

الإعلام الدعوي الإسلامي
أسباب الهدم وعوامل البناء
- دراسة فكرية -

إعداد

أ. م. د. جنيد ساجد جهاد العزاوي
تدريسي في كلية الإمام الأعظم - رحمه الله -
الجامعة
قسم أصول الدين / سامراء

الكلمات المفتاحية

الفكر الإسلامي، الإعلام، الدعوة، التحديات، الوسائل، المخاطر

ملخص البحث

تسعى وسائل الإعلام في العصر الحديث - في الغالب - إلى ترويج الرذيلة والفساد، وهتك الفضيلة، فلم يبق لأهل الدعوة إلى الله ﷻ في وسائل الإعلام إلا المجال الضيق . وتبرز أهمية الموضوع في كونه يعالج مشكلةً من أخطر المشاكل في عالمنا الإسلامي ألا وهي مشكلة ضعف الإعلام الدعوي الذي يعدُّ اليوم شريان الحياة الإسلامية، إذ من خلاله يستطيع الدعاة أن يصلوا إلى قلوب الأمة وعقولها؛ فيستطيعوا توجيهها نحو الوجهة السليمة، ضد ما يروج له اليوم من بث العنصرية والتفرقة والرذيلة. لقد توصلت في أثناء كتابة البحث إلى نتائج ومقترحات عدَّة؛ من أهمَّها: إنَّ أغلب وسائل الإعلام في عالمنا الإسلامي ارتبطت بشيء من قلة العلم، والحلم، والصبر، والحكمة، وغياب التوجيه الشرعي السليم؛ ممَّا أدى إلى أن تكون معولاً لهدم المجتمع الإسلامي.

Key words: (Islamic thought , media , advocacy , challenges , means , risks) .

Abstract

Our research summarizes the following:

The media of the modern era often seeks to promote vice, corruption, and the indignity of virtue nothikg left for the people of the call to god almighty in the media, but the narrow field.

The importance of the topic is evident in that it addresses one of the most dangerous problems in our Islamic world, which is the problem of the weakness of the propaganda media, which today is the lifeblood of islam, as it is through it that preachers can reach the hearts and minds of the ummah, so that they can direct it towards the right direction against what is being promoted today by broadcasting racism, and discrimination and vice. During the writing of the research, I reached several results and proposals, the most important of which are: most of the media in our Islamic world were associated with some lack of knowledge, dream, patience, wisdom, and the absence of proper legal guidance, which led to it being a support for the demolition of the Islamic community.

المقدمة

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا محمد رسول الله وعلى آله وصحبه ومن والاه؛ وبعد :
فمن المعلوم لدى الناس ما لوسائل الإعلام - اليوم - من دورٍ مهم في التغيير الذي يحدث في العالم كلَّ يوم؛ إذ أصبحت وسائل الإعلام غالباً ما تسيّر الشعوب نحو الاتجاه الذي تصوغه، والهدف الذي تنشده، وبناءً على هذا فمهمة وجود إعلام إسلامي دعوي؛ يحمل على عاتقه نشر الدين الإسلامي، وتوجيه الناس إليه باتت أمراً مُلِحاً ومطلباً مهماً؛ لكي تبنى الأجيال بناءً سليماً، وتستطيع أداء ما كُلفت به تجاه الدين الخالد من العبادات وغيرها على المنهج السليم والصراط المستقيم، وفي المقابل تستطيع التقدم والرقي في مجالات الحياة كافة .

إننا - والحقُّ يقال - نشهد اليوم تطوراً ملحوظاً في الوسائل الإعلامية الإسلامية في كثير من المجالات، ولكننا نزعم أن أدائها لا يكفي للبناء الحضاري على مستوى الطموح؛ إذ يتخللها كثير من الأسباب التي تمنع قيامها بمهامها كعنصر أساسي في إيصال الأمة الإسلامية إلى العالمية؛ ولهذا شرعتُ مشاركاً في هذا المؤتمر المبارك للإشارة إلى أسباب الهدم في إعلامنا الدعوي الإسلامي، وفي المقابل إلى ذكر أهم العوامل التي تساعد على النهوض به، وأسميته (الإعلام الدعوي الإسلامي أسباب الهدم وعوامل البناء - دراسة فكرية) .

أهمية الموضوع وسبب اختياره:

تبرز أهمية الموضوع في كونه يعالج مشكلةً من أخطر المشاكل في عالمنا الإسلامي ألا وهي مشكلة ضعف الإعلام الدعوي الذي يعدُّ - اليوم وبعد أن أصبحت وسائل الإعلام لها الدور الريادي في بناء الأفراد - شريان الحياة، إذ من خلاله يستطيع الدعاة أن يصلوا إلى قلوب الأمة وعقولها؛ فيستطيعوا توجيهها نحو الوجهة السليمة ضد ما تستخدمه وسائل الإعلام الضالة والظالمة من بث التفرقة، والعنصرية، والمذهبية، والفواحش، والرذيلة، وجميع ما يفرِّق المسلمين ويفسدهم أمام المألأ وعلى مدار أربع وعشرين ساعة في أغلب قنوات الإعلام المرئي والمسموع، والتي نتج عنها ما حصل ويحصل بين المسلمين من تشتتٍ وفسادٍ ما لم تشهد له الحضارة الإسلامية من قبل ولا قاربتَه .

بناءً على أهمية الموضوع كان سبب اختياري له .

الكتابات السابقة في الموضوع:

شهد موضوع (الإعلام) ولاسيما (الإعلام الدعوي الإسلامي) العناية الفائقة من قبل الباحثين في مشارق الأرض ومغاربها؛ فقد كثر فيه التأليف، أمّا عن موضوعنا وهو (أسباب الهدم وعوامل النهوض في الإعلام الدعوي المعاصر)؛ فلم أقف على مؤلّف بهذا العنوان - بحدود اطلاعي - إلا أنني سأذكر أهم الموضوعات المقاربة له في الآتي:

١. الإعلام الإسلامي - رسالة وهدف: للأستاذ

سمير بن جميل راضي، بحث ضمن سلسلة دعوة الحق

الشهرية الصادرة عن رابطة العالم الإسلامي.

٢. الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة: للأستاذ عبد الله قاسم الوشلي، طبع في دار البشير للثقافة والعلوم - مصر، ودار عمار للنشر والتوزيع - اليمن.

٣. الإعلام - مقوماته ضوابطه أساليبه في ضوء القرآن الكريم - دراسة موضوعية: آلاء أحمد هاشم، ومصباح عمّار، رسالة ماجستير مقدمة إلى الجامعة الإسلامية - فلسطين، وهي رسالة غزيرة الفائدة بفضل الله ﷻ.

أهداف البحث:

إنّ الهدف الرئيس في هذا البحث هو عرض مشكلة واقعية وكبيرة، ومن ثمّ محاولة إيجاد الحلول لمعالجتها في إصلاح فاسدها، وتقويم معوجّها، وهناك أهداف أخرى في هذا الموضوع من ضمنها المشاركة في رفق العلوم الإنسانية بما نستطيع أن نقدّمه في خدمتها، وكذلك التضامن مع كلّ فكرة أصيلة ونافعة للمجتمعات الإنسانية ولاسيما المجتمعات الإسلامية منها.

خطة البحث :

اشتملت خطة الموضوع على: مقدمة، وفيها أهمية الموضوع وسبب اختياره، والكتابات السابقة فيه، وأهدافه، وخطة الموضوع.

وتمهيد في التعريف بالإعلام الدعوي الإسلامي

لغة واصطلاحاً.

ومبحثين: وهما كالآتي:

اشتمل البحث الأول على أهمّ أسباب الهدم في الإعلام الدعوي المعاصر. وفيه مطلبان:

المطلب الأول: أسباب الهدم من داخل الأمة الإسلامية.

المطلب الثاني: أسباب الهدم من خارج الأمة الإسلامية.

أمّا البحث الثاني فتضمّن أهمّ عوامل النهوض بالإعلام الدعوي المعاصر. وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: إعداد الإعلاميين إعداداً صحيحاً.

المطلب الثاني: إعداد الرسالة إعداداً يتناسب مع عالمية الدين الإسلامي.

المطلب الثالث: إعداد الوسائل إعداداً يوازن بين مبادئ الدين الإسلامي ومتطلبات العصر.

وخاتمة: وذكرت فيها أهمّ النتائج التي حصلت عليها أثناء كتابة البحث، وأهمّ المقترحات التي يرى الباحث ضرورة الأخذ بها للنهوض بالإعلام الدعوي في وقتنا الحاضر.

فإنّ كان فيه خيراً فمن الله وحده فله الحمد والشكر، وإنّ كان غير ذلك فمن نفسي والشيطان، نسأله ﷻ أن يعلمنا ما ينفعنا وأن ينفعنا بما علّمنا إنّ على كلّ شيء قدير

وصلّى اللّهُمَّ على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم



تمهيد

في التعريف بمصطلح (الإعلام الدعوي الإسلامي)

أولاً: تعريف الإعلام لغةً واصطلاحاً:

الإعلام لغةً: مصدر أَعْلَمَ يُعْلِمُ إعلاماً، ويقال: استعلم لي خبر فلان وأَعْلَمَنِيهِ حتى أعلمه . وجاء الإعلام بمعنى: الإذاعة قال الله ﷻ: ﴿ وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أذَاعُوا بِهِ ﴾ [النساء / ٨٣]، وبمعنى: التبليغ؛ يقال: بَلَّغْتُ الْقَوْمَ بلاغاً . أي: أوصلتهم إلى المطلوب، فأَعْلَمَ وَأَبْلَغَ وَبَيَّنَّ وَأذَاعَ وَأَوْصَلَ تعني: إشاعة المعلومات وبتُّها وتعميمها ونشرها وإذاعتها على الناس^(١)، والإعلام يحمل صفتين تميِّزانه عن (الإخبار) و(التعلم) كما ذكر أهل اللغة، وهما: الإخبار الصادق، ودم اشتراط التكرار فيه، فالأولى تميِّزه عن (الإخبار) إذ الإخبار يحتمل الصدق والكذب، أمَّا (الإعلام) فينبغي أن يكون صادقاً، وكذلك يختلف عن (التعليم) بكونه لا يشترط فيه التكرار في طرح المعلومة، فهو يختص بالإخبار السريع، بخلاف (التعليم) الذي يكون بالتكرير والتكثير؛ لكي يحصل منه أثر في نفس المتعلِّم^(٢).

واصطلاحاً: هناك تعريفات كثيرة للإعلام، أهمُّها ما عرّفه أبو البقاء الكفوي بقوله: ((الإعلام: وهو عبارة عن تحصيل العلم وإحداثه عند المخاطب

جاهلاً بالعلم به ليتحقَّق إحداث العلم عنده وتحصيله لديه))^(٣).

وفي العصر الحديث تطوَّر هذا المفهوم فأصبح يعني: ((تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات؛ بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم))^(٤).

ونقل الأستاذ عبد الله قاسم الوشلي تعريف الباحث الألماني (أوتوجروت) للإعلام بأنه: ((التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير، وروحها، وميولها، واتجاهاتها في نفس الوقت))، قال الوشلي مفسِّراً هذا التعريف: ((أي: إنَّ الإعلام لا بدَّ أن يكون صادقاً مجرداً عن الميول والأهواء غير متحيِّز، قائماً على أساس من التجربة الصادقة متمشياً مع الجمهور الذي يوجّه إليه))^(٥).

ثانياً: تعريف الدعوة لغةً واصطلاحاً:

الدعوة لغةً: مصدر (دَعَا)، يقال: دعا فلاناً: صَاحَ بِهِ ونداه، ودعا إلى الشيء . أي: حَثَّهُ على قَصْدِهِ، يُقَال: دَعَاهُ إِلَى الْقِتَالِ، ودَعَاهُ إِلَى الصَّلَاةِ، ودَعَاهُ إِلَى الدِّينِ، وَإِلَى الْمَذْهَبِ. أي: حَثَّهُ على اعْتِقَادِهِ، وَسَاقَهُ إِلَيْهِ . والداعية: هو الَّذِي يَدْعُو إِلَى دِينٍ أَوْ فِكْرَةٍ، ومنه قوله ﷻ في حقِّ النبي ﷺ: ﴿ وَدَاعِيَا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا ﴾ [الأحزاب]، أمَّا الدعاية؛ فهي

(٣) الكليات اللغوية، أبو البقاء الكفوي، ص ١٤٨ .

(٤) الإعلام والاتصال بالجماهير، د. إبراهيم إمام، ص ١٢ .

(٥) الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، لعبد الله قاسم الوشلي ص ١٠ .

(١) ينظر: لسان العرب، ابن منظور ٩ / ٢٦٨، مادة (علم).

(٢) ينظر: الفروق اللغوية، أبو هلال العسكري، ص ٥٩ -

٦٠؛ والكليات اللغوية، أبو البقاء الكفوي، ص ١٤٨ .

عن خصوصية العصر؛ إذ من دون التركيز على هذه المسائل؛ تفقد الدعوة الإسلامية رونقها، وتأتي بنتائج سلبية في الغالب^(٥).

ثالثاً: مفهوم مصطلح (الإعلام الدعوي الإسلامي):

تعددت تعريفاته، ولا يسعنا في هذا البحث إلا أن نذكر أهمها في الآتي:

فقد عرفه الدكتور محيي الدين عبد الحليم بأنه: ((تزويد الإنسان بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي الحنيف المستمدة من القرآن الكريم، والسنة النبوية المطهرة، وعرض مشكلات المجتمع الثقافية والاجتماعية والتعليمية من وجهة نظر إسلامية من خلال رجل الإعلام الذي يتمتع بمعرفة واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها وصولاً إلى تكوين رأي عام صائب يعي ويدرك حقائق الدين الإسلامي اعتقاداً وعبادةً ومعاملةً))^(٦).



المبحث الأول أسباب الهدم في الإعلام الدعوي الإسلامي

لا يخفى على المسلمين - اليوم - كثرة أسباب الهدم في الإعلام الدعوي الإسلامي، وتنوعها، وقد رأيتُ

(٥) ينظر: من فقه الدعوة أساليب الدعوة والإرشاد، د.

محمد أمين حسن محمد بني عامر، ص ٩ .

(٦) الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العلمية، أ. د. محيي الدين عبد الحليم، ص ١٤٠ .

الدعوة إلى مذهب، أو رأي بالكتابة، أو بالخطابة، ونحوهما^(١)، ومنه كتابه ﷺ إلى هرقل: (أدعوك بدعاية الإسلام)^(٢)؛ أي: بدعوته . والهاء للمبالغة، وهي ليست مصدر مرة، وإن كانت على وزن (فعللة)، فإذا أردنا أن نعمل منه مصدراً للمرة فيجب أن نضيف له (واحدة) فنقول: دعوة واحدة^(٣).

واصطلاحاً: عرفنا من خلال المعنى اللغوي أن الدعوة إلى الشيء تعني: الحث على قصده، فإذا أضفنا لها صفة (الإسلام) أصبحت تعني: ((تبليغ الناس جميعاً دين الإسلام وتعاليمه، وإرشادهم إليه قولاً وعملاً في كل زمان ومكان بأساليب ووسائل خاصة؛ تتناسب مع المدعويين على مختلف أصنافهم، وعصورهم، وثقافتهم))^(٤)، فالتعريف شمل أصل الدعوة وهو تبليغ الدين الإسلامي للناس جميعاً في جميع بقاع الأرض، وفي كل زمان، وركز - أيضاً - على أهمية استعمال الوسائل التي تتناسب مع المدعويين مراعيةً أصناف البشر، وثقافتهم، فضلاً

(١) ينظر: مقاييس اللغة، أحمد بن فارس، ٢ / ٢٧٩، مادة (دعو)؛ والمعجم الوسيط، إبراهيم مصطفى وآخرون، ١ / ٢٨٦ - ٢٨٧، مادة (دعا)؛ ومعجم اللغة العربية المعاصرة، الأستاذ أحمد مختار عبد الحميد، ١ / ٧٤٩، مادة (دعو) .

(٢) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب بدء الوحي، باب كيف بدأ الوحي إلى رسول الله ﷺ، ٧ / ١، برقم (٧) .

(٣) ينظر: النحو الواضح في قواعد اللغة العربية، علي الجارم، ومصطفى أمين، ٢ / ٢٥١ .

(٤) خصائص الدعوة الإسلامية، د. محمد أمين حسن، ص ١٧؛ وينظر: معجم اللغة العربية المعاصرة، الأستاذ أحمد مختار عبد الحميد، ١ / ٧٤٩ .

لأصالتنا من تزيين الحب غير المشروع، والتركيز على نماذج أسرية غير صالحة؛ وذلك من أجل الأهداف الضيقة، والربح العاجل^(٢).

ثانياً: تبعية وسائل الإعلام إلى الأنظمة الحاكمة: تعد عقدة التبعية للأنظمة الحاكمة من أبرز إشكاليات الإعلام الرسمي العربي؛ الذي غالباً ما يكون موجّهاً لمواطني هذه الدولة أو تلك، بهدف التأثير عليهم لتبني وجهة النظر الحكومية^(٣)، ولهذا يصف بعض الباحثين الإعلام العربي بأنه: ((شعاري وإقصائي وتبريري، ويعيد إنتاج الأزمة دائماً، ويجوّلها إلى مشكلة يتحاور حولها، ويجوّل الدولة إلى عنصر محايد في الأزمة، وهذه حالة من أخطر الحالات التي تحول الإعلام إلى أداة قمعية بامتياز، كما أنه مرتبط مطلقاً بمؤسسة السلطة، ومحافظ على مستوى الشكل، وممل ويخلو من عناصر الدهشة، وقد أضاف إلى المواطن العربي كآبة إلى كآبته، اللهم إلا من بعض الاستثناءات البسيطة))^(٤).

إن الانحسار المعلوماتي في الإعلام العربي يكرّس أشكالاً من الامتثالية المبنية على عدم معرفة، وليس

(٢) ينظر: إسهام الإعلام في استقرار الأسرة الأردنية في ضوء أهداف التربية الإسلامية، إنصاف أيوب حمدان المومني، ص ١٧٨.

(٣) ينظر: دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في عملية التغيير السياسي - مصر أنموذجاً، مصعب حسام الدين لطفي، ص ٢٥؛ والإعلام العربي - ضغوطات الحاضر وتحديات المستقبل، عبد الرزاق محمد الدليمي، ص ٣٧.

(٤) دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في عملية التغيير السياسي - مصر أنموذجاً، مصعب حسام الدين لطفي، ص ٢٥.

من المنطقي أن أقسمها إلى أسباب الهدم من داخل الأمة الإسلامية، وأسباب الهدم من الخارج؛ لكي ننبه الأخ القارئ إلى أن شطر أسباب الهدم لم تكن بسبب الإعلام الإسلامي؛ وإنما بفعل الغزو الخارجي - ولا حول ولا قوة إلا بالله العلي العظيم - .

المطلب الأول: أسباب الهدم من داخل الأمة الإسلامية

تعدّد أسباب الهدم (الإعلام) في عالمنا الإسلامي وتتنوع، ويمكن إجمال أهمّها في الآتي:

أولاً: التشكيك في عقيدة المسلم ومبادئه: ومن أهم أسباب الهدم في وسائل الإعلام أننا نشاهد كثيراً من البرامج التي تشكك المسلم في عقيدته ومبادئه الحقة كإبراز الآراء المناقضة للدين الإسلامي على أنّها آراء حقة، بل أحياناً تنشر برامج تاريخية لوقائع في تاريخنا الإسلامي محرّفة ومشوّهة، وكذلك نشر برامج السحر والشعوذة والكهانة عن طريق الأبراج، فلو عُرضت على أهل العلم الربانيين، وعلى ذوي الاختصاص لكان في عرضها خيراً. وهذه الفقرة حالها حال البرامج الهابطة كلاهما يصبّان في مجال واحد وهو إضعاف إيمان المسلم والتشكيك بدينه ومبادئه وقيمه سواء أدرك القائمون على تلك الوسائل أم لم يدركوا^(١)، وقد أظهرت نتائج بعض الدراسات في بعض الدول العربية أنّ الإعلام يروّج لثقافة مغايرة

(١) ينظر: إسهام وسائل الإعلام المرئي في مواجهة الإساءة لشخص الرسول ﷺ - من منظور تربوي إسلامي، صالح بن جمعان صالح الغامدي، ص ١٢٩ - وما بعدها.

التنمية السياسية تعد الجهة الأولى المسؤولة عن معظم موضوعات التنمية السياسية؛ إذ فيها كوادِر ومديريات وأقسام متخصصة لكافة شؤون التنمية السياسية، كمديرية حقوق الإنسان، ومديرية الشباب والمرأة، ومديرية مؤسسات المجتمع المدني، ومديرية الأحزاب، وتمكين الأحزاب، وغيرها من المديريات، والأخطر من ذلك هو أن موضوع (الوعي السياسي) الذي يعتبر أحد أهم أجندة التنمية السياسية؛ فقد أثبتت الدراسة إلى عدم وجود دعوة إلى هذا الموضوع أصلاً لدى الصحف التي عملت الدراسة عليها، وهنا يمكن أن نقول: إذا كان هذا حال دولة مستقرة في كثير من نواحي الحياة ومنذ وقت بعيد فكيف الحال بوسائل الإعلام في الدول التي لم تشهد استقراراً، ولم تجعل هذه القضايا من أساسيات البناء فيها كالعراق مثلاً^(٢).

رابعاً: التركيز على الاختلاف والافتتال بين المسلمين بل وتأجيجه في أحيان كثيرة: إن كثيراً من وسائل الإعلام اليوم - إمّا مخطّط لها أو جهل من القائمين عليها - تهتك البناء الاجتماعي في المجتمعات الإسلامية ليس بما تقدّمه من فساد ورذيلة وبرامج هابطة فحسب، بل حتى في تقديم البرامج التي لا يحسّ المجتمع مدى وقعها على تنشئة أجيالهم، فمثلاً هذا الحشد الإعلامي الذي تقدّمه كثير من وسائل الإعلام من أخبار عن العالم الإسلامي والتي لا تركّز

على إرادة واعية وقبول مدرك؛ ممّا يجعل هذه الامتثالية عاملاً رئيساً من عوامل تعطيل قابلية التطور في صفوف العامة، وتجميد دور الخاصة المتنورة، والأهم من ذلك هو أن هذا الحجر المعلوماتي المنظم يهدف إلى جعل الخيارات المتعلقة بالمصير الجماعي أقل وضوحاً، وجعل الوصول إلى هذه الخيارات أكثر غموضاً، وأقل فاعلية، ومن أمثلة ذلك ما نلاحظه في وسائل الإعلام أن السلطة في كثير من بلدنا تترك لصحف يومية رسمية وخاصة، ومجلات ثقافية واجتماعية هامش حرية زئبقي؛ تخضعه لإرادتها باتجاه التوسيع أو التقليل الظرفي فقط فيما يتعلق بمعالجة موضوعات خدمية، واقتصادية، واجتماعية محدودة، وهناك دول عربية أخرى تسمح لصحافتها المطبوعة الخاصة، أو العامة بخصوص شؤون سياسية واقتصادية وثقافية ثانوية، وجزئية لا تقترب مطلقاً تصریحاً أو تلميحاً من المرتكزات الأساسية للنظام وسياسته الداخلية والخارجية^(١).

ثالثاً: ضعف البرامج التي تساعد في التنمية في جميع الأصعدة: ففي التنمية السياسية - مثلاً - قد توصلت بعض الدراسات التي أجريت على بعض الصحف الأردنية عن حصة وزارة التنمية السياسية فقد كانت ضعيفة جداً بنسبة بلغت (٤،٥٪) من مقالات التنمية السياسية لدى هذه الصحف، ومن المعروف أن وزارة

(٢) ينظر: دور الصحافة الأردنية في التنمية السياسية - دراسة تحليلية للمقال الصحفي في صحيفتي (الرأي) و(العرب اليوم) من (٢٠٠٨م) إلى (٢٠٠٩م)، محمد النعيمات، ص ١٢٣.

(١) ينظر: أساسيات علم الاجتماع الإعلامي - النظريات والوظائف والتأثيرات، د. منال أبو الحسن، ص ١١٠ - ١١١؛ وعلوم الاتصال والمجتمعات الرقمية: فريال مهنا، ص ٤١ - وما بعدها.

تلفزيون الواقع وزيادة استهلاك السلع الاستهلاكية اليومية، كمواد التجميل، وغيرها، وكذلك وجود علاقة ارتباطية بين تلفزيون الواقع وتبني نمط الحياة الاستهلاكية، وكذلك وجود علاقة ارتباطية بين تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية^(٢).

والملاحظ على مضمون البرامج المشاهدة من الكبار والصغار الطابع الاستهلاكي، ومعظم الإعلانات تروج لسلع استهلاكية أجنبية غالباً؛ مما يساعد على نشر أنماط الحياة الاستهلاكية، ويسهم في إقامة المجتمع الاستهلاكي على حساب أولويات التنمية، ويعرقل تنفيذ سياسة الادخار، ويسلب إرادة المستهلك العربي، ويعزز شعوره بالغرابة تجاه السلع الوطنية ومنتجاتها، ويزيد التناقض بين هذا المستهلك وحاجاته، وبين الذهنية التي يسهم الإعلام في تكوينها^(٣).

سادساً: بث ثقافة العنف ولاسيما في تعليم الأطفال والناشئة: فقد أكدت الدراسات على أن مستقبل هوية الطفل العربي حضارياً وثقافياً يحمل مخاطر سالبة نافية لهذه الهوية إذا استمرت أوضاع تعليم الطفل

إلّا على السلبيات الموجودة في العالم الإسلامي في الغالب، وعلى نقاط الخلاف بين المسلمين، وكذلك إظهار أننا أمة ضعيفة لا تحمل مقومات النهوض والتقدم، وفي الوقت نفسه نراها تسبّح بحمد الحضارة الغربية الزائفة، ولا تثير انتباه المسلمين إلى مكان الضعف التي تعترها، وهذا بدوره ينشئ أجيالاً لا تؤمن بحضارتها وقيمها ودينها، وهذا ما يحصل؛ فلا تكاد تجد من يركّز على مدى قابليتنا للنهوض، وعلى مكان ضعف الحضارة المادية الغربية، وكانت وسائل الإعلام لها الأثر الكبير في هذا الشأن؛ وقد شاهدت وأنا أكتب هذا البحث أن فايروساً لا يرى بالعين المجردة (كورونا) قد قام بهذا الدور الذي هو بيان ضعف الدول الكبرى في العالم، مع أننا كنا نتظر هذا من وسائل إعلامنا التي تظهر ضعف أمتنا الإسلامية صباح مساء، والله الأمر من قبل ومن بعد؛ نسأله العفو والعافية - لنا - وللجميع .

خامساً: بث الثقافة الاستهلاكية ولاسيما في تلفزيون الواقع^(١): وقد توصلت بعض الدراسات وفق استبيانات على طلبة في جامعة دمشق إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرّض لبرامج

(٢) ينظر: تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية - دراسة ميدانية لطلبة جامعة دمشق أنموذجاً، سماح حسين القاضي، ص ٢٠٢ - ٢٠٣ .

(٣) ينظر: العولمة في ظل التطور التقني وآثارها في مستقبل الوطن العربي، حامد أحمد مال، ص ١٨٢ - وما بعدها. نقلاً عن: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، وثيقة الاستراتيجية العربية للمعلومات - القاهرة، عام (٢٠٠٢م).

(١) تلفزيون الواقع: يطلق على نوع من برامج التسلية والترفيه التي تعتمد على المشاركة الفعالة للجمهور، سواء في إنتاجها كمشارك متنافس، أو كموجه لأحداثها عن طريق التفاعلية التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة للاتصال، فهي برامج أصبح فيها المتفرّج فاعلاً أساسياً . ينظر: برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية وتأثيرها على قيم وسلوك المراهقين، عزري آمال، ص ٥٣ .

ميل نحو الاعتداء يحتل أن يتذكروا الأعمال العدائية ويقوموا بمثلها^(٢).

سابعاً: ضعف الدبلوماسية^(٣) في العالم الإسلامي: ومن أسباب الضعف هو أن الدبلوماسية الإعلامية مبنية على الفعل وردّات الفعل لا على استراتيجيات واضحة المعالم، وهذا له أثر كبير في تأخر العالم الإسلامي؛ الذي هو بحاجة إلى العمل الدبلوماسي وفق الضوابط الإسلامية ولاسيما في جانب (الإعلام)، فهو من ضمن متطلبات العصر^(٤).

وثامناً: نشر وتشجيع الفساد والرذيلة: لقد أبانت المعطيات التجريبية عن وجود علاقة سببية بين ما يقدمه الإعلام المعاصر من أفلام إباحية ومشاهد عنف، وبين ازدياد الانحراف لدى الأطفال والشباب، بحيث أسهمت وسائل الإعلام العربية في تعميق الغزو الإعلامي الأجنبي بوساطة ما تعرضه من

وتنشئه الاجتماعية والثقافية على ما هي عليه^(١)، وهذا ما نحصد نتائجه في مجتمعاتنا التي شهدت في الآونة الأخيرة من تصاعد للعنف، والاقتتال، وغير ذلك وغيره، إذ لم يعد يخفى دور وسائل الإعلام في إشباع الاحتياجات الإنسانية لمرحلة الطفولة، ومن أهم هذه الاحتياجات التي تسعى وسائل الإعلام إلى إثراءها حاجات النمو العقلي، وتسهم وسائل الإعلام مساهمة فعالة في تثقيف الطفل، وتتمثل التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام على ثقافة الطفل في نشر العنف والرعب، وترى نظرية التعلم من خلال الملاحظة أن التعرض لوسائل الإعلام يزيد من احتمال العدوانية عند المستقبلين من خلال ما يأتي:

- تزويد المشاهدين بفرص لتعلم العدوان والعنف.

- تقديم شخصيات شريرة يمكن تقليدها، فلقد تبين أن المشاهدين يقتدون في أغلب الأحيان بالشخصيات المتحدة معهم في الجنس، والسن، والظروف الاجتماعية، والاقتصادية، وقد أشارت الدراسات العلمية إلى مئات من السلوكيات المماثلة لهذا العنف والعدوان أثرت في ثقافة الأطفال، وخلقت عندهم هذه الروح السيئة.

- بعض الأطفال يخلطون بين عالم الواقع والخيال، فيطبقون هذه التصرفات في حياتهم اليومية العادية.

- الأطفال الذين يشاهدون التلفاز، وفي أنفسهم

(٢) ينظر: أثر الأحداث السياسية المشاهدة على التنشئة السياسية للطفل على التلفزيون - دراسة ميدانية لعينة من الأطفال بولاية تيبازة، مختار يمينية، ص ١١٥ - ١١٦.

(٣) الدبلوماسية: مؤثت دبلوماسي، وهي فن ممارسة العلاقات الدولية مثل التفاوض، أو إبرام المعاهدات، والاتفاقات. ينظر: معجم اللغة العربية المعاصرة، الأستاذ أحمد مختار عبد الحميد، بمساعدة فريق عمل، ١/ ٧٢٣، وقد استعملنا هذا المصطلح في باب الإعلام من باب التوسّع في المعنى، إذ المقصود: هو فن إيصال المعلومة للجماهير، ويشمل: أسلوب الإلقاء، والحوار، واستيعاب الطرف الآخر، وغير ذلك.

(٤) ينظر: اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية نحو الأداء الدبلوماسي الفلسطيني ما بين (١٩٩٣ - ٢٠١٦م)، بسام محمد الصر فندي، ص ١٠٦ - وما بعدها.

(١) ينظر: أثر وسائل الإعلام على الطفل، صالح دياب هندي، ص ٢٤ - وما بعدها.

سنسلط الضوء عليه من خلال النقاط الآتية :
 أولاً: بث البرامج الأجنبية الهابطة في المجتمعات الإسلامية من دون فلترة ولا رقابة: إذ من الآثار السلبية لوسائل الإعلام المباشرة على اتجاهات المجتمع والأفراد والقيم في العالم الإسلامي هو تمجيد العنف، والجريمة، والنزعة العدوانية، والتدمير، والتحلل من القيم، والعنصرية، والاستعلاء، وتنمية التفكير الخرافي المجافي للأسلوب العلمي، والدعوة إلى أن الدنيا مسألة حظوظ، إضافة إلى صيرورة قيم الاستهلاك، وتقديم الصورة المشوهة عن العالم الإسلامي، وقد لا أكون مغالياً إذا قلت: بأن هذا الأمر لا يحتاج إلى شواهد، فلم يعد يخفى على أحد ما تعرضه القنوات التلفزيونية وغيرها من برامج أجنبية هابطة؛ تسعى إلى تخريب البلاد الإسلامية^(٢).

ثانياً: اختراق الثقافة الإسلامية: إن الثقافة الإسلامية حالها حال الثقافات في العالم النامي تعاني من الاختراق الثقافي الغربي، ويتم ذلك بتأثير وسائل الإعلام السمعية والبصرية المختلفة، وكنتيجة لهذا الاختراق فإن الثقافة الإسلامية تعاني من الازدواجية، أو الثنائية التي توجد في أكثر من مجال، فبوجه عام نجد ثقافة النخبة، والثقافة الجماهيرية، ومن ناحية النظرة إلى الحياة، أو أسلوب الحياة نجد ثنائية التقليدي والعصري، وازدواجية الأصالة والمعاصرة في الفكر،

البرامج الغربية، ولاسيما ما يسمّى (برامج تلفزيون الواقع)، من دون أن تضع تلك الفضائيات بالحسبان قيم المجتمع العربي الاسلامي، وتقاليده، وأنماطه الاجتماعية، بحيث تقتصر برامج القنوات الفضائية العربية على المادة الترفيهية، وأفلام الجريمة والعنف والرعب والعري؛ أي: إن ثقافة الصورة تغطي عليها أكثر من ظاهرة سلبية؛ تتمثل بالاعتراب، والقلق، وإثارة الغريزة الفردية العدوانية دافعية الانحراف، وكلها مفردات؛ تتأسس في إدراك الشباب وسلوكهم ومعارفهم بحيث تتحول من مجرد صورة ذهنية إلى نشاط عملي عن طريق المحاكاة والتقليد وعمليات التطبيع الاجتماعي^(١).

المطلب الثاني: أسباب الهدم في الإعلام الدعوي من خارج الأمة الإسلامي

إن العالم الإسلامي يتعرض للغزو من جميع الاتجاهات، ومن أهمها الإعلام، إذ من المعلوم أنه بعد أن ضعفت الأمة الإسلامية أصبحت عرضة للاستعمار الأجنبي الذي لانزال إلى اليوم نقب تحت مخلفاته، وسيطرته سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، ومن أهم الأمور التي يسيطر عليها هو (وسائل الإعلام) في بلادنا الإسلامية، وعليه فهو يشكل سبباً كبيراً من أسباب الهدم في الإعلام الإسلامي، وهو ما

(١) ينظر: دور الأمن الفكري في تعزيز التقريب بين المذاهب الإسلامية: د. مريم آيت أحمد، ص ٨؛ والتربية الإعلامية - كيف نتعامل مع الإعلام، فهد بن عبد الرحمن الشميمري، ص ١٣١ - ١٣٢ .

(٢) ينظر: العولمة في ظل التطور التقني وآثارها في مستقبل الوطن العربي: حامد أحمد مال، ص ١٨٢ .

ثرواتهم، كما حصل ويحصل في العراق وغيره من دول المنطقة؛ ممَّا أضرَّ بمصدقية وسائل الإعلام، وموضوعيتها^(٣).

لقد انبنى على هذا ما ذكرت بعض الدراسات أنَّ الصحف الموالية للحكام، والاستعمار (وهي ما أطلق عليها الصحف المحايدة أو المعتدلة أو المستقلة) استطاعت أن تنمو وتستمر بينما قاست الصحف الوطنية من الإيقاف والمصادرة والإلغاء، وغير ذلك من ألوان الاضطهاد^(٤).

وبالتالي فإنَّ أغلب من وسائل الإعلام - اليوم - في بلاد المسلمين هي أحد المؤسسات الاستعمارية التي خلَّفها المستعمر في بلاد الإسلام، وصبغها بالصبغة الاستعمارية التي من شأنها تديم استعمارها، وتحافظ على أفكاره، وترسِّخ جذور سياسته، وسيطرته في بلاد المسلمين، واعتبره الوسيلة المفضَّلة للنقل وفي أسرع وقت وأقربه لبلاد الإسلام لكل ما يريد هذا المستعمر أن ينقله إليها من قيم وأخلاق، وعادات، وتقاليد بلاده مقروءاً أو مسموعاً، أو مشاهداً، كما أنَّه يعتبره الأداة التي بوساطتها يحقق أهدافه في جسم الأمة الإسلامية من إهدار لفكرها، وتمزيق لوحدها، وتشيت هويتها، وللحيلولة بينها وبين الوصول إلى أهدافها وغايتها؛ وضح ذلك جلياً في الدور الذي

والسلوك، وبعض جوانب الحياة الأخرى^(١).
لقد استطاع أعداء الإسلام - عن طريق الإعلام الهابط الذي زرعه في بلاد الإسلام - أن يحصدوا ثمرات عدَّة: أهمُّها انحرافات في العقيدة، وضلال في التصور، وإدخال أفكار غير إسلامية في المجتمع المسلم؛ نشأت عنها أحزاب متناحرة؛ تحمل أفكاراً مبتورة غير متكاملة ولا شاملة ولا متزنة، وأحياناً بعيدة البعد كلَّه عن مبادئ ديننا الحنيف، ومن الأمور التي يحصدها أعداء الإسلام من خلال بذرة الإعلام التبعية توسيع دائرة الخلاف بين المسلمين حتى عمَّت جميع بلادنا، وكلَّ أجناسنا، وغير ذلك وغيره^(٢).

ثالثاً: الضغط الشديد على وسائلنا الإعلامية: وهذه ثلاثة الأثافي فقد توصلت بعض الدراسات إلى أن الإعلام بشكل عام في عالمنا الإسلامي غالباً ما يخضع للضغوط من قبل الدول المتزعمة للساحة العالمية، وهذا ما تؤكده المعطيات التي نشاهدها على مدار الأوقات، فقد كشفت بعض الدراسات الإعلامية عن التحيز الواضح والصريح من قبل بعض وسائل الإعلام لما يسمَّى بالولايات المتحدة، من خلال التضليل الإعلامي في تشويه الحقائق، وفبركتها، وعدم إظهار وجهات نظر المقابل، ممَّا أدى إلى إسقاط دول، وقمع شعوب، وسرقة ونهب

(٣) ينظر: المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق - تحليل مضمون مجلة نيوزويك النسخة العربية، إستبرق فؤاد وهيب، ص ١٦٦.

(٤) ينظر: أساسيات علم الاجتماع الإعلامي - النظريات والوظائف والتأثيرات، د. منال أبو الحسن، ص ٩٨.

(١) ينظر: المصدر نفسه، ص ١٨٢ - ١٨٣. نقلاً عن: العولمة وأثرها في الاقتصاد العربي، د. عبد المنعم الحسني، ص ٦٠.

(٢) ينظر: الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، عبد الله قاسم الوشلي، ص ٦٢ - ٦٣.

أنا ندرك أن هناك تحركاً في (الإعلام الإسلامي) نحو الأمام، نسأله - تعالى - أن يبارك في القائمين عليه، إلا أنها مازالت بحاجة لبعض التعديل من سياستها؛ لتحقق الثمرة المرجوة منها بصورة أكبر، ولتكون بحق (إعلاماً إسلامياً متميزاً)، وهو ما سنفضّله - بعض الشيء - في المطالب الآتية :

المطلب الأول: إعداد الإعلاميين إعداداً صحيحاً

إن وظيفة الإعلاميين عظيمة، فهم الراصدون والمحلّلون والمتصدّون لكل خطوات الأعداء المستهدفة للأمة سواء كان داخلها أم خارجها؛ لذا يجب اختيارهم من الثقة والدعاة والرعاة المخلصين؛ الذين يعملون جاهدين على تحقيق مصالح الأمة . وهنا نذكر بعض الضوابط التي ينبغي على الإعلاميين الالتزام بها إن أرادوا الريادة، والتميز، والإبداع :

أولاً: نشر الحقائق المدعمة بالأرقام والإحصائيات بالإضافة إلى المعرفة الشاملة والمحيطية بالموضوع: فرجل الإعلام يطرح مختلف القضايا الدينية، والسياسية، والاجتماعية، وغيرها من خلال رسائله التي يبثها عبر وسائل الإعلام، ومن المعيب أن يخرج للحديث حول موضوع ما، ثم يفاجئه أحد الضيوف أو المشاركين بمعلومات، أو إحصائيات مناقضة لما طرحه، أو لم يكن قد اطلع عليها سابقاً؛ لهذا دعى القرآن الكريم إلى المعرفة الشاملة والعلم التام بالأمور قبل عرضها، منها قوله تعالى مخاطباً أهل الكتاب: ﴿ هَذَا نَسَبُكُمْ هُنَا لَكُمْ يَوْمَ الْيَوْمِ نَسَبُكُمْ هُنَا لَكُمْ يَوْمَ الْيَوْمِ نَسَبُكُمْ هُنَا لَكُمْ يَوْمَ الْيَوْمِ نَسَبُكُمْ ﴾

لعبه الاستعمار الغربي في اصطناع العملاء الحاقدين على الإسلام والداعين إلى إشاعة الفكرة القومية، فمزقوا الأمة الإسلامية، وأثاروا النعرات بين أبناءها؛ فأصبحت منقسمة إلى عرب، وكرد، وفرس، وترك، وغير ذلك وغيره من الأمور التي نشاهدها ليل نهار عبر وسائل الإعلام، ولا حول ولا قوة إلا بالله العلي العظيم^(١).



المبحث الثاني عوامل النهوض بالإعلام الدعوي الإسلامي

إذا كان للإعلام الإسلامي معوقات تعيق تقدّمه؛ ففي المقابل توجد مجموعة من المقومات التي نزع منها تؤدي إلى النهوض في أداء مهامه في الدعوة إلى الله ﷻ، وتعيينه في إيصال رسالته بأكمل وجه؛ وذلك لأنها تمثل غايات عظمى وأهداف نبيلة؛ تتمثل بكل ما يؤدي إلى الخير العام للإنسانية، وتحقيق العبودية الخالصة لله ﷻ، ومراده في هذه الأرض، والحياة من العمارة والاستخلاف، ومن هنا ندرك أن دور الإعلام الدعوي الإسلامي يجب أن لا يقتصر على قضايا معيّنة؛ يحققها لهذا الإنسان، بل يجب أن يتدخل في كل قضية من قضاياها بالدور الملائم والمناسب، ومع

(١) ينظر: الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، عبد الله قاسم الوشلي، ص ٤٩ - ٥٠.

والأخبار إلى الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية عبر مختلف وسائل الإعلام؛ ولهذا ينبغي عليه أن يكون صادقاً فيما يبلغه وينشره، عن جمهوره لكي لا يخسر أمام الله ﷻ، وأمام جمهوره، ولتطبيق هذا الضابط يجب عليه أن يتحلى بأمور عدة؛ أهمها: أنه يجب عليه الحصول على المعلومات بطرق مشروعة وصيانة الخصوصية الفردية؛ فقد قال الله ﷻ: ﴿يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَحَسُّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بََعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢﴾ [الحجرات]، فقد نهت الآية الكريمة السابقة عن الحصول على المعلومات بطريق الظن، أو من خلال التجسس على الآخرين، فكلاهما طريقان موصلان لمعلومات غالباً ما تكون خاطئة، وكذلك يجب عليه عدم كتمان المعلومات التي ينبغي عليه إيصالها للجمهور^(٣).

ثالثاً: الالتزام بالأخلاق الكريمة: إذ من الواجب على القائمين بالاتصال في العملية الإعلامية أن يتحلوا بالأخلاق الحميدة؛ فهي تغرس محبتهم في قلوب الجمهور، وتجعل تأثيرهم أقوى وأشد؛ لهذا كان من الواجب على رجل الإعلام أن يلتزم بحسن التعامل مع الضيوف في البرامج، والنشرات الإخبارية، وحفظ

عِلْمٌ فَلِمَ تُحَاجُّونَ فِيمَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿١٦﴾ [آل عمران]، وقال تعالى: ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا ﴿٣٦﴾ [الإسراء]، فقد ذكر بعض المفسرين أن معناها: لا تقل: رأيت. ولم تر، ولا سمعت. ولم تسمع، ولا علمت. ولم تعلم^(١).

ثانياً: اعتماد الصدق والأمانة والموضوعية: فينبغي جمع البيانات والمعلومات من مصادرها الأصلية، أو من التي هي محل الثقة، وفي هذا يقول الله ﷻ: ﴿يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾ [الحجرات]، فقد أمرت الآية الكريمة بالثبوت من خبر الفاسق، وأدبت المؤمنين بأدب ينفعهم في دينهم ودنياهم، وهو أمر ينبغي وجوده دوماً، وهذا الثبوت يعتبر مسؤولية كافة العاملين في الحقل الإعلامي من مراسلين ومذيعين، ويقع عبؤه الأكبر على كاهل المدراء ورؤساء تلك الوسائل الإعلامية^(٢).

إنَّ رجل الإعلام ما هو إلا مبلِّغ للمعلومات

(١) ينظر: تفسير الطبري، ١٧ / ٤٤٧؛ والإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة: عبد الله قاسم الوشلي، ص ٣٣؛ والإعلام - مقوماته ضوابطه أساليبه في ضوء القرآن الكريم - دراسة موضوعية، آلاء أحمد هاشم، ومصباح عمّار، ص ٨٧.

(٢) ينظر: الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة: عبد الله قاسم الوشلي، ص ٣٣؛ والإعلام - مقوماته ضوابطه أساليبه في ضوء القرآن الكريم - دراسة موضوعية، آلاء أحمد هاشم، ومصباح عمّار، ص ٨٣. نقلاً عن: استراتيجية الإعلام الإسلامي، د. جمال النجار، ص ٧٦.

(٣) ينظر: الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة: عبد الله قاسم الوشلي، ص ٣٣؛ والإعلام - مقوماته ضوابطه أساليبه في ضوء القرآن الكريم - دراسة موضوعية، آلاء أحمد هاشم، ومصباح عمّار، ص ٨٤ - ٨٥.

عَوْرَاتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ
مِنْ زِينَتِهِنَّ وَتُوبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهُ الْمُؤْمِنُونَ
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٣١﴾ [الأحزاب]، فلم يأمرهن
بالسكوت مطلقاً، أو تجنب الحديث؛ إنَّما أمرهنَّ
بالقول بالمعروف: وهو الصواب الذي لا تنكره
الشريعة، ولا النفوس^(٢).

وعلى هذا يثبت خطأ أولئك الذين حجروا المرأة
حتى لو كانت ملتزمة بالزي الشرعي، وبالضوابط
الإسلامية، بذريعة منع الفتنة، وفي المقابل - أيضاً
- يثبت خطأ أولئك الذين سمحوا للمرأة بأن تخرج
متبرجة عارية، فجعلوها سلعة؛ ليست لها كرامة، بل
الصواب هو السماح لها بالظهور حتى على وسائل
الإعلام متى ما التزمت بالضوابط الشرعية كالزي
الشرعي، وعدم الخضوع بالقول؛ فهو أمرٌ يعكس
ساحة الدين الإسلامي الذي جاء لرفعة المرأة، وليس
لعزلها عن ممارسة دورها في المجتمع^(٣).

المطلب الثاني: إعداد الرسالة إعداداً يتناسب مع عالمية الدين الإسلامي

الرسالة: هي مادة ثقافية، أو علمية، أو دينية، أو
إخبارية، أو غير ذلك، اختارها المرسل للتعبير عن
أهدافه، ويمكن اعتبارها بأنَّها النتاج الفعلي المادي
للووسيلة الإعلامية سواء كانت كتابةً، أو رسماً، أو

أسرار الناس، والالتزام بما يأمر الناس به، والابتعاد لما
ينهاهم عنه، والسماح للطرف المخالف بأن يعرض
فكرته كاملةً، ولا يتهجم على المخالفين ولا سيما
الرموز التي يقدسها الناس، والإعراض عن الجاهلين
الذين غرضهم الاعتراض لأجل الاعتراض، إلى غير
ذلك من الأمور التي تؤدِّي إلى خلق حسن^(١).

رابعاً: الالتزام بالزي الشرعي: فقد حدَّدت
الشريعة الغزء حدوداً لزي المسلم والمسلمة؛ ينبغي
على الإعلاميين الالتزام بها؛ لما فيه من آثار عظيمة،
إذ أنَّه يعكس صورةً إيجابيةً عن المجتمع المسلم بأنَّه
مجتمع ملتزم بدينه وثقافته، محافظ على تراثه وأصالته،
وبالنسبة للمرأة يكون سترها لها، وصيانةً وحمايةً لها
عن طمع الطامعين، وعبث العابثين، وهي مشمولة
أكثر من الرجال بهذه المسألة، وكذلك يجب التزامها
بعدم الخضوع بالقول؛ فقد أمر الله ﷻ المؤمنات أن
يتعدن عن خضوع القول، وتليينه بما يثير الشهوات
في نفوس الرجال، فقال تعالى: ﴿وَلَا يَبْدِينَ زِينَتَهُنَّ
إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ وَلَا
يَبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ
أَبْنَاؤَهُنَّ أَوْ بَنَاتِهِنَّ أَوْ بَنَاتِ أَخَوَاتِهِنَّ أَوْ
نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوِ التَّبِيعَاتِ غَيْرِ أُولِي
الْإِرْبَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوِ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى

(٢) ينظر: الجامع لأحكام القرآن، القرطبي، ١٧٧ / ١٤.

(٣) ينظر: الإعلام - مقوماته ضوابطه أساليبه في ضوء القرآن
الكريم - دراسة موضوعية، آلاء أحمد هاشم، ومصباح
عَمَّار، ص ٩٤ - وما بعدها.

(١) ينظر: الإعلام - مقوماته ضوابطه أساليبه في ضوء
القرآن الكريم - دراسة موضوعية، آلاء أحمد هاشم،
ومصباح عَمَّار، ص ٨٦ - وما بعدها.

حديثاً، أو برنامجاً^(١).

عصري ميسور^(٢).

وعلى هذا تعتبر (الرسالة الإعلامية) محور الإعلام؛ فهي الهدف الذي تسعى وسائل الإعلام لتقديمه للجمهور، والهدف الذي يبغى الجمهور الوصول إليه ومعرفته، ونتيجةً للدور الهام الذي تقوم به وسائل (الإعلام الإسلامي)؛ كان لزاماً عليها أن تضبط الرسالة التي تقدمها للجمهور بضوابط الإسلام، وإلا فكيف يكون إعلاماً إسلامياً؟ وبناءً على هذا فقد توصلنا إلى مجموعة من الضوابط والمعايير التي ينبغي أن تحملها رسالة الإعلام الإسلامي؛ وهي كالآتي:

ثانياً: التركيز على الفقه الحضاري^(٣): فمن أهم عوامل النهوض بالإعلام الدعوي توسيع الفضاء باتجاه فقه إعلامي هادف رسالي؛ قادر على نقل المجتمع المسلم إلى قلب العصر لمواجهة تحدياته والإفادة من معطياته، وأخذ دوره الريادي في الشهود الحضاري^(٤).

ثالثاً: إظهار وسطية الإسلام واعتداله وتوازنه: فينبغي أن تحمل الرسالة الإعلامية مبدأ الوسطية الإسلامية بمفهومه الحقيقي؛ وذلك لترسيخ الانتفاء لدى المجتمع المسلم لهذا الدين الوسط، وإشعارهم بالاعتزاز بهذه الوسطية؛ امثالاً لقوله تعالى: ﴿وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا﴾ [البقرة/ ١٤٣].

رابعاً: التركيز على التربية الثقافية والاجتماعية: إذ ينبغي أن تعمد الرسالة الإعلامية إلى تعميم الوعي

أولاً: التركيز على التربية العقدية الإيمانية: وذلك بالإبلاغ بها صافية نقية، ولترسيخها في نفوس المدعوين، وردّ الشبهات المعروضة من قبل المناوئين لصدّ الآخرين عن الوصول إليها؛ وذلك لقدرتها العالية على رفق المجتمع المسلم بطاقة السكينة، والاستقرار، والعمل الجاد الدؤوب على الحد من الانفلات الإعلامي، وتسرب القيم، والأخلاقيات المغايرة لمنظومتنا العقدية، فنحن - اليوم - بأمرس الحاجة إلى تضمين الوسائل الإعلامية مادة؛ تجمع النبض الإيماني إلى جانب النبض التربوي تتناغم وروح العصر، وتحرص على تقديم نماذج وقنوات صالحة؛ نلمس فيها الهدي النبوي الأمثل للنبي ﷺ في مختلف أطراف الوسائط التربوية والاجتماعية بأسلوب

(٢) ينظر: الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة: عبد الله قاسم الوشلي، ص ٤٠؛ وإسهام الإعلام في استقرار الأسرة الأردنية في ضوء أهداف التربية الإسلامية، إنصاف أيوب حمدان المومني، ص ١٧٩.

(٣) الفقه الحضاري: هو فقه الانبعاث من الواقع الراهن بظروفه المفروضة علينا، والانعقاد منه إلى واقع آخر؛ مستخدمين في ذلك فكراً معيناً وأدوات معينة. ينظر: التنمية التي يفرضها الغرب علينا تزيدنا تحلفاً - حلقة نقاشية مع الدكتور سيد دسوقي، ٧/ ٢٩١.

(٤) ينظر: إسهام الإعلام في استقرار الأسرة الأردنية في ضوء أهداف التربية الإسلامية، إنصاف أيوب حمدان المومني، ص ١٧٩.

(١) ينظر: الإعلام - مقوماته ضوابطه أساليبه في ضوء القرآن الكريم - دراسة موضوعية، آلاء أحمد هاشم، ومصباح عمّار، ص ٩٧؛ نقلاً عن: استراتيجية الإعلام الإسلامي، د. جمال النجار، ص ٧٩.

والرعاية لمصالح الأمة، والمحافظة على أمتها، وحريتها، وتنظيم العلاقات الدولية، وتحديد مسارها سلماً وحرماً، وصدقةً ومعاهدةً، وكشف المخططات الأجنبية، وغير ذلك^(٣).

سابعاً: التركيز على جوانب الترفيه: كما يجب أن تحمل الرسالة الإعلامية جانباً من التسلية، والترفيه، ولتجديد النشاط، وأداء الواجبات، والقيام بالمسؤوليات كما أمّتها - أيضاً - للتدريب على معاني القوة، ووسائل صدّ العدوان، وهذه من مميزات، وخصائص هو الإسلام؛ لأنه هو يريح القلب، ويدخل السرور، والمرح، وفي الوقت نفسه يتعلم منه الجِد، والنشاط في العبادات؛ ولذلك كان الترفيه في الإعلام الإسلامي منضبطاً بكونه لا يتنافى مع الآداب، وحسن الأخلاق، ولا يتحوّل إلى عادة في كلّ صباح ومساء^(٤)، ولكن كما في الحديث النبوي الشريف (ساعة وساعة)^(٥).

والفهم؛ من أجل إيجاد الفرد الصالح السوي، وكذلك لتؤدي إلى تماسك المجتمع، وترابطه، وترسيخ معاني الأخوة، والمحبة، والإيثار فيه، وغرس روح التعاون على البر والتقوى فيما بينه، وتبدأ أهدافه الإصلاحية بالفرد، ثم الأسرة، ثم المجتمع، والنهوض برفع تطلّعات الجماهير من خلال تقويم ثقافات المجتمعات الأخرى بالإضافة إلى ثقافة المجتمع ممّا يجعلها أكثر تطوراً، وتقدماً^(١).

خامساً: التركيز على الاقتصاد: فينبغي على الرسالة الإعلامية أن تحمل في طياتها خطط لتحسين أوضاع الأمة في الكسب، والإنفاق، وترشيدها 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^(٢).

سادساً: التركيز على إصلاح الجانب السياسي: وذلك بتضمين الرسالة الإعلامية جوانب: التوجيه، والإرشاد، والنصح، والمشورة، والتسديد، والإصلاح، وتوثيق العلاقة، وتنميتها بين الحاكم والأمة على أساس من العدل والطاعة والالتزام،

(١) ينظر: الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، عبد الله قاسم الوشلي، ص ٤٠؛ وأساسيات علم الاجتماع الإعلامي - النظريات والوظائف والتأثيرات، د. منال أبو الحسن، ص ٨٩.

(٢) ينظر: الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، عبد الله قاسم الوشلي، ص ٤١.

(٣) ينظر: المرجع نفسه.

(٤) ينظر: الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، عبد الله قاسم الوشلي، ص ٤١ - ٤٢.

(٥) من حديث أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، كتاب التوبة، باب فضل دوام الذكر في أمور الآخرة والمراقبة وجواز ترك ذلك في بعض الأوقات والاشتغال بالدنيا، ٨ / ٩٤، برقم (٧١٤٢)، وفيه: (عَنْ حَنْظَلَةَ الْأَسِيدِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قُلْتُ: نَافَقَ حَنْظَلَةُ يَا رَسُولَ اللَّهِ. فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ «وَمَا ذَاكَ». قُلْتُ يَا رَسُولَ اللَّهِ نَكُونُ عِنْدَكَ تُذَكِّرُنَا بِالْآخِرَةِ وَالْجَنَّةِ حَتَّى كَأَنَّ رَأْيَ عَيْنٍ فَإِذَا خَرَجْنَا مِنْ عِنْدِكَ عَافِسِينَ الْأَرْوَاحَ وَالْأَوْلَادَ وَالصَّيَعَاتِ نَسِينَا كَثِيرًا. فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ «وَالَّذِي نَفْسِي بِيَدِهِ إِنْ لَوْ تَدُونُونَ عَلَيَّ مَا تَكُونُونَ عِنْدِي وَفِي الذِّكْرِ لَصَافَحْتَكُمْ الْمَلَائِكَةُ عَلَى فُرْشِكُمْ وَفِي

وفي هذا المجال تتحتّم الموازنة بين الجد والاستراحة في الوسائل الإعلامية، وهو ما لم تنتبه له كثير من الوسائل الإعلامية، فنجد بعضاً من القنوات مثلاً قد التزم تقديم برامج علمية فقط ليس فيها فاصل ترفيهي، إلا ما رحم ربك، وفي المقابل نجد بعض القنوات قد أخذت جانب الترفيه صباح مساء، والبعض منها - ولا سيما قنوات الأطفال - نجدها تركز على الأغاني الموسيقية وعلى مدار الوقت، وهنا ينبغي الأخذ بميزان التوسط بين الإفراط والتفريط، بين الترفيه والجد، وهكذا، فالترويح الإعلامي مطلوب من الإعلام الدعوي وهو في سيره إلى بناء الأجيال بناءً متوازناً سلبياً من الانحراف أو الإفراط والتفريط، فهو إذا أحسن استشاره، وأتى في وقته وضمن حدوده؛ يشكّل عاملاً مهماً لزيادة الانتاجية للأفراد، إذ بعد الشغل والتعب يلتقط أنفاسه بالترويح الهادف، فينعكس إيجاباً على إتمام عمل الفرد^(١).

وثامناً: الاهتمام بدور التنمية الإعلامية: فقد بيّنت الدراسات الميدانية أنّ هناك علاقة ارتباطية بين وجود تخطيط إعلامي خاص بالوزارات، أو بالبرامج والمشاريع التنموية التي تنفذها من خلال خطة إعلامية - قصيرة، أو متوسطة أو بعيدة المدى، يتم تحديثها باستمرار -، وبين نجاح السياسات التنموية المتعلقة بها، حيث تبين أنّ التخطيط الإعلامي يسهم

في تزويد وسائل الإعلام بالحقائق والمعلومات الدقيقة التي تسهم في إحداث التنمية، كما توصلت الدراسات الميدانية إلى أنّ التخطيط الإعلامي وتزويد وسائل الإعلام بالحقائق والمعلومات الدقيقة كلها تسهم في نجاح السياسات التنموية التي يتم تطبيقها وتنفيذها من خلال البرامج والمشاريع التنموية، كما بيّنت الدراسة أنّ هناك علاقة ارتباطية وثيقة بين إدراك صنّاع القرار في الوزارات لأهميّة وجود تخطيط إعلامي - قبل وأثناء وبعد - مرافق للبرامج والمشاريع التنموية التي ينفذونها وبين نجاح السياسات التنموية المتعلقة بها، حيث تبين أنّ التخطيط الإعلامي يسهم في إظهار رؤية صنّاع القرار حول القضايا المطروحة^(٢)، كما توصلت بعض الدراسات إلى أنّ التنمية تحتاج إلى وعي جماهيري شعبي، وهذا الوعي هو من صنائع الإعلام، فالإعلام آلية ضمن آليات الانتشار التنموي على المستوى الاقتصادي والبشري بعامّة، فعلاقتها ارتباطية متفاعلة لا وهمية، ولا صورية، ولا معطلة، فالتنمية لا يمكن أن تتحقق في مجتمع دون أن تسبقها خطط وتجهيزات؛ يأتي الإعلام على رأس من يقوم بتنفيذها^(٣).

(٢) ينظر: العلاقة بين التخطيط الإعلامي والسياسات التنموية في الوزارات الأردنية، هناء عبد الرحمن الصعوب، ص ١٤٣ - وما بعدها.

(٣) ينظر: الإعلام والتنمية - نظرة في التفاعلية والترابطية: خالد إبراهيم المحجوبي، بحث في مجلة الحوار المتمدن، العدد (٢٩٣٧)، بتاريخ (٧ / ٣ / ٢٠١٠م)؛ والعلاقة بين التخطيط الإعلامي والسياسات التنموية في الوزارات الأردنية، هناء عبد الرحمن الصعوب، ص ١٤٧.

وإثامناً: الاهتمام بدور التنمية الإعلامية: فقد بيّنت الدراسات الميدانية أنّ هناك علاقة ارتباطية بين وجود تخطيط إعلامي خاص بالوزارات، أو بالبرامج والمشاريع التنموية التي تنفذها من خلال خطة إعلامية - قصيرة، أو متوسطة أو بعيدة المدى، يتم تحديثها باستمرار -، وبين نجاح السياسات التنموية المتعلقة بها، حيث تبين أنّ التخطيط الإعلامي يسهم

طُرِقَكُمْ وَلَكِنْ يَا حَنْظَلَةَ سَاعَةً وَسَاعَةً». ثَلَاثَ مَرَّاتٍ).
(١) ينظر: الترويح الإعلامي بين ضوابط الشريعة وحاجة النفس، د. ماهر حامد الحولي، والأستاذ رفيق أسعد رضوان، ص ٣٣٣ - ٣٣٤.

الإبداع، وعلى أهمية وضرورة تحديد معالم هذا البديل الحضاري الإسلامي كدليل عمل لكل العاملين في إطار النهضة الإسلامية بمختلف الميادين^(٢).

المطلب الثالث: إعداد الوسائل الموازن بين تعاليم الإسلام ومتطلبات العصر
تعددت وسائل الإعلام وتنوعت، وأياً كان نوع هذه الوسائل، فهي قائمة لتحقيق أهداف معينة، وإيصال رسائل من خلالها، وحتى تقوم بدورها المطلوب؛ كان لابد من التزامها بمجموعة من الضوابط؛ من بينها:

أولاً: أن تكون الحكمة من عملها واضحة محددة: فوسائل الإعلام ينبغي أن يكون هدفها بيان الحق وعرضه للجمهور؛ إذ أنهم شهداء على الناس، كما ينبغي أن تكون وسيلة دعوية لنشر الخير، ونشر القيم الهادفة، إضافة إلى العمل على تصحيح ما في المجتمع من الأخطاء والانحرافات؛ بإرشاده إلى الصواب من خلال ما جاء في القرآن الكريم من طرق الشفاء والعلاج، وغرضها الهداية والتقويم ببيان الطريق الواضح للغاية النافعة، فإذا وضعت وسائل الإعلام نصب عينها ما تريد تحقيقه، وسعت له بالطرق والوسائل المباحة؛ فإنها تكون قد حققت الحكمة من عملها، والإباحة في ذاتها^(٣).

(٢) ينظر: الخطاب الإسلامي المعاصر - منطلقاته الاستمولوجية ومحدداته المنهجية (دراسة تحليلية نقدية)، حباسي خالد، ص ٢٣٠.

(٣) ينظر: تفسير الشعراوي، ١٣ / ٨٠٣٨ - ٨٠٣٩؛ والإعلام - مقوماته ضوابطه أساليبه في ضوء القرآن

تاسعاً: تجنب التحريف والسلامة من التناقض: فمن الضوابط التي ينبغي أن تتصف بها الرسالة الإعلامية ألا تكون محرّفة؛ لأن من شأنها إيصال الحق للناس، فإذا كانت محرّفة؛ فقد ذهب معها الحق وضاع، كما ينبغي ألا تكون متناقضة؛ لأن هذا يشتت الجمهور المتلقّي، فيصعب عليه التصديق، واستيعاب الموضوع بتناقضاته، وقد ضرب القرآن الكريم أمثلة على التناقض، وذمّها، ومن ذلك قوله تعالى: ﴿ وَفِي مُوسَى إِذْ أَرْسَلْنَاهُ إِلَىٰ فِرْعَوْنَ بِسُلْطَانٍ مُّبِينٍ ٣٨ فَتَوَلَّىٰ بِرُكْبِهِ ۖ وَقَالَ سِحْرٌ أَوْ مَجْنُونٌ ٣٩ فَأَخَذْنَاهُ وَجُودَهُ فَنَبَذْنَاهُمْ فِي الْيَمِّ ۖ وَهُوَ مُلِيمٌ ٤٠ ﴾ [الذاريات]، فنرى كيف أن الله ﷻ ذم فرعون حينما ناقض نفسه في حملته الإعلامية ضد نبي الله موسى عليه السلام، إذ اتهمه في وقت واحد بأنه ساحرٌ أو مجنون، فأتى بشيئين لا يجتمعان في آنٍ واحد للشخص^(١).

عاشراً: ضرورة أن تتسم الرسالة في الإعلام الإسلامي بالشمولية: وذلك لأن الخطاب الإسلامي ليس واحداً إنّما جاء متعدداً: من العقدي، إلى الفكري، إلى الأخلاقي، إلى السياسي، إلى غير ذلك، بالإضافة إلى ضرورة صياغة (خطاب إسلامي) يعبر عن الإسلام كبديل حضاري للنموذج الغربي الوافد والمهيمن على القطاع الأكبر والمؤثر من واقعنا وفكرنا، وكبديل - أيضاً - لفكرية التخلف الموروث التي تقل قدرات الأمة، وتقيّد خطاها، وتفقدتها القدرة على

(١) ينظر: الإعلام - مقوماته ضوابطه أساليبه في ضوء القرآن الكريم - دراسة موضوعية، آلاء أحمد هاشم، ومصباح عمّار، ص ١٠٣.

ثانياً: عدم الانحراف عن الحق: تتعدد الطرق أمام وسائل الإعلام للوصول إلى أهدافها، وهذه الطرق إما أن تكون مستقيمة، أو طرقاً ملتوية بعيدة عن الصواب؛ يلجأ إليها بعضهم بحجة أن الغاية تبرر الوسيلة، فالهدف يبرر الطريقة المتبعة لتحقيقه، ولكن وسائل الإعلام الإسلامية لا بد لها من التزام الحق، وعدم الانحراف عنه، والبحث عن أفضل الطرق للتواصل مع الجمهور^(١).

ثالثاً: العدل والإنصاف: ويتحقق العدل والإنصاف من خلال الابتعاد عن التعصب والتحيز الأعمى؛ الذي يضل أصحابه عن الحق والصواب، وقد جاء الأمر بالعدل والإنصاف في القرآن الكريم في مواضع عديدة، منها قوله ﷺ: ﴿يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَانُ قَوْمٍ عَلَيْكُمْ أَلَّا تَعْدِلُوا أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ﴾ [المائدة: ٨]، ففي هذه الآية أمر بالعدل مع الكفار؛ لأن العدل أقرب الطرق لتقوى الله ﷻ، وفي هذه الآية تنبيه عظيم على أن وجوب العدل مع الكفار الذين هم أعداء الله ﷻ إذا كان بهذه الصفة، فما الظن بوجوبه مع المؤمنين الذين هم

أولياؤه وأحباؤه^(٢).
رابعاً: الشورى والتعاون مع الغير: فقد جاء الدين الإسلامي، ونصّ على مجموعة من المبادئ التي ينبغي الالتزام بها، ومن أهمها الشورى، فقال الله ﷻ: ﴿فِيمَا رَحِمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ﴾ [آل عمران / ١٥٩]، وتأتي الشورى من خلال التعاون مع الغير، فالشورى بحاجة لمشاركة ومناقشة الآخرين؛ للوصول إلى رأي مشترك، وهذا يتحقق من خلال التعاون المشترك، وكما أبرز القرآن الكريم أهمية الشورى وأمر بها، جاء فيه ما يدل على التعاون مع الآخرين، وأن الجميع لا بد أن يكون قوة فاعلة متحركة، فقال الله ﷻ على لسان سيدنا موسى ﷺ: ﴿وَأَجْعَلِ لِي وَزِيْرًا مِنْ أَهْلِى ۚ هٰذٰنِ اٰخِى ۗ اَشَدُّ بِىٓ اٰزْرًا ۗ اٰزْرٰى ۗ وَاَشْرِكُ فِىْ اٰمْرِى ۗ كٰى نُسِّحَكَ كَثِيْرًا ۗ وَنَذْرَكَ كَثِيْرًا ۗ﴾ [طه]، فمع أنه نبي مرسل إلا أنه التجأ إلى ربه؛ كي يعينه بأخيه هارون؛ ليقوى به، ويتشاور معه في الأمر الجليل^(٣).

خامساً: تأسيس مرجعية للمؤسسات الإعلامية الإسلامية والعمل وفق استراتيجيات: فنقترح

(٢) ينظر: السراج المنير في الإعانة على معرفة بعض معاني كلام ربنا الحكيم الخبير، الخطيب الشربيني، ١ / ٣٥٩؛ والإعلام - مقوماته ضوابطه أساليبه في ضوء القرآن الكريم - دراسة موضوعية، آلاء أحمد هاشم، ومصباح عمّار، ص ١١٠.

(٣) ينظر: الإعلام - مقوماته ضوابطه أساليبه في ضوء القرآن الكريم - دراسة موضوعية، آلاء أحمد هاشم، ومصباح عمّار، ص ١١٢.

الكريم - دراسة موضوعية، آلاء أحمد هاشم، ومصباح عمّار، ص ١٠٧ - ١٠٨.

(١) ينظر: الإعلام - مقوماته ضوابطه أساليبه في ضوء القرآن الكريم - دراسة موضوعية، آلاء أحمد هاشم، ومصباح عمّار، ص ١٠٨.

ضمن أطر وقوالب جذابة ومشوقة وحيوية^(٢).



الخاتمة

توصلت أثناء كتابة البحث إلى نتائج ومقترحات عدّة؛ يمكن إجمالها في الآتي:

١. إنَّ أغلب وسائل الإعلام في عالمنا الإسلامي ارتبطت بشيءٍ من قلة العلم، والحلم، والصبر، والحكمة، وغياب التوجيه الشرعي السليم؛ ممَّا أدى إلى أن تكون معولاً لهدم المجتمع الإسلامي؛ لذا فإنَّ علاج هذه الظواهر لن يكون حاسماً إلاَّ بالتركيز على الإعلام الدعوي الإسلامي الذي وحده يستطيع حلَّ مشاكل العصر بإذن الله ﷻ؛ وذلك بناءً على ما يحمله من أهداف عظيمة، وغايات نبيلة للإنسانية جمعاء .

٢. إنَّ هناك عوامل كثيرة مرتبطة بالإعلام؛ نستطيع بوساطتها النهوض بالمجتمع الإسلامي، إذا ما أحسنَّا استعمالها، وقد ذكرنا أهمَّها في هذا البحث، والله الموفق.

٣. ومن أهمِّ المقترحات التي توصَّلنا إليها: أنَّ الإعلام في عالمنا الإسلامي يحتاج إلى اهتمام كبير من قبل القائمين على البلاد بتوجيه الإعلاميين الوجهة الصحيحة؛ فينبغي التركيز على إدخال جميع الإعلاميين دورات مكثَّفة لفهم مبادئ الدعوة الإسلامية، وكذلك تبصيرهم بما يحاك ضدَّ الدين

بضرورة وجود مرجعية مختصة ترسم وتنظم السياسة الإعلامية في الإعلام الإسلامي، وضرورة الاستمرار بتنظيم دورات متخصصة في مجال بناء القدرات للعاملين في مكاتب، وشُعَب، وأقسام الإعلام والاتصال في الوزارات، وخاصة فيما يتعلق بالتخطيط الاستراتيجي التنموي، وإيجاد آليات والطرق المناسبة لتأكيد أهمية التخطيط الإعلامي في إنجاح السياسات التنموية، وضرورة الاستمرار بإعادة النظر في الخطط الإعلامية للبرامج والمشاريع التنموية^(١).

سادساً: العمل على تقويم أساليب استعمال تلفزيون الواقع في العالم الإسلامي: وذلك بالإفادة من تقنيات تلفزيون الواقع التي أنتجها الغرب المتقدم، ضمن إطار التبيئة السوية والصحية، وتشكيل لجنة توجه برامج الواقع نحو تعزيز الأخلاق والقيم في المجتمع مضموناً وشكلاً، وتستخدم برامج الواقع استخداماً صحيحاً، وضرورة سن قوانين وتشريعات عربية؛ تنظِّم عشوائية الإعلان في التلفزيون بعامة وفي برامج الواقع خاصة، وتنمية الوعي القابل للدفع باتجاه التطور والتقدم الاجتماعي، مع الحفاظ على الحضارة الإسلامية، والإكثار من البرامج الواقعية التوجيهية والتعليمية والثقافية والاجتماعية؛ التي ترتقي بالناشئة

(٢) ينظر: تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية - دراسة ميدانية لطلبة جامعة دمشق أنموذجاً، سماح حسين القاضي، ص ٢٠٦ - وما بعدها .

(١) ينظر: العلاقة بين التخطيط الإعلامي والسياسات التنموية في الوزارات الأردنية، هناك عبد الرحمن الصعوب، ص ١٥٥ - ١٥٦ .

المصادر والمراجع

- بعد كتاب الله ﷻ :
1. اتجاهات النخبة السياسية والإعلامية نحو الأداء الدبلوماسي الفلسطيني ما بين (١٩٩٣ - ٢٠١٦م): بسام محمد الصرغندي، رسالة ماجستير مقدمة إلى أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا - جامعة الأقصى - فلسطين، (١٤٣٨هـ - ٢٠١٧م).
 2. الآثار السلبية لاستخدام الانترنت من وجهة نظر طلبة الجامعة الإسلامية بغزة ودور التربية الإسلامية في علاجها: أحمد أحمد بكر قنيطة، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية التربية - الجامعة الإسلامية - غزة (٢٠١١م).
 3. أثر الأحداث السياسية المشاهدة على التنشئة السياسية للطفل على التلفزيون - دراسة ميدانية لعينة من الأطفال بولاية تيبازة، مختار يمينة، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة الجزائر، (٢٠٠٧ - ٢٠٠٨م).
 4. أثر وسائل الإعلام على الطفل، صالح دياب هندي، دار الفكر - عمان - الأردن، (١٩٩٨م).
 5. أساسيات علم الاجتماع الإعلامي - النظريات والوظائف والتأثيرات: د. منال أبو الحسن، دار النشر للجامعات - مصر، (١٤٢٨هـ - ٢٠٠٧م).
 6. إسهام الإعلام في استقرار الأسرة الأردنية في ضوء أهداف التربية الإسلامية: إنصاف أيوب حمدان المومني، أطروحة دكتوراه قدمت إلى كلية التربية -
- الإسلامي وأهله من خطط تخفى على كثير من الناس؛ لكي نضمن أن يخرج إنتاج الإعلام صالحاً غير هجين، وأن يفهم الإعلاميون أن ديننا فيه من السعة - لو فهمناه حقَّ الفهم وأحكّمنا التصرف في الأخذ منه - ما يصلح لجميع المجالات، فيمكن أن نقدّم برامج ومسلسلات، وأفلام، ومرح، ومسابقات لا تخرج عن إطار الدين ولكنها تعالج مسائل اجتماعية وثقافية، وغير ذلك كثير من دون أن نحتاج أن نأتي بالبرامج من الغرب.
4. ومن المقترحات ضرورة أن تنشئ كلية الإمام الأعظم - رحمه الله - الجامعة قسماً للإعلام الإسلامي) لكي تخرّج أجيالاً من الطلبة؛ يفقهون أمور دينهم، ويثبون روحها إلى العالم من دون تحريف أو تغيير، وضرورة أن تدرّس في هذا القسم أصول الدين على الوسطية البعيدة عن مسائل الخلاف العقيمة، والتعصبات المذهبية، وتقديمها للأجيال القادمة بيضاء نقية؛ لكي يستطيعوا بدورهم وعن طريق وسائل الإعلام أن يبيّنوا للناس سعة هذا الدين، ويسره، وكذلك تدرّس فيه مادة (التربية الإعلامية)، و(فن الحديث)، و(معرفة لغة الجسد)، وغير ذلك من المواد التي ينبغي أن يتحلّى بها الإعلامي الدعوي .
- والحمد لله عند البدء وعند الختام
وصلِّ اللهم على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه
وسلم
- * * *

٧. إسهام وسائل الإعلام المرئي في مواجهة الإساءة لشخص الرسول ﷺ - من منظور تربوي إسلامي: صالح بن جمعان صالح الغامدي، بحث مكمل لدرجة الماجستير مقدم إلى كلية التربية - جامعة أم القرى - السعودية، (١٤٣٢هـ - ٢٠١١م).
٨. الإعلام - مقوماته ضوابطه أساليبه في ضوء القرآن الكريم - دراسة موضوعية: آلاء أحمد هاشم، ومصباح عمّار، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية أصول الدين - الجامعة الإسلامية - غزة - فلسطين، (١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م).
٩. الإعلام الإسلامي - رسالة وهدف: سمير بن جميل راضي، بحث في دعوة الحق - كتاب شهري يصدر عن رابطة العالم الإسلامي، العدد (١٧٢)، (١٤١٧هـ).
١٠. الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة: عبد الله قاسم الوشلي، دار عمار للطباعة والنشر - صنعاء - اليمن، ودار البشير للثقافة والعلوم الإسلامية - مصر، (١٤١٤هـ - ١٩٩٣م).
١١. الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العلمية: أ.د. محيي الدين عبد الحلیم، مكتبة الخانكي - القاهرة، الطبعة الثانية، (١٤٠٤هـ).
١٢. الإعلام العربي - ضغوطات الحاضر وتحديات المستقبل: عبد الرزاق محمد الدليمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع - عمان - الأردن، الطبعة الأولى، (٢٠١١م).
١٣. الإعلام والاتصال بالجمهير: د. إبراهيم إمام، مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الأولى، (١٩٦٩م).
١٤. الإعلام والتنمية - نظرة في التفاعلية والترابطية: خالد إبراهيم المحجوبي، بحث في مجلة الحوار المتمدن، العدد (٢٩٣٧)، بتاريخ (٧ / ٣ / ٢٠١٠م).
١٥. برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية وتأثيرها على قيم وسلوك المراهقين، عزري آمال، رسالة ماجستير مقدمة إلى جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، للعام (٢٠٠٩ - ٢٠١٠م).
١٦. التبادل الإعلامي الحكومي العربي - دراسة تجربة اتحاد إذاعات الدول العربية: خالد العنزري، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط - الأردن، (٢٠١٢م).
١٧. التربية الإعلامية - كيف نتعامل مع الإعلام، فهد بن عبد الرحمن الشميمري، مكتبة الملك فهد - الرياض، الطبعة الأولى، (١٤٣١هـ - ٢٠١٠م).
١٨. الترويج الإعلامي بين ضوابط الشريعة وحاجة النفس، د. ماهر حامد الحولي، والأستاذ رفيق أسعد رضوان، بحث في مجلة الجامعة الإسلامية - غزة - فلسطين، العدد (١) مجلد (١٨) عام (٢٠١٠م).
١٩. تفسير الشعراوي (الخواطر): محمد متولي الشعراوي (ت: ١٤١٨هـ)، مطابع أخبار اليوم، (١٩٩٧م).
٢٠. تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية - دراسة ميدانية لطلبة جامعة دمشق أنموذجاً: سماح حسين القاضي، رسالة ماجستير مقدمة إلى

- كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط - الأردن، (٢٠٠٩م).
٢١. التنمية التي يفرضها الغرب علينا تزيدنا تحلُّفاً - حلقة نقاشية مع الدكتور سيد دسوقي، (١٤٢٨هـ - ٢٠٠٧م)، منشورة في موسوعة الحضارة الإسلامية بين أصالة الماضي وآفاق المستقبل، للباحث علي بن نايف الشحود.
٢٢. جامع البيان في تأويل القرآن (تفسير الطبري): محمد بن جرير، أبو جعفر الطبري (ت: ٣١٠هـ)، تحقيق: أحمد محمد شاكر، مؤسسة الرسالة، الطبعة الأولى، (١٤٢٠هـ - ٢٠٠٠م).
٢٣. الجامع لأحكام القرآن: محمد بن أحمد بن أبي بكر، أبو عبد الله، شمس الدين القرطبي (ت: ٦٧١هـ)، تحقيق: هشام سمير البخاري، دار عالم الكتب - السعودية، (١٤٢٣هـ - ٢٠٠٣م).
٢٤. خصائص الدعوة الإسلامية: د. محمد أمين حسن، مطبعة المنار.
٢٥. الخطاب الإسلامي المعاصر - منطلقاته الاستمولوجية ومحدداته المنهجية (دراسة تحليلية نقدية): حباسي خالد، أطروحة دكتوراه مقدمة إلى كلية العلوم الإسلامية - جامعة الجزائر - الجزائر، (١٤٣٢هـ - ٢٠١٢م).
٢٦. دور الأمن الفكري في تعزيز التقريب بين المذاهب الإسلامية: د. مريم آيت احمد، مقالة منشورة في وكالة أنباء التقريب، عنوان الرابط: <http://www.taghribnews.com/ar/>
٢٧. دور الصحافة الأردنية في التنمية السياسية - دراسة تحليلية للمقال الصحفي في صحيفتي (الرأي) و(العرب اليوم) من (٢٠٠٨م) إلى (٢٠٠٩م): محمد عافت عواد النعيمات، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الآداب - قسم الإعلام - جامعة الشرق الأوسط - الأردن، (٢٠١٠م).
٢٨. دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في عملية التغيير السياسي - مصر أنموذجاً: مصعب حسام الدين لطفي، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الدراسات العليا - جامعة النجاح الوطنية - فلسطين، (٢٠١٢م).
٢٩. السراج المنير في الإعانة على معرفة بعض معاني كلام ربنا الحكيم الخبير: محمد بن أحمد، شمس الدين الخطيب الشربيني الشافعي (ت: ٩٧٧هـ) مطبعة بولاق (الأميرية) - القاهرة، (١٢٨٥هـ).
٣٠. صحيح البخاري: محمد بن إسماعيل، أبو عبد الله البخاري الجعفي، تحقيق: محمد زهير بن ناصر الناصر، دار طوق النجاة، الطبعة الأولى، (١٤٢٢هـ).
٣١. العلاقة بين التخطيط الإعلامي والسياسات التنموية في الوزارات الأردنية: هناء عبد الرحمن الصعوب، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط - الأردن، (٢٠١٠م).
٣٢. علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية: فريال مهنا، دار الفكر المعاصر - دمشق - سوريا، (٢٠٠٢م).
٣٣. العولمة في ظل التطور التقني وآثارها في مستقبل الوطن العربي: حامد أحمد مال، أطروحة دكتوراه

- مقدمة إلى جامعة سانت كليمنتس العالمية - بغداد، (١٩٧٩ م).
٤١. من فقه الدعوة أساليب الدعوة والإرشاد: (١٤٣٠ هـ - ٢٠٠٩ م).
٣٤. الكليات اللغوية: أيوب بن موسى، أبو البقاء الحسيني الكفوي، (ت: ١٠٩٤ هـ)، تحقيق: عدنان درويش، ومحمد المصري، مؤسسة الرسالة - بيروت.
٣٥. لسان العرب: محمد بن مكرم بن علي، جمال الدين، أبو الفضل ابن منظور الأنصاري الرويفعي الإفريقي (ت: ٧١١ هـ) دار صادر - بيروت، الطبعة الثالثة (١٤١٤ هـ).
٣٦. المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق - تحليل مضمون مجلة نيوزويك النسخة العربية، إستبرق فؤاد وهيب، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط - الأردن، (٢٠٠٩ م).
٣٧. معجم الفروق اللغوية: الحسن بن عبد الله بن سهل، أبو هلال العسكري (ت: نحو ٣٩٥ هـ)، تحقيق: الشيخ بيت الله بيات، ومؤسسة النشر الإسلامي، مطبعة: مؤسسة النشر الإسلامي - قم - إيران، الطبعة الأولى (١٤١٢ هـ).
٣٨. معجم اللغة العربية المعاصرة: د. أحمد مختار عبد الحميد (ت: ١٤٢٤ هـ) بمساعدة فريق عمل، عالم الكتب، الطبعة الأولى، (١٤٢٩ هـ - ٢٠٠٨ م).
٣٩. المعجم الوسيط: إبراهيم مصطفى، وآخرون، تحقيق: مجمع اللغة العربية، دار الدعوة - مصر.
٤٠. معجم مقاييس اللغة: أحمد بن فارس بن زكريا، أبو الحسين القزويني الرازي (ت: ٣٩٥ هـ)، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، دار الفكر، (١٣٩٩ هـ -