسة نشاط تخريبي واسع النطاق . (1)

في المقابل ثمة وظائف كامنة لوسائل الإعلام والاتصال وهي أشد تأثيراً من وظائفها الظاهرة في تغيير المواقف والاتجاهات والقيم وبعض أنماط السلوك ، فكثيراً ما يقبل الناس ، ويتعاملون بلا مبالاة ، مع سلوك كانوا يرفضونه بل كان يثير اشمئزازهم ، وكثيراً ما تخلى الناس عن قيم كانت راسخة ، واستبدلوا بها قيمة دخيلة ، كانت موضع استهجان فيما سبق ، لان (المتغير) الجديد أحدث خللاً في منظومة القيم التي تحكم علاقتنا تجاه الآخرين (أقاربنا ، جيراننا ، بقية أفراد المجتمع ...) وتحكم كذلك رؤيتنا للأمور (حلال ، حرام ، عيب ، شرف ، عرض) نتيجة تعرض منظومتنا القيمية والأخلاقية والاجتماعية لسيل لا ينقطع من المفاهيم ، والتصورات المضادة والقيم المتناقضة والثقافات (الأخرى) عبر مصادر معلومات متعددة ، في مقدمتها وسائل الإعلام والاتصال التي أحدثت الخلطة التي نراها في النظام الأخلاقي والسلوك العام لمجتمعنا (2)

(1) الاعلام الاذاعي والتلفزيون ، ابراهيم الامام ، القاهرة : المكتب المصري الحديث ، ط 1 .

(2) وسائل الاعلام هل تهد نظامنا القيمي والاجتماعي ، محمد الحفيف ، Available :

<http://www.media.effects.org/wnb22/alelam.htm>

4/ تبدلات الموقف التي يترتب عليها التعرض الى مشاهدة العنف وظهور عاطفة العدوان أي تأثيراتها في السلوك. (1)

5/ عمليات التبرير الصادرة عن الأولاد العدوانيين الذين يرقبون ويشاهدون أفلام العنف لأنها تزودهم بالعرض لتبرير سلوكهم العدواني على أنه سلوك طبيعي . (2)

والمنتبع لن يجهد نفسه في استكشاف جرعة العنف التي تقدم ولا سيما المواد الفيلمية (بمستويات العنف الانفعالي واللفظي والسلوكي) حتى لا يكاد عمل فني يخلو من مشاهد العنف لتحقيق اكبر قدر من المشاهدة ولكسب أكبر قدر من جيوب المعلنين ولكن من دون تفكير بآثار هذه المشاهد في المتلقيين ، حتى أن القيم التقليدية التي كانت الأسرة تبثها في الاطفال ضمرت واضمحت وحلت مكانها قيم إعلامية مشتقة من مسلسلات العنف وقصص الجريمة وتمثيلات الجنس ورعاة البقر.. وهي دائرة ضخمة من الآثار الوخيمة ذات الحلقات المتصلة يقدمها التلفزيون كل يوم وتشيع بين أفراد الأسرة بهذه القيم . فيأتي سلوك العنف وهو السلوك البطولي الأكثر سيطرة على المتلقي في الوقت الذي يكون الأب منشغلاً عن ابنائه في معظم اليوم خارج الأسرة .

مما أدى الى أن يصبح التلفزيون الأب البديل للطفل بما يقدمه من مادة إعلامية مغلقة بالحلوى ، بانتظار أن يطعمها الأطفال لا شعورياً مع إنشداد نفسي غير إعتيادي وكانت اللغة السائدة للثقافة هي لغة حوار العنف من خلال أفلام (الكارتون) أو عبر المسلسلات الإجتماعية الداعية الي أن يكون البطل أكثر قسوة في القتل وتصفية اعدائه . (3)

(1) الاعلام وتنمية العنف والسلوك العدواني ، سعد الامارة ، ص 30 ، مرجع سابق .

(2) افلام العنف والسلوك العدواني ، محمد حمدي الحجاز ، مجلة الثقافة النفسية ، بيروت العدد 38 ، شباط 1999م ، ص 46 .

(3) قصف العقول ، فيليب تايلور ، ترجمة سامي خشبة ، عالم المعرفة ، الكويت ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والادب ، نيسان ، 2000م ، ص 371 .

وتمارس وسائل الإعلام والاتصال هذا الدور من خلال التكوين المعرفي والتغيير المعرفي بوساطة المعلومات التي تعد أساس المعرفة. (1)

وكما يختلف بذلك رصيد المعرفة لدى الشخص الواحد من وقت الى آخر بحصول على تقارير جديدة من المعرفة والخبرة . (2)

وتسهم وسائل الإعلام والاتصال بقدر كبير في هذه الوظائف فلا تكاد وسيلة من الوسائل تخلو من هذه الوظائف بل خصص بعضها بالكامل لخدمة هذه الاغراض من صحف ومجلات ومحطات FM وفضائيات ومواقع شبكة إنترنت C وجميعها تحاول نقل وزرع مجموعة من القيم والمفاهيم التي تمثل أسلوب حياة مواطنيها ونجد فيها التشويق والترخيص هو الأسلوب الذي يحكم هذا الإعلام وهي من جانب آخر إمتدادد لعملية (غسل المخ) لصرف الناس عن مشكلاتها الحقيقية ومن هنا يتخذ (العنف) في أفلام الجريمة (الجنس) في الأفلام العاطفية الطابع الغالب. (3) دون عناية بالأثر التدميري الذي تحدثه هذه البرامج في النسق السلوكي ، وغالباً ما تركز أفكارها الرئيسية على تطبيع (العلاقات غير الشرعية) بين الرجال والنساء وأن هذه العلاقات أمر (عادي) يمر به كل مراقق ومراقبة وأنها مرتبطة بمرحلة معينة وأنها قابلة للنسيان . (4)

أما فيما يتعلق بالشأن الأسري فتكمن خطورة الترفيه عندما يكون بلا هدف ، أو يمارس دون وعي ، وتميرير قيم جديدة أو هدم قيم أخرى بطريقة مدروسة يتقبلها الناس على انها هزل (نكات) في حين أن أغراضها أبعد من كونها هزلاً عفويا وللاإنصاف قدمت بعض برامج وسائل الإعلام الجماهيري نماذج طيبة في هذه الجوانب ولعل وسائل

(1) معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية ، احمد ذكي بدوي ، بيروت ، مكتبة لبنان ، 1982م ، ص 234 .

(2) تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري ، القاهرة ، لعربي للنشر والتوزيع ، 1998م ، ط1 ، ص 25 .

(3) اوراق وطنية ، حمد المرزوق ، ص 51 .

(4) أفلام العنف والسلوك العدوانى ، محمد حمدي الحجاز ، مرجع سابق ، ص 48 .

الإتصال الشخصي وبعض المحطات التلفزيونية والكثير من مواقع شبكة الانترنت مارست دوراً هداماً في محاربة الكثير من قيم الأسرة خلال الترفيه لان الناس يقبلون الترفيه على أنه إجراء غير موجه فيسهم في رسم السلوك لا شعورياً وأصبحت القيم الإجتماعية تهدم خطوة بخطوة مع وسائل الإعلام المباشرة أو الوسائل الخفية .

وتعددت مجالات التأثير على السلوك الإجتماعي ،حيث هذه القنوات والمشاهد التي تبث فيها قد ترافق مع ظهور حالات من الخلل الإجتماعي لم يكن معروف وجودها في المجتمعات العربية والمسلمه كما هو الحال في ظاهرة عبدة الشيطان والشاذين جنسياً التي ظهرت بشكل مفاجئ في بعض المجتمعات العربية،كما هو في مصر في عام 2001م والحال في المغرب في عام 2003م حيث قامت الشرطة بالقبض على مجموعات من الشباب وهم يتزوجون بعضهم البعض في حفلات الشذوذ الجنسي وجرت محاكمتهم⁽¹⁾.

كما أشارت دراسات أجريت على عينات من الشباب ،أن هذه القنوات أدت إلى إنتشار الرزيلة وإظهار المخدرات والخمور وكأنها أمور عادية غير محرمة وإثارة الرغبة الجنسية وتعليم فنون التقبيل وغيرها ،وتقديم الجريمة والعنف وإظهار ابطالها كقدوة وزعزعة عقيدة الإسلام في المشاهدين والتشكيك فيها والإعلانات الخليعة التي تستخدم للمرأة والطفل بصورة غير لائقة وتزيد من الإستهلاك ،وتقديم العواطف بشكلها الشهواني وإقبال النساء على الأزياء في برامج الموضة التي لا تتناسب مع المجتمع الإسلامي⁽²⁾.

وقد أدت هذه البرامج الى تدنى مستوى الطلاب في التحصيل الدراسي بل والخروج عن القيم والمبادئ الإسلامية البحتة بل والعادات والتقاليد والإعراف المتوازنة .

(¹) دراسات في الاعلام الفضائي ، عاطف العبد - فوزية عبدالله ، القاهرة ، دار الفكر العربي للطباعة ، 1995م ، ص161.

(²) أخبار الحوادث ، القاهرة ، 17 مايو - 2001م ، واسلام أون لاين ، 12-3-2003م.

لقد أثارت برامج تلفزيون الواقع الكثير من المشاكل والأستياء بين الأسر والمسؤولين في المدارس لأنها تسببت في تدني المستوى التحصيلي بشكل ملحوظ لدى بعض الطلبة وخاصة الطالبات اللائي يهتمن بكل صغيرة وكبيرة من تفاصيل البرامج التي تدعو وبصورة علنية الى الخروج من التقاليد الإسلامية والعادات المألوفة فهو جزء من ظاهرة تبني القنوات الفضائية العربية لأفكار المجتمعات الغربية وتطبيقات على أرض الواقع بهدف تدمير الشباب العربي سواء بقصد أو بدون قصد وغرس قيم وسلوكيات لا معنى لها ليصبح فردا غير مبال سوى بالأمر التافهة ويفقد الإلتزان والوعي، فمثل هذه البرامج وغيرها تعتمد على الربح فقط مما جعل المعلمات ينادين بإيقاف مثل هذه البرامج التي تدمر عقول الطالبات⁽¹⁾.

هذا بعض ما أثبتته بعض الدراسات عن تأثير الإعلام على القيم ولعل الواقع المعاش يؤكد صدق ما وصلت اليه.

(¹) برامج تلفزيون الواقع متهمه بتدني التحصيل التعليمي ، الامارات ، جريدة لبنان ، 2004/3/9م.

المبحث الثالث

الإعلام الغربي وقضايا الإسلام والمسلمين

المطلب الأول : موقف الإسلام والمسلمين (الواقع والمطلوب)

المطلب الثاني: كيفية الرد من خلال وسائل الإعلام وخاصة الإنترنت

المبحث الثالث:

الإعلام الغربي وقضايا الإسلام والمسلمين (الواقع والمطلوب)

المطلب الأول: موقف وسائل الإعلام الغربي تجاه الإسلام والمسلمين :-

من خلال تحليل نتائج أهم الدراسات التي أجريت حول تحليل المضمون لموقف وسائل الإعلام في أوروبا من قضايا الإسلام والمسلمين وكيفية تناول ومعالجة هذه القضايا الهامة والحساسة، يتوصل محمد بشاري إلى مجموعة من الخلاصات الهامة، لا بد من أن نأخذها بعين الاعتبار عندما نعالج سبل مواجهة هذا الواقع التضليلي البعيد عن الصورة الحقيقية التي يمثلها الدين الإسلامي السمح، وهذا على الرغم من ثقل ذلك العائق الذاتي الذي تجسده ممارسات بعض المسلمين قديما وحديثا والتي تمثل ذريعة عند اللوبيات الغربية، وفي مقدمتها اللوبيات الإعلامية اليهودية، من أجل ترسيخ هذه الصور المغلوطة، ويكفي صدور بعض الممارسات المخلة بالتعاليم الإسلامية عن هذا المسلم في الدول الأوروبية أو في العالم الإسلامي، حتى تستغل الآلة الإعلامية الغربية وتتخرط في مسلسل تكرار عرض هذه الصور.

وإجمالاً، يمكن حصر أهم الصور النمطية التي يتم ترويجها عن الإسلام في مختلف وسائل الإعلام الأوروبية:

— جاءت صورة الإسلام بصفة عامة في وسائل الإعلام الأوروبية المختلفة، سواء الصحف أو المجالات والإذاعات والتلفزيون صورة سلبية وسيئة ومشوهة في الغالب، فالصورة كانت منفرة، ولقد وصف المسلمون بأوصاف بدائية وهمجية، إلا في القليل جدا من المعالجات الإعلامية، والتي تبقى غير ذات تأثير مقارنة مع السائد، إضافة إلى كونها مرتبطة بصاحب التغطية الذي يكون موضوعيا في كل ما يقدمه وليس بالنسبة للقضايا

الإسلامية فقط.

— كان هناك نزوع نحو ما يطلق عليه في لغة الإعلام "بشيطنة العدو"، والعدو هنا في العديد من الحالات يتمثل في الإسلام والمسلمين، ويقوم هذا المبدأ على التحويل المعنوي لهذا "العدو" إلى شيطان، أي شر مستطير ومتجسد، أو نزع الصفة الإنسانية عن العدو بحيث يستحق عقابا صارما يسمح للمضطهد أن يمارس اضطهاده على المضطهد، دون أن يكون مطالبا بتطبيق الشرائع وموائيق حقوق الإنسان المعروفة في التعامل مع البشر.

— ربط الإعلام الأوروبي بشكل كبير بين الإسلام كدين وبين ممارسات بعض الحركات الإسلامية المتشددة، وفي كثير من الأحيان لم يفرق هذا الإعلام بين المسلم المعتدل في ممارسته الدينية، وبين المسلمين المنتمين لجماعات إسلامية تختلف في أطروحاتها وفي حركيتها، ويتأرجح هذا الاختلاف ما بين الاعتدال والتشدد، وقد تم استغلال أحداث تورط فيها بعض الإسلاميين المتشددين من أجل إلصاق تهمة الإرهاب بالإسلام والمسلمين، ولقد اعترف العديد من الإعلاميين بوجود صورة خاطئة عن الإسلام والمسلمين في مختلف وسائل الإعلام الأوروبية.

— استخدمت وسائل الإعلام الأوروبية عدة وسائل لإبراز الصورة السيئة للإسلام والمسلمين، من قبيل العناوين المثيرة والتي تبعث الخوف والقلق لدى الرأي العام الأوروبي، والتكرار والاجترار المستمر خاصة في أحداث العنف والربط بين الإسلام والإرهاب، والضرب على وتر المشاعر والأحاسيس الإنسانية باستخدام صور وعبارات مؤثرة نفسيا وموحية بالمعنى الذي تسعى هذه الوسائل إيصاله وبتخاذ الموقف الذي تطمح إليه، ثم التأثير على المتتبع مستغلة جهله بالإسلام واعتماده على ما تقدمه له من معلومات وأحكام جاهزة، ومستغلة كذلك المصلحة الشخصية والقومية بتصوير المسلمين والإسلام على أنهم يشكلون الخطر والعدو.

- ركزت وسائل الإعلام الأوروبية على بعض الأفكار الحديثة في الجوانب الخاصة بالإسلام والمسلمين، مثل فكرة "صدام الحضارات" التي قدمها المفكر الأمريكي صامويل هنتنغتون، والترويج الإعلامي على أن الإسلام هو العدو البديل للشيوعية، إلى جانب قضية الأصولية والجماعات الإسلامية وإيديولوجياتها باعتبارها موضوعات مرتبطة بالإسلام والمسلمين.

يمكن تلخيص أهم عناوين الصور المغلوطة عن الإسلام في النقاط التالية:

- الإسلام دين العنف والإرهاب.
- الإسلام يضطهد المرأة (وهنا يـم التركيز كثيرا على قضية الولاية والزواج والعصمة والقوامة. الميراث)
- المسلمون يعبدون إليها مختلفا.
- الإسلام انتشر بالسيف.
- المسلمون هم العرب.
- الأمة الإسلامية هي جماعة المسلمين.
- المسلمون أناس بربريون.
- - الإسلام يعادي الحضارات الأخرى.
- - الإسلام دين رجعي.
- - كان محمدا (ص) { والعياذ بالله } رجلا شهوانيا.
- - الإسلام ضد العمل، فهو بالتالي دين تواكلي.
- - الصيام يقلل حركة الإنتاج.
- - الزكاة تقلل من الأموال.⁽¹⁾

¹ (مسئولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد، رشدي شحاتة أبوزيد ط1، 2011، مكتبة الوفاء القانونية، ص33.

كيفية تحسين الصورة السلبية للإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي :-

وإذا أردنا تحسين صورة المسلمين لدى الغرب فيجب علينا أولاً أن نحدث توافق بين تعاليم الإسلام وأحكامه وبين تصرفات المسلمين وبالتالي تصبح الصورة التي يتخيلها الغرب ويرسمها للمسلمين اليوم لاننكر أن فيها شيء غير قليل من الواقع وبالتالي فيجب علينا أن نبدأ بتحسين وضبط تصرفاتنا لكي تكون مطابقة لأحكام الشرع والدين وعلى كثرة ما قيل ويقال في وصف حاضر المسلمين وتحديد مكوناته ، وعلى تعدد محاولات تشخيص الأزمة التي تواجه المسلمين المعاصرين ومن أبرز مظاهر الضعف وعناصر الإزمة في حاضر المسلمين هي :-

1/ اضطراب فكري ، وخلل ثقافي في فهم الإسلام نفسه وتحديد مهمة المسلم في الحياة وهو اضطراب أفقد الأمة وحدتها الفكرية والنفسية وحول إسلامها إلى مدارس ومذاهب وتيارات وحركات .

2/ تفرق وتشردم والتفات حول حدود إقليمية وقطرية ضيقة سقط معه من النفوس والعقول معنى (الإمة) واشتعل فيه كل أحد (بخلافة الفردي) تاركاً أمر الجماعة (المسلمين) تحت رحمة الآخرين.

3/ عزلة عن العالم واستخفاف بمسيرة الحضارة ورفض للآخرين تحت شعارات (تميز المسلمين) واختلافهم عن سائر الناس ، وحاجتهم إلى المحافظة على نقاء دعوتهم أن يتسلل إليها أي شيء من الحضارات الأخرى¹.

¹ (صورة الإسلام في الإعلام الغربي ، محمد بشاري ،مراجعة ،منتصر حمادة ، ط2004،1،دار الفكر دمشق ايلول ص176.

المطلب الثاني :-كيفية الرد من خلال وسائل الإعلام وخاصة الإنترنت :-
لم تتل وسيلة من وسائل نقل ونشر المعلومات في تاريخ البشرية ما نالته الإنترنت من سرعة في الانتشار والقبول بين الناس ، وعمق في التأثير في حياتهم على مختلف أجناسهم وتوجهاتهم ومستوياتهم ، وما يميز الإنترنت هو تنوع طبيعة المعلومات التي توفرها ، وضخامة حجم هذه المعلومات التي يمكن الوصول إليها دون عقبات مكانية أو زمانية ، وتتوقع الدراسات أن ينمو عدد المستخدمين إلى ما هو أكثر في الأعوام القادمة فقد أصبح الناس اليوم ينظرون إلى الإنترنت على أنها المصدر الأول والمفضل للمعلومات والأخبار ، وقد يقال أن وسائل الإعلام التقليدية كالصحف والمجلات والإذاعات لن تلبث أن تنقرض على يد الإنترنت ، كما انقرضت ألواح الحجارة على يد ورق البردي وكما انقرض النسخ اليدوي للكتب على يد روتتبرج ، من الطبيعي أن زعماً جريئاً مثل هذا لا يمكن أن ينشأ من فراغ ولا بد أن تكون هناك أسباب قوية ووجيهة تستطيع بها الإنترنت أن تهدم إمبراطوريات إعلامية وجدت من قرون.

فيما يلي بعض الأسباب التي تجعل الإنترنت وسيلة إعلام واتصال المستقبل بلا منازع. وبالتالي من أفضل وسائل الدعوة إلى الله ونشر الدين الإسلامية.

1-اللامكان: تتخطى الإنترنت كل الحواجز الجغرافية والمكانية التي حالت منذ فجر التاريخ دون انتشار الأفكار وامتزاج الناس ، وتبادل المعارف ، ومن المعروف أن حواجز الجغرافيا منها اقتصادي (تكلفة شحن المواد المطبوعة من مكان إلى آخر) ومنها فكري وثقافي (حيولة بعض الدول دون دخول أفكار وثقافات معينة إلى بلادها) ، أما اليوم فتمر مقادير هائلة من المعلومات عبر الحدود على شكل إشارات إلكترونية لا يقف في وجهها شيء وفي ذلك نواح إيجابية لا تعد ولا تحصى. والتي يمكن تجنيدها في قضية الدعوة.

2-اللازمان:

إن السرعة الكبيرة التي يتم بها نقل المعلومات عبر الشبكة تسقط عامل المعلومات عبر الشبكة تسقط عامل الزمن من الحسابات ، وتجعل المعلومة في يدك حال صدورها ، تسوي بينك وبين كل أبناء البشر في حق الحصول على المعلومة في نفس الوقت وبالتالي فأنت تعيش في عصر (المساواة المعلوماتية)

3-التفاعلية:

تعودت وسائل الإعلام التقليدية أن تتعامل معك كجهة مستقبلية فقط ، ينحصر دورك في أن تأخذ ما يعطونك وتفقد ما لا يعطونك ، ولذلك فهم الذين يقررون ما تقرأ أو تسمع أو تشاهد أما في عصر الإنترنت فأنت الذي تقرر ماذا ومتى تريد أن تحصل عليه من معلومات ، وأكثر من ذلك فبإمكانك الآن من خلال منتديات التفاعل والحوار أن تنتقل من دور المستقبل إلى دور المرسل أو الناشر. وهذه نقلة تحصل لأول مرة وتمكن الناس من التحرك على أرض مستوية دون أن يطغى صوت أحدهم على الآخر ، ولهذا أهمية كبيرة بلا شك في الحوار الشرعي أو حوار الأديان ، وينبغي علينا كمسلمين إدراك ما تحمله هذه التقنية من دعم لقضية الدعوة.

4-المجانية:

وهي أمر لم يحصل تماماً بعد. لكنه سيحصل خلال السنوات القادمة ، حيث إن الكثير من الأنماط التجارية بدأت تتبلور لتمكن المجتمع من اعتبار خدمة الإنترنت من الخدمات الأساسية في الحياة والتي سيتم توفيرها للجميع بشكل مجاني أو شبه مجاني ، ومعروف اليوم في الغرب أنه بإمكانك أن تتصل بالإنترنت 24 ساعة يومياً مقابل مبلغ 20 دولاراً شهرياً ، وهو مبلغ رمزي حتى للطبقة المتوسطة في كثير من المجتمعات ، الأمر الذي يجعل من الإنترنت الوسيط الذي يصل إلى أكبر عدد من شرائح المجتمع ولا سيما الفقيرة منها ، علاوة على ذلك تتمتع الإنترنت بميزة الربط الدائم ، حيث إنه ومع تطور التقنيات التي تمكنك من الاتصال بالإنترنت، لم تعد بالضرورة تقتصر على استخدامها من حاسبك الشخصي في العمل أو المنزل ، بل أصبح بإمكانك أن تتصل بالشبكة من

مجموعة كبيرة ومتنوعة من الأدوات كحاسبات الجيب والهواتف النقالة وحتى جهاز
الثلاجة في المطبخ ، وبذلك ستكون على ارتباط دائم بالإنترنت في كل مكان وزمان ،
تتابع الأخبار وتتسوق وتستدعي المعلومات المهمة في الوقت المناسب.

5-تنوع التطبيقات:

ما ذكرناه من أمثلة قليلة على استخدامات وفوائد الإنترنت ما هو إلا غيض من فيض ، إذ
إن التطبيقات والخدمات التي تقدمها الشبكة تبلغ سعتها سعة الحياة فمن التطبيقات التعليمية
والتربوية التي تخدم أطفالنا في تعلمهم واستكشافهم للعالم ، إلى الخدمات التي تسهل
الاتصال كالبريد الإلكتروني وغرف الحوار ، إلى التطبيقات التجارية التي تحول العالم
بأسره إلى سوق صغيرة يستطيع فيها البائع والمشتري إتمام صفقاتهم في لحظات ، إلى
المواقع الإخبارية والمعلوماتية والأكاديمية والمرجعية التي تخدم الباحثين والمطلعين في
شتى المجالات بإمكاننا نحن الدعاة المسلمين أن نعمل على صب كل هذه التطبيقات في
بحيرة الدعوة ونشر ديننا الحنيف ، للاستفادة من هذه الإمكانيات الهائلة التي توفرها لنا
التقنية الحديثة يوماً بعد يوم.

2- سهولة الاستخدام:

لا تحتاج أن تكون خبيراً معلوماتياً أو مهندساً أو مبرمجاً حتى تستخدم الإنترنت ، ولا يحتاج
رواد الشبكة إلى تدريبات معقدة للبدء باستخدامها ، بل إلى مجرد مقعدة في جلسة لمدة ساعة
مع صديق يوضح له المبادئ الأولية للاستخدام.

لماذا الإنترنت ؟

لأنه أصبح بإمكانك إطلاع العالم بأسره وتعريفه بدينك الذي يقوم بعض الناس بتشويه
صورته يوماً باستخدام تقنيات العصر ومنها (الإنترنت) إن هذه الأداة التي ألهم الله بها
الإنسان ليخترق المسافات في سرعة البرق وليدخل بيوت الناس جمعياً بلا حواجز فرصة
تاريخية للعاملين في مجال الدعوة إلى الإسلام وللحريصين على نشر كلمته ، ليصلوا إلى

العالمين ويقولوا لهم هذا ديننا وهذه دعوتنا ، ويكونوا شهداء على الناس ، ويا لها من
أمانة فאלله الله في الدعوة يا دعاة الإسلام¹.

1) www.saaaid.net/afkar/85.htm

المبحث الرابع :- قنوات التلفزيون الأكثر متابعة من خلال المشاهدين :-

تمت هذه الدراسة على فئة معينة من الشباب من كافة المستويات والمجالات المختلفة بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

الحدود الزمانية :-

من/12/2015م.الى -شهر 4/2016

الحدود المكانية :-

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

الدراسة تحتوي على الاتى :-

1/الفئة العمرية.

2/ما الوقت الذي تقضية أمام أجهزة الإعلام؟

3/هل للإعلام دور في تنمية المجتمع ؟

4/هل يؤثر الإعلام الغربي على قيمنا الإسلامية ؟

5/هل تساعد أجهزة الإعلام الإسلامية في تحقيق مخططات الغرب؟

6/هل يؤثر الإعلام في التربية بصورة مباشرة؟

7/هل يتحرى الإعلام الغربي الدقة والصدق في الأخبار؟

8/هل يشارك الإعلام في تقوية الروح الدينية ؟

9/إيهما أكثر مشاهدة القنوات الإسلامية أم الغربية ؟

10/ ماهي البرامج الأكثر مشاهدة ؟

جدول (1) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية :

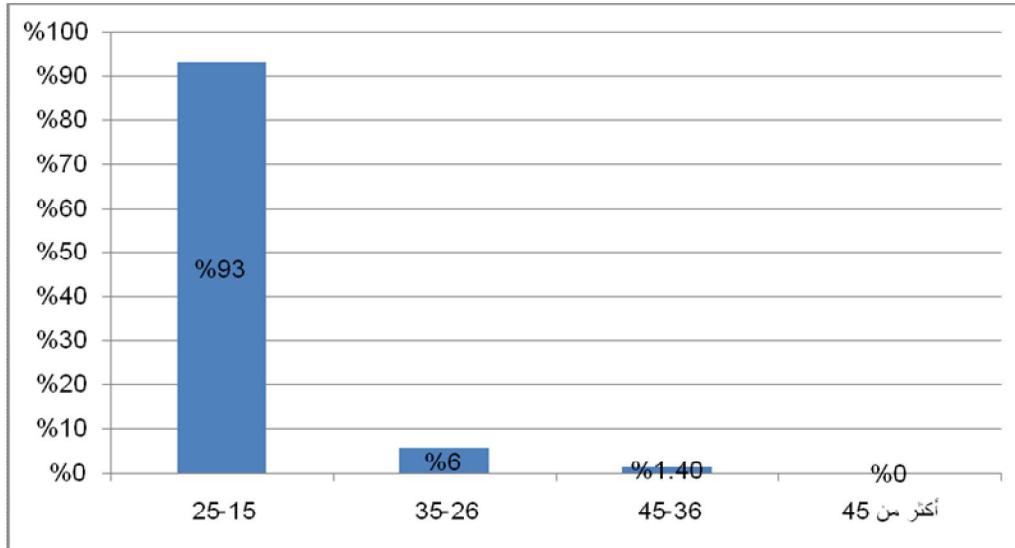
النسبة %	التكرار	الفئة العمرية
92.9%	65	25-15
5.7%	4	35-26
1.4%	1	45-36
0%	0	أكثر من 45
100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

من الجدول (1) أعلاه والشكل (1) أدناه نلاحظ أن (92.9%) من أفراد عينة الدراسة أعمارهم من (25-15) و (5.7%) أعمارهم من (35-26) بينما يوجد فقط (1.4%) أعمارهم من (45-36) ولا يوجد احد من أفراد عينة الدراسة عمرة يفوق الـ (45).

نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة كانت من الفئة الشبابية (25-15)

الشكل (1) الفئة العمرية:



المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015.

جدول (2) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة حسب السؤال (ما الوقت الذي تقضيه أمام أجهزة الإعلام) :

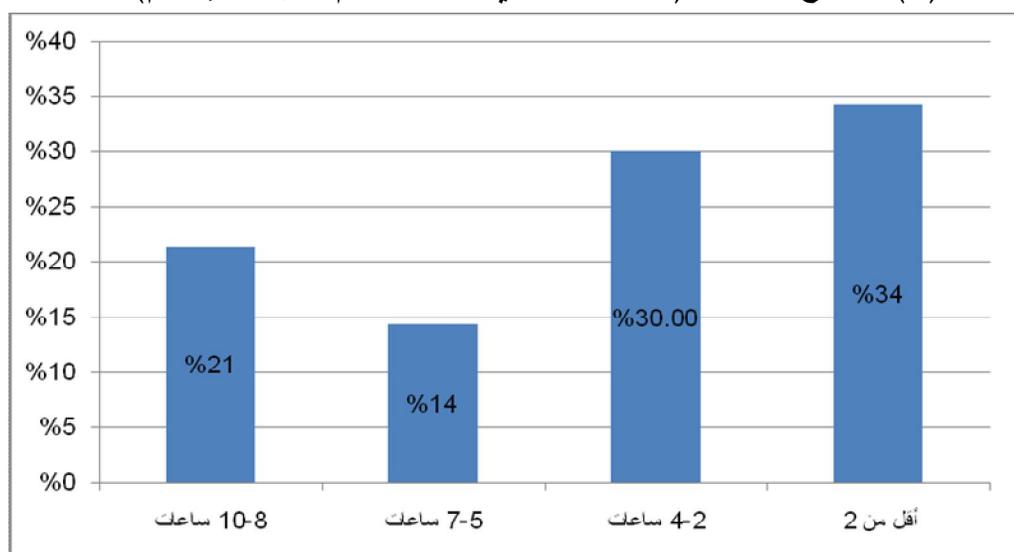
النسبة %	التكرار	ما الوقت الذي تقضيه أمام أجهزة الإعلام
21.4%	1	10-8
14.3%	10	7-5
30%	21	4-2
34.3%	24	أقل من 2
100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

من الجدول (2) أعلاه والشكل (2) أدناه نلاحظ أن (34.3%) من أفراد عينة الدراسة يقضون أقل من ساعتين أمام أجهزة الإعلام و(30%) يقضون وقت بين (4-2) ساعات و (21.4%) يقضون من (10-8) ساعات بينما يوجد فقط (14.3%) يقضون من (7-5) ساعات.

نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يقضون أقل من ساعتين أمام أجهزة الإعلام.

الشكل (2) يوضح السؤال (ما الوقت الذي تقضيه أمام أجهزة الإعلام):



المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

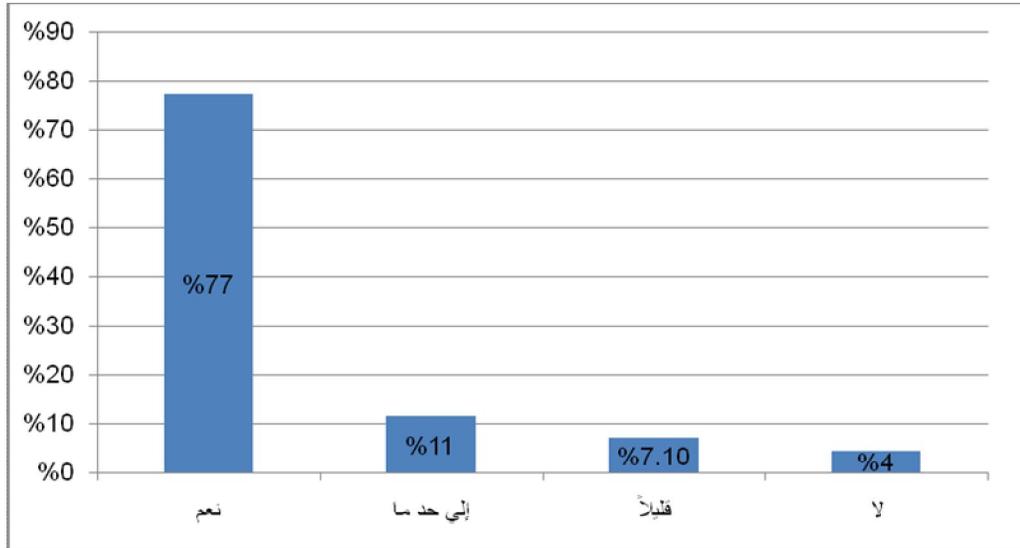
جدول (3) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة حسب السؤال (هل للإعلام دور في تنمية المجتمع) :

النسبة%	التكرار	هل للإعلام دور في تنمية المجتمع
77.2%	54	نعم
11.4%	8	إلى حد ما
7.1%	5	قليلاً
4.3%	3	لا
100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

من الجدول (3) أعلاه والشكل (3) أدناه نلاحظ أن (77.2%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن للإعلام دور في تنمية المجتمع و(11.4%) يرون أنه له دور إلى حد ما و (7.1%) يرون انه له دور قليل في تنمية المجتمع بينما يوجد فقط (4.3%) يرون أنه لا دور له في تنمية المجتمع. نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يرون أن للإعلام دور في تنمية المجتمع بنسبة (77.2%).

الشكل (3) يوضح السؤال (هل للإعلام دور في تنمية المجتمع):



المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

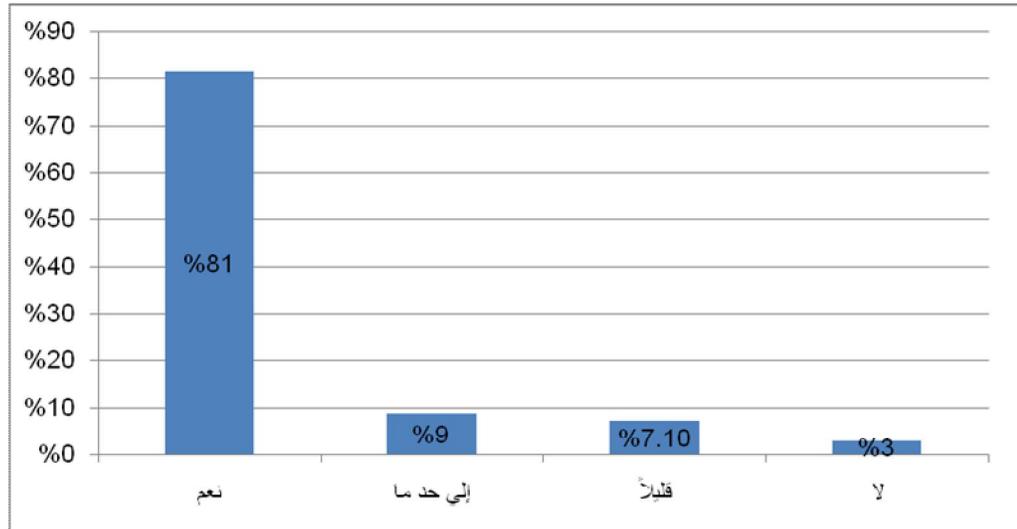
جدول (4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة حسب السؤال (هل يؤثر الإعلام الغربي على قيمنا الإسلامية):

هل يؤثر الإعلام الغربي على قيمنا الإسلامية	التكرار	النسبة %
نعم	57	81.4%
إلى حد ما	6	8.6%
قليلاً	5	7.1%
لا	2	2.9%
المجموع	70	100%

المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

من الجدول (4) أعلاه والشكل (4) أدناه نلاحظ أن (81.4%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن الإعلام الغربي يؤثر على قيمنا الإسلامية و (8.6%) يرون أنه يؤثر إلي حد ما و (7.1%) يرون انه يؤثر قليلا على قيمنا الإسلامية بينما يوجد فقط (2.9%) يرون انه لا يؤثر على قيمنا الإسلامية. نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يرون أن الإعلام الغربي يؤثر على قيمنا الإسلامية بنسبة (81.4%).

الشكل (4) يوضح السؤال (هل يؤثر الإعلام الغربي على قيمنا الإسلامية):



المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

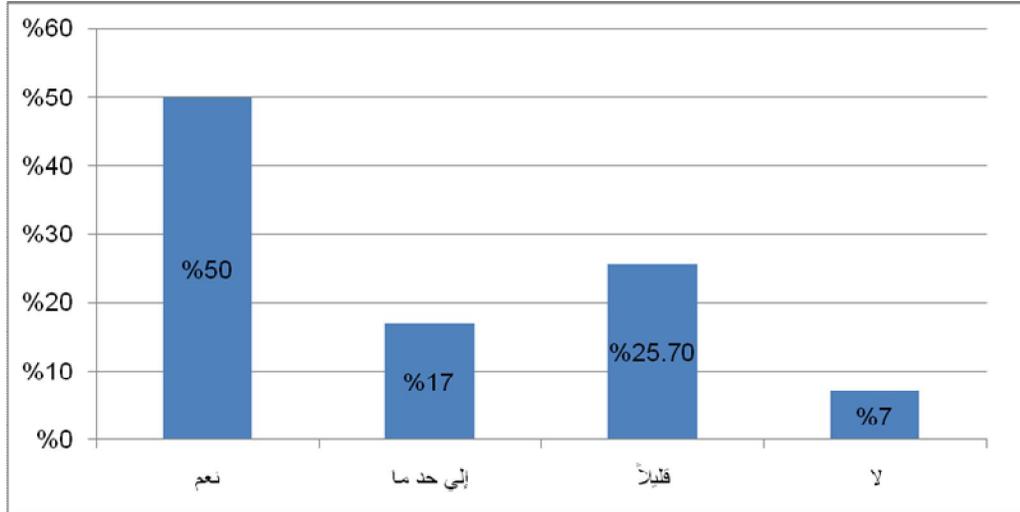
جدول (5) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة حسب السؤال (هل ترى أن أجهزة الإعلام الإسلامي تساعد في تحقيق مخططات الغرب) :

النسبة %	التكرار	هل ترى أن أجهزة الإعلام العربية تساعد في تحقيق مخططات الغرب
50%	35	نعم
17.2%	12	إلى حد ما
25.7%	18	قليلاً
7.1%	5	لا
100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

من الجدول (5) أعلاه والشكل (5) أدناه نلاحظ أن (50%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن أجهزة الإعلام العربية تساعد في تحقيق مخططات الغرب و (25.7%) يرون أن تساعد قليلاً و (17.2%) يرون أنها تساعد إلى حد ما بينما يوجد فقط (7.1%) يرون أنها لا تساعد في تحقيق مخططات الغرب. نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يرون أن أجهزة الإعلام الإسلامي تساعد في تحقيق مخططات الغرب بنسبة (50%).

الشكل (5) يوضح السؤال (هل ترى أن أجهزة الإعلام الإسلامي يساعد في تحقيق مخططات الغرب):



المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

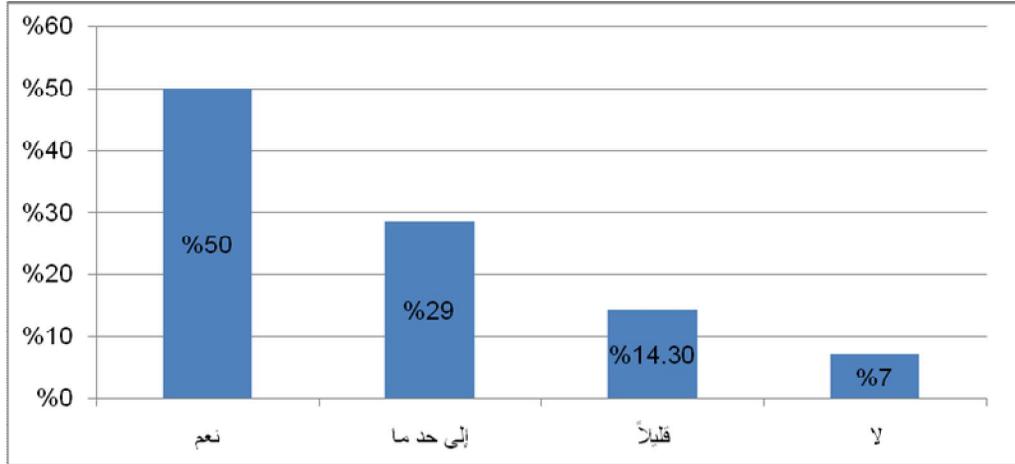
جدول (6) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة حسب السؤال (هل يؤثر الإعلام في التربية بصورة مباشرة) :

النسبة %	التكرار	هل يؤثر الإعلام في التربية بصورة مباشرة
50%	35	نعم
28.6%	20	إلى حد ما
14.3%	10	قليلاً
7.1%	5	لا
100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

من الجدول (6) أعلاه والشكل (6) أدناه نلاحظ أن (50%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن الإعلام يؤثر في التربية بصورة مباشرة و (28.6%) يرون أنه يؤثر إلى حد ما و (14.3%) يرون أنه يؤثر قليلاً بينما يوجد فقط (7.1%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن الإعلام لا يؤثر في التربية بصورة مباشرة. نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يرون أن الإعلام يؤثر في التربية بصورة مباشرة بنسبة (50%).

الشكل (6) يوضح السؤال (هل يؤثر الإعلام في التربية بصورة مباشرة):



المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

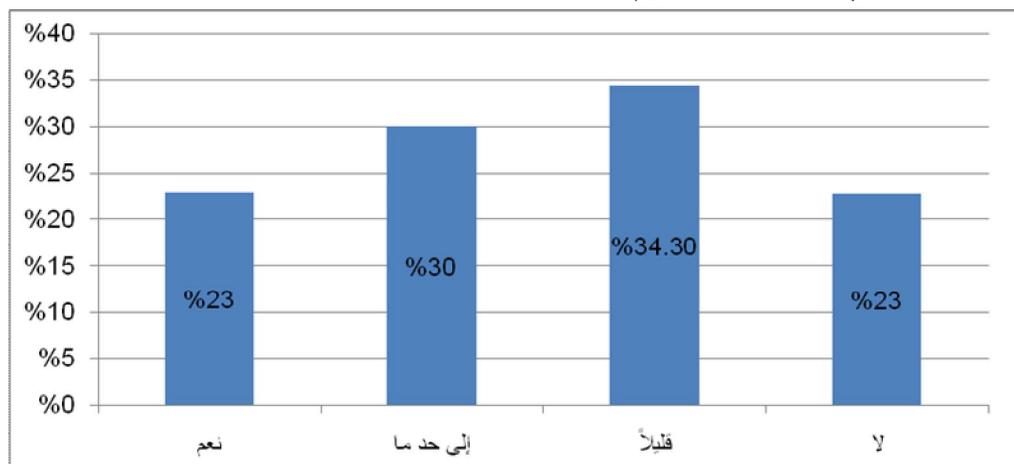
جدول (7) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة حسب السؤال (هل يقوم الإعلام بالبرامج الإخبارية والتحليلية في القنوات الغربية بتحري الدقة والصدق):

النسبة %	التكرار	هل يقوم الإعلام بالبرامج الإخبارية والتحليلية في القنوات الغربية بتحري الدقة والصدق
22.9%	16	نعم
30%	21	إلى حد ما
34.3%	17	قليلاً
22.8%	16	لا
100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

من الجدول (7) أعلاه والشكل (7) أدناه نلاحظ أن (22.9%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن الإعلام يقوم بالبرامج الإخبارية والتحليلية في القنوات الغربية بتحري الدقة والصدق و (30%) يرون أنه يتحري إلى حد ما و (34.3%) يرون أنه يتحري قليلاً بينما يوجد فقط (22.8%) يرون أنه لا يتحري الدقة والصدق بالبرامج الإخبارية والتحليلية . نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يرون أن الإعلام يتحري الدقة والصدق بدرجة قليلة بالبرامج الإخبارية والتحليلية في القنوات الغربية بنسبة (34.3%).

الشكل (7) يوضح السؤال (هل يقوم الإعلام بالبرامج الإخبارية والتحليلية في القنوات الغربية بتحري الدقة والصدق) :



المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

جدول (8) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة حسب السؤال (هل الاعلام يشارك في تقوية الروح الدينية) :

هل الاعلام يشارك في تقوية الروح الدينية	التكرار	النسبة %
نعم	25	35.7%
الي حد ما	14	20%
قليلاً	20	28.6%
لا	11	15.7%
المجموع	70	100%

المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

من الجدول (8) أعلاه والشكل (8) أدناه نلاحظ أن (35.7%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن الاعلام يشارك في تقوية الروح الدينية و (20%) يرون انه يشارك إلي حد ما و (28.6%) يرون انه يشارك قليلاً بينما يوجد فقط (15.7%) يرون أنه لا يشارك في تقوية الروح الدينية .

نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يرون أن الاعلام يشارك في تقوية الروح الدينية بنسبة (35.7%).

الشكل (8) يوضح السؤال (هل الإعلام يشارك في تقوية الروح الدينية) :



المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

جدول (9) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة حسب السؤال (أيهما أكثر مشاهدة) :

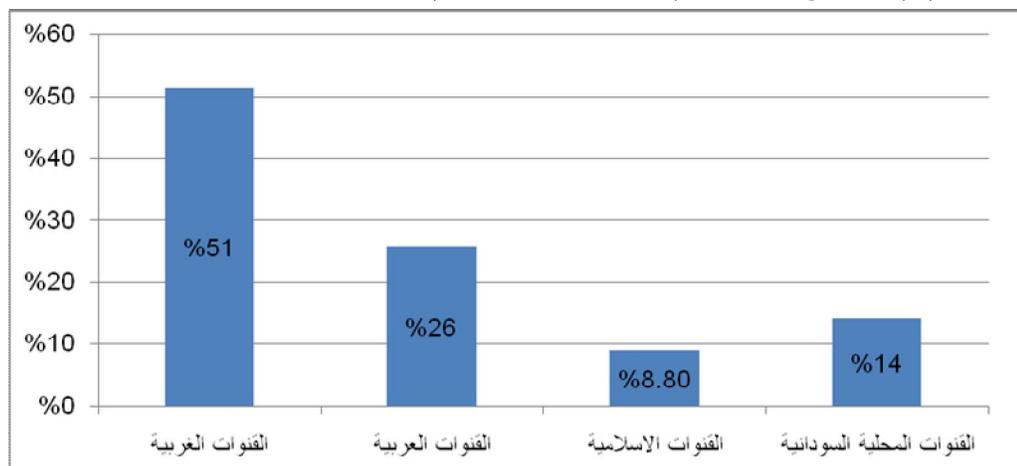
النسبة %	التكرار	أيهما أكثر مشاهدة
51.4%	36	القنوات الغربية
25.7%	18	القنوات العربية
8.8%	6	القنوات الإسلامية
14.1%	10	القنوات المحلية السودانية
100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

من الجدول (9) أعلاه والشكل (9) أدناه نلاحظ أن (51.4%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن القنوات الغربية أكثر مشاهدة و (25.7%) يرون أن القنوات العربية هي الأكثر مشاهدة و (14.1%) يرون أن القنوات السودانية المحلية هي الأكثر مشاهدة بينما يوجد فقط (8.8%) يرون أن القنوات الإسلامية هي الأكثر مشاهدة وهم الأقلية .

نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يرون أن القنوات الأكثر مشاهدة هي القنوات الغربية بنسبة (51.4%).

الشكل (9) يوضح السؤال (أيهما أكثر مشاهدة) :



المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

جدول (10) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة حسب السؤال (ما هي البرامج الأكثر مشاهدة) :

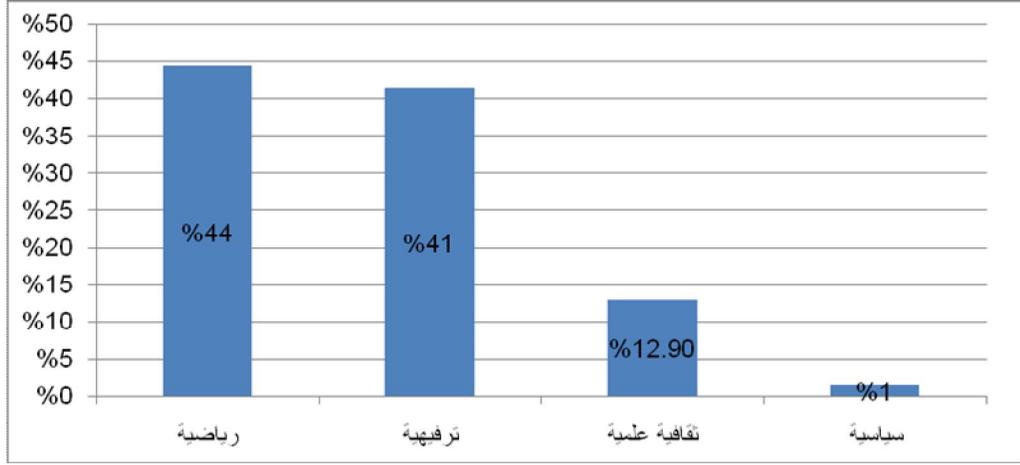
النسبة %	التكرار	ما هي البرامج الأكثر مشاهدة
44.3%	31	رياضية
41.4%	29	ترفيهية
12.9%	9	ثقافية علمية
1.4%	1	سياسية
100%	70	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

من الجدول (10) أعلاه والشكل (10) أدناه نلاحظ أن (44.3%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن البرامج الأكثر مشاهدة هي البرامج الرياضية و (41.4%) يرون أن البرامج الترفيهية هي الأكثر مشاهدة و (12.9%) يرون أن البرامج الثقافية العلمية هي الأكثر مشاهدة بينما يوجد فقط (1.4%) يرون أن البرامج السياسية هي الأكثر مشاهدة وهم الأقلية .

نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يرون أن البرامج الرياضية هي الأكثر مشاهدة بنسبة (44.3%).

الشكل (10) يوضح السؤال (ما هي البرامج الأكثر مشاهدة) :



المصدر: إعداد الباحثة، من واقع بيانات الاستبيان، 2015م.

النتائج:-

بناء على الدراسة الميدانية توصلت الباحثة للنتائج التالية:-

- للإعلام دور في تنمية المجتمع.
- الإعلام الغربي يؤثر على قيمنا الإسلامية .
- أجهزة الإعلام العربية تساعد في تحقيق مخططات الغرب.
- الإعلام يؤثر في التربية بصورة مباشرة .
- الإعلام الغربي لا يتحرى الدقة والصدق إلا قليلاً بالبرامج الإخبارية والتحليلية في القنوات الغربية .
- الإعلام يشارك في تقوية الروح الدينية .
- القنوات الأكثر مشاهدة هي القنوات الغربية .

- البرامج الرياضية هي الأكثر مشاهدة تليها البرامج الترفيهية.
- يقوم التلفزيون بدور كبير في تعديل السلوك .
- تعمل القنوات الفضائية من خلال الأخبار والأفلام والموسيقى وغيرها من البرامج التلفزيونية على تشكيل النسق القيمي للجمهور الذي يستقبل تلك القنوات في الدول النامية ومن ذلك الجمهور العربي.
- أن القنوات الفضائية الإسلامية أنها تعرفُ بالعالم الخارجي ، وتعمل على رفع المستوى العلمي والثقافي وتفتح الأدهان وتوسع المدارك.

التوصيات :-

1/توصي الباحثة ان يتم التعامل مع التلفزيون كوسيلة تنشئة اجتماعية تعمل جانباً الى جنب مع الاسرة في تربية النشء وغرس القيم الفاضلة.

2/الإهتمام ببرامج التنمية والبرامج الثقافية والعلمية والإرشادية والتقليل من البرامج الرياضية وبرامج الترفية (الأغاني والمسلسلات).

3/التعاون الجاد بين الدول العربية بغية الوصول إلى عمل برامجي مشترك يلبي تطلعات الدول العربية الإسلامية.

4/إنشاء قنوات فضائية تشمل كل البرامج السياسية الدينية والإقتصادية والثقافية بطرق إسلامية وتهدف إلى تطوير الإمة الإسلامية العربية وتؤثر في القنوات الفضائية الغربية .

5/أن تكون هناك رؤية حضارية إسلامية واضحة تقود أي مشروع إعلامي إسلامي إلكتروني تقوم علي الأعمار والتنوير والبناء والحوار والوسطية ومحاربة الظلم والتطرف الفكري بحيث لا تترك الساحة للاجتهد فقط ، أو للجمود بحكم عدم الخبرة ومن ثم عدم القدرة علي مجاراة من يتلقون رسالة الإعلام الإسلامي الالكتروني من الناحية التقنية ، وبالتالي الفشل في توصيل الرسالة الإعلامية .

6/الابتعاد بالجدل المذهبي وصراعات الاجتهادات الفقهية عن الإعلام الإسلامي الالكتروني خصوصا الموجه إلى الدول الغربية أو الذي ينطلق من الغرب لأنه لن يفيد الزائر الغربي القارئ لهذا الإعلام متابعة جدل مذهبي حاد بين طرفين أو أكثر من المجتهدين أو التيارات الإسلامية المتصارعة أو المتنافسة علي الساحة .

7/ التركيز علي التدريب وإعداد الكوادر التقنية والفنية وضم أصحاب الاختصاص في الإعلام الالكتروني والفنيين والخبراء والاستشاريين وإعداد الدراسات الميدانية والبحوث المتخصصة، وتطوير الأداء ورصد حجم التفاعل أو الإقبال الالكتروني مع هذه المشاريع من خلال فتح باب التعليقات وذلك بدلا من الواقع الحالي للمشاريع الإعلامية الإلكترونية القائم علي العشوائية والاجتهاد دون بحث أو دراسة أو منهج حضاري إسلامي واضح ينطلق منه المشروع ويكون هو الهدف والرسالة.

8/ تجميع وتوحيد جهود أصحاب المشاريع الإعلامية الإسلامية الالكترونية (صحف - مواقع إنترنت - مجموعات نشاط) .

فهرس الايات :

الاية	اسم السورة	رقم الاية	رقم الصفحة
﴿ وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْأَرْضِ ﴾	البقرة	31	14
﴿ كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ ﴾	آل عمران	110	43
﴿ فِيمَا رَحِمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ ﴾ .	آل عمران	159	48
﴿ يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَتَّخِذُوا الْيَهُودَ ﴾	المائدة	51	58
وقال الله ﴿ لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ ﴾ .	التوبة	128	49
﴿ يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَتَّخِذُوا ءَابَاءَكُمْ ﴾	التوبة	23	58
﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي ﴾	يوسف	108	44
﴿ وَمَا نُرْسِلُ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ ﴾	الكهف	56	45
﴿ وَدُّوا لَوْ تَكْفُرُونَ كَمَا كَفَرُوا فَتَكُونُونَ سَوَاءً ﴾	الانبياء	89	57
﴿ إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَلْحِشَةُ فِي ﴾	النور	19	60
﴿ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ، وَيَخْشِ اللَّهَ وَيَتَّقَهُ ﴾	النور	52	85
﴿ مَا كَانَ مُحَمَّدٌ أَبَا أَحَدٍ مِّن رِّجَالِكُمْ وَلَكِن رَّسُولَ اللَّهِ وَخَاتَمَ ﴾	الاحزاب	40	46

			الَّتِي كُنَّ وَكَانَ اللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمًا ﴿٧٧﴾
77	70	الاحزاب	﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٧﴾﴾
59	13	المتحنة	﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَتَوَلَّوْا قَوْمًا غَضِبَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ ﴿٥٩﴾﴾
84	8	الصف	﴿يُرِيدُونَ لِيُطْفِئُوا نُورَ اللَّهِ بِأَقْوَاهِهِمْ وَاللَّهُ مُتِمُّ نُورِهِ وَلَوْ كَرِهَ الْكَافِرُونَ ﴿٨٤﴾﴾
46	5	المزمل	﴿إِنَّا سَنُلْقِي عَلَيْكَ قَوْلًا ثَقِيلًا ﴿٤٦﴾﴾
83	1	الجن	﴿قُلْ أُوحِيَ إِلَيَّ أَنَّهُ اسْتَمَعَ نَفَرٌ مِّنَ الْجِنِّ فَقَالُوا إِنَّا سَمِعْنَا قُرْءَانًا عَجَبًا ﴿٨٣﴾﴾
47	4	القلم	﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴿٤٧﴾﴾
11	1	النبأ	﴿عَمَّ يَتَسَاءَلُونَ ﴿١١﴾﴾
11	110	التكوير	﴿وَإِذَا الصُّحُفُ نُشِرَتْ ﴿١١﴾﴾
11	18	الاعلى	﴿إِنَّ هَذَا لَفِي الصُّحُفِ الْأُولَىٰ ﴿١١﴾﴾
85	7	الشمس	﴿وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا ﴿٨٥﴾﴾
76	1	العلق	﴿اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴿٧٦﴾﴾
11	14	الزلزلة	﴿يَوْمَئِذٍ تُحَدِّثُ أَخْبَارَهَا ﴿١١﴾﴾

قائمة المصادر والمراجع

• القرآن الكريم

- (1) ابراهيم الامام ،الإعلام الإذاعي والتلفزيون ، القاهرة المكتب المصري الحديث ،ط1.
- (2) إبراهيم امام ،العلاقات العامة والمجتمع ، مكتبة الانجلو ، القاهرة ،1981م
- (3) ابن حجر الهيتمي ،كف الرعاع عن محرمات اللهو والسماع ، على هامش كتاب الزواجر عن اقتراف الكبائر .
- (4) ابن منظور ، محمد بن مكرم ، لسان العرب ، باب العين مع اللام والميم ، 3803/4 طبعة دار المعارف
- (5) أحمد بدرا ، لإعلام الدولي ،دار قباء للنشر والتوزيع ،القاهرة ،ط1998،2م.
- (6) أحمد عبد العزيز المبارك ،أجهزة الإعلام ودورها في توجيه المجتمع ،دائرة القضاء الشرعي ،أبوظبي 1
- (7) أخبار الحوادث ، القاهرة ، 17مايو -2001م،واسلام أون لاين .
- (8) برامج تلفزيون الواقع متهمه بتدني التحصيل التعليمي ، الامارات ، جريدة لبنان ، 2004/3/9م.
- (9) البيت لأبي الطيب ،من قصيدة يمدح بها الحسن التتوخي ، ديوان المتنبي ،ط1،دار الكتب العلمية بيروت -6041هـ-1986م.
- (10) توني شوانز ، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير ،القاهرة الدار العلمية ،1998م.
- (11) جيانى فاتيمو ،نهاية الحداثة الفلسفات العدمية والتفسيرية في ثقافة مابعد الحداثة ، ط1،دمشق ،1999م.
- (12) حامد عبد الواحد ، الإعلام في المجتمع الإسلامي ،ط1،دعوة الحق رابطة العالم الإسلامي ،1984م.

- 13) حمدي زروق ، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري ، القاهرة العربي للنشر والتوزيع ، ط1، اوراق وطنية.
- 14) ديفيد أوكستر ،تكنولوجيا الإتصالات الجديدة والعملية السياسية الدولية،ترجمة مصطفى غنيم ،الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية ،القاهرة 1999م.
- 15) راسم محمد جمال ،الإتصال والإعلام في الوطن العربي ،مركز دراسات الوحدة العربية ،بيروت ،ط1،1991م.
- 16) ريجيس دوبرية ،علم الإعلام العام -،لميديولوجيا - ترجمة ،فؤاد شاهين وجوروجيت الحداد ،دار الطليعة ،بيوت ،ط1996،1م.
- 17) زاهر زكر ، مدخل علم الإتصال والإعلام ،مركز الإشعاع الفكري للبحوث ،فلسطين ،2004م.
- 18) سمير بن جميل راضي ، الإعلام الإسلامي رسالة وهدف 1417هـ،رابطة العالم الإسلامي .
- 19) سيد محمد سادتي الشنقيطي ،الأسس الفكرية للإعلام ،ط1،دار الحضارة للنشر والتوزيع.
- 20) شاكر إبراهيم ،الإعلام ووسائله ودوره في التنمية الإقتصادية والإجتماعية ، مؤسسة آدم للنشر والتوزيع ، ط1975،1م.
- 21) صالح ابو بع ،الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة ، دار ارام للدراسات والنشر والتوزيع ،عمان ، ط1، 1995م.
- 22) طلعت همام ، مائة سؤال عن الإعلام ،مؤسسة الرسالة ،بيروت ،لبنان ،1405هـ- 1985م .
- 23) عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز ، مركز دراسات الوحدة العربية ،بيروت ،ط1991،1م.
- 24) عبد السلام هارون ، سيرة النبي صلى الله عليه وسلم ،ج1.

- (25) عبد العزيز شرف ،الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الإتصال ، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، 1998م.
- (26) عبد القادر طاش ، الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي ، ط1،الرياض ، 1995م.
- (27) عبد اللطيف حمزة ،الإعلام له تاريخه ومذاهبه ، القاهرة ،مكتبة الأنجلو المصرية ،ط2، 1965.
- (28) عبد الله قاسم الوشلي ، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر ، ط1993،2،1994م.
- (29) عبد المجيد شكري ، الإعلام الإسلامي ،القاهرة ،العربي للنشر والتوزيع ،1999م.
- (30) عبدالرحمن عزي ، عثورة الصورة المشهد الإعلامي في قضاء الواقع ، مركز دراسات الوحدة العربية ،ط1،بيروت ،2008م.
- (31) العرب والإعلام الفضائي ،مجموعة من الباحثين ،مركز دراسات الوحدة العربية ،ط1،بيروت 2008م.
- (32) عزيز حنا داوؤ، علم تفسير الإتجاهات ، التحسين على تحسين ،القاهرة ،مكتبة الانجلو المصرية ،ط1.
- (33) عمارة نجيب ،الإعلام في ضوء الإسلام مكتبة الرياض ،ط1
- (34) عواطف عبد الرحمن ، مقدمة في الصحافة الإفريقية ،دار الفكر العربي ،القاهرة ،1985م.
- (35) فؤاد عبد السلام ،الإعلام والصراع العالمي ،القاهرة مكتبة الفكر العربي ،1998م.
- (36) فيليب تايلور ، قصف العقول،ترجمة سامي خشبة ،عالم المعرفة ، الكويت ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والادب ،نيسان ،2001م.
- (37) للإمام بن كثير ، تفسير القرآن العظيم ،ج1، ط1،مكتبة دار الفيحاء ، دمشق ،مكتبة دار السلام ،الرياض.
- (38) ليلي حسين السيد ،حسن عما مكاري ، الإتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة الدار المصرية ،ط1999،1م.

- (39) محمد أحمد البيومي ،علم الإجتماع القيم ، الإسكندرية ،دار المعرفة الجامعية ،بدون تاريخ النشر .
- (40) محمد جودت ناصر ،الدعاية والإعلان والعلاقات العامة ، ،عمان دار مجدلاوي ، ط1،1418هـ-1997/1998م.
- (41) محمد حسن هيتي ،المعجزة القرآنية ، ط3 ، مؤسسة الرسالة 1998م.
- (42) محمد حمدي الحجاز ، افلام العنف والسلوك العدوانى،مجلة الثقافة النفسية ،بيروت ، العدد 38،شباط 1999م.
- (43) محمد سيد أحمد ، المسؤولية الإعلامية في الإسلام ، القاهرة مكتبة الخانجي ط1،1993م.
- (44) محمد عجاج الخطيب ،أضواء على الإعلام في صدر الإسلام ،مؤسسة الرسالة،بيروت -لبنان ،1405هـ-1985م.
- (45) محمد عزة ،سيرة الرسول ، ج1.
- (46) محمد فهمي السرجاني ،السيرة النبوية،1/832.
- (47) محمد منير حجاب ، الإعلام الإسلامي ، المبادئ للنظرية والتطبيق ، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة ،ط1، 2002، ط2،2003م.
- (48) محمد منير حجاب ،الإعلام السياحي ،دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2002م.
- (49) محمد منير حجاب ،تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر ،دار الفجر للنشر والتوزيع ،القاهرة ،ط2004،1م.
- (50) محمد منير حجاب ،وسائل الاتصال نشأتها وتطورها ،دار الفجر للنشر والتوزيع ،ط2008،1م.
- (51) محمد نوفق الغلاييني ،وسائل الإعلام وآثارها في وحدة الأمة ،السعودية دار المنال ،ط1،1985م.
- (52) محمود كرم سليمان ،التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام ،ط1،1409هـ دار الوفاء المنصورة 1988م.

- (53) محي الدين عبد الحلیم ، الإعلام الإسلامي ، خصائصة وأهدافه ، عناية الله إبلاغ ، عالم الفكر القاهرة ، ط1.
- (54) محي الدين عبد الحلیم ، الإعلام الإسلامي الأصول والقواعد والأهداف ، مؤسسة إقرأ الحديثة ، ط1992، م.
- (55) محي الدين عبد الحلیم ، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته وتطبيقاته العملية ، مكتبة الخانجي ، القاهرة ، ط2.
- (56) مختار الصحاح باب الواو مع السين واللام .مكتبة لبنان ، المعجم الوسيط، باب الواو مع السين واللام 1032/2.
- (57) منتصر حاتم حسين ، أيدولوجيات الإعلام الإسلامي ، عمان ، ط2011، م.
- (58) هريبرت شيللر، المتلاعبون بالعقول ، ترجمة ، عبد السلام رضوان ، سلسلة عالم المعرفة ، العدد 243، آذار 1999م.
- (59) وليم ربقرز تيودر بيترسون ، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث ، ترجمة ، ابراهيم إمام ، دار النشر القاهرة نيويورك ، ط1975م.
- (60) يوسف القرضاوي ، الحلال والحرام في الإسلام ، ط1.كف
- (61) يوسف محمد قاسم ، ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية وأنظمة المملكة العربية السعودية ، الرياض 1979م .
- 62) Stanly.j .barran g dennis r davis:communication theory foundation ferment and future (new York : wads worth publishing com pany 1995).
- 63) www.adnanhidan.maktoobblog.com/897117
- 64) Available :http:www.media.effects.arg/wnd22/aleam.htm
- 65) Available:http:annabaa.org/nba52/aleam.htm

فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوعات	م
أ	البسمة	1
ب	الاستهلال	2
ج	إهداء	3
د	شكر و عرفان	4
هـ	مستخلص البحث	5
و	ABSTRACT	6
1	المقدمة	7
	الفصل الاول : تعريف الإعلام ونشأته ووسائله وأنواعه	8
8	المبحث الأول : تعريف الإعلام لغة وإصطلاحاً	9
10	المطلب الأول : الإعلام لغة	10
11	المطلب الثاني:الإعلام إصطلاحاً	11
12	المبحث الثاني :نشأة وسائل الإعلام وتطورها	12
12	المطلب الأول : نشأة وسائل الإعلام	13
14	المطلب الثاني: وسائل الإعلام وتطورها.	14
23	المبحث الثالث : أنواع وأهمية ووظائف وسائل الإعلام	15
23	المطلب الأول : أنواع وسائل الإعلام.	16
25	المطلب الثاني : أهمية وظائف وسائل الإعلام.	17
34	المبحث الرابع : النظريات الإعلامية المعاصرة.	18
34	المطلب الأول: نظرية السلطة - النظرية اللبرالية (التحررية).	19
38	المطلب الثاني : النظرية الشيوعية (الإشتراكية)	20
	الفصل الثاني : الإعلام الإسلامي تعريفه وظهوره وأهدافه ومصادره وخصائصه	21

41	المبحث الأول :- تعريف الإعلام الإسلامي وظهوره.	22
41	المطلب الأول : تعريف الإعلام الإسلامي .	23
43	المطلب الثاني: ظهور الإعلام الإسلامي.	24
52	المبحث الثاني : أهداف و وسائل الإعلام الإسلامي .	25
52	المطلب الأول : أهداف الإعلام الإسلامي.	26
59	المطلب الثاني : وسائل الإعلام الإسلامي.	27
70	المبحث الثالث :- خصائص ومصادر الإعلام الإسلامي	28
70	المطلب الأول : خصائص الإعلام الإسلامي.	29
75	المطلب الثاني : مصادر الإعلام الإسلامي.	30
80	المبحث الرابع : أنواع الإعلام الإسلامي الإلكتروني .	31
80	المطلب الأول : أهداف الإعلام الإسلامي وآليات الإنترنت.	32
84	المطلب الثاني: واقع الإعلام الإسلامي الإلكتروني الحالي.	33
	الفصل الثالث : الإعلام الغربي والإعلام الإسلامي	34
97	المبحث الأول: الإعلام الغربي تعريفه وأهدافه .	35
98	المطلب الأول : تعريف الإعلام الغربي.	36
102	المطلب الثاني: أهداف الإعلام الغربي .	37
104	المبحث الثاني : تأثير الإعلام علي الأفراد والمجتمعات	38
104	المطلب الأول: تأثير وسائل الإعلام في المجتمعات بصفة عامة.	39
118	المطلب الثاني : تأثير وسائل الإعلام على القيم.	40
120	المبحث الثالث : الإعلام الغربي وقضايا الإسلام والمسلمين(الواقع والمطلوب).	41
125	المطلب الأول :موقف وسائل الإعلام الغربي تجاه الإسلام والمسلمين.	42
130	المطلب الثاني : كيف يكون الرد من خلال وسائل الإعلام وخاصة الإنترنت.	43

122	المبحث الرابع : القنوات الأكثر متابعة من خلال متابعة من المشاهدين(التلفزيون).	44
133	النتائج	45
134	التوصيات	46
136	فهرس الآيات القرآنية	47
138	قائمة المصادر والمراجع	48
144	فهرس الموضوعات	49