

الإعلام الإسلامي

مفهومه، مشروعيته، ضوابطه

دكتور

عادل السيد محمد علي

مدرس القانون

المعهد العالي للعلوم الإدارية بجناكيس - البحيرة

مقدمة

إن الحمد لله نحمده، ونستعينه ونستغفره، ونعوذ بالله تعالى من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا، من يهده الله فلا مضل له، ومن يضلل فلا هادي له، وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له، وأشهد أن سيدنا محمدًا عبده ورسوله، اللهم صل على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم.

ويعد،،،

يُعد الإعلام ظاهرة مجتمعية رافقت وجود الإنسان على الأرض، وقد ظلت وسائل الإعلام تزداد أهمية يومًا بعد يوم وعلى مدى العصور، حتى تعددت صورها، وتوَعَت أشكالها، واتَّسعت فضاءاتها، وباتت تمتلك القدرة على تغيير المفاهيم وخلط الأفكار بشكل مدهش، حتى صارت وسائل الإعلام تُستخدم كسلاح في الحرب يفوق في تأثيره الكثير من أصناف الأسلحة التقليدية المعروفة في ميادين القتال؛ فالحملات الإعلامية تسبق الحملات السياسية والعسكرية وتمهّد لها، ولهذا يعمد - اليوم - مروجو الحروب للسيطرة على وسائل الإعلام وتوجيهها لضمان الهيمنة على مسيرة الحرب والتحكم في مساراتها.

ووسائل الإعلام - كغيرها من الوسائل - هي سلاح ذو حدين، فيمكن أن تكون نافعة أو مدمرة لقدرتها على التفاعل والحركة، وعدم انقطاعها عن التأثير في الثقافة المعاصرة ونماذج السلوك التي يتبناها الأفراد.

ووصل إلى درجة كبيرة من التأثير، حيث أصبح قادرًا على أن يزيّف الباطل ويلبسه ثوب الحق، كما أصبح تطور وسائل الإعلام والاتصال، وقدرتها على جذب الجمهور، وإحداث التواصل الثقافي والحضاري بين الناس، من أهم الدلائل المادية على تطور الأمم.

فرغم ما أسلفنا من الخطورة الكبيرة للإعلام في وقتي السلم والحرب إلا أننا نجد إعلامنا العربي والإسلامي أبعد ما يكون عن معارك الأمة وتحدياتها الحقيقية، ورغم الإمكانيات الضخمة ووفرة المال والكفاءات إلا أن الأمة ما زالت تفتقر إلى الأدوات الإعلامية الإسلامية الفاعلة والمؤثرة، وإن وجدت بعض تلك الأدوات فهي تخضع - غالباً - لأناس لا يحملون فكر الأمة ولا همومها، كما أننا نرى بعض القنوات التي تدعي أنها إسلامية لا تقدم بديلاً مقنعاً ولا صورة محببة للفكرة التي تتناولها، لا بل ربما يقود هذه القنوات من هم أشد خطراً على الأمة - لجهلهم أو لضيق أفقهم - من أبغض أعدائها.

ورغم الحالة المتردية للإعلام العربي عمومًا، إلا أن ظهور الوعي الإسلامي بدأ ينعكس لدى المفكرين والعلماء، من أجل تسخير التكنولوجيا الحديثة؛ لبث الهوية الإسلامية، فظهرت العديد من المواقع الإلكترونية، والإذاعات، والفضائيات؛ لأن عالمية الرسالة تقتضي عالمية الخطاب، وعالمية الخطاب لا تبلغ مداها المطلوب ما لم تكن عندنا القدرة على فهم العالم بعقائده وثقافته وتاريخه.

ولمّا كان للإعلام في الإسلام دور رئيس في التأثير في حياة الأمة وتشكيل ثقافتها وصياغة فكرها والوقوف في وجه الطمس الإعلامي الذي يسود الساحة الإعلامية؛ كان لا بد من تسليط الضوء على الإعلام الإسلامي وتحديد مفهومه وضبط مصطلحه وأطره، وبيان تأصيله الشرعي من خلال استخدام القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة لمفرداته.

وسوف يقسم هذا البحث إلى خمسة مباحث، وذلك على النحو التالي:

المبحث الأول: تعريف الإعلام.

المبحث الثاني: مشروعية الإعلام في الإسلام.

المبحث الثالث: وظائف الإعلام وأهدافه.

المبحث الرابع: وسائل الإعلام ومجالاته.

المبحث الخامس: الضوابط الشرعية التي تحكم الإعلام الإسلامي.

ونختتم هذا البحث بخاتمة تتضمن جملة بأهم النتائج والتوصيات.

المبحث الأول

تعريف الإعلام

أولاً: تعريف الإعلام في اللغة:

بالعودة إلى قواميس اللغة العربية بحثاً عن معنى كلمة "الإعلام" بهذا التركيب اللفظي المستعمل الشائع لمدلول خاص معاصر نجد عناءً شديداً في الحصول على ذلك خاصة في مادة: (ع ل م) فهو مصطلح جديد دخل لغتنا العربية دون أن تعرفه معاجمها وقواميسها بما نعرف له من دلالة ومعنى في حياتنا اليومية، وهو مستحدث تماماً، أشتق لغة من (العلم) ومن إيصال المعلومة الصحيحة للناس، وإذا كان تسميته مستحدثة في لغتنا العربية فهو من حيث كونه علماً أو فناً أو منهجاً ليس بالجديد علينا، وإنما هو جزء من وجودنا^(١).

إلا أنه وإن كانت تسميته مستحدثة في لغتنا العربية فهو من حيث كونه علماً أو فناً أو منهجاً ليس بالجديد علينا إنما هو جزء من وجودنا وحضارتنا وتراثنا، وهو في الوقت نفسه وبالمفهوم الذي نعرفه ونمارسه ليس جديداً على البشر كالمهم.

ومع ذلك فإننا إن نقبنا في القواميس اللغوية نجد ما يؤدي إلى الغرض المعاصر لكلمة الإعلام لغة من أنها: نقل المعلومات إلى الآخرين عن طريق الكلمة أو غيرها بسرعة، وهذا المدلول أشار إليه الراغب الأصفهاني في تفريقه بين الإعلام والعلم بقوله: "أعلمته وعلمته في

(١) أ/ عبدالله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، الطبعة الثانية، دار عمار، صنعاء، اليمن، ١٩٩٤، ص ٩٤؛ نقلاً عن: فيصل حسونة، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، الإعلام الإسلامي وسبيل تطويره وإصلاحه.

الأصل واحد إلا أن الإعلام اختص بما كان بإخبار سريع، والتعليم بما يكون بتكرير وتكثير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم"^(٢).

والإعلام: مصدر للفعل أعلم، وتعني النشر بواسطة الإذاعة والتلفزيون والصحافة^(٣). وهو يشير إلى حصول حقيقة العلم، أي معرفته للمستعلم وهو المتلقي. وبذلك نكون قد توصلنا من خلال اللغة إلى ما تدل عليه كلمة إعلام بمفهومها الشائع، وإن كان غير معروف يوم أن دونت اللغة وسجلت معانيها.

وعلى هذا، فإن الإعلام يعني معرفة حقيقة الأمر - سواء أكان عن غائب أم عن حاضر - المستعلم، وهو في العملية الإعلامية يعرف بالمرسل إليه أو المستقبل.

ثانياً: تعريف الإعلام في الاصطلاح:

تعددت تعريفات الإعلام واختلفت في المضمون وفي الشمول حسب المفهوم المعاصر؛ وذلك لاختلاف التصورات وتباين الأفكار وتضاد الأهداف التي أُنيطت بهذا العلم ووسائله المعاصرة الحديثة، إضافة إلى اختلاف ثقافات العلماء ومجالات عملهم، ومن أبرز هذه التعريفات:

١- تعريف العلامة الألماني أتوجروت:

الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير، ولروحها، وميولها، واتجاهاتها النفسية في نفس الوقت^(٤).

وبالنظر إلى هذا التعريف، فإننا نلاحظ أنه لم يشتمل على كافة مكونات العملية الإعلامية، وهي: (المرسل، المستقبل، الرسالة، الوسيلة، رجع الصدى)، حيث أنه اقتصر على جانبين فقط، هما:

- التركيز على الجمهور المتلقي، وضرورة مراعاة أحواله وميوله خلال الرسالة.

(٢) الحسن بن محمد الراغب الأصفهاني، معجم مفردات ألفاظ القرآن الكريم، دار الكتاب اللبناني، بيروت، ١٤٠٤هـ، ص ٣٥٦.

(٣) معجم اللغة العربية المعاصرة، د. أحمد مختار عمر، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٨، ج ٢، ص ١٥٤١.

(٤) د. عبداللطيف حمزة - الإعلام له تاريخه ومذاهبه - دار الفكر العربي - الطبعة الأولى - ١٩٦٥م القاهرة ص ٢٣.

- أن تكون الرسالة المعروضة ملتزمة بالموضوعية، وهذا أمر تختلف وسائل الإعلام في مدى الالتزام به.

بينما أغفل أتوجروت بقية المكونات، فلم يتطرق للمرسل أو الوسيلة، أو حتى التأثير، فلا يمكن اعتبار تعريفه جامعاً مانعاً.

٢- تعريف قاموس أكسفورد وكاسل:

الإعلام هو الإخبار، أو هو التبليغ، أو هو الإنباء، وكلها كلمات مترادفة تعنى انتقال معلومة بين الأفراد أو بواسطة فرد أو جماعة، بحيث تنتشر بينهم فتصبح لهم لغة للتفاهم، واصطلاحاً للتعامل، ووسيلة للمشاركة^(٥).

والملاحظ على هذا التعريف، أنه اهتم ببيان وظيفة الإعلام بشكل عام، فالبشر يتواصلون فيما بينهم، وتعلم بعضها بعضاً من أجل التبليغ أو الإخبار.

كما يلاحظ أيضاً، أن هذا التعريف لم يكن مركزاً على جانب الإعلام الذي يتبادر إلى الذهن عند سماع هذه الكلمة، ذلك أن الإعلام من وسائل الاتصال، وهذا الاتصال ينقسم إلى: اتصال ذاتي، واتصال شخصي، واتصال جماعي، وليست كلها تتدرج تحت مسمى الإعلام، فالإتصال الجماعي فقط هو الذي يعتبر إعلاماً، وبالتالي لا يمكن أن نعتبر أن هذا تعريف جامع مانع.

٣- وذهب الدكتور إبراهيم إمام إلى أن الإعلام هو:

تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات والحقائق الثابتة والسليمة التي تساعدهم على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم^(٦).

وأرى أن هذا التعريف لا يختلف عن تعريف أتوجروت السابق، غير أنه فصل كلمة الموضوعية بالصحيحة والسليمة والحقائق، وأضاف الرأي العام الصائب وهو المترتب على الموضوعية.

وهذا التعريف يقصر الصفة الإعلامية على الوسائل التي تزود الناس بالحقيقة، وبهذا تخرج معظم وسائل الإعلام عن كونها إعلاماً لبعدها أكثرها عن الحقيقة.

(٥) د. محمد موفق الغلاييني، وسائل الأعلام وأثرها في وحدة الأمة، دار المنارة للنشر والتوزيع، جدة، ١٩٨٥م، ص ٤٠.

(٦) د. إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، بدون سنة نشر، ص ١٤.

ومن كل التعريفات السابقة، يتضح أن:

العلماء اختلفوا في عباراتهم نحو تعريف الإعلام، فمنهم من كان تركيزه على الرسالة الإعلامية ومدى انتشارها، فيما اهتم آخرون ببيان مدى علاقة البيئة الفكرية والاجتماعية والسياسية بالإعلام، لكنهم جميعًا اتفقوا في عدة أمور، هي:

١- الإعلام عملية اتصالية بين مرسل ومستقبل، من خلال وسيلة معينة؛ بهدف نقل معلومة ورسالة.

٢- لا بد من التزام الإعلام بالصدق والموضوعية؛ ليكتسب مصداقية وتأييدًا بين الجمهور.

٣- لا بد للإعلام من مراعاة اهتمامات الجمهور وميوله ورغباته؛ ليحقق التأثير الأكبر فيهم، ويتمكن من إقناعهم بالمعلومات.

وهذا يعني ما يلي:

أ- أن الإعلام الذي لا يقوم على أساس من الواقع، بل على الخيال والافتراضات، ينفي عنه مفهوم الإعلام.

ب- أن رجل الإعلام الذي يضيف وجهة نظره الشخصية التي تمليها عليه أهواؤه على المعلومات التي يزود بها الجمهور، ويلون هذه المعلومات حسب ما يراه، يفقد صفته كرجل إعلام.

ج- إذا لم يكن الصدق والأمانة مناهجًا في الحصول على البيانات واستقائها من مصادرها، فإن الإعلام يفقد أهم دعامة له، وهي الصدق.

د- إذا لم يأت الإعلام معبرًا تعبيرًا صادقًا وأمينًا عن تراث الأمة وعادات الجماهير وتقاليدها التي يتوجه إليها، وأن يناسب ثقافات وتفكير الجماهير وروح الأمة، فإنه سوف لا يلائم جمهوره، وبالتالي لا يستطيع الناس فهمه أو التجاوب معه.

ومن خلال عناصر ومكونات العملية الإعلامية، يمكن القول أن الإعلام هو:

عملية نقل معلومات أو أخبار أو حقائق بين طرفين يرسلها أحدهما للآخر، من خلال وسائل معينة، بهدف التأثير عليه والارتقاء بأدائه، سواء كان هذا النقل موضوعيًا أو مبالغًا فيه، وسواء أكان النقل هادفًا أم لمجرد العلم.

وعلى هذا، لا بد من وجود مصدر (مرسل)، ومنتلقي (مرسل إليه)، ورسالة (المادة الإعلامية)، ووسيلة إعلامية (القناة)، ويمكن بيان ذلك على النحو التالي:

- ١- المصدر: هو منشئ الرسالة، وقد يكون فردًا أو أكثر، وقد يكون مؤسسة.
- ٢- المستقبل: هو من تصله الرسالة، وهو هدف العملية الإعلامية برمتها.
- ٣- الرسالة: هي جملة المعلومات، والأفكار، والمعاني التي يتم نقلها من المصدر إلى المستقبل، وهي أساس العملية الإعلامية.
- ٤- الوسيلة: وتسمى أيضًا بالقناة؛ وهي الأدوات التي تنقل ما تتضمنه الرسالة من المصدر إلى المستقبل.

ثالثًا: تعريف الإعلام الإسلامي:

الإعلام عبارة عن رسالة فكرية، تحمل في طياتها مجموعة من المضامين والأهداف، التي تعمل على إيصالها بوسائل الاتصال المختلفة. وحين يكون الحديث عن الإعلام، لا بد من التمييز بين نوعين للإعلام، الأول: الإعلام الإيجابي، وهو ما يمثله الأنبياء والرسل والصالحون، والثاني: الإعلام السلبي الذي يفرض سيطرته على الساحة الآن بل وعلى الشعوب.

ولما تحدث بعض العلماء عن تعريف الإعلام عامة، جاء آخرون فخصصوا الحديث عن الإعلام الإسلامي الإيجابي، الذي تقع عليه مسؤولية كبيرة في مواجهة الإعلام السلبي.

وبأدنى نظرة متأملة في مصادر الإسلام وتشريعاته وواقعه يوم أن كان المسلمون يطبقونه كاملاً نجد أن الإعلام في الإسلام تضمن خير ما حواه هذا التعريف، وتخصص بكونه يحمل أفضل رسالة وأصدق مضمون وأوضح حقيقة وأبلغ بيان، ولذلك عرفه علماء الإعلام الإسلامي بأنه:

١- يقول الدكتور محمد منير حجاب بأنه:

جهد فني وعلمي مدروس ومخطط ومستمر وصادق، من قبل القائم بالاتصال هيئة كانت أم جماعة أم فرد لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، ويستهدف الاتصال

بالجمهور العام وهيئاته النوعية وأفراده بكافة إمكانيات وسائل الإعلام والإقناع بغرض تكوين رأى عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته^(٧).

٢- وعرفه الدكتور عبدالوهاب كحيل بأنه:

استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي، يقوم به مسلمون عالمون بدينهم متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة، مستخدمون تلك الوسائل المتعددة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة، والقيم الأخلاقية والمبادئ والمثل للمسلمين وغير المسلمين في كل زمان ومكان، في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب^(٨).

٣- وذهب الدكتور محي الدين عبدالحليم إلى تعريف الإعلام الإسلامي بأنه:

تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله ﷺ بصورة مباشرة أو من خلال وسيلة إعلامية عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأى عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته^(٩).

٤- وما أورده الدكتور إبراهيم إمام حيث عرّف الإعلام الإسلامي بأنه:

تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة النبي ﷺ بصفة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة وممتعة في الرسالة التي يتناولها؛ وذلك بغية تكوين رأى عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته^(١٠).

(٧) د. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي - المبادئ النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٣م، ص ٢٥.

(٨) د. عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، القاهرة، ص ٢٩.

(٩) د. محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، الطبعة الثانية، مكتبة الخانجي، القاهرة، ١٩٨١م، ص ٧١.

(١٠) د. إبراهيم إمام، مرجع سابق، ص ١٢.

٥- ويعرفه الشنقيطي بأنه:

إعلام من الله والله وحمل مضامين الوحي الإلهي ووقائع الحياة البشرية المحكومة بشرع الله إلى الناس كافة بأساليب ووسائل تتفق مع سموها وحسنها ونقائها وتنوعها مع المضامين الحقّة التي تعرض لها، وهو محكوم غاية ووسيلة بمقاصد الشرع الحنيف وأحكامه^(١١).

ولعلّ المدقق في التعريفات السابقة التي أوردناها - للإعلام الإسلامي قد يظن أن الإعلام الإسلامي هو ذلك الإعلام الدعوي الذي تمثله الكثير من القنوات الدينية المنتشرة على الفضائيات، والصحيح أن بعض تلك القنوات تمثل جانباً من جوانب الإعلام الإسلامي، ولكنها بالقطع لا تمثل الإعلام الإسلامي بمفهومه العام.

ويبدو أن وسائل الإعلام ما هي إلا وسائل مادية مجردة يمكن تحميلها المضامين الفكرية المختلفة فهي تقبل ما يقدم فيها دون فرز أو تمحيص، وإنما العبرة في صيغ الإعلام بصيغة معينة يرجع إلى المشتغلين بهذا الفن من الإعلاميين، فيمكن استخدام الوسيلة الإعلامية لنشر الضلالة والفسق والرذيلة، ويمكن استخدام نفس الوسيلة لنشر الهداية والفضيلة، ولهذا فإن الإعلام الإسلامي إنما يميزه عن غيره أنه محكوم بالضوابط الشرعية التي تجعل منه إعلاماً نافعاً وموضوعياً ينقل الحقيقة بتجرد ثم يترك للجمهور الحكم النهائي بعد أن يجلي المسألة من كافة جوانبها، مضارها، فوائدها، مآلاتها ونحو ذلك.

ومن هذا المنطلق العلمي الدقيق، نركز على ضرورة إيجاد قاعدة تقوم على أسس علمية رصينة تجمع ما بين قواعد الإعلام الأساسية ونظرياته ومبادئ الدين الإسلامي الحنيف بما يساهم في الوصول إلى نظرية خاصة بالإعلام الإسلامي حتى نخرج من مغبة الاجتهادات الشخصية الفردية والتي تكون في معظمها نابعة من رؤية تنحصر في جانب محدد على حساب جوانب أخرى لم يحسب حسابها، ومن دون ذلك ستبقى الأمور على ما هي عليه من تخبط في تحديد المعنى الحقيقي للإعلام الإسلامي.

ولعلنا بعد تجلية هذا الأمر نقول بأن الإعلام الإسلامي هو: النقل الموضوعي للمعلومات على اختلاف فنونها، وضمن الأطر والضوابط الشرعية - من مرسل إلى مستقبل؛ وباستخدام

(١١) د. سعيد صيني، الإعلام الإسلامي النظري في الميزان، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، ١٩٩٧م، ص ١٠٥.

كافة الوسائل الإعلامية المتخصصة والعامّة؛ لنشر مبادئ الدين الإسلامي وأخباره في جميع
الميادين، وعلى كافة المستويات.

حيث شمل هذا التعريف كافة مناحي الحياة، ولم يقصرها على الجانب الديني فقط، كما
ركز على أن الإعلام يعني التفاعل بين المرسل والمستقبل، وهو إعلام ملتزم، أصوله مستمدة
من القرآن الكريم والسنة النبوية، موجه للناس كافة، ويستخدم جميع الوسائل المشروعة في سبيل
تحقيق أهدافه. والإعلام في مثل هذه الحالة إسلامي في إعلاناته، وفي التسليّة الهادفة، وفي
تعليمه، بل وفي عرضه الأخبار الصادقة والتعقيب عليها.

المبحث الثاني

مشروعية الإعلام في الإسلام

ثبت مشروعية الإعلام بالقرآن والسنة والمعقول:

أولاً: القرآن الكريم:

ثبت مشروعية الإعلام من القرآن بنصوص كثيرة جداً منها:

- قوله تعالى: ﴿يَأْتِيهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ...﴾^(١٢). وتكليف النبي ﷺ هو تكليف للأمة.
- وقال تعالى: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا﴾^(١٣).
- وقوله تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾^(١٤).
- وقوله تعالى: ﴿...وَفِي هَذَا لِيَكُونَ الرَّسُولُ شَهِيدًا عَلَيْكُمْ وَتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ...﴾^(١٥).

^(١٢) سورة المائدة، الآية: ٦٧.

^(١٣) سورة الأحزاب، الآية: ٢١.

^(١٤) سورة يوسف، الآية: ١٠٨.

- وقوله تعالى: ﴿فَكَيْفَ إِذَا جِئْنَا مِنْ كُلِّ أُمَّةٍ بِشَهِيدٍ وَجِئْنَا بِكَ عَلَى هَؤُلَاءِ شَهِيدًا﴾^(١٦).
- وقوله تعالى: ﴿كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ...﴾^(١٧).
- وقوله تعالى: ﴿وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ﴾^(١٨).
- وقوله تعالى: ﴿وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾^(١٩).

وجه الدلالة في هذه الآيات: إن الإسلام دين عالمي أنزله الله للبشر كافة، فهو ليس دينًا مقصورًا على جنس دون جنس، ولا خاصًا بشعب دون شعب، ولا لأمة هي أرى من أمة، إنما هو دين أنزله الله تعالى لهداية البشر أجمعين. ولهذا كان له الحق في الإعلام عن نفسه، قال تعالى: ﴿وَمَا هُوَ إِلَّا نَذْرٌ لِّلْعَالَمِينَ﴾^(٢٠)، وقال سبحانه وتعالى: ﴿قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولٌ لِّلَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا...﴾^(٢١)، وقال سبحانه: ﴿تَبَارَكَ الَّذِي نَزَّلَ الْفُرْقَانَ عَلَى عَبْدِهِ لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا﴾^(٢٢).

وإن التقصير في الإعلام عن الإسلام والدعوة إليه معصية يعاقب عليها الله سبحانه وتعالى؛ لأنه من باب كتمان العلم المنهي عنه، قال تعالى: ﴿وَلَا يَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَبْخُلُونَ بِمَا آتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ هُوَ خَيْرًا لَّهُمْ بَلْ هُوَ شَرٌّ لَّهُمْ سَيُطَوَّقُونَ مَا بَخُلُوا بِهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ...﴾^(٢٣)،

^(١٥) سورة الحج، الآية: ٧٨.

^(١٦) سورة النساء، الآية: ٤١.

^(١٧) سورة آل عمران، الآية: ١١٠.

^(١٨) سورة التوبة، الآية: ١٢٢.

^(١٩) سورة آل عمران، الآية: ١٠٤.

^(٢٠) سورة القلم، الآية: ٥٢.

^(٢١) سورة الأعراف، الآية: ١٥٨.

^(٢٢) سورة الفرقان، الآية: ١.

^(٢٣) سورة آل عمران، الآية: ١٨٠.

وقال تعالى: ﴿وَإِذْ أَخَذَ اللَّهُ مِيثَاقَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ لَتُبَيِّنُنَّهُ لِلنَّاسِ وَلَا تَكْتُمُونَهُ فَنَبَذُوهُ وَرَاءَ ظُهُورِهِمْ وَاشْتَرَوْا بِهِ ثَمَنًا قَلِيلًا فَبُئِسَ مَا يَشْتَرُونَ﴾^(٢٤).

ثانيًا: من السنة:

الأحاديث الشريفة في هذا المعنى كثيرة جدًا، وكلها متفقة على وجوب تبليغ الدعوة للناس كافةً، لهدايتهم، ونيل الثواب العظيم المترتب على هذا التبليغ، ومنها: قول النبي ﷺ: "أعطيت خمسًا لم يعطهن أحد قبلي: كان كل نبي يبعث إلى قومه خاصة وبعثت إلى كل أحر وأسود، وأحلت لي الغنائم، ولم تحل لأحد قبلي، وجعلت لي الأرض طيبة طهورًا ومسجدًا، فأیما رجل أدركته الصلاة صلى حيث كان، ونُصرت بالرعب بين يدي مسيرة شهر، وأعطيت الشفاعة"^(٢٥).

هذا وقد أرسل الرسول ﷺ مجموعة من الرسائل إلى الكثير من ملوك ورؤساء الأرض في عصره يدعوهم فيها إلى الإسلام، وهذا يؤكد ويؤيد عالمية الإسلام، فبعث إلى "النجاشي" ملك الحبشة، وإلى "قيصر" ملك الروم، وإلى "المقوقس" ملك مصر والإسكندرية، وإلى "الحارث بن أبي شمر الغساني" ملك تخوم الشام، وإلى "هوذة بن علي المغني" ملك اليمامة^(٢٦).

وقول النبي ﷺ: "بلغوا عني ولو آية..."^(٢٧). وقوله ﷺ: "من دعا إلى هدى كان له من الأجر مثل أجور من تبعه لا ينقص ذلك من أجورهم شيئًا، ومن دعا إلى ضلالة كان عليه من الإثم مثل آثام من يتبعه، لا ينقص ذلك من آثامهم شيئًا"^(٢٨).

^(٢٤) سورة آل عمران، الآية: ١٨٧.

^(٢٥) صحيح مسلم، الإمام مسلم (ت/٢٦١هـ)، تحقيق: د. محمد فؤاد عبدالباقي، كتاب المساجد ومواضع الصلاة، ح رقم: ٥٢١، الطبعة الأولى، دار الحديث، القاهرة، ١٤١٢هـ، ج ١، ص ٣٧٠ - ٣٧١. والحديث له أكثر من رواية ح رقم: ٥٢٢، ٥٢٣.

^(٢٦) يراجع في ذلك: ابن جرير الطبري، تاريخ الرسل والملوك، المعروف بتاريخ الطبري، تحقيق: محمد أبو الفضل إبراهيم، الطبعة الثانية، دار المعارف، القاهرة، بدون سنة نشر، ص ٦٤٤ - ٦٥٧؛ د. عبدالله ناصح علوان، الإسلام شريعة الزمان والمكان، الطبعة العاشرة، دار السلام، القاهرة، ١٤٣٣هـ، ص ١٧.

^(٢٧) فتح الباري بشرح صحيح البخاري، ابن حجر العسقلاني (ت/٨٥٢هـ)، كتاب أحاديث الأنبياء، باب ما ذكر عن بني إسرائيل، ح رقم: ٣٤٦١، بيت الأفكار الدولية، عمّان، ٢٠٠٠م، ج ١، ص ١٥٩٢.

^(٢٨) سنن الترمذي، أبو عيسى الترمذي (ت/٢٧٩هـ)، تحقيق: أحمد محمد شاكر، كتاب العلم، باب ما جاء فيمن دعا إلى

وحديث رسول الله ﷺ: "لأن يهدي الله بك رجلاً واحداً خير لك من حمر النعم"^(٢٩).

فكل من اعتنق الإسلام مسؤول عن إعلام وإبلاغ غيره، وأول من كلف بذلك هو النبي ﷺ، قال تعالى: ﴿يَأَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ...﴾^(٣٠)، وقوله تعالى: ﴿مَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ وَاللَّهُ يَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا تَكْتُمُونَ﴾^(٣١). ولقد كُلف النبي ﷺ في الإعلام عن دينه فبدأ بمرحلة السرية ودعوة الأقربين ثم مرحلة الإعلان والتبليغ، وعرض نفسه ﷺ على القبائل حتى هاجر إلى المدينة وأقام دولة الإسلام فيها.

ثالثاً: المعقول:

إن المسلم مطالب بالإعلام والدعوة لدين الله ما دام فيه نفس يتردد، لا يُماري في ذلك عدو أو جهول، ولقد تجلت جهود المسلمين الأوائل في الإعلام بدين الله وتحمل المكائد والمصائب في سبيل الله، وعدم التواني عن المجاهدة والمكابدة رغم مؤامرات الأعداء، ومناصبتهم العداء للإسلام وأهله، وبحسبنا أن نشير إلى سير الصحابة رضوان الله عليهم، وما تكبدوه من مشاق في سبيل التبليغ بكل مراتب التبليغ؛ حتى تقدم موكب الإسلام الزاحف عبر الأراضي الشاسعة والبلدان الواسعة، كل ذلك يشهد لهؤلاء الدعاة والأبطال أنهم كانوا إعلاميين ناجحين، بل دعاة مجاهدين. ولا شك أن حسن استخدام وسائل الإعلام يحقق للأمة فوائد عظيمة، ومصالح لا تحصى، فكان من المعقول أن يجيز الشارع استخدام هذه الوسائل ما دام أنها تتضبط بضوابط الشرع الحنيف.

هدى فاتح أو إلى ضلالة، ح رقم: ٢٦٧٤، الطبعة الثانية، مكتبة مصطفى الحلبي، القاهرة، ١٣٩٨هـ، ج ٥، ص ٤٣.

^(٢٩) فتح الباري بشرح صحيح البخاري، كتاب الجهاد والسير، باب دعاء النبي ﷺ، ح رقم: ٢٩٤٢، مرجع سابق، ج ١، ص ١٤٢٩.

^(٣٠) سورة المائدة، الآية: ٦٧.

^(٣١) سورة المائدة، الآية: ٩٩.

المبحث الثالث

وظائف الإعلام الإسلامي وأهدافه

يجدر بنا أن نبين أهمية الإعلام قبل بيان وظائف وأهدافه. فالإعلام اليوم شهد تطوراً بالغاً، وحقق الطفرة الملموسة، ولا تخفى مظاهر الإعلام وتقنيته على أحد. وهو من الأهمية بمكان حيث أن أجهزة الإعلام المتطورة قد ألغت المسافات حتى أصبح العالم كله من أقصاه إلى أدناه كقرية صغيرة؛ ما يحصل في الشرق يتابع بكل انسيابية في الغرب وهكذا. فنجد أن عامل الزمن قد تلاشى وقد تخطت وسائل الإعلام الحديثة المكان والزمان. وهذا بلا شك زاد من خطورة الإعلام وضاعف من أهميته.

وللإعلام ضرورة إنسانية صاحبت الإنسان من أول وجوده في هذه الحياة، قال تعالى: ﴿قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ...﴾^(٣٢).

يقول السعدي في تفسيره: أي: أسماء المسميات التي عرضها الله على الملائكة فعجزوا عنها^(٣٣). فالإنباء هو مدلول الإعلام ومعناه، وهذه الآية تضمنت المدلول الإعلامي للرسالة، وهو الإنباء والإخبار، وهي مصاحبة للإنسان من أول وجوده في هذه الحياة، وهو مستمر إلى الآن، ولكن بوسائل مختلفة.

^(٣٢) سورة البقرة، الآية: ٣٣.

^(٣٣) عبدالرحمن ناصر السعدي، تفسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، الطبعة التاسعة، مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، ١٤١٨هـ، ص ٣١.

وإذا كان الإعلام رسول هداية ومبلغ رسالة حق؛ فإنه يحافظ على عقل الإنسان من الضلال ويحمي فكره من الانحراف ومبادئه عن الإشراك، وسلوكه عن الابتداع وعلاقاته الاجتماعية من التمزق والافتراق - وبمعنى شامل فإنه يحافظ على فطرة الإنسان من الانحراف -، وتعامله مع الآخرين عن الإساءة والإفساد، وسياسته عن الظلم والطغيان، وقوته عن الاستبداد، ومن أجل سلامة الفطرة واستمرار استقامتها على الصراط المستقيم والمنهج القويم الذي ارتضاه الله لعباده ولا يقبل سواه وهو الإسلام^(٣٤).

وحاجة الإنسان إليه كحاجته إلى الأكل والشرب والهواء وسائر حاجاته الضرورية، بل هي أشد من ذلك، وذلك أنه إذا كان الأكل والشرب ضروري لبناء الحياة؛ فإن الاستجابة للإعلام فيه حياة للقلب في الدنيا ونجاته وسعادته في الحياة الآخرة.

ومن هذه الضرورة الإنسانية الملحة على الإعلام تبرز أهميته وتوضح مكانته في حياة الإنسان لا سيما في ظاهرة الاتصال بين الأفراد والشعوب، وهي ظاهرة قديمة قدم الإنسان والأمم، للتعارف والتفاهم، قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾^(٣٥).

ذلك أن أساليب ووسائل الإعلام الحديثة تأخذ قدرها الكبير من الأهمية والتأثير كلما كان الطابع الشخصي فيها بارز واليوم لم تعد أمة تستغني عن الإعلام بل إن الأمم أخذت تتبارى في ميدانه الفسيح وتحولت وسائل الإعلام وأجهزته إلى أسلحة شديدة الفعالية على الصعيدين الداخلي والخارجي وهو ضرورة من ضروريات الحياة العصرية المتحضرة ولازمة من لوازمها، وهو ركيزة اجتماعية غدتها ثمار النهضة الحديثة ومكنت لها بما أنتجت في الميدانين الفكري والمادي^(٣٦).

^(٣٤) أ. عبدالله قاسم الوشلي، مرجع سابق، ص ١٢.

^(٣٥) سورة الحجرات، الآية: ١٣.

^(٣٦) أ. فائزة حميدان الصاعدي، إسهام بعض البرامج الدينية في قناة المجد الفضائية في تحقيق أهداف التربية الإسلامية، رسالة ماجستير، كلية التربية الإسلامية، جامعة أم القرى بمكة المكرمة، ١٤٢٨هـ-١٤٢٩هـ، ص ٣١.

وللإعلام دور كبير في خدمة المجتمع؛ فهو ضرورة اجتماعية لمجتمع مستقر. وعمومًا فإن وسائل الإعلام تخلق نوعًا من البيئة الصورية بين الإنسان والعالم الموضوعي فهي تغلف الإنسان بنوع من الواقع البديل بسبب ما أخذته من السرعة والشمول والانتشار في عالم الاتصالات، إلا أنها مع ذلك لا يزال ينظر إليها على أنها إحدى الوسائل التي تمارس عن طريقها المؤسسات الحاكمة الضبط الاجتماعي، كما ترسخ لدى الجمهور القيم والمعتقدات وأنماط الثقافة والسلوك السائدة في المجتمع^(٣٧).

والإعلام أيضًا يبيلور القيم بإظهار الحقائق للناس مما تعرض من أخبار ومعلومات وروايات وغيرها، فالعالم اليوم بحاجة إلى الصوت الإعلامي الواعي الذي يقدم النصح والإرشاد للجميع في مختلف مجالات الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وغيرها من ضروب الحياة. وبالإعلام يكتسب الناس المهارات الجديدة التي تؤهل الفرد للوصول إلى أعلى درجات العلم.

وبلغت أهمية وسائل الإعلام في المجتمع إلى درجة أن خصصت الحكومات معه أقسامًا ودوائر ووزارات إعلام تتولى تحقيق أهداف داخلية وخارجية عن طريق تلك الوسائل. ومن هذه الأهداف رفع مستوى الجماهير ثقافيًا وتطوير أوضاعها الاجتماعية والاقتصادية، هذا من ناحية الداخل. أما من ناحية الخارج، فمن أهداف دوائر الإعلام تعريف العالم بحضارة الشعوب ووجهات نظر الحكومات في المسائل الدولية.

وليس أدل على أهمية الإعلام ووسائله؛ مما أصبح معروفًا في العالم، من أن الدولة ذات الإعلام القوي تعتبر قوية ومؤثرة، فلقد أصبح الإعلام يلعب دورًا رئيسيًا في الدولة؛ وسبب ذلك كله هو إن وسائل الإعلام مؤثرة في الجماهير، وفعالة سلبيًا وإيجابيًا؛ كل ذلك أتى من تأثير وسائل الإعلام في الجماهير.

ولما كان لوسائل الإعلام دور كبير في التأثير على فكر وسلوك الجماهير؛ فإن الإعلام صار من أهدافه الأولى المشاركة في عملية التنمية. وأن الدول النامية بلا شك لا تستطيع أن تحقق أهداف التنمية دون مشاركة الأفراد؛ وبالتالي فإنها تولي اهتمامًا بالغًا بالأفراد في

^(٣٧) د. سيد الشنقيطي، الإعلام الإسلامي - الأهداف والوظائف، الطبعة الثانية، دار عالم الكتب، القاهرة، ١٤١٧هـ،

المجتمعات المحلية. وإنه في ضوء احتياجات ومكونات تلك الجماهير قامت وسائل الإعلام تؤدي الدور الفعال من خلال الصحف والمجلات والإذاعات وقنوات التلفزيون المحلية.

وللإعلام أيضاً دور في المجتمعات كبير الأهمية في مواجهة الأزمات؛ حيث أن وسائل الإعلام في تلك الحالات هي المزود الرئيسي للمعلومات، تقدم من خلالها معلومات متكاملة غير مغلوبة.

وتتعرض أهمية وسائل الإعلام عند مواجهة الأزمة من خلال زيادة اعتماد الجمهور عليها في معرفة تفاصيل تلك الأزمات؛ فهي تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات عند الأزمة لدى الجمهور وإيضاح كيفية اتجاهاته عند الأزمة وكيفية إدارتها.

وللإعلام أهمية كبيرة في السيطرة على الشائعات المضللة التي تكاد تفتك بالمجتمع، والتي قد يكون لها تداعيات سلبية على إدارة الأزمات.

ومن هذا المنطلق لا بد من توضيح الجانب القيمي لمضامين الإعلام الإسلامية؛ لأن الإعلام هو السفير والمعبر عن الرسالة الإسلامية ويحمل المثل العليا إلى العالم ليدل على صدقها ويثير الاقتداء بها بمختلف الوسائل، ويحاول أن يفيد من كل التقنيات الإعلامية الحديثة ويضبط مضامينها بالقيم الإسلامية ويحسن توظيفها لخير البشرية وإلحاق الرحمة بالعالمين^(٣٨).

والإعلام المعاصر تشوبه بعض الشوائب من الضروري معرفتها وانتقاء الصالح منها وتقييمه وإحلال الصحيح محل الخطأ من منظور إسلامي.

وعمومًا لا يمكن أن يتصور اليوم مجتمع بلا إعلام؛ فإن المجتمع بلا إعلام يكاد يكون منعزلاً لا متخلفاً موقوفاً على نفسه لا يؤثر ولا يتأثر؛ وبذلك فهو لا يكاد يساير ركب الحضارة. وتزداد أهمية الإعلام حسب نوع الإعلام؛ فكلما كان الإعلام إعلامًا جيدًا كانت أهميته مضاعفة.

(٣٨) د. محمد عبدالقادر حاتم، الإعلام والدعاية نظريات وتجارب، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٧٢م، ص ٣٥.

أولاً: وظائف الإعلام الإسلامي:

الوظائف لغة: جمع وظيفة، والوظيفة لها معاني متعددة، هي: ١- ما يقدر من عمل أو طعام أو رزق أو غير ذلك في زمن معين. ٢- عهد أو شرط. ٣- منصب، عمل مسند إلى عامل ليؤديه مع اختصاصات يحددها له القانون. ٤- عمل عضوي. ٥- عمل (٣٩).

وقد سبق بيان الإعلام لغة واصطلاحاً، فما هي وظائف الإعلام؟

هي: توصيل المعلومات وإبلاغ الحقائق كما يحدث في الاتصال الإعلامي بوسائله المختلفة^(٤٠). والوظيفة الإعلامية هي: ما يلقي على أجهزة الإعلام من مهام وواجبات ومسؤوليات تشكل في مجموعها نظاماً إعلامياً متكاملًا له منطلقاته وأهدافه وتوجيهاته ووسائله (٤١).

وللإعلام في العصور الحديثة وظائف متعددة ومتنوعة، والتي يمكن عرضها مجملًا فيما يلي:

١- وظيفة إخبارية معرفية:

تنتقل الأحداث والقضايا المهمة، وتتابع تطوراتها وانعكاساتها على المجتمع، ويكاد يكون المضمون الإخباري يشكل النسبة الرئيسية السائدة اليوم في وسائل الإعلام التي يفترض أن تقوم

(٣٩) معجم اللغة العربية المعاصرة، مرجع سابق، ج ٤، ص ٢٤٦٤.

(٤٠) د. عبدالعزيز شرف، الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٨م، ص ٩٤.

(٤١) د. سيد أحمد ساداتي الشنقيطي، دراسات إعلامية في فكر ابن تيمية، الطبعة الأولى، دار المسلم للنشر والتوزيع، الرياض، ١٩٩٦، ص ٦٠.

بتغطية تلك الأحداث بحيادية ودقة ومصداقية؛ لكي تحظى باحترام الجمهور. فمقومات الخبر: الصدق، الحق، العلم، والخبرة، والبرهان، والأمانة، والعفة، والخيرية.

٢- وظيفة تعليمية وتنقيفية:

يعد التعليم والتنقيف أحد أشكال الاتصال التي تهدف إلى تغيير سلوك الأفراد نحو قضية معينة؛ لتحقيق مزيد من التفاهم من أجل تلبية حاجات الإنسان، فتتضمن تعلم مهارات جديدة وزيادة الثقافة والمعلومات. فالتنقيف العام هدفه زيادة ثقافة الفرد بواسطة وسائل الإعلام وليس بالطرق والوسائل الأكاديمية التعليمية، والتنقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد وسواء أكان ذلك بشكل عفوي وعارض أو بشكل مخطط ومبرمج ومقصود.

٣- وظيفة تربية:

التربية هي مرحلة تثبيت القيم بعد مرحلة التعليم، وتظهر أهمية وظيفة التربية في أنها تؤثر على السلوك واستشعار مسؤولية الوالدين تجاه أبنائهم منذ الصغر؛ لأن أمر التربية يحتاج إلى يقظة تامة في سبيل تهيئة جيل مسلم قوي بإيمانه.

لقد أصبح رجل الإعلام يقوم بدور المعلم في المدرسة، والوظيفة التربوية لوسائل الإعلام تقوم بالدور التربوي من تعليم وتهذيب وحماية التراث الثقافي للأمة ونقله من جيل إلى جيل. والتوجيه الإسلامي لوسائل الإعلام المختلفة في مجال التعليم والتربية أمر في غاية الأهمية لتسهيل عملية التوعية والتنشئة؛ حيث أن في المفهوم الإسلامي هي رعاية الإنسان رعاية مستمرة منذ الولادة وحتى الوفاة، وهذا على الامتداد الأفقي، أما على الامتداد الرأسي فهي تربية متكاملة ومتوازنة عقلياً بالمعرفة وجسمانياً بالرياضة ونفسياً بالإيمان، وهي جامعة من حيث أنها تغرس القيم الخلقية والاجتماعية التي تحمي الإنسان من أخطار الاضطراب والتمزق لتربي في الإنسان الإرادة الحقة حباً للناس وإيثاراً وبعداً من الأنانية وتجنباً للردائل^(٤٢).

(٤٢) د. آمال حمزة المرزوقي، النظرية التربوية الإسلامية ومفهوم الفكر التربوي العربي، الطبعة الأولى، بدون دار نشر، جدة، ١٩٨٢م، ص ٨٥-٨٦.

والتعليم وحده لا يكف من دون أن تمهد أمامه الطرق من الأخلاق والقيم والأهداف الواضحة السديدة؛ لأن وسائل الإعلام الحديثة تعتبر هي المعلم الأول؛ لأنها تحاصر الناس أينما وجدوا، والتربية هي المؤثر في سلوك الأفراد والمجتمعات بجانب الإعلام من حيث التأثير في السلوك والأفكار والمعتقدات.

٤- وظيفة اجتماعية:

تهتم وسائل الإعلام بصيانة المجتمع وحمايته والقيام بواجب الإرشاد فيه بدعوته إلى الخير والإصلاح، قال ﷺ: "من رأى منكم منكراً فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان"^(٤٣). فلا بد لوسائل الإعلام من أن تغرس الفضيلة في نفوس الناس ودفعهم إلى انتهاج طريق القدوة الحسنة، قال تعالى: ﴿وَأِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾^(٤٤). وذلك من خلال بناء الشخصية الإسلامية المتوازنة المفكرة والمبدعة والقوية وبناء المجتمع المتماسك والمتكامل مع الآخرين مع بث روح الألفة والمودة والتعارف والتآلف والانسجام بين سائر المسلمين وتقوية الروابط الاجتماعية بينهم ومناصرة المستضعفين والعمل على إنصافهم.

كما يجب غرس الصدق والكرم والورع والحياء والحلم والتواضع ... إلخ. وهذا يدفع الوسائل الإعلامية للتصادم مع الأهواء والشهوات والأمر بالمعروف النهي عن المنكر وتثبيت القيم والمبادئ السامية في نفوس الناس وبإداء هذه الوظيفة يمكن اللجوء إلى النقد البناء والدعوة إلى الوحدة والتعاون وتنمية المجتمع.

٥- وظيفة ترفيهية وترويحية:

التسلية من الأهداف المشتركة بين المؤسسة الاتصالية والجمهور، وهي ليست شيئاً ثانوياً في حياة الأفراد، وإنما أصبحت ضرورية خاصة في العهد الحالي الذي يتسم بالقلق والتوتر. فالإعلام الإسلامي يرفه ويروح عن الجماهير، والترفيه المقصود: هو الترفيه الهادف الذي يروح

^(٤٣) صحيح مسلم، كتاب الإيمان، باب بيان كون النهي عن المنكر من الإيمان، ح رقم: ٤٩، مرجع سابق، ج ١، ص

٦٩.

^(٤٤) سورة القلم، الآية: ٤.

عن النفوس ويعدها لما بعده من جهاد وكفاح ومشقة وعمل من غير إثارة وابتذال، مصاغ في قوالب فنية جذابة مشوقة. أي: أنه يجذب ويشوق بأسلوب يجد فيه الناس ضالتهم حيث يخدم أهداف الإعلام الإسلامي ولا يتفق مع الغرب ويغطي الجوانب الدعوية.

ومجال الترويج الإذاعي واسع وليس ضروريًا للجوء إلى الأغاني الرخيصة أو الموسيقى الصاخبة المؤذية أو الكلام الكاذب كما هو أكثر الحال في بعض إذاعاتنا العربية حتى يسمى ذلك ترويجًا، ومن المؤسف حقًا أن تكون نسبة الأغاني تفوق نسبة البرامج الأخرى من إذاعاتنا العربية. فالترويج يمكن أن يكون عن طريق القصة الهادفة أو المسرحية أو الفكاهة التي لا كذب فيها أو عن طريق الشعر الجميل غير المحرم.

٦- وظيفة تغييرية إقناعية:

الإعلام الإسلامي له المقدرة في عملية التغيير الفكري والثقافي والاجتماعي والسياسي بل والحضاري؛ وذلك بيبث المعلومات والتعليق عليها مع تفسيرها وإقناع الجماهير بالتغيير نحو الأفضل واستمالتها إليه.

٧- وظيفة تسويقية:

تتضمن على الإعلان والدعاية؛ فتقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهتم المواطنين، كما تقوم بدور هام في حقول العمل والتجارة، وتستطيع وسائل الإعلام على تنوعها من صحافة وتلفزيون وأحيانًا إذاعة أن تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد وتقديمه إلى الجمهور وعرض فوائده وأسعاره وحسناته بشكل عام.

٨- وظيفة الرقابة والمراقبة:

تمثل هذه الوظيفة إحدى الدروع الأساسية لحماية المجتمع وصيانتته من الفساد والمخالفات وإساءة استخدام السلطة، ولذا فقد أطلق على وسائل الإعلام اسم السلطة الرابعة، وهذا يتطلب إيمان السلطة بدورها حتى تؤدي وظيفتها بصورتها المثلى.

إن وظيفة الرقابة تكشف الفساد الذي يمكن أن يحدث، فهي أكثر أهمية في دول العالم الثالث فهي وظيفة تعبر عن الروح الديمقراطية البناءة في أي مجتمع كان، فوظيفة المراقبة تقوم بإعداد التقارير عن الأخطار التي تواجه المجتمع.

ومن خلال التعرف على وظائف الإعلام الإسلامي يتضح أنها تطابق إذا ما أحسن استخدامها وإعداد البرامج المناسبة لها، فإنها تعود على الدعوة الإسلامية بالعديد من الإيجابيات والفاعلية؛ نظرًا لأنها في كثير منها يتفق وهدى القرآن الكريم والشريعة ويحقق أهداف الدعوة الإسلامية.

ومن ثم، يمكن الاستفادة من كافة هذه الوظائف في مجال التوعية بالعديد من أمور الأفراد والمجتمعات، ومن بينها ولا شك أمور العبادات التي يمكن الاستفادة من وظائف الإعلام الخيرية والإرشادية بصفة خاصة لبيان أحكام وتعاليم وشرائع الله تعالى في العبادة وكذلك الفرائض والتي من بينها فريضة الحج، بل أنه من الممكن الاستفادة من الوظيفة الترويجية في تحقيق التوعية الإسلامية من خلال الدراما المسلية والقصة الهادئة والحوار بجانب الحديث المباشر.

ثانيًا: أهداف الإعلام الإسلامي:

يجدر بنا أن نبدأ بتعريف الأهداف لغة واصطلاحًا، وذلك قبل بيان أهداف الإعلام الإسلامي.

تعريف الأهداف لغةً:

هي جمع هدف، والهدف هو كلُّ شيءٍ عظيم مرتفع، ومنه سُمِّيَ الغرضُ من الشيءِ هدفًا، فالهدفُ هو الغرضُ أو الغايةُ من الشيءِ^(٤٥). والأهداف هي الأغراض أو الغايات أو المقاصد أو المرامي.

والهدف اصطلاحًا:

كما هو متعارفٌ عليه عرفًا - هو النتيجة المبتغاة من عمل تروم القيام به، أو هو: نهاية عملية لبداية نظرية.

وقد سبق بيان الإعلام لغة واصطلاحًا، فما هي أهداف الإعلام الإسلامي؟

الهدف الإعلامي هو: الغاية النهائية التي يروم الإعلامي تحقيقها من وراء نشاطه الإعلامي، أو هو الغرض الذي يريد الإعلامي الوصول إليه من خلال رسالته الإعلامية، أو هو الأثر الذي يريد تركه في الفرد والمجتمع اللذين وجّه إليهما رسالته^(٤٦).

^(٤٥) لسان العرب، ابن منظور، الطبعة الأولى، دار صادر، بيروت، بدون سنة نشر، ج ٩، ص ٣٤٦.

^(٤٦) المنهجية في تحصيل الخبرة الإعلامية، سلسلة تدريبية للمجاهد الإعلامي، تحت شعار "تحو ترشيد الإعلام الجهادي وأداء إعلامي متميز"، الحلقة الثامنة، أهداف الإعلامي المسلم، مؤسسة الفرقان، ١٤٣٣هـ، ص ٩-١٠.

ورغم الاتفاق الكبير ما بين مدلولات وظائف الإعلام الإسلامي وما بين أهدافه العامة، إلا أننا آثرنا التمييز بينهما؛ ذلك لأن الأهداف العامة للإعلام الإسلامي تمثل دستوراً يهتدي به العاملون في هذا القطاع، وبالتالي تكون الوظائف التي يؤديها هذا الإعلام متفقة ومتناسقة مع الأهداف العامة للمنظومة الإعلامية الإسلامية، ومن أهم أهداف الإعلام الإسلامي:

١- الأهداف العقيدية:

وذلك من خلال تبليغ الدعوة الإسلامية وترسيخها في نفوس الخلائق صافية نقية، يقول الحق تبارك تعالی: ﴿وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ﴾^(٤٧). ويندرج تحت هذا الهدف الرد على الشبهات التي تثار بين الحين والآخر بهدف صد الناس عن العقيدة من خلال تشويهها وإثارة الشبهات والشكوك حولها. ولعل من أبرزها محاولة تشويه صورة النبي ﷺ من خلال الرسوم الكاريكاتيرية، التي تهدف أساساً إلى السخرية من الدين والعقيدة، وذلك من خلال إثارة الشبهات والشكوك حول شخصية حامل لواء الدعوة والدين، وهو النبي ﷺ، فالنفاذ إلى شخصية النبي ﷺ وتشويهها يحمل ضمناً تشويهاً للرسالة التي جاء بها.

لذا ينبغي على وسائل الإعلام التصدي لمثل هذه المحاولات بإبراز الصورة الحقيقية للإسلام، ويمكن أن يتحقق ذلك باتباع أساليب متعددة واستثمار مواقع التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا الحديثة لتحقيق مثل هذه الأغراض.

وهنا نشير إلى فعل الرسول ﷺ، إذ استخدم وسيلة من وسائل الإعلام في ذلك الزمان؛ من أجل نشر الإسلام وإبلاغ الدعوة، فأرسل الرسل والرسائل لملوك الأرض في ذلك الزمان.

٢- الأهداف الاقتصادية:

فالإعلام الإسلامي يساعد على نشر الأهداف الاقتصادية للأمة من أجل تحقيقها؛ لما يترتب على ذلك من تحسين لأوضاع الناس، فيتم إرشاد المجتمع بالطرق السليمة للكسب والإنفاق، كما تسعى إلى التحذير من الغش والاحتيال، والتحذير من النهب والاستغلال، وتدعو

(٤٧) سورة التوبة، الآية: ١٢٢.

إلى محاربة الربا وأكل الحرام، وعرض أفضل الطرق وأيسرها للتجارة وإدارة المال دون أن توجد في الأمة ضيقاً أو عنناً أو تسبب للدولة أزمة وخنقاً^(٤٨).

٣- الأهداف السياسية:

فمن أهداف الإعلام تقديم النصح والإرشاد والمشورة الصادقة للحاكم والمحكوم على حد سواء، وبالتالي ينعكس ذلك إيجاباً على العلاقة ما بين الحاكم والمحكوم من خلال توثيق هذه العلاقة وتميئتها على أساس من العدل والطاعة والالتزام والرعاية لمصالح الأمة والمحافظة على أمنها وحريتها في الداخل وتنظيم العلاقات الدولية وتحديد مسارها سلباً وحرماً وصدقة ومعاهدة في الخارج.

٤- الأهداف العسكرية والجهادية:

للتوعية والاستنفار ورفع الروح المعنوية في صفوف المجاهدين، وللحرب النفسية في الأعداء المحاربين، ثم لكشف المخططات وفضح المؤامرات، وللإسهام في التعبئة العامة والإعداد الشامل من الناحية الفكرية والمعنوية والروح القتالية ... إلخ.

٥- الأهداف التوضيحية:

تهدف الأساليب الإعلامية المختلفة إلى إبراز الخصائص التي يتميز بها الإعلام

الإسلامي عن غيره، والتي من بينها:

أ- إنه يحمل المسؤولية في الدنيا والآخرة.

ب- إنه متوازن، عادل، دقيق، أمين.

ت- إنه يسعى بشكل دائم إلى نمو الإتيقان والإحسان.

ث- إنه مرتبط بذكر الله واللجوء إليه.

ولهذا، لا بد من رسم السياسات الإعلامية، واختيار أفضل الأساليب؛ لإبراز هذه

الخصائص وإيضاحها^(٤٩).

٦- الأهداف الترفيحية:

(٤٨) أ. عبدالله قاسم الوشلي، مرجع سابق، ص ٤١.

(٤٩) د. محمود كرم سليمان، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، الطبعة الأولى، دار الوفاء، القاهرة، ١٩٨٨، ص ٩٠.

للتسلية والترويح ولتحديد النشاط وأداء الواجبات والقيام بالمسؤوليات، كما أنها أيضاً للتدريب على معاني القوة ووسائل الجهاد في سبيل الله. وهذه من مميزات وخصائص لهو الإسلام؛ لأنه لهو يروح القلب، ويدخل السرور إلى النفس، وفي نفس الوقت يتعلم منه الجد والنشاط والعبادات. والترفيه في الإسلام مضبوط بضوابط الأدب وحسن الخلق، ومضبوط بالحكمة ومعهم بالفائده. وانطلقت هذه الأهداف من غاية الإعلام الإسلامي التي هي بعكس غاية الإعلام الجاهلي، ألا وهي تعبيد الإنسان لخلقه وموجده والمنعم عليه، إذ هي الغاية المحددة لخلق الإنسان في الدنيا.

٧- الأهداف المرحلية التقييمية:

تهدف الأساليب الإعلامية المختلفة إلى وجود خطط دورية للإعلام الإسلامي، سواء أكانت خطاً سنوية، أو شهرية، أو دورية، وتختلف هذه الخطط من مرحلة إلى أخرى، فكل مرحلة تستخدم فيها الأساليب الملائمة لها.

وبعد انتهاء كل مرحلة، لا بد من عملية تقييمية، فهي عملية ضرورية لكل نشاط ولكل خطوة ومسيرة، إذ ينبغي أثناء سير العملية الإعلامية أن يكون هناك إشراف ومراجعة وتوجيه، فإذا انتهت المرحلة، كان لا بد من مراجعة المسيرة كلها وتقييمها؛ للتوصل إلى مدى نجاح الأساليب الإعلامية التي تم استخدامها خلال تلك الفترة من تحقيق الأهداف، وكسب الجمهور، والتأثير فيه.

فالتقويم ما هو إلا عملية تهدف إلى تحديد الخطأ حتى يجتنب، وتحديد الصواب حتى يتبع، وتحديد مستوى الإتيان فيما هو صواب.

تلك هي أهداف الإعلام الإسلامي وتلك هي غايته، وهي تحقيق العبودية الخالصة الشاملة في كل شيء في حياة هذا الإنسان لله عز وجل، كما قال في كتابه العزيز: ﴿قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ * لَا شَرِيكَ لَهُ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ﴾^(٥٠). فويل لمن ضل وانحرف عن هذه الغاية.

(٥٠) سورة الأنعام، الآيات: ١٦٢-١٦٣.

المبحث الرابع وسائل الإعلام ومجالاته

أولاً: وسائل الإعلام:

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

تعريف الوسائل لغةً:

هي جمع وسيلة، والوسيلة ما يتقرب به إلى الغير، ويقال: توسل إليه بوسيلة إذا تقرب إليه بعمل^(٥١).

وقد سبق بيان الإعلام لغة واصطلاحاً، فما هي وسائل الإعلام؟

عندما يطلق هذا اللفظ اليوم ينصرف الذهن مباشرة إلى وسائل الإعلام الجماهيرية (الصحافة - الإذاعة - إلخ)، ولكن الوسيلة في الاصطلاح الإعلامي أعم من هذا التخصيص كثيراً، فكل أداة لنقل المعنى إلى الناس هي في الحقيقة وسيلة إعلام، أو هي القناة التي يعبر منها المعنى إلى الناس، وهي في أساسها الكلمة أو القول^(٥٢).

وتنقسم وسائل الإعلام إلى:

١- وسائل لفظية وشفهية، منها:

أ- الخطابة: التي هي من أقدم الوسائل الشفهية، وهي ما زالت منتشرة في المجتمعات الحالية. عرفت المجتمعات القديمة؛ فانتشرت عند العرب والرومان إلى أن أصبحت

(٥١) مختار الصحاح، محمد عبدالقادر الرازي، مكتبة لبنان، بيروت، ١٩٨٦م، ص ٣٠٠؛ المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، الطبعة الرابعة، مكتبة الشروق، القاهرة، ١٤٢٥هـ، ص ١٠٣٢.

(٥٢) د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي، الأسس الفكرية للإعلام، الطبعة الأولى، دار الحضارة للنشر والتوزيع، ص ٣٩ -

الوسيلة المفضلة لديهم. كانت وسيلة الإعلام في الحرب والسلام وفي السياسة والأدب، ولهذا نشأت عند العرب - أسواق خطب كسوق عكاظ في مكة المكرمة، وسوق مريد في البصرة، أو كتلك الزوايا والملاعب الواسعة في روما التي كانت تشهد مباراة في الأدب والفلسفة.

ولم تنزل الخطبة أو الخطابة وسيلة إعلام وإقناع ولكنها ليست الوسيلة الرئيسية كما كانت في المراحل البدائية في حياة الشعوب بل تقدمت عليها الوسائل الكتابية على تنوعها، والخطبة حالياً تُتخذ كوسيلة إعلام في المناسبات الكبرى. وهي أسلوب يتخذه القادة في إعلام جماهيرهم عن أوضاع أوطانهم الاقتصادية أو السياسية.

ب- **الندوات:** تختلف عن الخطبة في كونها موجهة إلى أعداد غير محدودة من الناس، أو من أصحاب الاختصاص أو من تجمعهم حالة اجتماعية معينة. ومن الندوات المتخصصة: العلمية، الأدبية، الصناعية، الزراعية، وهناك ندوات الشباب والندوات السياسية.

٢- وسائل الإعلام الكتابية، وتشمل:

أ- **الكتاب:** الذي هو وسيلة إعلام فعالة؛ لأنه يقدم للقارئ البراهين والحجج في صفحات كثيرة ومتكاملة ومدروسة بدقة وعناية ومبوبة في فصول وأقسام، ومدعومة بمراجع ومصادر.

ب- **الرسائل:** وهي وسيلة إعلام يمارسها الحاكم في المناسبات. كانت متبعة في الماضي بشكل واسع، أما حالياً فما زالت متبعة لكنها محدودة. وتوجه عادة من الحاكم إلى شعبه تضم آراءه وأفكاره في موضوع معين، وهي غير الخطب الجماهيرية المباشرة.

ت- **الصحافة:** وهي الوسيلة الإعلامية السائدة والمسيطرة حالياً، وتتبع أهمية الصحافة من أنها اتصال يومي ومباشر بالجمهور؛ اتصال هدفه نقل الخبر والرأي والتحليل أو الصورة إلى القارئ. فعبر الجريدة اليومية أو المجلة الدورية (أسبوعية أو شهرية أو فصلية) يقوى الاتصال إلى درجة تصبح معها آراء الجمهور والجماعات هي حصيلة ما تضمه صحيفة ما من آراء أو معلومات. والصحافة تفرض وجود مستوى ثقافي معين لدى الجمهور.

٣- وسائل الإعلام السمعية والبصرية:

وهي الوسائل السهلة التي تفرض الثقافة لدى الجمهور، فهي في متناول الجميع. ومن هذه الوسائل:

أ- **الإذاعة:** وهي التي توجهه إلى جمهور واسع لا يهم أكان يعرف القراءة والكتابة أم لا. إلى جانب ذلك فهي وسيلة محلية وجذابة؛ لأنها وسيلة ترفيهية. فعبر البرامج الترفيهية يمكن بث الأنباء والمعلومات وحتى تلوين المواقف المطلوبة. ولقد شكلت الإذاعة بعد الصحافة مركز الثقل في الإعلام؛ حتى قيل عن بعض الجماهير بأنها جماهير "ترانزستور"؛ لأنها غالبًا ما كونت مواقفها بناءً على ما تبثه الإذاعة من معلومات وخطب.

ب- **التلفزيون:** الذي قام بدور الترغيب البصري والذي جذب إليه شيئًا فشيئًا جماهير الإذاعة وحتى جماهير الصحافة؛ لأنه قام بدور إخباري وإعلامي واسع. ولقد ظهر الصراع فعليًا بين الصحافة من جهة وبين الإذاعة والتلفزيون والسينما من جهة ثانية. وبالذات انحصر هذا الصراع بين الصحافة والتلفزيون وتصاد وتنافس بينهما إلى حد بعيد وتبين أن التلفزيون هو أكثر تأثيرًا من الصحافة في الجماهير بسبب ما يوفره من صوت وصورة وحركة ولون؛ وهذا كله يجذب إليه الكبار والصغار على السواء، ولكن قد بينت إحصاءات أجريت على عدد من الدول، أنه كلما كان دخل الفرد منخفضًا اقتصاديًا وثقافيًا كلما اعتمد على الإذاعة في حقل الإعلام^(٥٣).

ت- **المسرح:** وهو وسيلة إعلام معروفة كما أنه وسيلة فعالة، وجمهور المسرح وإن كان محدودًا، وأقل حجمًا من جمهور السينما، لكن جمهور المسرح هو أكثر ثقافة وأكثر تجانسًا. والمسرح سبق السينما، فهو أقدم منها لكنه لم يتراجع أمامها، بل حافظ على وجوده إلى جانبها، وإن كانت السينما قد جذبت جمهورًا أكثر فأكثر^(٥٤).

ويمكن القول " أن وسائل الإعلام نالت من الإسلام اهتمامًا كبيرًا من حيث التطوير والتحسين على مختلف العصور أكثر من غيره من الديانات والنحل والدعوات. ولقد كان المسلمون الأوائل يستخدمون الوسائل المعروضة ويطورون بعضها حتى تكون أكثر جدوى.

(٥٣) أ. فايزة حميدان الصاعدي، مرجع سابق، ص ٤٧.

(٥٤) د. طلعت همام، مائة سؤال عن الإعلام، الطبعة الأولى، مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، ١٩٨٣، ص ٩ وما بعدها.

وأحسن تأثيرًا، كما أنهم أضافوا عليها من الوسائل الجديدة ابتداءً بنبيهم محمد ﷺ، ولم يتوقف المسلمون عن ذلك إلا حين أصابهم الوهن وانشغلوا بالدعة والترف، وتهاونوا في تعاليم دينهم وتنفيذ أوامر ربهم ولو كانوا ملتزمين لما سبقهم عدوهم إلى هذا الأمر واستخدمه في مصالحه وتحقيق مآربه ضد الإسلام والمسلمين.

ومن أمثلة تطوير وسائل الإعلام في الإسلام:

١- القرآن الكريم: فمما لا شك فيه أن القرآن الكريم هو الوسيلة العظمى والطريقة المثلى للإعلام الإسلامي ممثلة في الدعوة الإسلامية، ولا محل للمناقشة أو الجدل في هذه الحقيقة سواء كان هذا الجدل من المسلمين أو من غير المسلمين أو من الدهريين أو الوثنيين الذين لا دين لهم ولا عقيدة.

٢- الأحاديث النبوية وقوتها الدعائية: كان رسول الله ﷺ معلم هذه الأمة، وكان قبل ذلك داعية لهذا الدين الذي دخلت فيه هذه الأمة، ومن أجل هذا حملت خطب النبي ﷺ وأحاديثه طابعين في وقت واحد، وهما: طابع التعليم والإرشاد، وطابع التبشير والدعوة أو الدعاية، وهما مرتبطان ارتباطاً لا انفصال فيه.

٣- القدوة الحسنة: والقدوة الحسنة من ضمن الوسائل الإعلامية الهامة؛ حيث جعل الله رسوله الكريم ﷺ قدوة للناس وفقاً للآية الكريمة التي تنص على ذلك، قال تعالى: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا﴾^(٥٥).

٤- كما طور الإسلام وسيلة الكلمة حتى أصبحت هي الأداة الفعالة في ميدان البلاغ والبيان.

٥- وطور الخطابة حتى أصبحت ولا زالت هي الأداة الإعلامية الإسلامية الوحيدة التي لا يستعاض عنها بغيرها، ومزيداً للتمكين، فقد جعلها واجبة في الأسبوع مرة، وحبب ورغب إليها في الأعياد والأحداث والمناسبات.

^(٥٥) سورة الأحزاب، الآية: ٢١.

٦- فرض الحج وطور مناسكه حتى أصبح دعاية إعلامية عالمية لا محيص عنها لكل مسلم.

٧- شرع الآذان، وهو أفضل وسيلة إعلامية لإعلان التوحيد والدعوة إلى أفضل العبادات وطريق الفلاح، وهو إعلام بدخول وقت الصلاة وشرع في اليوم خمس مرات.

٨- وفرض الجهاد، وهو أحسن وسيلة للدعاية والدعوة، وترسيخ دعائم الإسلام، وإقرار الأمن والاستقرار.

٩- وأوجب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ورغب في القيام به جماعةً وفرداً، وهو من الوسائل الإعلامية المجدية والمؤثرة.

وفي مختلف عصور الاسلام نجد الجديد من الوسائل الدعوية الإعلامية التي تبرز هذه الحقيقة، مثل: المؤسسات العلمية والمعالم الدعائية والدعوية، مثل: اختيار الشكل المناسب للمساجد وإدخال التحسينات عليها حسب مقتضى العصر، والمآذن ورموزها، والمعاهد، والمدارس، والمكتبات، والأريطة والزوايا، والجامعات، والندوات، والأعياد، والمناسبات، وغيرها من الحركات العلمية والأنشطة الدعوية التي أوصلت الإسلام من المحيط إلى المحيط وافتتحت به كل قارات العالم.

ومع ذلك كله، فقد احتفظ الإسلام بالوسائل المشروعة التي كان يستخدمها أهل الجاهلية، مثل: الشعر، والأسواق، والمناداه والطبول، وغيرها من وسائل الإعلام المعتمدة في الزمن الذي بدأت فيه مسيرة الدعوة بأمر الله عز وجل لرسوله محمد ﷺ بالصدع والبلاغ بها، قال تعالى: ﴿فَاصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ﴾^(٥٦).

وإنه يجب على المسلمين استخدام هذه الوسائل في خدمة قضايا الدعوة والأمة الإسلامية ونشر العقيدة الصحيحة من خلال مضمون الإعلام ومحتواه.

وأنه مع تطور هذه الوسائل، فإنه من الواجب على رجال الإعلام الاستفادة من مخترعات التقنية الحديثة وتوجيهها بشتى السبل المدروسة والطرق المقننة؛ لتخدم الأهداف الإسلامية النبيلة، ومبادئه السامية؛ لتحاول أن تصوغ أمة مجيدة تلتزم بالإسلام منهجاً وسلوكاً. ولن يكون كذلك إلا إذا أخذ الإعلام أصوله من معين الكتاب والسنة.

^(٥٦) سورة الحجر، الآية: ٩٤.

ثانياً: مجالات الإعلام وأقسامه:

لا يمكن الحديث عن الإعلام، دون التطرق لمجالاته وأقسامه، التي لها بالغ الأثر في العملية الإعلامية.

أما مجالات الإعلام فتتحدد بناءً على اعتبارات ثلاثة، هي^(٥٧):

١- **الاعتبار المكاني:** فإن مجال الإعلام ليس مقتصرًا على بلدة أو مدينة دون أخرى، بل يشمل كافة بقاع الكرة الأرضية، وجميع القاطنين على ظهرها، يعتبرون جمهورًا مستهدفًا بالرسالة والمادة المقدمة.

٢- **الاعتبار الزمني:** فالإعلام صالح لكل زمان ومكان، لا يقتصر على حقبة دون أخرى، أو فترة تاريخية دون ما سواها.

٣- **الاعتبار الوظيفي:** ذلك أن وظيفة الإعلام لا تقتصر على ميدان واحد، بل تتسع لتشمل كافة النشاطات، وكل مجالات الحياة، ويتضح ذلك أكثر في وسائل الإعلام الإسلامي، التي تعتمد على الإسلام، وهو دين شامل متكامل^(٥٨).

وبناءً على ما سبق، تم تقسيم الإعلام إلى قسمين، يتفرع عن كل منهما عدة أقسام

أخرى، وذلك على النحو التالي:

أ- **الإعلام حسب وسائل الاتصال وطبيعة المستقبل، وهو خمسة أنواع:**

١- **الإعلام الذاتي:** الذي يقوم به الفرد نتيجة خبراته وثقافته، أو ما يستلهمه من بيئته ومجتمعه، أو نتيجة الأمرين معًا، وهذا الإعلام يمارسه كل فرد مع ذاته، إلا إذا عبر عنه بكلمات لشخص آخر.

(٥٧) أ. آلاء أحمد هشام، الإعلام، مقوماته - ضوابطه - أساليبه في ضوء القرآن الكريم، دراسة موضوعية، رسالة ماجستير في التفسير وعلوم القرآن، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، ٢٠٠٩، ص ١٧.

(٥٨) د. محمود كرم سليمان، مرجع سابق، ص ٩١.

- ٢- **الإعلام الشخصي:** ويعني الحديث غير الرسمي، الذي يأتي دون إعداد مسبق، ويكون وجهًا لوجه بين شخصين متقاربين في الجلسة، وهو من أكثر وسائل الإعلام أثرًا في دعم ثقة المستمع بنفسه، وخلق قنوات جديدة لديه.
- ٤- **الإعلام الجماعي:** ويتميز عن سابقه بأنه يأخذ طابعًا رسميًا؛ نتيجة الوضعية الثابتة للجماعة، والتزام كل فرد داخلها بكافة التعاليم السائدة فيها، وإلا اعتبر خارجًا عنها.
- ٥- **الإعلام الجماهيري:** ويعني إرسال رسائل موحدة لأعداد كبيرة من الناس في مناطق متفرقة، تختلف فيما بينها من النواحي الاجتماعية والثقافية وغيرها، ويتميز عما سبقه بأنه معتمد على المؤسسة الإعلامية، ويرسل المعلومات أكثر مما يستقبل، كما أن رجع الصدى فيه لا يتم إلا من خلال استبيانات وإجراء مسح وتحليل، يتم من خلالها رسم السياسات الإعلامية.
- ٦- **الإعلام الإداري:** وهو صعب التحديد؛ لاشتماله على خليط من كل ما سبق من أنواع الإعلام، لكنه يتميز بإمكانية تنسيقه للعمل بين الجماعات متداخلة النشاط، وتعتمد وحداته الإدارية في اتخاذ قراراتها على ما تتلقاه من الوحدات الأخرى^(٥٩).
- ب- الإعلام حسب موضوعاته وأساليب تقديمه، وهو سبعة أنواع:**
- ١- **العلاقات العامة:** وتعني الجهود المستمرة القائمة على التخطيط للوصول إلى تفاهم متبادل بين المؤسسة والجماهير المتعاملة معها.
- ٢- **الدعاية:** وهي محاولة مقصودة هدفها التأثير على الجمهور، وحملهم على اعتناق فكرة معينة تعمل الدعاية على إيضاحها، وتنقسم إلى: دعاية سياسية، تجارية، أخلاقية، وغيرها.
- ٣- **الإعلام التربوي:** الهادف إلى تغيير الأداء، وتطوير المهارات والقدرات، مما يؤهل الإنسان لإنجاز مهام جديدة متوقعة منه.
- ٤- **الإعلام الإخباري:** الهادف لنقل الأحداث والحقائق، وليس التأثير على الجمهور، ولا بد فيه من الالتزام بالموضوعية والحيادية، إضافة إلى السهولة والبساطة في نقل الخبر.

(٥٩) د. محمد عبدالمكوك المتوكل، مدخل إلى الإعلام والرأي العام، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، بدون سنة نشر، ص

٥- الإعلام التنموي: وهو الرسائل الموجهة من أجل تنمية المهارات، وتطوير المعلومات، من أجل إنجاز الخطط التنموية في مختلف المجالات.

٦- الإعلام الدولي: الذي نشأ نتيجة الحاجة إلى التواصل مع الآخرين، وهو ما تفرضه طبيعة النفس البشرية^(٦٠).

٧- الإعلام الدعوي: المتخصص في الدعوة إلى الله، ونشر الحق. وقد اعتبر بعض الإعلاميين أن الدعاية والعلاقات العامة والتنمية والتعليم ليست من أشكال الاتصال اللازمة لاستمرارية المجتمع، وأنها تختلف عن الإعلام، وليست من وسائله^(٦١).

وتبقى كل تلك الأمور النظرية، محل اختلاف بين العلماء، لكنها في النهاية تصب في بوتقة واحدة، هي الاتصال بين البشر، والتأثير فيهم.

كما أن الإعلام قد يقسم إلى أكثر من هذه التقسيمات، فقد يكون دينياً، أو طبياً، أو فنياً، أو سياسياً، أو اقتصادياً، فيما يمكن الجمع بين كافة هذه الأنواع على شاشة واحدة، وهذا هو الأفضل من وجهة نظري؛ لأنه يوفر على الجمهور الوقت والجهد، والتشتت بين مختلف الوسائل الإعلامية، وبهذا تستحق تلك الوسيلة أن تسمى "إعلاماً إسلامياً"؛ لأنها انتهجت منهج الإسلام الشمولي المتكامل، الصالح لكافة البشر، ولكل زمان ومكان.

ثم هناك بعض المجالات التي يمكن إضافتها أيضاً إلى مجالات الإعلام، وهي: الإعلام التضليلي، الاستهلاكي، الخرافي، التخريبي، الإحباطي، الاستلابي^(٦٢).

وللإعلام في هذه المجالات مهمة تتمثل في التعبير عن الظواهر والأحداث والتطورات بطريقة تواكب مستوى التطور استجابة لحاجة متلقي الرسالة.

(٦٠) د. محمد عبدالملك المتوكل، مرجع سابق، ص ٤٣ وما بعدها.

(٦١) د. محي الدين عبدالحميد، مرجع سابق، ص ٦٨.

(٦٢) أ. سعيد المسحال، نحن والإعلام: www.alwatanvoice.info/arabic/pulpit.php

المبحث الخامس

الأطر والضوابط الشرعية التي تحكم الإعلام الإسلامي

١- التيقن من صدق المعلومة:

وذلك من خلال التحري والدقة في اختيار المصدر الذي يتم التعامل معه انطلاقاً من قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾^(٦٣).

وقد قيل أن هذه الآية نزلت في الوليد بن عقبة بن أبي معيط حين بعثه النبي ﷺ إلى بني المصطلق، فلما أبصروه أقبلوا نحوه فهابهم، فرجع إلى النبي ﷺ مخبراً إياهم أنهم ارتدوا عن الإسلام، فبعث النبي ﷺ خالد بن الوليد رضي الله عنه وأمره أن يتثبت ولا يتعجل، فانطلق خالد حتى أتاهم ليلاً، فبعث عيونه فلما رجعوا أخبروه أنهم متمسكون بالإسلام، وسمعوا آذانهم وصلاتهم، فلما أصبحوا أتاهم خالد ورأى صحة ما ذكروه، فعاد إلى النبي ﷺ فأخبره الخبر، فقال النبي ﷺ: "الأناة من الله والعجلة من الشيطان"^(٦٤).

فينبغي على القائمين بمتابعة وإدارة وسائل الإعلام أن يتأكدوا من كل ما يصلهم من أخبار ومعلومات وألا يقبلوا الأمور على علاتها، فسلیمان رضي الله عنه لم يقبل كلام الهدد حول بلقيس وقومها مباشرة، وإنما قال: ﴿سَنَنْظُرُ أَصَدَقْتَ أَمْ كُنْتَ مِنَ الْكَاذِبِينَ﴾^(٦٥).

فالتوثق من الأخبار لا يتأتى إلا من خلال اعتماد الإعلام على مصادر موضع ثقة تامة، فمهما كانت أهمية المعلومات، لا يكتب لها النجاح إلا إن كان مصدرها موثقاً، كما يمكن التحقق

^(٦٣) سورة الحجرات، الآية: ٦.

^(٦٤) سنن الترمذي، كتاب البر والصلة، باب ما جاء في التأنى والعجلة، ح رقم: ٢٠١٢، مرجع سابق، ج ٤، ص ٣٦٧.

^(٦٥) سورة النمل، الآية: ٢٧.

من صحة الأخبار بعرضها على أصحاب الاختصاص قبل نشرها، قال تعالى: ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ
أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدَّعَوْا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ
يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا﴾^(٦٦).

حيث تشير الآية الكريمة إلى ما ذكرناه، فقولته تعالى: "ولو ردوه" أي لم يحدثوا به ولم
ينشروه حتى يكون النبي ﷺ هو الذي يحدث به ويفشيه، أو من يقوم بولاية الأمر وهم أهل العلم
والفقه والولاية أو المجتهدون^(٦٧).

وخلاصة الأمر، أنه لا ينبغي الأخذ والتسليم برواية أي مصدر، بل ينبغي التأكد من صدق
الرواية ومحاولة استقاء المعلومات من أكثر من مصدر للتحقق من صدقيتها^(٦٨). كما قال النبي
ﷺ: "لا تجوز شهادة خائن ولا خائنة ولا ذي غمر على أخيه"^(٦٩).

فالنبي ﷺ يبين في هذا الحديث كيف أن الفسق والعداوة سببان من أسباب إسقاط الشهادة،
إذ لا يؤتمن من يحمل تلك الصفات من الافتراء وطمس الحق.

٢- الالتزام بالصدق والموضوعية في نقل المعلومة وفي طريقة صياغتها وعرضها:

ويقصد بالموضوعية: إدراك الأشياء على ما هي عليه دون أن يشوبها أهواء أو مصالح أو
تحيز، فهي تتنافى مع الكذب والخداع، ومرجو منها أن تقوم بإبراز الحقيقة وتمييزها عن الوهم،
يقول تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾^(٧٠)، ويقول أيضاً: ﴿... فَمَنْ
أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَى عَلَى اللَّهِ كَذِبًا لِيُضِلَّ النَّاسَ بِغَيْرِ عِلْمٍ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ﴾^(٧١).

^(٦٦) سورة النساء، الآية: ٨٣.

^(٦٧) تفسير القرطبي، تحقيق: عبدالله التركي، الطبعة الأولى، مؤسسة الرسالة، بيروت، ١٤٢٧هـ، ج ٥، ص ٢٩١.

^(٦٨) د. كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الشرعية، دار الهلال ودار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠٠٧، ص
٨٨.

^(٦٩) سنن الترمذي، كتاب الشهادات، باب ما جاء فيمن لا تجوز شهادته، ح رقم: ٢٢٩٨، مرجع سابق، ج ٤، ص ٥٤٥.

^(٧٠) سورة التوبة، الآية: ١١٩.

^(٧١) سورة الأنعام، الآية: ١٤٤.

وعليه، فلا يكفِ التيقن من صدق الخبر إذا لم يتبع ذلك التزام حقيقي بنقله دون تحريف أو اجتزاء، أو وضعه في قالب معين بحيث تُقلب مضامينه أو يتم تهويله أو تهوينه، مما يؤدي إلى التضليل والتعمية^(٧٢).

٣- حجب أية معلومة فيها إضرار بالمصلحة العامة:

ولا يقصد من ذلك إخفاء المعلومات عن الجمهور، وإنما يقصد: حجب القول الفاحش البذيء الذي يروج للفاحشة والمنكر، بحيث يتم التعدي على معتقدات الناس وأخلاقياتهم ويشجع على نقشي الرذيلة بينهم أو يعكر صفو أمنهم، قال تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾^(٧٣). وهنا يشار إلى أن كافة القوانين والشرائع الدولية تجرم الإساءة للآخرين من خلال وسائل الإعلام، حتى أن الجمعية العامة للأمم المتحدة أصدرت قرارها رقم (٥٩) الذي ينص على عدم استخدام الحرية الإعلامية في الإساءة للآخرين^(٧٤).

٤- الحصول على المعلومات بطريقة مشروعة:

معلوم في عالم اليوم أهمية الوصول إلى المعلومة وحق الأفراد في الحصول عليها إلا أن ذلك لا يعني على الإطلاق فتح كافة الأبواب والسبل سواء أكانت مشروعة أم غير مشروعة - للوصول إلى ذلك، فكما أن السلطة القضائية تفرض في الأدلة الجنائية أن يتم الحصول عليها بطريقة شرعية وهو ما يطلق عليه (الشرعية الإجرائية)، فكذلك المادة الإعلامية لا يجوز للحصول عليها سلوك السبل والوسائل المُجرّمة، فلا تنصت ولا تجسس ولا هتك للحرمان الشخصية.

(٧٢) أ. حسام خليل عايش، الإعلام ضوابطه وأحكامه الشرعية، رسالة ماجستير، كلية الشريعة والقانون، قسم الفقه المقارن، الجامعة الإسلامية، غزة، ٢٠٠٧، ص ٣٤.

(٧٣) سورة النور، الآية: ١٩.

(٧٤) الحق في حرية الرأي والتعبير، سلسلة الدراسات ٣١، الطبعة الأولى، يوليو ٢٠٠٣.

يقول تعالى: ﴿وَلَا تَجَسَّسُوا﴾^(٧٥). فالآية الكريمة تحرم التجسس على المسلمين، وهو عام يشمل التجسس عليهم للوصول إلى المعلومة أو الخبر.

كما روي عن عبد الرحمن بن عوف رضي الله عنه قوله حرس مع عمر بن الخطاب رضي الله عنه ليلة بالمدينة، إذ تبين لنا بينة على قوم لهم أصوات مرتفعة ولغط ، فقال عمر: هذا بيت ربيعة بن أمية بن خلف وهم الآن شرب، فما ترى؟، قلت: أرى أننا قد أتينا ما نهى الله عنه، قال تعالى: ﴿وَلَا تَجَسَّسُوا﴾ وقد تجسسنا، فأنصرف عمر وتركهم^(٧٦).

فرغم المسؤولية الجسيمة الملقاة على عاتق عمر أمير المؤمنين من حيث تفقد أحوال الرعية ومحاولته التعرف على أحوالهم ومشكلاتهم؛ إلا أنه لم يكن ليعمد إلى الطرق غير الشرعية للحصول على المعلومة.

٥- الالتزام بالأخلاق والقيم الإسلامية أثناء ممارسة العمل الإعلامي:

فمن غير المقبول في الإعلام الإسلامي التضليل أو إثارة الشهوات والغرائز أو الشتم والقذف أو أن يكون الإعلام مطية لتحقيق الثراء الفاحش على حساب ثوابت الأمة وأخلاقيات شبابها.

إن الإسلام رغم دعوته للحرية وحفاوته بها إلا أنه يرفض الاستخدام الخاطيء للحرية، لقد أفرطت نظرية الحرية - في عالم الإعلام الحديث - في إعلاء حرية الفرد على حساب مصلحة المجتمع، وبالغت في منح الفرد الحق في التنصل والتحرر من أية مسؤولية اجتماعية أو قيمة أخلاقية، وتحوّل الإعلام إلى صناعة وتجارة، بحيث أصبح يُنظر إلى كل شيء على أنه سلعة، حتى المبادئ والقيم، وأصبح جني المال هدفاً بحد ذاته، ولم يعد للجشع الفردي حدود^(٧٧).

^(٧٥) سورة الحجرات، الآية: ١٢.

^(٧٦) تفسير القرطبي، مرجع سابق، ج ١٦، ص ٣٣٣.

^(٧٧) د. عبدالرزاق محمد الديلمي، الإعلام الإسلامي، مكتبة الرائد العلمية، الأردن، ٢٠٠٤، ص ١٤١.

الخاتمة

توصل الباحث إلى النتائج والتوصيات التالية:

أولاً: النتائج:

- ١- لقد اختلف المفكرون في وضع تعريف دقيق لمفهوم الإعلام، وكذلك اختلفت الدول بحسب أنظمة الحكم القائمة في فهم الإعلام وتفسيره حسب نظرتها بمختلف الشؤون الاقتصادية والاجتماعية والثقافية فيه، وقد عرضنا لهذه التعريفات المتعددة ووجدنا أن علماء الإعلام يجتهدون في وضع تعريف أمثل لهذا المصطلح الحديث.
- ٢- لا يجوز لأي ناشر الاقتباس أو الحصول على المعلومات ونشرها دون الإشارة إلى مصدرها.
- ٣- لا يجوز تخريب أنظمة ومعلومات الآخرين أو إتلافها أو التعرض لها بأي شكل لحديث "لا ضرر ولا ضرار"، وتجاوز المعاملة بالمثل.
- ٤- قلة الدراسات والبحوث في مجال تأصيل الإعلام الإسلامي بكليات وأقسام الإعلام بالجامعات العربية والإسلامية.
- ٥- هناك نقصاً واضحاً في الكوادر البشرية المؤهلة في الإعلام الإسلامي بالمؤسسات الإعلامية العربية.
- ٦- هناك اتفاقاً في أساسيات العمل الإعلامي، وفي المبادئ والأسس التي يقوم عليها، كالتحلي بالموضوعية والتجرد من الذاتية في عرض الحقائق، والصدق والأمانة في جمع ونقل البيانات من مصادرها الأصلية، والتعبير الصادق عن الجمهور الذي يتوجه إليه الإعلام.

- ٧- تتوقف عملية الاتصال صلاحًا وفسادًا، حقًا وباطلاً، هدىً وضلالًا، بحسب نوعية ما يتم إرساله من المعلومات، والقالب الذي تصاغ فيه الرسالة.
- ٨- التأكيد على أهمية الإعلام في حياة الأفراد والمجتمعات، وما يقوم به من التأثير سلبيًا أو إيجابًا. فالمنظومة الإعلامية، هي لسان الأمة، وسيفها، لمواجهة الغزو الفكري والثقافي والحضاري، الذي تتعرض له الأمة.
- ٩- غياب الأصالة والذاتية النابعة من قيم الإسلام ومبادئه، عن وسائل إعلامنا، أصابها بآفات الرؤى العلمانية والإلحادية، وما تقدمه وسائل الإعلام الغربية من مفاسد وانحرافات.
- ١٠- أن الدعوة إلى الإسلام، وتوضيح صورته الناصعة، وإبراز محاسنه وثمراته للناس من أعظم المبررات لصياغة الإعلام صياغة إسلامية حتى يمكن أن يؤدي هذا الإعلام دوره في الحياة الإنسانية.

ثانيًا: التوصيات:

- ١- وجوب القيام بمجهود إسلامي كبير على مستوى الدول، ثم على مستوى المؤسسات والهيئات؛ لدعم وسائل الإعلام الإسلامية والنهوض بها لتؤدي رسالتها، في الدفاع عن الأمة ومقدساتها في مواجهة الغزو الفكري، والطعن في ثوابت الأمة.
- ٢- زيادة الوعي بالأحكام الشرعية المتعلقة بالإعلام على اختلاف أشكاله وأنواعه وضوابطه وأهدافه، من خلال تضمين هذه الموضوعات في المناهج الدراسية لكافة المراحل العمرية لينشأ جيل واعٍ بأحكام دينه.
- ٣- إنشاء مركز إعلامي إسلامي ووكالة إعلامية إسلامية متخصصة تخرج جيلًا من الإعلاميين المتميزين والمنضبطين بأحكام وقواعد الشريعة الإسلامية في هذا الجانب، قادرين على المنافسة والدعوة، ليمثلوا صورة حقيقية لمفهوم الإعلام الإسلامي.
- ٤- تفعيل الأجهزة الرقابية وتفعيل نظام الحسبة على كافة الوسائل الإعلامية من أجل الوصول إلى إعلام نزيه خالٍ من الانحرافات بشتى صورها، إضافة إلى ضبط التجاوزات وإحالة المخالفين إلى القضاء.
- ٥- الاهتمام كثيرًا بالبرامج التي تقدم للأطفال خاصة في الأمور التي تتعلق بالعقيدة؛ ذلك لأن ما يراه الطفل ويسمعه يرسخ في ذهنه ويصعب تعديله.

٦- لا بد من اعتبار الاهتمام بوسائل الإعلام هو جهاد العصر، تُوجّه إليه الطاقات، والقدرات والعقول، وتُوضَع له الخطط، التي تَسْتَشْرِفُ المستقبل، وتواكب روح العصر.

٧- يجب أن تتعاون أجهزة الثقافة والتعليم والإعلام عن طريق البرامج لدراسة هوية المسلمين الدينية والثقافية وإبرازها إلى حيز الوجود، ولا بد من المشاركة الإيجابية والتعاون البناء المستمر حتى نتخلص من أشكال السيطرة الثقافية التي نزحت من الغرب، وأنه لا بد أن تمارس هذه الأجهزة متعاونة عن طريق تعزيز البرامج بإعلام إسلامي يحقق الأهداف التربوية الإسلامية.

٨- على الدول العربية والإسلامية التفكير الجاد في إنشاء وسائل إعلامية قوية وقادرة على تصحيح المفاهيم المغلوطة عن الإسلام في المجتمعات الغربية.

٩- توجيه الاهتمام بالبحوث والدراسات في مجال الإعلام الإسلامي وإدخال مادة الإعلام الإسلامي بكليات وأقسام الإعلام بالجامعات العربية والإسلامية، أو أفراد ذلك بكليات خاصة.

١٠- يجب على العلماء والدعاة ورجال الإعلام الإسلامي والهيئات الإسلامية تقديم الإسلام للمجتمع العالمي في ضوء الكتاب والسنة الصحيحة، وفهم السلف الصالح، وهذا من أعظم الواجبات للإعلام الإسلامي والدعوة إلى الله على بصيرة، وتقديم هذه الدعوة إلى المجتمعات الأخرى في ثوب جديد ناظر بلغات تلك المجتمعات تقديمًا مناسبًا لجلال الدين الإسلامي وروعته، وموضحةً لوظيفة الإسلام والمسلمين في المجتمع الإنساني كافة.

١١- ينبغي أن يتصف الإعلام كعملية اتصالية بالصدق والموضوعية وتحري الدقة والحيادية المجردة، وهذا ما يميزه عن بقية أشكال العملية الاتصالية، مثل: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة والرأي العام.

١٢- إنشاء جهاز قوي ماديًا وبشريًا ليشرف على المراكز الإسلامية في الخارج وتزويدها بكل ما تحتاج إليه من أجهزة وكتب ودعاة على أحدث مستوى في حماية الجاليات والجماعات الإسلامية في الخارج في الدول الأجنبية، وذلك نتيجة الجهل أو الضغوط التي يتعرضون لها من قبل الدول التي لا تدين بالدين الإسلامي.

١٣- ينبغي أن يكون الإعلام أداة من أدوات توحيد الأمة ودعمها قويّة من دعائم بنائها العقدي والروحي، فاللغة المكتوبة أو المقروءة أو المسموعة ينبغي أن تكون سليمة في مبناها ومعناها على حد سواء، صريحة في مغزاها معبرة بصدق عن رأي قائلها؛ حتى تُولّد الثقة في عقل سامعها فتستقر في ذهنه وقلبه، ويكون لها في نفسه الفعل المؤثر فتؤتي الغاية المرجوة منها.

١٤- 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 تعالى، فعليهم أن يوجهوا ما ينفع الأمة في دينها ودنياها، ومن أهم الوسائل كذلك الصحافة، والإذاعة، والتلفاز، وغير ذلك من وسائل الإعلام.

المصادر والمراجع

- ١- القرآن الكريم.
- ٢- عبدالله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، الطبعة الثانية، دار عمار، صنعاء، اليمن، ١٩٩٤م.
- ٣- الحسن بن محمد الراغب الأصفهاني، معجم مفردات ألفاظ القرآن الكريم، دار الكتاب اللبناني، بيروت، ١٤٠٤هـ.
- ٤- معجم اللغة العربية المعاصرة، أحمد مختار عمر، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٨م.
- ٥- عبداللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٦٥م.
- ٦- محمد موفق الغلاييني، وسائل الأعلام وأثرها في وحدة الأمة، دار المنارة للنشر والتوزيع، جدة، ١٩٨٥م.
- ٧- إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، بدون سنة نشر.
- ٨- محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي - المبادئ النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٣م.
- ٩- عبدالوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، القاهرة، بدون تاريخ.
- ١٠- محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، الطبعة الثانية، مكتبة الخانجي، القاهرة، ١٩٨١م.
- ١١- سعيد إسماعيل صيني، الإعلام الإسلامي النظري في الميزان، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، ١٩٩٧م.

- ١٢- صحيح مسلم، الإمام مسلم (ت/٢٦١هـ)، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، الطبعة الأولى، دار الحديث، القاهرة، ١٤١٢هـ.
- ١٣- ابن جرير الطبري، تاريخ الرسل والملوك، المعروف بتاريخ الطبري، تحقيق: محمد أبو الفضل إبراهيم، الطبعة الثانية، دار المعارف، القاهرة، بدون سنة نشر.
- ١٤- عبدالله ناصح علوان، الإسلام شريعة الزمان والمكان، الطبعة العاشرة، دار السلام، القاهرة، ١٤٣٣هـ.
- ١٥- فتح الباري بشرح صحيح البخاري، ابن حجر العسقلاني (ت/٨٥٢هـ)، بيت الأفكار الدولية، عمان، ٢٠٠٠م.
- ١٦- سنن الترمذي، أبو عيسى الترمذي (ت/٢٧٩هـ)، تحقيق: أحمد محمد شاكر، الطبعة الثانية، مكتبة مصطفى الحلبي، القاهرة، ١٣٩٨هـ.
- ١٧- عبدالرحمن ناصر السعدي، تفسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، الطبعة التاسعة، مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، ١٤١٨هـ.
- ١٨- سيد الشنقيطي، الإعلام الإسلامي - الأهداف والوظائف، الطبعة الثانية، دار عالم الكتب، القاهرة، ١٤١٧هـ.
- ١٩- محمد عبدالقادر حاتم، الإعلام والدعاية نظريات وتجارب، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٧٢م.
- ٢٠- عبدالعزيز شرف، الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٨م.
- ٢١- سيد أحمد ساداتي الشنقيطي، دراسات إعلامية في فكر ابن تيمية، الطبعة الأولى، دار المسلم للنشر والتوزيع، الرياض، ١٩٩٦م.
- ٢٢- آمال حمزة المرزوقي، النظرية التربوية الإسلامية ومفهوم الفكر التربوي العربي، الطبعة الأولى، بدون دار نشر، جدة، ١٩٨٢م.
- ٢٣- لسان العرب، ابن منظور، الطبعة الأولى، دار صادر، بيروت، بدون سنة نشر.
- ٢٤- المنهجية في تحصيل الخبرة الإعلامية، سلسلة تدريبية للمجاهد الإعلامي، تحت شعار "تحو ترشيد الإعلام الجهادي وأداء إعلامي متميز"، الحلقة الثامنة، أهداف الإعلامي المسلم، مؤسسة الفرقان، ١٤٣٣هـ.

- ٢٥- مختار الصحاح، محمد عبدالقادر الرازي، مكتبة لبنان، بيروت، ١٩٨٦م.
- ٢٦- المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، الطبعة الرابعة، مكتبة الشروق، القاهرة، ١٤٢٥هـ.
- ٢٧- سيد محمد ساداتي الشنقيطي، الأسس الفكرية للإعلام، الطبعة الأولى، دار الحضارة للنشر والتوزيع.
- ٢٨-فايزة حميدان الصاعدي، إسهام بعض البرامج الدينية في قناة المجد الفضائية في تحقيق أهداف التربية الإسلامية، رسالة ماجستير، كلية التربية الإسلامية، جامعة أم القرى بمكة المكرمة، ١٤٢٨هـ-١٤٢٩هـ.
- ٢٩- طلعت همام، مائة سؤال عن الإعلام، الطبعة الأولى، مؤسسة الرسالة، بيروت، لبنان، ١٩٨٣.
- ٣٠- آلاء أحمد هشام، الإعلام، مقوماته - ضوابطه - أساليبه في ضوء القرآن الكريم، دراسة موضوعية، رسالة ماجستير في التفسير وعلوم القرآن، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، ٢٠٠٩م.
- ٣١- محمود كرم سليمان، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، الطبعة الأولى، دار الوفاء، القاهرة، ١٩٨٨م.
- ٣٢- محمد عبدالملك المتوكل، مدخل إلى الإعلام والرأي العام، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، بدون سنة نشر.
- ٣٣- سعيد المسحاح، نحن والإعلام:
- www.alwatanvoice.info/arabic/pulpit.php
- ٣٤- تفسير القرطبي، تحقيق: عبدالله التركي، الطبعة الأولى، مؤسسة الرسالة، بيروت، ١٤٢٧هـ.
- ٣٥- كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الشرعية، دار الهلال ودار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠٠٧م.
- ٣٦- حسام خليل عايش، الإعلام ضوابطه وأحكامه الشرعية، رسالة ماجستير، كلية الشريعة والقانون، قسم الفقه المقارن، الجامعة الإسلامية، غزة، ٢٠٠٧م.

٣٧- عبدالرزاق محمد الديلمي، الإعلام الإسلامي، مكتبة الرائد العلمية، الأردن، ٢٠٠٤.