

## الفصل الثالث

### الإعلام الإسلامي

#### مفهوم الإعلام الإسلامي:

إن الخوضَ في مجال الإعلام الإسلامي يفرضُ علينا الخوضَ في مجالين

واسعين، ويتطلبُ منا الخوضَ في مفهومين عريضين هما الإعلام، ولإسلام

لكنهما مفهومان متداخلان يشتركان بكل عناصر عملية الإعلام إذا ما

قمتَ بتحليلها.

فالإعلامُ من العلوم الحديثة التي لم يطرقها الباحثون المسلمون

بشكل كافٍ تحت هذا الاسم، بالرغم من أهميتها وحساسيتها وضرورتها

للدعوة الإسلامية، إذ تعدُّ وسائل الإعلام بمثابة الجسور التي تعبرُ بها رسائلُ

الإسلام الخالدة إلى الناس في أنحاء الأرض، واليه يرجع الفضل في انتشار

الإسلام على هذه الرقعة الفسيحة شرقاً وغرباً، بالرغم من بدائية الوسائل

التي كانت مستخدمةً حين انطلقت دعوة الإسلام وأشرق نورها في مكة

المكرمة. ونحن حين ننتقُ كلمة الإعلام (الاتصال) فإن الرديف المباشر

لها، هو الدعوة إلى الله، لا بل يمكننا القول إن الإعلام والدعوة يحملان

المعنى العملي والنظري، كما سيتبين لنا لاحقاً بإذن الله.

فإذا كان الإعلام بمفهومه الحديث الذي عرّفته به معظم المدارس

العصرية؛ بأنه **النقلُ الصادقُ والموضوعيُّ للأحداثِ والوقائعِ**؛ ويجب أن تتوافرَ

فيه عناصرٌ عدةٌ من أهمها: **الصدق**، **والموضوعية**، **والدقة**؛ **والأهمية** أو **المصلحة العامة**، وأن يُقدّم للناس بلغته مفهومةً بسيطةً وواضحةً باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية (1). فإن تبليغ معاني لإسلام وتعاليمه ونشره تنطبق على المعام نفسها، أي **النقل الصادق والموضوعي** للأحداث والوقائع، وتعاليم الإسلام، بل هي التي يدعو إليها لإسلام.

ومما يجب التنبيه له معرفة الفرق بين الإعلام في لإسلام في صورته **المثالية** التي نقلها الأوائل من المسلمين والصحابة والتابعين رضوان الله عليهم، وبين تطبيقات المسلمين الحالية للإعلام والتي تختلف باختلاف الزمان والمكان والدولة التي تطبقه. وفي ذلك يرى سيد الشنقيطي)، أن هناك **فرقاً بين الإعلام لإسلامي وإعلام المسلمين**، فالإعلام لإسلام اليومي يفترض أن يكون أفضل إعلام موجود على الساحة، لأنه **ينقل أعظم رسالة عرفتها البشرية**، ولكننا نراه اليوم غائباً عن ساحة الصراع الإعلامي العالمي، ولا هم له سوى صرف المسلمين عن تراثهم الحقيقي، وعزلهم عن ماضيهم وتقديم الحلول المستوردة لكثير من قضايا المصيرية المعاصرة (2). ولعل هذا من الأخطاء الشائعة بين الناس أن يطلقوا المصطلح نفسه عن الإعلام الإسلامي وإعلام المسلمين، تماماً كما يتم تفسير أخطاء بعض المسلمين بأنها خطأ للإسلام كدين، وفي هذا ظلم شديد للدين الإسلامي لأنه لا يوجد أحد حجة على الدين الإسلامي.

## تعريف الإعلام الإسلامي:

الإعلامُ قديمُ النشأة، صاحبُ الجماعةِ البشرية منذ تكونها، وتطورَ بتطور الفكر البشري، ووصلَ إلى ما وصلَ إليه في عصرنا الحاضر، بسبب التقدم العلمي والصناعي، ولكنَّ جوهره الذي يقومُ عليه، والدعامتَ التي يرتكز عليها هي الكلمة منطوقته أم م يبتة (الاتصال اللفظي) أو ما ينوب عنها من أصوات ورموز وإشارات، (الاتصال غير اللفظي) لتبليغ الناس ما يراد تبليغه.

فالاتصالُ كما عرفه الدكتور صالح أبو أصبع: عمليةٌ، يقومُ بها

شخصٌ ما، لتوصيل رسالتِهِ، أو فكرةٍ، إلى مُستقبلٍ أو مُستمعٍ ما، باستخدام

الوسيلةِ المتاحة، لتحقيق هدفٍ وغايةٍ لدى هذا القائمِ بالاتصال، وهو

تفاعلُ المتلقي، أو التجاوبُ مع المرسل، واشتراكهم في مضمون تلكِ

الرسالتِ، (3).

الإعلامُ هو التعريفُ بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفيةُ معالجته هذه

القضايا في ضوءِ الياتِ، والمبادئ التي اعتمدتْ لدى كل نظامٍ أو دولتي،

كما مر معنا في وحدة الأسس العلمية لاختلاف أنظمة الإعلام، ومن خلال

وسائل الإعلام المتاحة، داخلياً وخارجياً وبالأساليب المشروعة أيضاً في كل

نظامٍ وكل دولتي. وإذا أريدَ للإعلام أن يكونَ إسلامياً فلا بدَّ له أن يستمدَّ

منطلقاته من مصدري الإسلام الأساسيين؛ وهما القرآن الكريم؛ والسنة النبوية العطرة.

يعرف الإعلام لإسلامي أنه: استخدام منهج إسلامي بأسلوب إعلامي يقوم به مسلمون عالمون، عاملون بدينهم، متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة، وجماهيره المتباينة، يستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة، والقيم والمبادئ والمثل مع المسلمين وغير المسلمين، في كل زمان ومكان، وفي إطار من الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب" (4).

ويرى الدكتور علي النجعي أن الإعلام لإسلامي: "هو إعلام الدول الإسلامية، يوجه لخدمة العقيدة الإسلامية، ونماء الفرد المسلم، وتأصيل الحضارة الإسلامية والعربية، وأنه إعلام حضاري قابل للتطور والاستفادة من تجارب الآخرين، ومن المخترعات الحديثة وبخاصة في مجال تكنولوجيا الاتصال". (5).

الإعلام لإسلامي هو: "تزويد الجماهير بحقائق الدين لإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة نبيه بإحدى وسائل الإعلام المختلفة". (6).

وفي نظر الدكتور بني عامر فإن الإعلام لإسلامي هو: "أداة الدعوة لبلوغ هدفها، وهو يتميز عن الإعلام غير لإسلامي بأنه إعلام ذو مبادئ أخلاقية وأحكام سلوكية، وقواعد وضوابط لا يحيد عنها، وهي مستمدة

من الكتاب والسنة، وهو إعلام واضح **بف الأسلوب**، نظيف الوسيلة **شريف القصد**، **عنوانه الصدق**، وشعاره الصراحة، وغايته الحق لا يضل ولا يضل، بل يهدي إلى الحق وإلى التي هي أقوم، **ولا يعلن إلا ما يبطن (7)**.

## أهمية الإعلام في الإسلام:

يحتل موضوع الإعلام الإسلامي أهمية خاصة في مجتمعاتنا المعاصرة إذ يعد **قطب الرchy** في تبليغ ونشر دعوة الإسلام بالطريقة التي أمرنا الله بها. فإذا وعينا الطريقة وعرفنا كيف يمكننا الاستفادة مما وصل إليه العلم والتكنولوجيا من تطور في مجالات الإعلام ووسائله، وتطويعها في خدمة دعوة الإسلام بالحكمة والموعظة الحسنة؛ بلغنا الغاية المنشودة في نشر تعاليم الإسلام بالطرق العصرية، وامتثلنا قوله تعالى: "أدع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة، وجادلهم بالتي هي أحسن" (8).

جدير بالذكر أن الاتصال هو عصب الحياة في كل المجتمعات، ولا يخفى على أحد أن لوسائل الإعلام قوتها الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، والثقافية. وأن المجتمعات المعاصرة تنظر إليها على أنها ضرورة حياتية، فالإتصال هو الظاهرة الإنسانية التي تجعل الحياة ممكنة. إذ لا زال الناس يتواصلون بطرق شتى منذ أن خلقهم الله على هذه الأرض ولكن بوسائل بسيطة وبدائية كانوا يتواصلون كفن من فنون الحياة

والمحافظة على البقاء، ولكن الأمر مختلف عندما نتحدث عن علم الاتصال

أو الإعلام المحكوم بقواعد ومعايير وأسس تدرس بالكلية والمعاهد.

أما اليوم فقد تشعبت الأنشطة الإنسانية وتعددت، وتعددت تبعاً لها

اهتمامات وسائل الإعلام واتسع دورها، وهو يزداد يوماً بعد يوم في حياتنا

اليومية. ولم يعد باستطاعة أي مجموعة بشرية أن تعيش بمنأى عن تأثيره

وعن تأثير وسائله.

إن الإعلام هو السلاح الذي يهاجمنا به أعداؤنا دون أخلاق، بأسس

مدروسة وأهداف مقصودة لديهم؛ وقد انطاع أعداؤنا بناء الثقة لدى

شعوبهم وحافظوا عليها إلى حد كبير، وشعوبهم تُصدق كثيراً مما تُقدم لها

وسائل الاتصال الجماهيري في مجتمعاتهم، وهذا هو التحدي الكبير الذي

نواجهه في عالمنا العربي والإسلامي، بناء الثقة بين وسائل إعلامنا

وجماهيرنا. ولذلك يجب علينا الاهتمام بأخلاقيات العمل الإعلامي المبني

على أسس إسلامية، وتسهيل العقبات أمام العاملين في حقل الإعلام الإسلامي.

### مكانة الإعلام في الإسلام:

على الرغم من أن الإعلام بأجهزته الحديثة، ووسائله العديدة،

ونظرياته المختلفة وتقنياته المتطورة كان غير معروف وقت نزول الوحي

على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم، إلا أنه بتطبيق المقاييس العملية

الحالية، نستطيع القول إن الإعلام كان ولا زال أداة لهذا الدين ودعامته

رئيسة من دعائم نشر الدعوة الإسلامية.

ولا أظن أننا نتجاوز الحقيقة إذا قلنا إن الدين الإسلامي دين دعوة،

والدعوة عمل إعلامي، بكل ما تحمل هذه العبارة من معان في أذهان أساتذة

وخبراء الإعلام والاتصال الجماهيري في القرن الحادي والعشرين. ذلك أن

الدعوة عمل إعلامي يخاطب العقل، ويستند إلى المنطق والبرهان، ويعمل على

كشف الحقيقة، وهذا هو الإعلام من وجهة نظر المتخصصين. وكما

نستطيع تقريب مكانة الإعلام في الإسلام، لا بد من استعراض بعض

الن من وجهة نظر إعلامية حديثة وقراءتها في ضوء الحقائق الدينية

الثابتة.

دخل الإعلام بظهور الإسلام مرحلة جديدة من مراحل التطور الهامة

التي يغفلها أعداء لإسلام عن قصد وسوء نية، حيث ازدوجت العلنية

بالسرية في وسائل الاتصال، وانتقل الإعلام من أساليب الارتجال والتذبذب

إلى الصناعة التخصصية المنظمة، وتحول من إعلان لصالح بعض الأفراد

والحكام أو بعض الطوائف ورجال الدين، إلى إعلام مطلق لصالح الإنسانية

في كل زمان ومكان. ومن تسلط مطلق على العقول إلى تحرير للعقل

الإنساني. وقد كان احتكاك الغرب المسيحي بالمسلمين وأخذهم عنهم

فنون الحرب ومنهج البحث العلمي، سبباً في انتشار أوروبا من ظلمات العصور

الوسطى (9).

كانت الحياة الإعلامية الحافلة التي عاشها الرسول صلى الله عليه وسلم، وحققت خلالها منجزات عظيمة في حقل الدعوة الإسلامية منذ اليوم الأول، على الرغم من أنه كان يواجه تراث أجيال من الوثنية، والجهل، والخرافات، وكثرة الحروب بين القبائل، حروباً كانت تشتعل بسبب كلمة أو قصيدة، أو ناقتة...

### أنواع الاتصال في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم:

كانت المهمة الأولى للرسول عليه الصلاة والسلام، مهمة إعلامية، قوامها الإقناع، بالكلمة الطيبة الصادقة، الدعوة: "أدع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة، وجادلهم بالتي هي أحسن" (10)، وقد تجسدت في عدة أنواع:

الإعلام الشخصي (المباشر): مارس الرسول صلى الله عليه وسلم الإعلام الشخصي المباشر في بداية الدعوة الإسلامية، وكذلك فعل أصحابه رضوان الله عليهم. وفي مرحلة تالية مارسوا وسيلة إعلامية أخرى.

الإعلام المكتوب (الرسائل): الرسائل التي كان يرسلها عليه الصلاة والسلام لرؤساء الدول والحكام في عصره.



الاتصال العام؛ عندما فرضت صلاة الجمعة أضحت اجتماعاً أسبوعياً تُمارسُ

فيه الدعوة إلى الله بشكل جماعي، وهو ما يعرف.

لم يكن مطلوباً منه صلى الله عليه وسلم أكثر من البلاغ، قال تعالى:

"وما على الرسول إلا البلاغ" (11)، ولم يكن مطلوباً منه أن يقومَ بفرض آرائه

ودعوته على الناس بالقوة لتحقيق الهدف وهو الهداية، فقد خاطبه الله

تعالى بقول: "إنك لا تهدي من أحببت ولكن الله يهدي من يشاء" (12)

وكذلك قوله تعالى: "لا إكراه في الدين قد تبين الرشد من الغي" (13).

يجدر بنا أن نذكر عند المقارنة أن الرسائل التي كلف بها الرسول

صلى الله عليه وسلم، تتميز بأنها رسائل مقدسة جاءت من عند الله ولم

تتدخل بها يد البشر أو تشارك في إعدادها، ولذلك فإنه لا يوجد هناك أي

نوع من أنواع التشويش خاص بالرسالة أو بالمرسل، ولا بالمضمون.

تتأكد لنا المكانة السامية التي يتبوأها العمل الإعلامي في لإسلام

إذا علمنا وأدركنا أن المهمة الإعلامية لم تكن قاصرة على صاحب الرسائل

وحده، أو على الدعاة المتخصصين، والمتفرغين لشؤون الدعوة الإسلامية

فقط، وإنما شملت عموم المسلمين، كل في موقعه، مهما اختلف نشاطه

الاجتماعي، والاقتصادي، والثقافي. وخير دليل على ذلك أن دين لإسلام

دخل إلى شرق آسيا عن طريق التجار المسلمين، ومن خلال تعاملهم الصادق مع

أهل تلك البلاد، دخلوا في الإسلام، ولم يصلها فارساً واحداً بقصد الجهاد،

وانما حمل لواء الذإ إليها فرسان الإسلام من التجار المسلمين الصادقين في تعاملهم، مع الآخرين، فكانوا مقنعين، وكانوا سبباً في هداية أهل تلك البلاد، "ومن أحسن قولاً ممن دعا إلى الله وعمل صالحاً وقال إنني من المسلمين" (14).

لكن الإعلام أصبح أحد مقومات الحياة الأساسية، وقد دخلت وسائل الإعلام كل بيت، ومكتب، ومؤسسة، وغدا العالم بفعلها قرية كونية، مناطقها وأحداثها في متناول اليد، وأصبح الكون، بما يحتويه من معلومات، وخبرات، مشاعاً للجميع، بفضل الإمكانيات التقنية التي إضافتها ثورة الاتصال على وسائل الإعلام، كما مر معنا مسبقاً. وإن من واجبنا نحن المسلمين أن نعرف الكيفية التي تمكننا من تطويع كل هذا التقدم في خدمة دعوتنا وديننا الحنيف بالسبل الحديثة وتقنيات العصر وعدم الاكتفاء فقط بجهود شخصية لبعى المسلمين تجاراً كانوا أو طلاباً أو سفراء، فما هو الإعلام الديني أو الإسلامي

## أركان العمل الإعلامي الإسلامي (عناصر عملية الاتصال):

من خلال قراءتنا لعناصر أو أركان عملية الاتصال، كما عرفها علماء الاتصال المحدثون، ومقارنتها بما يوافقها من مرجعيات، أو أصول دينية، يمكننا القول بن الإعلام الإسلامي: هو تزويد الناس بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله تعالى، وسنة رسوله عليه الصلاة والسلام، بإحدى وسائل الإعلام المتاحة، (سواء كانت وسيلة إعلام إسلامية دينية متخصصة، أو وسيلة عامة تُستخدم لكل الأغراض)، بواسطة قائم بالاتصال، لديه خلفية واسعة، ومتعمقة، في موضوع الرسالة التي يتناولها، بغية تكوين رأي عامٍ وصائب، وإشراك الناس في نوال خير الإسلام وهدية، وإبعادهم عن الباطل، ومن سمات هذا الشخص أنه يعي الحقائق الدينية، ويدركها، ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته (15).

إن الإعلام هو قوام الدين الإسلامي، وأداته الرئيسية، وإذا

أبعاد العملية الإعلامية الدينية، من خلال استقراءنا للعناصر الرئيسية في عملية الاتصال، وهي: المرسل، والرسالة، والوسيلة، والمستقبل، والأثر (الهدف). كما يذكرها معظم علماء الاتصال، نعلم أن جميع تلك العناصر لها مرجعية دينية إسلامية، أي أن الإسلام اهتم بهذه العناصر مجتمعة في الدعوة إلى الله، لكنه وضع لها ضوابطها، وشروطها التي تجعل

منها ركائز بالغة الأهمية لا يمكن إغفال أي منها أثناء القيام )

الاتصال لإسلامي)، بواجب الدعوة إلى الله.

كما مر بنا في الوحدة الأولى من تعريف للاتصال، وإجماع علماء

الاتصال وخبرائه بأنها عملية اتصال وليس فقط مجرد إعلام، نستطيع القول

إن لها مع ذات مرجعية دينية. فنحن عندما نقول إن الاتصال عملية

نقصد الديناميكية، والديمومة في نقل المعاني، والخبرات المشتركة،

والمعرفة. وهكذا هو الإسلام دعوة مستمرة متواصلت، بدأها الرسل صلوات

الله عليهم من لدن آدم عليه السلام، ولم ينته الأمر بالتبليغ، ولم تتوقف

الدعوة إلى الله، حتى عندما توقف نزول الوحي بعد وفاة سيدنا محمد خاتم

الأنبياء والمرسلين عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم. إذا فالعملية التي

تعطي معنى الديمومة والحركة هي سمته من سمات الدعوة الإسلامية، التي

جاء بها الرسل، وحملها من بعدهم الدعاة المسلمون لكل ما يمكنهم

الوصول إليه.

وسنستعرض فيما يلي عناصر عملية الاتصال، ونضع لها مقاربتها

الإسلامية حتى يتبين لنا أهمية كل عنصر منها ومرجعياته الشرعية

الإسلامية :

## الركن الأول: القائم بالاتصال

هو الشخص المتصل أو القائم بالاتصال الذي يعدُّ عنصراً مهماً في عملية الاتصال، سواءً أكان شخصاً عادياً فرداً (كما تتمُّ عملية الاتصال الشخصي المباشر)، أم أن يكون المتصل شخصياً معنوياً كما هو حال المؤسسات الإعلامية. والمرسل؛ في العادة تكون لديه أفكار أو معلومات أو خبرات معينة، يريد توصيلها. وفي مجال الإعلام الديني قد يكون المرسل شخصاً واحداً (فرداً) كما هو موجود في شتى أقطار العالم لإسلامي من دعاة موهوبين وهبهم الله العلم والعطاء وهم معروفون في كل مكان وبخاصة مع انتشار وسائل الاتصال الإلكتروني التي كسرت الحواجز وقاربت بين المسافات بشكل غير مسبوق. أو قد يكون المرسل جماعةً ( ) أشخاص أو هيئات ومؤسسات دعوية (مثل الندوة العالمية للشباب الإسلامي، أو مؤسسات إعلامية أو إسلامية متعددة كالقنوات الفضائية التي تبث على مدار الساعة.

ويمكنُ لنا أن نسمي المرسل في عملية الاتصال، بالداعية المسلم، وهو يتمتع ببعض التي من أبرزها، أنه إنسان متصف بالإيجابية ولا يعرف السلبية في جميع مواقفه وفي كل ما يقول. وأنه يتصف بالأمانة والصدق والوفاء بالوعد. وأنه يدرك حقيقة جمهوره ويعي ما يقول.

يُعدُّ القائم بالاتصال من ركائز الدعوة الإسلامية، وقد حث لإسلام غير مرة، وفي أكثر من موقع، في القرآن الكريم، والسنة المطهرة، على الاهتمام بالشخص الذي يدعو إلى الله، وأمره بتبليغ الدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة، وبالقول اللين، حتى مع أشد الأعداء، وأكثرهم بُغضاً للدعوة.

هكذا أمر الله موسى وهارون عليهما السلام عندما طلب منهما الذهاب إلى فرعون، أكبر طاغية في عصره، ووجههما بقوله "اذهبا على فرعون إنه طغى، فقولا له قولاً ليناً لعله يتذكر أو يخشى" (16). هكذا حال الداعية المسلم لينا في غير معصية.

كما قال الله تعالى لحبيبنا محمد علي السلام، "ولو كنت فظاً غليظ القلب لأنفضوا من حولك" (17)، وأخبره بأنه بعث لدعوة الناس: "وداعياً إلى الله بإذنه وسراجاً منيراً" (18)، وأن عليه الدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة "أدع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة" (19)، كما إن للأحاديث النبوية الشريفة دوراً إعلامياً بارزاً في نشر الدعوة الإسلامية.

وقد يكون المرسل في الدعوة الإسلامية شخصاً متخصصاً في العلوم الشرعية، ولكن التخصص ليس شرطاً في الدعوة إلى الله لأن كل مسلم مكلف بالدعوة إلى الله، من موقعه من مكتبه، وبطريقته التي يعرف بعلمه وحلمه وأخلاقه وتعامله مع الآخرين: "فلولا نفر من كل فرقة منهم طائفة

ليتفقوا في الدين وليندروا قومها إذا رجعوا إليهم لعلهم يرجعون" (20)  
وهذه الآية تنطبق على كل المسلمين، ولا يجوز حصر الدعوة إلى الله في  
فئة قليلة من الناس، لأن هذا من الأخطاء التي وقع فيها رجال الدين في  
الغرب وحصروا علوم الدين في فئة محدودة، ولذلك ثار الغرب على الدين  
بثورتهم على رجال الكنيسة، وهذه نعمت أنعمها الله على المسلمين بأن  
طالبهم جميعاً بالتفقه في الدين، ففي الحديث الشريف، : " من يرد الله به  
خيراً يفقهه في الدين" (21)، وفي القرآن الكريم العديد من الآيات التي  
تحث على التدبر والتفكير؛ "أفلا يتدبرون" (22)، "سنريهم آياتنا في الآفاق  
وفي أنفسهم" (23).

ولا يعني هذا بحال من الأحوال أن يتفرغ جميع المسلمين فقط لدراسة  
العلم الشرعي، الديني كتخصص فقط، وترك بقية العلوم لغيرهم، وهذا  
خطأ كبير في الفهم، وإنما المقصود أن العلم الشرعي لا يقتصر على  
مجموعة واحدة، وإن المتتبع للقنوات الفضائية، يعرف أن كثيراً من الدعاة  
هم الأطباء والمهندسون والمتخصصون في العلوم الأخرى، ولكن الله حباهم  
بنعمت الدعوة وبموهبة الحديث إلى الناس، لأننا لا نستطيع جميعنا أن  
نكون بالمستوى نفسه.

## الركن الثاني: الرسائل

الرسائلُ أو المضمونُ الذي يرغبُ الشخصُ بتوصيله باستخدامِ السبلِ المتاحة. أي هي النتاجُ المادي الفعلي للمصدر الذي يضعُ فكره في رمزٍ معين، قد يكونُ خبراً أو فكرةً أو دعوةً للتغيير، سواءً قدِمَت بصورة كلماتٍ

مكتوبةٍ أو موجاتٍ صوتيةٍ أو إشاراتٍ.

والرسائلُ من عناصرِ عمليةِ الإعلامِ الحديثِ، أما الرسائلُ التي جاء بها الإسلام فهي تسمو على كل الرسائل، وترقى غاياتها عن أرفع الغايات، بالسمو بروح الإنسان، وفكره، وتحريره من كل قيودٍ، وهي رسائلٌ واضحةٌ

صادقةٌ.

الرسائلُ الإعلاميةُ الإسلاميةُ قد تكونُ رسالةً دينيةً بحتةً، واضحةً

المقصد، بصورة مباشرة، كالحث على أداء العبادات الإسلامية، أو تفسير

بعض الآيات القرآنية، لكنها قد تكونُ رسالةً عامةً، تعالجُ أموراً سياسيةً، أو

اقتصاديةً، أمورَ الأحوال الشخصية، ولكن بضوابطٍ شرعيةٍ دينيةٍ، يقول

تعالى "ونزلنا عليك الكتابَ تبياناً لكل شيءٍ وهدىً ورحمةً وبشرى

للمسلمين" (24)، أي أن الرسائلَ الإعلاميةً حينَ تعالجُ الأمورَ الحياتيةَ فإنها

تعالجها من منظور ديني.



## الركن الثالث: مستقبل الرسالة الإعلامية،

المتلقي أو مستقبل الرسالة الإعلامية سواءً أكانَ شخصاً واحداً أم مجموعةً، وهو عنصرٌ آخرٌ من عناصر عملية الاتصال، التي اتفق عليها علماء الاتصال في العصر الحديث، وهو عنصرٌ هامٌ جداً في دعوة لإسلام. فالمستقبل هو الذي يتوجأ المرسل بأفكاره وآرائه واتجاهاته لتحقيق هدفٍ معين وهو تبليغه دعوة الإسلام.

يجدر بنا أن نميز هنا بين مستقبل لسانية عن قصد مسبق، أي الذي يتعرض لهذا النوع من الرسائل، كما يفعل المسلمون في خطبة الجمعة وقراءة الصحف والمجلات الإسلامية المتخصصة، أو الاستماع لإذاعة القرآن الكريم عن علمٍ مسبق. أو يكون غير قاصدٍ للتعرض لرسالة إعلامية دينية عن علمٍ مسبق، ولكنه يتعرض للرسالة الإعلامية الدينية التي تحملها له إحدى وسائل الإعلام أثناء قراءته لصحيفة ما، أو تنقله بين موجات الإذاعة في سيارته، أو التنقل بين المحطات التلفزيونية وهو جالسٌ في بيته أو مكتبه. وقد تجلبُ رسالةً إعلاميةً إسلاميةً ذات مضمون جيد، أعددتها مرسلٌ بإتقان مثل هذا النوع من المستقبلين، أو القراء، وتنقلهم نقلتً نوعيةً وتكون ذات تأثير كبير في حياته.

## الركن الرابع: الوسيط

وسائل الاتصال المتاحة سواءً منها المباشرة أو الجماهيرية. ووسيلة الإعلام هي التي تحمل الرسائل الإعلامية الدينية، وقد تكون وسيلة إعلامية دينية متخصصة، لا تحمل سوى قضايا وموضوعات دينية فقط مثل خطبة الجمعة ودروس الوعظ والإرشاد وكذا المجلات الدينية والصحف المتخصصة، ومحطات إذاعة القرآن الكريم التي لا تبث إلا القرآن والتفسير وعلوم الشريعة المختلفة.

وقد تكون الوسيلة الإعلامية وسيلة عامة لا يقتصر عملها على الإعلام الديني، ولكنها تعالج كل القضايا والموضوعات امثـل محطـات التلفزيون والإذاعات والصحف اليومية، والقنوات الفضائية التي تقدم معظم موادها في الشؤون العامة وتخصص بعض فقراتها وصفحاتها للأمور الدينية.

وسائل الإعلام الحديث بطبيعتها الحال متنوعه مثل: الكتاب، والخطبة، والنشرة، والندوة، والمؤتمرات، والمناظرة، والمعارض، والمسرح، والسينما، والإذاعة، والتلفزيون، ووكالات الأنباء، والرحلات والسياحة، والاتصالات والهواتف، والخلويات، والانترنت.

## الركن الخامس: الهدف (التأثير):

إذا أولينا العناصر السابقة اهتمامنا فإننا نحقق الهدف، والهدف هو عنصر مهم من عناصر عملية الاتصال، والمقصود منه التأثير في آراء أو اتجاهات المتلقين للرسالة الإعلامية، وهذا من صلب الدعوة إلى الله أن نسعى لتحقيق هدف نبيل بإنقاذ البشرية جمعاء أفراد وجماعات، مما هم فيه ونهديهم إلى سبيل الرشاد. "وقولا له قولاً لينا لعله يتذكر أو يخشى" (25)

كل ما تقدم عن عملية الاتصال يقصد به أن نحصل على التغذية الراجعة من المستقبل (التأثير) أو الاستجابة، التي يبدىها المستقبل تجاه الرسالة التي نقدمها له ويتفاعل معها بالافتناع بما نقدم له.

والتأثير في الإعلام الديني يعني الاستجابة التي ستتحقق من قبل المتلقي بتغيير سلوكه نحو الرسالة بالصوم والصلاة والعبادات كما يأمر بها الإسلام، وقد تكون في شأن دنيوي، وفي المعاملات العامة ولكنها بالنهاية تخدم أهداف الدعوة الإسلامية حين نسعى إلى بذر بذور الصدق والوفاء والأمانة والإخلاص واحترام الكبير والتعامل بإنسانية ولطف مع الآخرين هكذا.

## وسائل الاتصال في بدايات الإسلام:

يعدّ الاتصال الشخصي من أكثر أنواع أو مستويات الاتصال تأثيراً على الرأي الـ، وقدرةً على إحداث تغييراتٍ أو تأثيراتٍ كبيرةٍ ومباشرةٍ، قد تعرف نتائجها أو الاستجابة ا بشكل فوري. وقد استخدمه رسولنا الكريم صلى الله عليه وسلم منذ أيام الدعوة الأولى، بعرض نفسه ودعوته على القبائل التي كانت تأتي للحج. كما استخدم كل الوسائل المتاحة في عصره للتوصل إلى الجمهور، وقد كان من بين تلك الوسائل:

أ) القصيدة الشعرية، التي كان ينظمها شعراء المسلمين، إذ كان الشعرُ يلعبُ دوراً إعلامياً لا يقل أهمية عن أية وسيلة اتصال في أيامنا، بل لقد سُمي الشعر بديوان العرب.

ب) الأسواق ومنتديات الثقافة: مثل سوق عكاظ وهي بمثابة المنتديات الفكرية والثقافية والندوات والمؤتمرات التي تعقد في عصرنا.

ج) الخطابة: وهي إحدى الوسائل القديمة الحديثة التي ازدهرت بين كثير من الأمم، ولا تزال من الوسائل الهامة حتى يومنا هذا. كذلك استغلال المناسبات الدينية المتخصصة، وهي التي يمكن اعتبارها وسائل إعلامية إسلامية انضردت بها الدعوة الإسلامية .

د) خطبة الجمعة: تتميز الرسائل الإعلامية الدينية التي تحملها الخطبة الدينية الناجحة بقدرتها على إحداث تأثير خاص لدى الرأي العام المتلقي

لهذه الخطبة. وقد قرنَ الإسلامُ الخطبةَ عموماً بمكانةٍ ساميةٍ إذ لا تجوزُ بعضُ الصلوات إلا بها، ومنها الجمعةُ والعيذان، ولذلك أمرنا اللهُ جلَّ وعلا أن نتركَ الدنيا وقتَ صلاةِ الجمعةِ: "يا أيها الذين آمنوا إذا نودي للصلاة من يومِ الجمعةِ فاسعوا إلى ذكرِ اللهِ وذروا البيعَ" (26) سورة الجمعة.

هـ) دروسُ الوعظِ والإرشادِ (المحاضرةُ الدينيةُ): والدرسُ الدينيُّ أصبحَ أحدَ الوسائلِ الهامةِ التي يعتمدُ عليها الوعاظُ والخطباءُ ليلعبَ دوراً كبيراً في مجال الإعلامِ الدينيِّ.

و) موسمُ الحجِّ: تعتبرُ مواسمُ الحجِّ والعمرةِ بمثابةَ فرصٍ عالميةٍ يمارسُ فيها الإعلامُ الدينيُّ دوراً على المستوى العالمي، إذا ما أُعدَّ لها إعداداً إعلامياً مخططاً له "وأذن في الناس بالحج يأتوك رجالاً وعلى كل ضامر يأتين من كل فج عميق" (27).

## أهداف الإعلام الإسلامي:

يعكس الإعلامُ في أي مجتمع من المجتمعات، خبراتٍ مختلفاً، أو متنوعاً، يمكنُ إرجاعها إلى الاختلافِ في النظمِ الحكومية، واختلافِ النظمِ الاجتماعية، واختلافِ أنواعِ المعارفِ الإنسانية التي حصلَ عليها هذا الشعبُ أو ذاك.

وان الهدفَ الرئيسَ للإعلامِ هو تزويدُ الناسِ بالأخبارِ الصحيحة، والمعلوماتِ السليمة، والحقائقِ الثابتة، التي تساعدُهم على تكوينِ رأيٍ صائبٍ، في واقعةٍ من الوقائع، أو مشكلةٍ من المشكلاتِ (28). مما يعني أن غايةَ الإعلامِ هي توسيعُ مداركِ الجماهير عن طريقِ تزويدهم بالمعارفِ واقناعهم بالقيامِ بسلوكٍ معين يتفقُ مع أهدافِ القائمِ بالإنسان. وهي ذاتها التي يسعى الإعلامِ الإسلامي لتحقيقها، إذ يتحملُ الإعلامُ الإسلامي العبءَ الأكبرَ في تحقيقِ الأهدافِ التالية (29).

1. تحصينُ الجماهير بحقائقِ الدينِ الإسلامي لحمايةِ المجتمعِ بأسره.
2. تعديلُ سلوكِ الجماهير بما يتلاءمُ مع جوهرِ هذا الدين، والإسهامُ في التقويمِ الخلقِي للناس، وإرساءِ قواعدِ الخير.
3. تحسينُ المعاملاتِ بين الناسِ بعضهم بالبعضِ الآخر.
4. دعمُ وتقويةُ الاتجاهِ إلى أداءِ العباداتِ الإسلامية.

5. القضاء على المعتقدات الخاطئة المنتشرة، من خلال التفسير العلمي

الصحيح لحقائق الدين الإسلامي.

6. استخدام المفاهيم الدينية في الإقناع بالأفكار المستحدثة والقضايا

العصرية التي لا تتنافى مع جوهر لإسلام.

7. تقديم صورة الإسلام الحقيقي والذود عنه بكل الوسائل المتاحة،

وبالحجج المقنعة والبراهين، والاستعانة بالحقائق الدينية لتوجيه

الجماهير في المجتمعات الإسلامية.

8. استخدام أسلوب الحوار والنقاش بطريقة حضارية في الرأى الإسلامى

الإعلامية، بعيداً عن التعنت والتزمت والتشبت بالرأى الخاطى؛ " ولا

تجادلوا أهل الكتاب إلا بالتي هي أحسن " (30).

## وظائف الإعلام الإسلامي:

يعد الإعلام نظاماً اجتماعياً من أخطر أنظمة المجتمع في العصر الحديث، ولا بد أن يتم بناؤه بصورة تتكامل مع بقية أنظمة المجتمع، ولعله الخيط الذي يربك به نسيج المجتمعات، ولذا تبدو أهميته واضحة جلية، وتعتبر وسائله من أفضل وسائل المشاركة الاجتماعية في العصر الحديث.

تقدم الحديث عن وظائف الاتصال في المجتمع، وقلنا بأننا لا نقوم بأعمال مجردة، أثناء ممارسة العمل الإعلامي، ولكن نقوم بأعمال لها وظيفة في المجتمعات التي نمارس عمل فيها. وتستخدم الوظيفة لدلالة على العائد والمتواصل الذي يقوم به الشخص أو المؤسسة، في المجتمع، وقد تعددت وظائف وسائل الاتصال في المجتمع وتنوعت تنوع الحياة الإنسانية.

إن المتتبع للدراسات العلمية حول الاتصال الجماهيري في المجتمع سيجد أنه لا يوجد اتفاق شامل أو تام حول وظائف الاتصال الجماهيري، لأن الإعلام بوسائله المختلفة هو حاجة اجتماعية تختلف من مجتمع لآخر ومن زمن لآخر. فالوظائف هي تخصيص وتحديد الأدوار العامة التي يؤديها الاتصال، وهي لا تختلف فيما إذا كان الإعلام إسلامياً أم لا، لأن الوظيفة هي ما يلقي على أجهزة الإعلام من مهام وواجبات ومسؤوليات تشكل في مجموعها نداءً إعلامياً متكاملًا. وتجدر الإشارة إلى أن هذه الوظائف تعمل



مجتمعة كوحدة واحدة لا يمكن فصلها أو عزلها عن بعضها البعض، وهي

تعمل بنظام الآلة (31).

1. الوظيفة الإخبارية: أي وصل الناس بالعالم الخارجي وتزويدهم بالمعلومات، وشرحها وت

2. الوظيفة الاجتماعية: ومن أبرز ما تقوم به هنا الإرشاد والتوجيه، والعمل على ترابط المجتمع ونقل التراث من مستوى الأسرة الصغيرة إلى أفراد المجتمع ككل. وتقديم معلومات عن الحياة الاجتماعية أو تكوين مهارات جديدة.

3. الوظيفة الحضارية: وهي المعنية بالوظيفة التعليمية والوظيفة الفكرية والثقافية.

4. وظيفة التسلية والترفيه: لا تقل أهمية عن الوظائف الأخرى من النواحي النفسية والاجتماعية.

5. وظيفة تحسين الرأي العام" وحماية المجتمع من الفساد الفكري والأخلاقي والسلوكي، والمساعدة في بلورة الرأي العام، ومن إساءة استخدام السلطة (التعسف في استعمال الحق والإساءة في استخدام السلطة).

6. وظيفة الإعلان والتسويق: وهذه وظيفة تخدم المستهلك والمعلن في آن واحد، وفقاً لأسس الشرعية الإسلامية.

7. الوظيفة الإنسانية: وتتمثل في الجهود التي يقوم بها الإعلام الإسلامي في تبليغ الدعوة الإسلامية لغير المسلمين، لإخراجهم من الظلمات إلى النور.

8. وظيفة محاربة العقائد الفاسدة، وإقامة العقيدة الصحيحة بكل الوسائل الشرعية المتاحة.

9. تحقيق التعارف والتآلف بين الناس، امتثالاً لقول الله تعالى: "يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوباً وقبائل لتعارفوا" (32).

### خصائص الإعلام الإسلامي:

يتميز الإعلام الإسلامي بخصائص عديدة، كما يتميز رجل الإعلام المسلم الناجح أو القائم بالاتصال في الإسلام بصفات كثيرة، من أبرزها (33).

1. الإعلام الإسلامي إعلامٌ هادفٌ وموجهٌ لتحقيق هدفٍ واحدٍ وهو إعلاءُ كلمة الله.

2. الإعلام الإسلامي إعلامٌ شاملٌ يهتم بجميع شؤون الحياة وسلوك الإنسان، من حيث العقيدة والإيمان والأخلاق، وسائر أنواع العلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

3. الإعلام الإسلامي إعلامٌ ملتزمٌ بعقيدة الإسلام في كل شأن من شؤون الحياة، أي أنه قائم على العقيدة والإيمان مرتبط بأحكام الإسلام وتعاليمه(34).
4. الإعلام الإسلامي إعلامٌ حر بشرط أن لا يؤدي إلى إيذاء الآخرين وحررياتهم، حتى لو كانوا أعداء: ( ولا تسبوا الذين يدعون من دون الله فيسبوا الله عدواً بغير علم"(35).
5. الإعلام الإسلامي إعلامٌ ملتزمٌ بالقيم الإسلامية يستهدف بناء الشخصية المتوازنة.
6. الإعلام الإسلامي إعلامٌ قائم على الإقناع: " لا إكراه في الدين"(36).
7. الإعلام الإسلامي إعلامٌ عالمي لجميع البشر دون استثناء: (يا أيها النبي أنا أرسلناك كافة للناس) (37).
8. تتسم الرسالة الإعلامية في الإسلام بالثبات، فيما يتعلق بأمور العقيدة، وينحصر دور المرسل بالتبليغ دون تحريف.
9. يعتبر كل أفراد المجتمع الإسلامي قائمين بالاتصال، ومسؤولين عن تبليغ الدعوة، كل على حسب قدرته وعلمه.
10. كل فرد في المجتمع المسلم صالح لممارسة عملية الدعوة والإقناع وفي كل المواقف، وفي الحديث الشريف: " ليبغ الشاهد الغائب، رب مبلغ أوعى من سامع" (38).

## صفات رجلِ علامٍ الناجحِ (القائمِ بالاتصال) الإسلام:

يُعتبرُ توافرُ العناصرِ الإسلاميةِ الإعلاميةِ الكفؤةِ من أهمِ العواملِ التي

تحفنجحُ للعملِ الإعلامي، ومن صفاتِ هذا الإعلامي الناجحِ (39).

1. أن يكونَ واسعَ الثقافةِ متعددِ الجوانبِ، مُلمّاً بالحركاتِ الفكريةِ

المعاصرةِ ومشكلاتها.

2. أن يكونَ قويَ الصلةِ بالنصوصِ الإسلاميةِ، لكي يوردَ ذلكَ في

المواضيعِ المناسبةِ.

3. أن يكونَ مُلمّاً بإحدى اللغاتِ العالميةِ الحيةِ، يزيدَ ثقافتهِ العامّةِ

بإطلاعهِ على ثقافاتٍ وخبراتٍ أخرى.

4. أن يكونَ مُتمرساً على أساليبِ الحوارِ لمناظرةِ. "قل هذه سبيلي أدعو إلى

الله على بصيرةٍ أنا ومن اتبعني" (40).

5. أن يؤمنَ برسالتِهِ، ويتفهّمَ طبيعتهِ عملِهِ، ويكونَ قادراً على التكيفِ مع

جماهيره، ويتحمسُ لمشاكلهم، ويدركُ أبعادَ حياتهم ومتطلباتها

6. أن يحددَ هدفه من الاتصال قبل البدء بالعمل.

7. أن يركزَ على العواملِ المشتركةِ بينه وبين الجمهورِ.

8. أن يعرفَ الظروفَ الاجتماعيةِ والسياسةِ والاقتصاديةِ والثقافيةِ الموجودةِ

في المجتمعِ.

## كيفية إعداد وتأهيل الكوادر البشرية الإعلامية المسلمة:

إن رجل الإعلام المسلم الناجح هو الذي يكتشف الطريقة الصحيحة للتعبير عن فكرته التي لديه، والكيفية التي يستطيع أن يؤثر عن طريقها في أكبر عدد ممكن من الناس. يُعدُّ الداعية الإسلامي دعامةً رئيسيةً يقوم عليها البنيان الإعلامي بشكلٍ عرِّ والبنيان الإعلامي الإسلامي على وجه الخصوص، وكى نصلُ إلى هذا الإعلامي المسلم لا بدَّ من عدادِ الكوادر البشرية الإعلامية الإسلامية. ومحاولة الوصول إلى الناس بلغتهم التي يفهمونها، دون جهدٍ، وبالتالي زيادة الرقعة التي يصلها لإسلام، بتكاليفٍ وجهدٍ قليلين نسبياً، وبذلك يكون الإعلام أكثر تأثيراً في الجماهير، إذا ما ارتكز على دعائم دينية (41)، وذلك من خلال:

1. إدخال الدراسات الإعلامية الحديثة، وعلوم الاتصال بالجماهير ضمن برامج الدراسة، في الكليات الدينية التي تُخرجُ الدعاة والخطباء والأئمة

والوعاظ.

2. إدخال الدراسات الدينية الإعلامية، ضمن مناهج الدراسة في كليات ومعاهد أقسام الصحافة والإعلام والإذاعة والتلفزيون، كجزء رئيس من

البرامج الدراسية في هذه الكليات والمعاهد العلمية.

3. إعداد دوراتٍ تدريبيةٍ مهنيةٍ، مُعدةٍ ومنظمةٍ إعداداً جيداً في فنون الدعوة

الإسلاميةِ وأساليبها للعاملين حالياً في حقل الإعلامِ الديني، من خطباءِ

ووعاظٍ، لتزويدهم بأحدثِ فنونِ وعلومِ الإعلامِ والاتصالِ الجماهيري.

4. تهيئةُ كل مسلمٍ كي يؤيِّ العملَ الإعلاميَّ الديني في نطاق الدائرة التي

يتحركُ بها.

5. الاهتمامَ بتدريس علمِ الإعلامِ، وخصوصاً في كلياتِ الشريعةِ، أو ما

يمكنُ تسميتهُ بقسمِ الإعلامِ والدعوةِ، والإقرانِ بين الإعلامِ والدعوةِ

معاً، فقد أصبحَ الأمرُ ضرورياً، إسلاميةً.

6. إعدادِ وتأهيلِ مدرسينَ المؤهلينَ، في حقولِ الإعلامِ، بتأصيلِ شرعي، أو

بخلفياتِ ودراساتٍ شرعيةٍ، مقرونةٍ مع دراسةِ مفاهيمِ الإعلامِ الحديثِ،

ونظرياته، وفنونه، كما تدرسُ في كلياتِ الإعلامِ على أيدي متخصصين

في الإعلامِ.

7. تطويعُ وسائلِ التكنولوجيا والعصرِ الحديثِ، لخدمةِ الدعوةِ الإسلاميةِ،

ولا سيما بفضلِ انتشارِ المحطاتِ الفضائيةِ والانترنتِ، ومواقعِ التواصلِ

الاجتماعي الحديثِ، التي مكنتِ الناسَ من التحرُّرِ إلى قدرٍ كبيرٍ من

أجهزةِ الرقابةِ غيرِ العمليةِ أو الضروريةِ.

8. اختيارِ الشخصِ المناسبِ للمهنةِ الإعلاميةِ التي تناسبُ مؤهلاته وقدراته،

فليس بالضرورة أن ينفعَ كل رجلِ إعلامٍ في كل مواقعِ العملِ الإعلامي.

فرجلُ الإعلامِ الذي يصلحُ للعملِ في إحدى أجهزةِ الإعلامِ قد لا يصلحُ

للعملِ في جهازٍ آخر. والمحرمُ الصحفي في الصحافةِ الورقيةِ قد لا ينجحُ

في إلقاءِ نشرةِ أخبارٍ في الإذاعةِ أو التلفزيون.