

الإعلام وأثره في بناء المجتمع - دراسة دعوية

أ. م. د. عبد الرؤوف ارحيم يوسف السامرائي

تدريسي في كلية الإمام الأعظم الجامعة /

قسم اللغة العربية / سامراء



ملخص البحث

إنّ الذي يهدف لجعل المجتمع المسلم متماسكاً، ويكون دور الأسرة فيه إيجابياً، وحمايتهما من التفكك، والنوبان؛ وذلك باعتماد الإسلام عقيدةً، ومنهج حياةٍ، ويعتصم الجميع بالإسلام؛ حتى لا يقع انحراف، ولا تيه، ولا ضعف إيمان، وكذلك يهدف لحلّ القضايا التي تحدث في المجتمع لاسيما وأنّ العالم يشهد تغييراتٍ متوالية؛ تحمل أفكاراً متعدّدة الاتجاهات، فإنّ الإعلام سلاحٌ ذو حدين؛ فإنّ أحسن استخدامه وتوجيهه؛ كان ركيزة تطوّر؛ يجد فيه أفراد المجتمع ينبوع المعارف، ومصدر التوجيه، والإرشاد، والتوعية فيما يعنّ لهم من مشكلات، ويجدون فيه العون على تربية أبنائهم، وإسعاد أسرهم، وتحقيق انتمائهم إلى مجتمعهم، وإنّ اتخذ الإعلام تلك الوجهة التي تعتمد على الإثارة المجردة التي نشهدها في بعض المجتمعات الغربية؛ فلاشك أنّه يمثل أداة تخريب وانحلال، على الرغم من تطوّرهِ وتقدّمه، وفعاليتِهِ.

الكلمات المفتاحية : الاعلام, الاسرة, الإسلام.

Abstract of the research

The aim is to make the Muslim society cohesive, and the role of the family in it is positive, and to protect them from disintegration and dissolution; by adopting Islam as a belief and a way of life, and everyone clings to Islam; so that there is no deviation, confusion, or weakness of faith, and it also aims to solve the issues that occur in society, especially since the world is witnessing successive changes; carrying ideas of multiple directions, as the media is a double-edged sword; if it is used and directed well; it is a pillar of development; members of society find in it a source of knowledge, a source of guidance, advice, and awareness regarding the problems that befall them, and they find in it help in raising their children, making their families happy, and achieving their belonging to their society, and if the media takes that direction that depends on abstract excitement that we witness in some Western societies; there is no doubt that it represents a tool of sabotage and dissolution, despite its development, progress, and effectiveness. Keywords: Media, Family, Islam.

المقدمة

الحمد لله الذي جعلنا خلفاء له في أرضه؛ ندعو الناس جميعاً لتوحيده، ونرشدهم إلى دينه،
والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين محمد ﷺ الذي بلغ الرسالة، وأدى الأمانة، وهدى
الناس إلى صراط الله المستقيم، وبعد:

فالدعوة إلى الله -تعالى- وظيفة جليلة، وقُرْبَى عظيمة، لها منزلة عالية في الشريعة، ويكفيها
شرفاً ومنزلةً كونها وظيفة الرسل، وأتباعهم إلى يوم القيامة، ولكنَّ حكمة الله ﷻ اقتضت أن يكون
الحقُّ والباطلُ في خلافٍ دائمٍ، وصراعٍ مستمرٍّ إلى أن يَرِثَ اللهُ الأرضَ ومَن عليها، ولقد تبوأ
الإعلام مكانةً خطيرةً في عصرنا الحاضر، وتنافست في مجالاته الدول، فسارعوا إلى تشييد
صروحهم، وتوفير كوادره المدربة، وتسخير قدراتهم المادية لدعم المؤسسات الإعلامية التي تخدم
أهدافهم المعلنة منها والخفية، وعلى الرغم من شدة المدلهمات الإعلامية؛ فقد بزغ نجم إعلام جديد،
إعلام رضي بالله -سبحانه- رباً، وبالإسلام ديناً، وبمحمد ﷺ نبياً، وبشريعته دستوراً؛ يروم إصلاح
الخلل، وسد النقص، وترشيد مسيرة الأمة، وإعادة الوعي لأفرادها؛ من خلال إظهار محاسن دين
الإسلام، ورد المجتمعات إلى الصراط المستقيم، والخلق القويم، ويعتمد في هذا السبيل على كتاب
ربِّ العالمين، وهو الحجة والدليل، وسنة سيد المرسلين ﷺ، ورغم كل الجهود العظيمة المبذولة؛
يبقى هذا المجال الجسيم ميداناً مفتوحاً، محتاجاً إلى تكاتف جهود الأمة؛ لدعمه وعونه، مع السعي
لتأصيله، وربطه الرباط القوي بالعروة الوثقى، وحبل الله المتين، وفيه الهدى، والنور، والبيان
لمنطلقاته، وغاياته، وصوره، وأساليبه.

أهمية الموضوع وسبب اختياري له:

تظهر أهمية الموضوع في كون المشاكل التي تواجه الإسلام عديدة ومتنوعة، ومن هذه
المشاكل: هي مشكلة الإعلام التنصيري، واليهودي؛ الذي تبوأ مكانةً خطيرةً في عصرنا الحاضر،
وتنافست في مجالاته الدول، فسارعوا إلى تشييد صروحهم، وتوفير كوادره المدربة، وتسخير قدراتهم
المادية؛ لدعم المؤسسات الإعلامية؛ التي تخدم أهدافهم المعلنة منها والخفية؛ ذلك أنَّهم بوسائل
الإعلام يغزون الأمم، وينوِّبون هوياتها، فيسيطرون على العقول، ويتلاعبون بالقيم، ويوجهون
ويؤيدون السياسات التي توافق مخططاتهم، وتحقق مصالحهم، وتمادوا في هذا تمادياً عظيماً، حتى
غلب على الإعلام صبغة كئيبة، ومناهج منحرفة، وأساليب ملتوية؛ تروِّج للشُرور والآثام، فتتكر
المعروف، وتحتفي بالمنكر، وتنتشر الإباحية، والفساد، وبناءً على أهمية الموضوع كان سبب

اختياري له.

هدف البحث:

سأحاول في هذا البحث أن أبين خطر وسائل الإعلام بصورتها الحالية في الأقطار الإسلامية، وكيف أنها تتعاون مع أعداء الإسلام في محاربة الإسلام، والتشويش على دعوته، وأن أبين واجب المسلمين في أقطارهم المختلفة نحو وسائل الإعلام، وضرورة توجيهها، وتحويلها إلى أدوات بناء للمجتمع الإسلامي؛ بدلاً من كونها أداة هدم، وتدمير، ثم أبين ضرورة إيجاد إعلام إسلامي متخصص، مع الاستفادة من وسائل الإعلام المختلفة في إيصال الدعوة الإسلامية إلى جميع أنحاء العالم، بمختلف اللغات الرائجة بين الناس.

خطة البحث:

قسّمتُ بحثي على الآتي:

المقدمة، وفيها: أهمية البحث، وسبب اختياره، ومنهج الباحث، وخطة البحث.

وخمسة مطالب: وهما كالآتي:

المطلب الأول: وظائف الإعلام الإسلامي.

المطلب الثاني: دور وسائل الإعلام المعاصرة في الدعوة إلى الله ﷻ ووسائلها.

المطلب الثالث: القنوات الفضائية الدعوية.

المطلب الرابع: الإعلام الإسلامي أهميته وعالميته.

المطلب الخامس: وسائل الاتصال ودورها في حل مشاكل المجتمع.

وخاتمة: وفيها أهم النتائج التي توصلنا إليها عند كتابة البحث.

والله أسأل أن يعلمنا ما ينفعنا، وينفعنا بما علمنا، ويزدنا علماً، وأن يجعل هذا العمل خالصاً

لوجهه الكريم، وصلّى اللّهُمَّ على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه، وسلّم تسليماً كثيراً.

المطلب الأول

٨. الوظيفة الترفيهية: الإعلام الإسلامي يؤدي وظيفة ترفيهية؛ ولكنه الترفيه اللائق المهذب الذي لا يتعارض مع آداب الإسلام، ومبادئه، وقيمه.
٩. وظيفة الخدمات العامة، وتتمثل في النشرات الجوية بأحوال الطقس، وفي نشر مواقيت الصلاة، أو إذاعة الأذان، وفي الاستشارات القانونية، والطبية (رضوان، ٢٠٠٥م، ص ٤٩١-٤٩٦).

المطلب الثاني

دور وسائل الإعلام المعاصرة في الدعوة إلى الله ﷻ ووسائلها

يقصد بوسائل الإعلام في الأصل جميع الأدوات؛ التي تستخدم في صناعة الإعلام، وإيصال المعلومات إلى الناس بدءاً من ورق الصحيفة، وانتهاءً بالحاسبات الآلية، والأقمار الصناعية، إلخ. أنّ وسائل الاتصال الجماهيري بصفة عامة تنقسم على:

١. وسائل مكتوبة ومقروءة: مثل الصحف والمجلات.
 ٢. وسائل سمعية: مثل الإذاعات وشريط الكاسيت.
 ٣. وسائل سمعية وبصرية: مثل الندوة، والخطبة والمناقشة والقرص المدمج.
 ٤. وسائل مرئية: مثل التلفزيون، والسينما والمسرح.
 ٥. وسائل إلكترونية ورقمية: مثل المحطات الفضائية الرقمية والإنترنت والصحيفة الإلكترونية.
- وجميع وسائل الإعلام في حد ذاتها أدوات محايدة؛ تدخل في دائرة المباحات، والإحكام تدور مع عللها وجوداً وعدمياً بما تحمله من رسائل، وما تقوم به من وظائف، فهي يمكن أن تقوم بوظيفة الخير، أو الشر؛ بحسب أغراض الجهة التي تملك هذه الأجهزة، وتسخرها لمصلحتها (العنزي، ٢٠٠١م، ٤/٣).

المطلب الثالث

القنوات الفضائية الدعوية

لاشكَّ أنّ الإعلام في الوقت الحاضر له أهمية متميزة؛ وهو سلاح ذو حدين، وغير المسلمين أفاد منه، واستخدمه في نشر قيمه، ومبادئه؛ ممّا كان له أثر سلبي في الأمة الإسلامية جماعات،

وأفراد، وأسر، ولدى المسلمين تقصير بيّن في الإفادة من وسائل الإعلام، ولاسيما في مجال الدعوة إلى الله ﷻ.

إنّ إنشاء قنوات فضائية إسلامية دعوية أصبح اليوم من الواجبات، فهي أكثر الوسائل الدعوية تحقيقاً لواجب الدعوة إلى الله -تعالى-، حيث هناك من الناس من لا تصل إليهم الدعوة إلاّ بواسطة هذه الوسيلة، وما لم يتمّ الواجب إلاّ به فهو واجب (الرقب، ٢٠٠٥، ص ٤١٩).

إنّ القناة الإسلامية تتوافر لها كثير من إمكانيات الانتشار الواسع، والتأثير البالغ؛ ولذلك قد تعيّن على الأمة إنشاء قنوات فضائية إسلامية؛ تحمل همّ الدعوة إلى الله -تعالى-، فتحمل رسالتها بكلّ ثقة، واعتزاز، وتبصّر؛ لتبث روح التدين الصحيح القائم على الوسطية في الاعتقاد، والسلوك بعيداً عن الغلو والتطرف، كما يمكن لها أن تقدّم المفهوم الصحيح للإسلام لكثير من الأقليات المسلمة؛ التي تعيش في المجتمعات الكافرة، ويهدّدها الذوبان في هذه المجتمعات، فمسألة إنشاء القناة الفضائية لم يعد خياراً للأمة بل هو واجب شرعي؛ لإشاعة الحق، وكشف الباطل، وإنشاء القناة الفضائية الدعوية مهمة الحكومات المسلمة، والعلماء، والدعاة، والإعلاميين، والمفكرين، والتجار، وغيرهم؛ ممّن لديه استطاعة في الإسهام في إنشاء هذه القنوات بالدعم المالي، أو الفكري، أو البدني؛ وذلك بتسخير الطاقات المالية، والإعلامية، والإدارية؛ لإنشائها، واستمرارها في أداء رسالتها الدعوية (قناة مكة الفضائية، <http://www.makkah1.tv/mail>).

المطلب الرابع

الإعلام الإسلامي أهميته وعالميته

إنَّ الإعلام بشكل عام والمرئي منه بشكل خاص ما هو إلا وسيلة لتحقيق غاية مقصودة، وأنَّ الحكم عليه مرتبط بطبيعة الاستخدام، وبطبيعة الغاية المرجوة منه، ولاشك أنَّ الإعلام المرئي في زماننا الحاضر؛ قد أصبح ضرورة لا بدَّ منها، سواء أكان ذلك على الصعيد العالمي، أم المحلي، وسواء أكان على صعيد الأفراد، أو الجماعات، أو المؤسسات، كلُّ يذلي بدلوه، ويخدم أفكاره، ومبادئه، واتجاهاته.

أهمية الإعلام:

للإعلام تأثير في المجتمع بأساليبه المختلفة، وضمن ظروف تحدث تأثيراً فعالاً؛ فتسهم في التشكيل السياسي، والاقتصادي، والاجتماعي للأمة من خلال التأثير في أفرادها، والإعلام؛ كأداة لا بدَّ من وضعها في طور ما يعد المسلمون من عدة قال ﷺ: ﴿الْحَرْبُ الدُّجَانُ الْجَائِثَةُ الْاِحْتِفَالُ مَحْتَمِلَةُ الْفِتَنِ مِنَ الدَّارِائِطِ الْظُلْمِ الْبَغِيَّةِ الْفَسْكَ الْرَجْمِ الْوَأَفْعَةُ الْحَيْدِ الْجَائِلَةِ الْجَشِيرِ الْمُبْتَغِيَةِ الصَّفَةِ الْجَمْعَةِ الْمَبْتَأُفُونَكَ النَّجَائِطِ الْمُرْسَلَاتِ﴾ (سورة الأنفال، الآية ٦٠)، فإنَّ له من التأثير ما للسلح في المعركة، وعلى مدى طويل، ووسائل الإعلام من حيث الاستخدام؛ قد تكون في نشر الفضيلة، والأفكار الطيبة، وهو ما ينبغي، وقد تكون في الشر؛ مثل نشر الرذيلة، وهو ما لا يجدر أن يحصل.

ويبرز خبراء الاجتماع أهمية الإعلام القسوى في التأثير على سلّم المعرفة، والتطور في المجتمع، بل وحتى على استمراره وديمومته، وينبغي لمن يقوم على الإعلام أن يكون له دور في تشكيل رأي عام مستنير؛ التزاماً بأداء الأمانة قال ﷺ: ﴿إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْتَ أَنْ يَحْمِلَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا﴾ (سورة الأحزاب، الآية ٧٢)، ويضاف إلى ذلك الاهتمام بدور الإعلام في نشر الفضيلة، ومحاربة الرذيلة؛ لقوله ﷺ: (مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا؛ فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ؛ فَبِلِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ؛ فَبِقَلْبِهِ؛ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ) (مسلم، دت، ٦٩/١، برقم ٤٩).

ثمَّ إنَّ وسائل الإعلام سواء أكانت تقليدية ك(الصحف، أو التلفزيون، أو الإذاعة)، أو حديثة ك(الصحافة الالكترونية، ومواقع الأخبار، والمعرفة على شبكة الانترنت)، وكذلك مواقع التواصل

الاجتماعي ك(الفايس بوك، وتويتر)؛ والتي تعدُّ الآن أحدَ وسائل نقل الأخبار، والأكثر شهرة في العالم، وكل هذه الوسائل لها تأثير كبير على تشكيل البناء الإدراكي والمعرفي للفرد، أو المجتمع، ويسهم هذا البناء في تشكيل رؤية الفرد والمجتمع تجاه قضايا مجتمعه، والقدرة على تحليلها، واستيعابها؛ لاتخاذ السلوك المناسب حول هذه القضايا، فوسائل الإعلام -أيضاً- قادرة على تغيير سلوك وأنماط المجتمع؛ فيتضح -لنا- أنَّ الإعلام يستطيع أن يؤثّر بطرق عديدة على وعي، وسلوك الإنسان في مختلف مراحل عمره، ويحدّد وجهات نظره، وقناعاته، وفهمه للحياة(كنعان، ٢٠١٤م، ص ١٥) .

الإعلام الإسلامي إعلام عالمي:

نتيجة هذا الزخم الهائل من التطور العلمي في مجال وسائل الاتصال؛ ظهرت، وتجلّت أهمية، وضرورة الإعلام الإسلامي، والمرئي منه بشكل خاص؛ وذلك بقيامه بتغطية قضيتين مهمتين في المجتمع المسلم: باعتباره من أبرز وسائل الدعوة إلى القيم المثلى، وباعتباره رسالة إصلاحية بناءة، وهاتان القضيتان هما:

الأولى: مخاطبة جماهير الأمة الإسلامية:

يتجلى الهدف من الإعلام المرئي الإسلامي في مخاطبته للجماهير، وهو بناء الشخصية الإسلامية، والاهتمام بالقيم المجتمعية، ومواجهة ما تبرز لها من قضايا بين الحين والآخر؛ وذلك بحلّ مشكلاتها، ومتابعة همومها، وعرض قضايا الأمة الرئيسية، وتحليلها، فهو وسيلة الاتصال الأقوى في مخاطبتها الجماهير المسلمة، وتنمية المشتركات الإسلامية بين جميع أفراد المجتمع الإنساني.

ومن أهداف الإعلام المرئي الإسلامي -أيضاً- الرقي باهتمامات الناس، والسمو بعقولهم، ووجدانهم، وسلوكهم، وإشاعة الثقافة الإسلامية بمبادئها السامية، وقيمها الرفيعة، والسعي لتوحيد الأمة، وتضامينها فكراً، ووجداناً، وولاءً، مع بث روح الألفة، والمودّة، والتعارف، والتآلف، والانسجام بين المسلمين(نصر، ١٩٧٨م، ص ٣١).

كما ويهتم هذا النوع من الإعلام بشؤون المسلمين بالدرجة الأولى، ويرى أنّ من لا يهتم بشؤون المسلمين؛ فليس منهم، وينظر إلى كافة الأحداث، والأخبار، والمعلومات، والأحكام بمنظور إسلامي أصيل، فيتبنى قضايا المسلمين، ويبرزها، ويحلّها، ويعرض أنجع وأنجح الحلول لها؛ مُلِحاً على المطالبة بحقوق المستضعفين؛ حاثاً على مناصرتهم، والعمل على إنصافهم(نصر، ١٩٧٨م،

ص (٣٢).

مما سبق يتضح لنا- أهمية وضرورة الإعلام المرئي الإسلامي، ومكانته في مخاطبته للجماهير المسلمة في حاضر العالم الإسلامي، فهو: ((أدأتنا لنحقق ما نؤمن به من أهداف، فينبغي العناية بها، والتدقيق في بحثها، واختيارها، إذ الوسيلة الفاسدة تضيّع الهدف الصالح، وتحيد عن الطريق)) (قطب، ١٩٨٣م، ١/١٢).

والقضية الأخرى: مخاطبة الأمم في كل مكان:

من خصائص الإعلام الإسلامي أنه موجّه إلى عموم البشر؛ لأنه يسعى لتحرير الإنسانية من الأهواء، والظلم، والضلال، فالإسلام لم يأت لطائفة معيّنة، أو لجنس خاص من الناس، وإنما جاء للناس جميعاً (إمام، دت، ص ٥٥)؛ قال تعالى: ﴿لِلْحَمْدِ لِلَّهِ الْمُنْمُونُونَ الْكَبُورُ الْفُرْقَانُ الشُّجْرَاءُ النَّبَاتُ الْقَصَبُ الْغَبَابُ﴾ (سورة الأعراف، الآية ٥٨).

إنّ عالمية الدعوة الإسلامية مطلب ينبغي أن يُلحَّ في طموح كل داعية إلى دين الله ﷻ، ومشروع ينبغي ألا يغيب عن أذهان الغيورين على دين الإسلام، وهي ضرورة إنسانية؛ تستنهض همّة كلِّ مشفقٍ على حال البشر، وسكان الأرض؛ للخلاص من التبعية العمياء للضلال، والكفر والفجور، فالانتماء الحقيقي للإسلام هو الذي يدفع الإنسان المسلم إلى تقديم الصورة المثلى للإسلام؛ بالشكل الذي يُظهر أصحابه ومُتبعيه بأنهم الأرقى فكراً، ومعاملةً، وسلوكاً، والأكثر قدرةً على الإنجاز والعمل (حماد، ١٩٩٤م، ص ٢٨).

إنّ مسؤولية الدعاة ليست محصورة في نطاق المسجد، وحدود الحي؛ بل إنّ حزام المسؤولية يتمدد في الاتساع؛ ليصل إلى كلِّ نفسٍ تدبُّ على هذه الأرض، فالإسلام دين عالمي، جاء للناس كافة؛ قال تعالى: ﴿بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ قَالَ تَعَالَى﴾ ﴿بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ صَدَقَ﴾ (سورة التوبة، الآية ٣٣)، وقال تعالى: ﴿الْفُرْقَانُ الشُّجْرَاءُ النَّبَاتُ الْقَصَبُ الْغَبَابُ الْبُرُوقُ لِقَمَّانَ السَّجَّادِ الْأَجْرَانِ سَبْطًا فَطْرًا بَيْنَ الصَّافَاتِ﴾ (سورة سبأ، الآية ٢٨).

بهذا تتجلى أهمية الإعلام المرئي عند إدراكنا مدى حاجة الإنسانية إلى الإسلام، وإلى فهم حقيقة رسالته، وتبليغها إياه، وهذا من أهمِّ واجبات المسلمين، ولعلَّ في قوله تعالى: ﴿فَأَصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ﴾ (سورة الحجر، الآية ٩٤)، إدراكك، وفهمك للبعد الإعلامي في الدعوة

الإسلامية، وأنها لم توجد لتكون سرية متوارية، أو إقليمية محدودة، فالدعوة تحمل ديناً؛ يجب أن يسمعه، ويدركه، ويتعرف عليه كل الناس.

إنَّ المسؤولية تقع علينا بالدرجة الأولى، بل ويكون تبليغها في حقِّ البعض فرض عينٍ لا فرض كفاية، ويجب ألا نظنَّ أنَّ الله ﷻ سوف يجعلنا أهلاً لأمانة تبليغ الدعوة والهداية ونحن نيام؛ قال تعالى: ﴿الْحَرْفُ الذَّجَانُ الْمَخَائِنُ الْأَخْفَى الْمُخْتَبِ الْمَخْرَجُ مِنَ الدَّارَاتِ الْغُورِ الْخَيْرِ﴾ (سورة الأحزاب، الآية ٣٩).

المطلب الخامس

وسائل الاتصال ودورها في حل مشاكل المجتمع

نذكر أهمها في الأفرع الثلاثة الآتية:

الفرع الأول: شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وما يلحق بها:

تلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في حياتنا اليومية سواء على مستوى الأفراد، أم الجماعات، والإعلام بشكل عام صار جزءاً من الصناعات الضخمة، وذا تأثير واسع النطاق، والمسؤولية الاجتماعية تعني: أنَّ الجميع مسؤولون عن المجتمع الذي نعيش فيه بكافة أفراده ومقوماته، إلا أنَّ مجتمعاً من المجتمعات لا يخلو من المشكلات التي قد تكبرُ أو تصغرُ بحسب طبيعتها، وقد يظن البعض أنَّه بمنأى عن المشكلات المجتمعية طالما كان هو بأمان، ولكن المشكلات المجتمعية تتشابك، وتتسلسل، ولا بدَّ أن تصلَ إلى كلِّ فردٍ في صورةٍ من الصور إن لم تعالج هذه المشكلات منذ لحظة نشأتها دون إهمالٍ، أو تقصير (الياقوت، عنوان الرابط www.alyaum.com).

وإذا نظرنا إلى الإعلام نجد أنَّ دوره رئيسيٌّ في تسليط الضوء على أيِّ مشكلةٍ، وإبرازها، ولكنَّ الوعي الإعلامي حين يتناول قضيةً من القضايا؛ يجب أن تصدق النوايا دون تضخيم، أو تهويل، أو محاولة للإثارة في غير محلِّها، فصاحب المشكلة في حدِّ ذاته لا يسعى إلى الإثارة، ولكن يسعى إلى حلِّ مشكلته.

وإذا كان دور الإعلام الأساسي في البداية هو إبراز المشكلات التي تواجه المجتمع، ومحاولة العثور على حلول لها بطرح الأفكار والرؤى المبتكرة؛ التي تتضمن حلولاً جوهرية (الياقوت، عنوان الرابط www.alyaum.com)؛ فينبغي على الداعية أن يفيد من شبكة المعلومات الدولية لبثِّ الدعوة، وكذلك المدعو يفيد ممَّا فيها من العلوم الشرعية، ففيها الكثير من الكتب الشرعية، والمواظ،

والخطب، والمحاضرات، والدروس، وغير ذلك من البرامج النافعة، مع ضرورة الحذر ممّا فيها من المنكرات، والضلالات، ((ومن فوائد (الإنترنت) الحصول على برامج عديدة في العلوم المختلفة في التفسير، والحديث، والفتاوى الفقهية، واللغة، إضافة إلى تحميل الكتب، والمصنفات العديدة، بلغاتٍ مختلفةٍ على أجهزة الحاسوب، وهذه تفيد كثيراً من الناس في الدول التي يصعب، أو لا يكمن نقل الكتب الإسلامية إليها، إضافةً إلى تبصير المسلمين بأحوال العالم الإسلامي، وما يعانون منه، وطرح مشكلاتهم، وسبل حلّها)) (القيوتي، عنوان الرابط: <http://www.saaid.net/afkar/48.htm>).

ويمكن تلخيص أهم مزايا الدعوة الإسلامية من خلال استخدام شبكة المعلومات الدولية فيما يأتي:

١. يمكن لتقنيات الحاسوب، وشبكة (الإنترنت) أن تصل إلى مجموعات كبيرة من البشر لم تصلهم رسالة الإسلام بسبب وجودهم في مجتمعات منغلقة فكرياً، وإعلامياً، أو بسبب عدم وصول جهود الدعوة الإسلامية إلى بلادهم، ويمكن لهذه التقنيات أن تنقل المفاهيم، والأفكار الصحيحة عن الإسلام إلى المجتمعات؛ التي تتعمد تشويه صورة الإسلام، وتنتشر المفاهيم المغلوطة عنه.

٢. إنّ توافر المادة العلمية التي تخدم الإسلام على شبكة (الإنترنت) يجعل الوصول إليها تحت تحكّم المستخدم؛ بحيث يُمكنه الوصول إليها ساعة يشاء، واختيار الموضوعات التي يرغبها، وهذه ميزة كبيرة لا تتوافر في الوسائل التقليدية للدعوة؛ التي تتطلب جهداً كبيراً، وتكلفةً عاليةً في إرسال الدعوة، أو طباعة الكتب، وإرسالها للناس.

٣. إنّ الدعوة باستخدام الحاسوب، وشبكة (الإنترنت) يمكنها أن تصل إلى الفئات المتعلمة في المجتمعات المختلفة، حيث أنّ هذه الفئات هي الأكثر استخداماً لهذه التقنيات، وهذه الفئات هي في العادة ذات التأثير الفعّال في المجتمع؛ لذا فإنّ الوصول إليهم، واستمالتهم إلى دين الإسلام؛ يعني: التأثير بطريق غير مباشر على أعداد كبيرة أخرى من البشر؛ تتأثر بهذه الفئات (السلمان، ٢٠١٠م، ٤٨/١١٣).

بناءً على ما تقدّم نقول: يجب على الإعلام أن يبيّن أهمية القيم الإنسانية الرفيعة للمجتمع في الإسلام، فالقيم الإنسانية الرفيعة؛ التي تتطلع إليها البشرية الراقية، هي تلك التي تقوم على احترام كرامة الإنسان، وحرّيته، وحُرّماتِهِ، وحقوقه، وصيانة دمه، وعرضه، وماله، وعقله، ونسله،

بوصفه إنساناً، وعضواً في مجتمع، وهي قيمٌ متعدّدة؛ منها: العلم، والعمل، والحرية، والإخاء، والمساواة، والعدالة، والشورى، والتكافل، والتعاون، وأن يعكس صورة المجتمع الإسلامي؛ الذي يتميز بما يسوده من عاطفة الإخاء الوثيق، والحب العميق بين أبنائه؛ قال سبحانه: ﴿مُحَمَّدًا الْبَتِّخِ الْجُجْرَانِ﴾ (سورة الحجرات، الآية ١٠)، مهما تتاعت بهم الديار، وتفرقت بهم الأوطان، واختلفت منهم الأجناس، والألوان، وتفاوتت بينهم المراكز، والطبقات؛ قال تعالى: ﴿وَأَذْكُرُوا لِلَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ﴾ (سورة آل عمران، الآية ١٠٣)، فقد امتن الله ﷻ على المسلمين بنعمة الإخاء، كما امتن عليهم بنعمة الإيمان، فيجب على الإعلام أن يُظهِرَ هذا الجانب المُشْرِقَ؛ ليكون أساساً من أُسُسِ حَلِّ المشكلات المجتمعية.

الفرع الثاني: التلفاز وواقع برامج الأطفال في القنوات العربية:

إنّ وسائل الاتصال كسلاح ذي حدّين، (فالتلفاز) الذي هو إحدى هذه الوسائل يعدُّ وسيلةً بصريةً، وسمعيةً رائعةً؛ تنهضُ بدور إعلامي خطير عن طريق الصوت، والصورة، وتعتبر الخاصة الرئيسية لـ(التلفاز) أنّه يُشغِلُ حاستين من حواس المُتلقّي، وهما حاستا: السمع، والبصر، فهو بذلك وسيلةً قويّةً جداً (سرسيق، ٢٠٠٤م، ص ٢٩).

إنّ ما يُقْرَبُ من خمسين قناة تلفزيونية للأطفال في أوربا مقابل خمسة في العالم العربي: إحداهما: غربية بالكامل، وثانية: كرتون ياباني مدبلج (في الغالب)، وثالثة: منوعات سطحية، ورابعة: ذات مهنية عالية؛ لكن مع غياب المضمون التربوي، وخامسة: محافظة (مشقّرة)، وهي قناة (المجد)؛ لكنّها متواضعة فنياً، ومهنيّاً.

ومع هذا نجد من يقلُّ من الآثار السلبية للقنوات الفضائية العربية على الأطفال، ويتهمون من يتحدثون عن هذه الآثار بالمبالغة، والتخويف اللذين لا مسوغ لهما! وهؤلاء - في نظرنا - مخطئون، فالآثار المحسوسة للبث التلفزيوني بعامة على الأطفال؛ لم تعد مجالاً للشك (جميل، ٢٠١٤م، ص ٤٣٨).

ولسائلٍ أن يسأل: هل العلاج إذاً أن نمنع بثّ القنوات الفضائية، ونقل أبوابنا دونه؟ والجواب على ذلك: بأنّه ربما كان هذا علاجاً ناجحاً لبعض الناس، ولكن هذا العلاج محدود؛ لأنّ القادرين على تنفيذه قلة، وسيواجهون عقبات كثيرة؛ لاسيما وأنّ التقنيات في تطور مستمر،

وتلك حقيقة واقعية وقد لا نرضى بها، ولكن لابد من التعامل معها؛ حتى نحسن المواجهة، أو على الأقل التقليل من الآثار السلبية على أطفالنا(نادى، ٢٠١٢م، ص ١٩)، فلقد وُجِدَتْ دراسة مصرية: أنّ أطفال مدينة القاهرة يشاهدون التلفزيون لمدة (٢٨) ساعة في الأسبوع، أمّا نسبة الأطفال الذين يشاهدون التلفزيون؛ فقد بلغت (٩٩%) من الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين سن (٨ - ١٥) عاماً، ونكرت الدراسة أنّ نحو (٩٧%) من أفلام الرسوم المتحركة الواردة من الخارج تحوي كمّاً كبيراً من مشاهد، وأفكار العنف؛ علماً بأنّه لا يتوجه للأطفال سوى (٧%) من البرامج(جميل، ٢٠١٤م، ص ٤٣٨).

وهذه نسب كارثية بالنسبة للطفل المسلم؛ الذي يحتاج إلى غرس المبادئ منذ صغره، وتعليمه الأخلاق الحسنة، وحسن السلوك والتعامل حتى ينشأ نشأةً طيبةً؛ لتسير مبادئه جنباً إلى جنب مع سلوكه العملي الصحيح، وفي هذا يقول الشاعر:

إِنَّ الْعُضُونَ إِذَا قَوْمَتَهَا اعْتَدَلَتْ *** وَلَا يَلِينُ إِذَا قَوْمَتَهُ الْحَشْبُ

فَدَّ يَنْفَعُ الْأَدْبُ الْأَحْدَاثَ فِي صِغَرٍ *** وَلَيْسَ يَنْفَعُ عِنْدَ الشَّيْبَةِ الْأَدْبُ (الماوردي،

١٩٨٦م، ص ٢٣٣)

أمّا واقع برامج الأطفال في القنوات العربية؛ فهو كالآتي:

١. ندرة المادة الكرتونية الهادفة المناسبة للأطفال، وهي تُعدُّ بالأصابع لقلتها.
٢. ندرة المسرحيات والمنوعات الهادفة والتربوية للأطفال، وأفضل ما قُدِّمَ - لنا رغم سلبياته الكثيرة- برنامج (افتح يا سمسم)، وهو غربي معرّب.
٣. القلة العددية من حيث الساعات.
٤. اعتماد البرامج المستوردة أكثر من (٥٠%).
٥. اعتماد التوجيه المباشر في الغالب.
٦. التركيز على التصوير داخل الاستوديو.
٧. قلة التشويق، واعتماد النمطية.
٨. الاعتماد واسع النطاق على أفلام الكرتون، وكأنّ هناك معادلة خاصة بهذا الجانب: تلفزيون + طفل = أفلام كرتون.
٩. احتواء الكثير من الأفلام الغربية على مشاهد لا تليق بالطفل، وتؤثّر على سلوكه، وأخلاقه منذ نعومة أظفاره، وهي عادية جداً لدى الغرب؛ مثل:

- الرقص، والغناء، والموسيقى.
- القبلات بين الجنسين.
- العلاقة العاطفية بين الأولاد، والبنات.
- الصراع بين الذكور على فتاة واحدة.
- احتواء بعض أفلام الكرتون الغربية على شعوذة، وانحرافات عقائدية فيما يتعلق بالخالق ﷻ ك(افتراض وجود الله ﷻ فوق السحاب، وصعود البعض إليه، وأحياناً يكون عملاقاً متوحشاً، وما حدث من مطاردات بين الصغار، وهذا العملاق -تعالى الله عن ذلك علواً كبيراً-) (عصفور، ٢٠١٥م، ص ١٠٨).
- غياب البعد الأخلاقي في كافة ما يُعرض من أفلام الكرتون الغربية، وهي في معظمها تشغل وقت الطفل، وتسليبه دون أدنى فائدة، هذا إن خُليت من السلبيات المذكورة سابقاً.
- انتشار العنف، وثقافته في أغلب الكرتون.
- في دراسة على عينة من أطفال الرياض حول أفضل برامج الأطفال مرتبة؛ تبين أنه: كابتن ماجد، وسالي، وسلاحف النينجا، ونساء صغيرات، والتي تحوي الكثير من السلوكيات السلبية، والأفعال المخالفة للدين ك(الاحتفال بالكريسماس، وضّمّ اليدين إلى الصدر قبل الأكل) (الأحمد، ٢٠١٢م، ص ١٨-١٩).

الفرع الثالث: الهدف الذي يريده كل مسلم من الإعلام:

يتلخّص الهدف الذي يريده كل مسلم من الإعلام في الأمور الآتية:

أولاً: نريد من الإعلام الإسلامي أن يشعر بعظم المسؤولية الملقاة على عاتق العاملين به، فهم الذين يوجهون الأمة، وينيرون لها السبيل، بل إن أحد أهم عناصر الإعلام وهي (الصحافة) تسمى بلغة العصر السلطة الرابعة من سلطات الأمة، فلا بد أن يتولاها قوم عظام من ذوي الهمم العالية، والإخلاص لعقيدهم، والغيرة لدينهم، وينبغي للإعلام أن يتحلّى بالصدق، والأمانة؛ فلا ينشر إلاّ الحق؛ الذي يوضّح للمسلمين ما يعود عليهم بالنفع في دينهم، ودنياهم.

ثانياً: ينبغي أن يكون الإعلام مرآة لماضي الأمة الإسلامية المشرف، كما يكون وجهاً لحاضرنا. ثالثاً: ينبغي أن يكون الإعلام أداة من أدوات توحيد الأمة، ودعامةً قويّةً من دعائم بنائها العقدي والروحي، فاللغة المكتوبة، أو المقروءة، أو المسموعة؛ ينبغي أن تكون سليمة في معناها ومغزاها، صريحة في مغزاها، معبرةً بصدقٍ عن رأي قائلها؛ حتى تولّد الثقة في عقل

سامعها؛ فتستقر في ذهنه، وقلبه، ويكون لها في نفسه الفعل المؤثر، فتؤتي الغاية المرجوة منها(القحطاني، ٢٠١١م، ص ٨٨-٨٩).

رابعاً: من واجبات الإعلام الإسلامي أن يقوم بدراسة ميدانية لما بالمجتمع من أمراض، ويوجه المسؤولين إليها، ويشخص لها الداء، ويصف الدواء، وهذه النقطة من أهم النقاط التي ينبغي أن يوجه الإعلام نظرة هادفة إليها؛ فإن المجتمع جزء من واجب الدعاة إلى الله ﷻ، فعليهم أن يوجهوا إلى ما ينفع الأمة في دينها ودنياها، ومن أهم الوسائل كذلك: الصحافة، والإذاعة، والتلفاز، وغير ذلك من وسائل الإعلام(القحطاني، ٢٠١١م، ص ٨٨-٨٩)، وهي إن استخدمت في الخير نفعت نفعاً عظيماً، وإن استخدمت في ضرر المسلمين ضرت ضرراً كبيراً، وهذا السلاح قادر على تزويد الناس بالحقائق، وعلى قلبها -أيضاً- بطريقة تتسرب في أعماق الجماهير؛ فتوهمهم على أنها حقائق علمية لا تقبل الطعن(سرسيق، ٢٠٠٤م، ص ٧)، وعلى هذا فالإعلام يستطيع أن يكون ضاراً مثلما يستطيع أن يكون نافعاً، فلئن كانت وسائل الإعلام قادرة على نشر المعرفة، وتزويد الناس بالمعلومات، والحقائق الكفيلة بتوسيع آفاقهم؛ فإنها تستطيع -أيضاً- أن تزيف الحقائق، ومن ثم تستطيع أن تفرض على الناس مفاهيم وآراء هابطة مضادة لما يتطلعون إليه من أهداف، وقيم اجتماعية سامية(الشنقيطي، ١٩٩١م، ص ١٤).

إن التلفاز من أهم وأخطر وسائل الإعلام، وهو سلاح ذو حدين؛ مفيد جداً وضار جداً؛ مفيد بأن المشاهد يرى جميع الدنيا أمام عينيه من خلاله، فينقل إليه الخبر، ويشاهده وكأنه يعيش فيه، ويتلمسها، ومن جهة أخرى يرى المشاهد أفلام الحب والغرام، والمسلسلات الأجنبية الخبيثة؛ التي تغذي أبناء المسلمين على غرائز الشر، وتتمي فيهم روح التمرد على القيم، والأخلاق؛ فينقلوا إلى الهاوية(الأنصاري، ١٩٩٧م، ص ٤)، وهكذا نرى أنه لا يمكن فصل الإعلام عن أي من جوانب الحياة اليومية في المجتمع؛ ذلك أن الإعلام يحمل على عاتقه مهمة نقل وتطوير (الإرث الحضاري) و(الإرث الاجتماعي) من جيل إلى جيل، وهي مهمة دائبة يومية، بل إنها تكاد تكون مهمة (الخطبة)، ففي كل لحظة تتسابق وكالات الأنباء إلى الحصول على كل خبر جديد من أقصى الأرض إلى أقصاها، وينكب عليه الخبراء المختصون بالدرس والتحليل، ثم تبثه وسائل الإعلام إلى جماهير الناس كتابةً، وإذاعةً، وصورة(الرملي، عنوان الرابط: <http://alwakei.com>).

ومجمل القول: أن الإعلام -بالنسبة للمجتمع الإنساني المعاصر- أشبه ما يكون بجامعة كبرى مفتوحة لها مناهجها اليومية المتجددة، والمتغيرة مع الظروف والأحداث، والمتطورة بتطور

الحاجات، والاهتمامات، والمتسعة باتساع الوعي العام، والنشاط العام للمجتمع، كما أنّ الإعلام يمثّل ساحةً كبرى؛ يلتقي فيها أبناء المجتمع الواحد على اختلاف فئاتهم، ومشاربهم؛ يلتقون على الخبر الواحد، والحدث الواحد، ويتعارفون على صعيد واحد رغم اختلاف اهتماماتهم، وثقافتهم، لكنهم رغم ذلك يتعرفون على الاهتمامات الأساسية، والمشاركة بينهم، والتي تعنيهم كأبناء مجتمع واحد، ثم يتشعّبون كلّ إلى ما يهّمه، ويعنيه في تلك المأدبة اليومية المتجددة، وأيضاً فإنّ الإعلام يمثّل مرآة المجتمع الكبرى؛ والتي يتطلّع فيها الجميع؛ ليرى بعضهم بعضاً، يتطلّع فيها المواطن؛ ليرى ويسمع الآخرين في مسيرة الحياة اليومية للمجتمع(الحلو، ٢٠١٠م، ص ١٩-٢٨).

إنّ من أولويات الإعلام الاسلامي -كما بينا- الاهتمام بالدعوة الى الله ﷻ، ثمّ يجب عليه أن يُظهِرَ الجوانب الإيجابية في المجتمع، من: العلم، والفكر، والإيمان؛ حتى يمدّد المسلم بالقيم الإسلامية الصحيحة، وحتى يستطيع أن يعيش بها حاضراً، ويمدّه كذلك بالحقائق؛ حتى يستطيع أن يقضي على المذاهب الباطلة المعادية للإسلام، وممّا يجب على الإعلام: إظهار الاهتمام بتربية الآباء لأبنائهم على التوحيد، وطاعة الله ﷻ، ومكارم الأخلاق، وأدب الأبناء مع الآباء، والتعبّد لله ﷻ بطاعتهم، وبرّهم، والنصح لهم، وأدب الخطاب، وقبول اعتذار المخطئين، والاهتمام باختيار الزوج الصالح ذي الأخلاق الحسنة، وتطهير المجتمع من الأمراض السلوكية، والمنكرات الظاهرة، وتوجيه العلاقة بين المسلمين، وشركائهم في المجتمع من غير المسلمين(المتولي، ٢٠١١م، ص ٢٠٢-٢٠٦).

الخاتمة

وفي نهاية المطاف لا يسعني إلا أن أحمّد الله ﷻ الذي أعانني على إكمال هذا البحث؛ الذي يهدف لجعل المجتمع المسلم متماسكاً، ويكون دور الأسرة فيه إيجابياً، وحمائتها من التفكك، والذوبان.

وبعدُ : فلقد برزت لي من دراستي لهذا البحث نتائج وتوصيات عدة أوجزها

فيما يأتي :

أولاً: النتائج:

1. غاية القول: إنّ الإعلام سلاحٌ ذو حدين؛ فإنّ أحسن استخدامه وتوجيهه؛ كان ركيزة تطوّر؛ يجد فيه أفراد المجتمع ينبوع المعارف، ومصدر التوجيه، والإرشاد، والتوعية فيما يعنّ لهم من مشكلات، ويجدون فيه العون على تربية أبنائهم، وإسعاد أسرهم، وتحقيق انتمائهم إلى مجتمعهم.
2. إنّ اتّخذ الإعلام تلك الوجهة التي تعتمد على الإثارة المجردة التي نشهدها في بعض المجتمعات الغربية؛ فلاشك أنّه يمثل أداة تخريب وانحلال، على الرغم من تطوّرهِ وتقدّمه، وفعاليته.

ثانياً: التوصيات:

1. الحاجة ماسة لوضع الأطر الشرعية لعمل وسائل الإعلام الإسلامي، وتأسيسها، وربطها بإحكام بمقاصد الشريعة الإسلامية المتمثلة بالكتاب الكريم، والسنة النبوية المطهرة.
2. تأسيس منهج قرآني لمؤسساتنا الإعلامية؛ تتبني عليه خطواتها، وتحدّد على أساسه خططها، فستان بين من يعيش على تعاليم القرآن الكريم، وينشأ بين آياته، ويتعرّع على تعاليمه، وبين من يتخبّط لا إلى منهج، فالتربية على كتاب الله ﷻ تأصيلٌ للمبادئ، وتمكينٌ للقرآن الكريم في القلوب، وثبات على دين الله ﷻ، وحمايةٌ للجيل من مُضَلَّاتِ الفتن، وأسباب الضلال، ودعاة الهوى، والغبي والفجور، وكلُّ ذلك من واجب الدعاة إلى الله ﷻ، والإعلام إحدى الوسائل التي تُعِينُ الداعية في ذلك.
3. دعم إخواننا الإعلاميين الطامحين لخدمة الإسلام والمسلمين، فيجب القيام بمجهود إسلامي كبير على مستوى الدول ثم على مستوى المؤسسات والهيئات، لدعم مؤسسات الإعلام الإسلامي والنهوض بها لتؤدي رسالتها، في الدفاع عن الأمة ومقدساتها في مواجهة الغزو الفكري، والطعن في ثوابت الأمة.

٤. تصويب ورعاية المسيرة الإعلامية الإسلامية؛ التي نتمنى لها التقدم والرقى؛ حتى يعمَّ بها النفع، وينتشر بها الخير، فلا بد من الاهتمام بوسائل الإعلام، وتوجيه الطاقات، والقدرات، والعقول، ووضع الخطط، التي تستشرف المستقبل، وتواكب روح العصر.
٥. إضاءة جانب من جوانب البحث حول الإعلام الإسلامي؛ لم يتم تناوله من قبل.
٦. نقل الخبرات، وتنمية المهارات في مختلف مجالات النشاط الإنساني لمعاونة قطاعات الخدمات المختلفة في تأدية رسالتها؛ مثل: قطاع الصحة، وقطاع التعليم، والإنتاج، وغيرها، ورفع مستوى الثقافة، وتطوير الفكر العام للمجتمع.
٧. الإسهام في حلِّ مشكلات المجتمع بإلقاء الضوء عليها، والتوعية بها، واقتراح أفضل الحلول لمعالجتها.
٨. تكوين الرأي العام المستنير إزاء قضايا المجتمع الداخلية والخارجية من خلال توفير المعلومات الصحيحة، والكافية، وعرض مختلف الآراء الواعية الصادقة.
٩. العمل على تكثير القدوة الاجتماعية؛ وذلك بتقديم النموذج الايجابي في كافة مجالات الحياة.

وفي الختام أسأل الله ﷻ أن يوفِّقنا لما يحبُّه ويرضاه، وآخر دعوانا أن الحمد لله ربِّ العالمين، وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

المصادر والمراجع

- القرآن الكريم:

١. الأحمّد، مالك إبراهيم الأحمد، (٢٠١٢م)، دور الإعلام في تربية الأطفال، ملتقى جمعية الرحمة الطبية الخيرية، أطفالنا آمال وتحديات.
٢. إمام، إبراهيم إمام، أصول الإعلام المرئي، دار الفكر العربي، القاهرة، (د.ط.)، (د.ت.).
٣. الأنصاري، عبد الله الأنصاري، (١٩٩٧م)، المؤتمر العالمي لتوجيه الدعوة وإعداد الدعاة، اللجنة الرابعة.
٤. الحلو، حسنين جابر الحلو، (٢٠١٠م)، بين الفكر الإعلامي المعاصر والمجتمع رؤية نقدية، ط١، عالم الكتب، بيروت - لبنان.
٥. دور الإعلام في المجتمع: عبير الرملي، عنوان الرابط: (<http://alwakei.com>).
٦. رضوان، إسماعيل سعيد محمد رضوان، (٢٠٠٥م)، الإعلام النبوي ودوره في خدمة الدعوة الإسلامية، مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر.
٧. الرقب، صالح الرقب، (٢٠٠٥م)، مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية، الجامعة الإسلامية بغزة - كلية أصول الدين.
٨. سرسيق، الشيخ سرسيق، (٢٠٠٤م)، المؤتمر العالمي لتوجيه الدعوة وإعداد الدعاة.
٩. السلطان، حسين السلطان، (٢٠١٠م)، دراسات إعلامية، التقنية في خدمة الدعوة إلى الله، بحث في مجلة البيان الصادرة عن المنتدى الإسلامي.
١٠. الشنقيطي، سيد محمد ساداتي أحمد الشنقيطي، (١٩٩١م)، مدخل إلى الإعلام، ط١، عالم الكتب، الرياض - السعودية.
١١. الشنقيطي، سيد محمد ساداتي أحمد الشنقيطي، (١٩٩٧م)، مكانة وسائل الإعلام الجماهيرية في تحقيق وحدة الأمة، ط١، دار عالم الكتب، الرياض.
١٢. الشنقيطي، سيد محمد ساداتي، (١٩٩٨م)، الإعلام الإسلامي المفهوم والخصائص، ط١، عالم الكتب، بيروت - لبنان.
١٣. عبد الحليم، محيي الدين عبد الحليم، (١٩٨٤م)، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، ط٢، مكتبة الخانجي، القاهرة.
١٤. عصفور، معاذ أحمد عصفور، (٢٠١٥م)، التربية الإعلامية، ط١، دار أمجد، عمان - الأردن.

١٥. العنزي, زهور مسهوج العنزي, (٢٠٠١م), أوراق عمل ملتقى تواصل الثاني لجمعيات تحفيظ القرآن الخيرية المملكة العربية السعودية الجمعية الخيرية لتحفيظ القرآن الكريم بتبوك (الإعلام وخدمة القرآن).
١٦. القحطاني, سعيد بن علي بن وهف القحطاني, (٢٠١١م), العلاقة المثلى بين الدعاة ووسائل الاتصال الحديثة في ضوء الكتاب والسنة, ط١, مطبعة سفير, الرياض, توزيع: مؤسسة الجريسي للتوزيع والإعلان, الرياض.
١٧. القريوتي, عاصم بن عبد الله, استخدام البالتوك في الدعوة إلى الله ﷻ والبدليل المقترح.
١٨. قطب, محمد قطب, (١٩٨٣م), منهج التربية الإسلامية, ط١, دار الشروق, بيروت - لبنان.
١٩. قناة مكة الفضائية موقعها على شبكة المعلومات الدولية, عنوان الرابط: (<http://www.makkah1.tv/main.hi>).
٢٠. كنعان, علي عبد الفتاح كنعان, (٢٠١٤م), الإعلام والمجتمع, ط١, دار اليازوري, عمان - الأردن.
٢١. الماوردي, أبو الحسن علي بن محمد بن محمد بن حبيب (ت: ٤٥٠هـ), (١٩٨٦م), أدب الدنيا والدين, دط, دار مكتبة الحياة.
٢٢. المتولي, عاطف إبراهيم المتولي رفاعي, (٢٠١١م), صور الإعلام الإسلامي في القرآن الكريم - دراسة في التفسير الموضوعي, إشراف الدكتور: حاتم منصور مزروعة: رسالة ماجستير, قسم التفسير وعلوم القرآن, كلية العلوم الإسلامية, جامعة المدينة العالمية, ماليزيا.
٢٣. محمد, جميل خليل محمد, (٢٠١٤م), الاعلام والطفل, ط١, دار المعتز, عمان - الأردن.
٢٤. مسلم, مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري (ت: ٢٦١هـ), (دت), صحيح الامام مسلم, تحقيق, محمد فؤاد عبد الباقي, دط, دار إحياء التراث العربي, بيروت - لبنان.
٢٥. نادى, وليد نادى, باحث نفسي تربوي, بمعهد الدراسات التربوية, (٢٠١٢م), دور الإعلام في تنمية الانتماء لدى الطفل الواقع والمأمول, جامعة القاهرة.
٢٦. نصر, محمد إبراهيم نصر, (١٩٧٨م), الإعلام وأثره في نشر القيم الإسلامية وحمايتها, ط١, دار اللواء, الرياض - السعودية.
٢٧. الياقوت, جاسم الياقوت, الإعلام في المسؤولية الاجتماعية, مقالة الكترونية, عنوان الرابط: (www.alyaum.com).

Sources and References

The Holy Quran

1. Al-Ahmad, Malik Ibrahim Al-Ahmad, (2012), The Role of Media in Raising Children, Al-Rahma

- Medical Charitable Society Forum, Our Children, Hopes and Challenges.
2. Imam, Ibrahim Imam, Principles of Visual Media, Dar Al-Fikr Al-Arabi, Cairo, (n.d.), (n.d.).
 3. Al-Ansari, Abdullah Al-Ansari, (1997), The World Conference on Guiding the Call and Preparing Preachers, Fourth Committee.
 4. Al-Helou, Hassanein Jaber Al-Helou, (2010), Between Contemporary Media Thought and Society, A Critical View, 1st ed., Alam Al-Kutub, Beirut – Lebanon.
 5. The Role of Media in Society: Abeer Al-Ramli, Link Address: (<http://alwakei.com>).
 6. Radwan, Ismail Saeed Muhammad Radwan, (2005), Prophetic Media and Its Role in Serving the Islamic Call, Islamic Call and Changes of the Age Conference.
 7. Al-Raqab, Saleh Al-Raqab, (2005), Conference on Islamic Call and Contemporary Changes, Contemporary Means and Methods of Islamic Call, Islamic University of Gaza – Faculty of Fundamentals of Religion.

8. Sarsiq, Sheikh Sarsiq, (2004), International Conference on Guiding Call and Preparing Preachers.
9. Al-Salman, Hussein Al-Salman, (2010), Media Studies, Technology in the Service of Calling to God, a study in Al-Bayan Magazine issued by the Islamic Forum.
10. Al-Shanqeeti, Sayyid Muhammad Sadati Ahmad Al-Shanqeeti, (1991), Introduction to the Media, 1st ed., Alam Al-Kutub, Riyadh – Saudi Arabia.
11. Al-Shanqeeti, Sayyid Muhammad Sadati Ahmad Al-Shanqeeti, (1997), The Position of Mass Media in Achieving the Unity of the Nation, 1st ed., Dar Alam Al-Kutub, Riyadh.
12. Al-Shanqeeti, Sayyid Muhammad Sadati, (1998), Islamic Media, Concept and Characteristics, 1st ed., Alam Al-Kutub, Beirut – Lebanon.
13. Abdel Halim, Mohi El-Din Abdel Halim, (1984), Islamic Media and its Practical Applications, 2nd ed., Al-Khanji Library, Cairo.
14. Asfour, Moaz Ahmed Asfour, (2015), Media Education, 1st ed., Dar Amjad, Amman – Jordan.

15. Al-Anzi, Zahra Mashouj Al-Anzi, (2001), Working Papers of the Second Communication Forum for Charitable Quran Memorization Societies, Kingdom of Saudi Arabia, Charitable Society for Quran Memorization in Tabuk (Media and Quran Service).
16. Al-Qahtani, Saeed bin Ali bin Wahf Al-Qahtani, (2011), The Ideal Relationship between Preachers and Modern Means of Communication in Light of the Qur'an and Sunnah, 1st ed., Safir Press, Riyadh, Distribution: Al-Jeraisy Foundation for Distribution and Advertising, Riyadh.
17. Al-Qaryouti, Asim bin Abdullah, Using Paltalk in Calling to Allah ﷻ and the Proposed Alternative.
18. Qutb, Muhammad Qutb, (1983), Islamic Education Curriculum, 1st ed., Dar Al-Shorouk, Beirut – Lebanon.
19. Makkah Satellite Channel, its website on the international information network, link address: (<http://www.makkah1.tv/main.hl>).
20. Kanaan, Ali Abdul Fattah Kanaan, (2014), Media and Society, 1st ed., Dar Al-Yazouri, Amman – Jordan.

21. Al-Mawardi, Abu Al-Hassan Ali bin Muhammad bin Muhammad bin Habib (d. 450 AH), (1986), Literature of the World and Religion, 1st ed., Dar Maktabat Al-Hayat.
22. Al-Mutawali, Atef Ibrahim Al-Mutawali Rifai, (2011), Images of Islamic Media in the Holy Quran – A Study in Thematic Interpretation, Supervised by Dr. Hatem Muhammad Mansour Mazroua: Master's Thesis, Department of Interpretation and Quranic Sciences, Faculty of Islamic Sciences, Al-Madinah International University, Malaysia.
23. Muhammad, Jamil Khalil Muhammad, (2014), Media and the Child, 1st ed., Dar Al-Mu'taz, Amman – Jordan.
24. Muslim, Muslim bin Al-Hajjaj Abu Al-Hasan Al-Qushayri Al-Nishaburi (d. 261 AH), (no date), Sahih Al-Imam Muslim, Investigation, Muhammad Fuad Abdul-Baqi, 1st ed., Dar Ihya Al-Turath Al-Arabi, Beirut – Lebanon.
25. Nadi, Walid Nadi, Educational Psychological Researcher, Institute of Educational Studies, (2012), The Role of Media in Developing Belonging in Children: Reality and Hope, Cairo University.

26. Nasr, Muhammad Ibrahim Nasr, (1978), Media and Its Impact on Spreading and Protecting Islamic Values, 1st ed., Dar Al-Liwaa, Riyadh – Saudi Arabia.
27. Al-Yaqout, Jassim Al-Yaqout, Media in Social Responsibility, Electronic Article, Link Address: (www.alyaum.com).