



رابطة العالم الإسلامي
الأمانة العامة
الإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

الإعلام في العالم الإسلامي بين الأصالة والتبعية

دراسة تأصيلية عن الإعلام في الإسلام من حيث مفهومه وأصوله وطبيعته
مقارنة بالواقع الإعلامي المعاصر

إعداد

الدكتور عبد الستار إبراهيم الهيتي

أستاذ الفقه المقارن وأصوله المشارك - جامعة البحرين

مقدم إلى

مؤتمر مكة المكرمة الثالث عشر

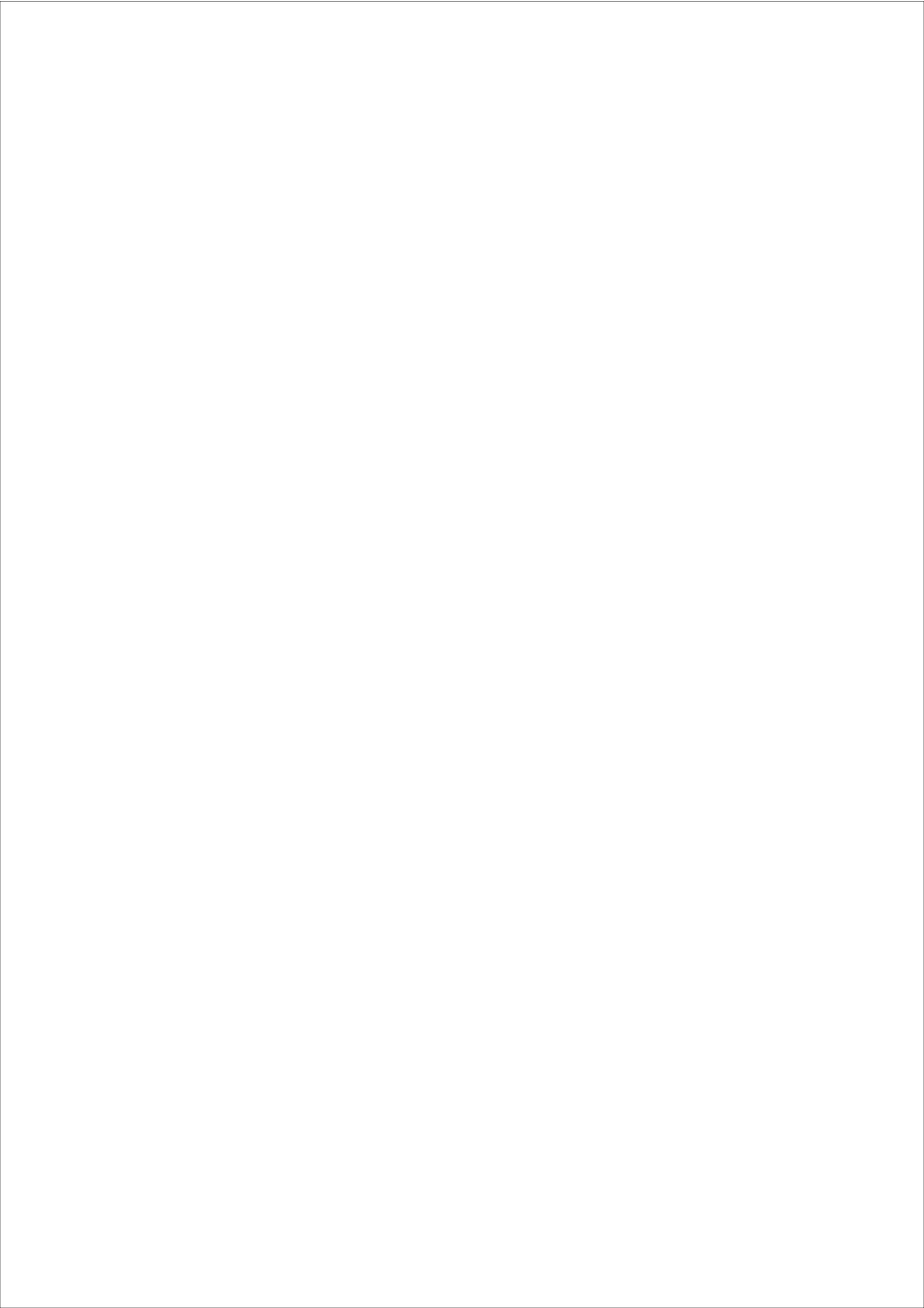
التحديات الإعلامية في عصر العولمة

الذي تنظمه رابطة العالم الإسلامي

مكة المكرمة - المملكة العربية السعودية

٥ - ٧ / ذو الحجة / ١٤٣١ هـ

١١ - ١٣ / نوفمبر / ٢٠١٠ م



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المقدمة

الحمد لله رب العالمين ، والصلاة والسلام على محمد سيد الأولين والآخرين .
وبعد :

فقد تطور الإعلام في العصر الحاضر تطوراً ملحوظاً ، وشهدت وسائله نقلة نوعية من حيث شكلها وطبيعتها وبرامجها ، الأمر الذي أكسبها قدرة فائقة على الاستقطاب والتأثير والتوجيه والتثقيف ، حتى أصبحت عاملاً من عوامل تحديد الأفكار والرؤى على مستوى الأمم والمجتمعات ، واستخدمتها العديد من المؤسسات والحكومات لدعم الأفكار التي تؤمن بها وتعمل على تنفيذها ، وغدت بعد ذلك سلاحاً قوياً يتعدى دور الترويح ونقل الأخبار ، ليعمل على تبديل المفاهيم وصناعة الاتجاهات ، يحمل بين طياته قيماً ومفاهيم تحكم قواعد التلقي وتحقق التأثير المطلوب في كافة المجتمعات والدول ، وليس المجتمع الإسلامي ببعيد عنها .

ونظراً لأن الدعوة الإسلامية بعقيدتها وشريعته تمثل ثقافة الأمة ومنهجيتها الفكرية ، فقد كان لزاماً عليها أن تعتمد البرامج الإعلامية المتنوعة ، لتكون تلك البرامج قوة داعمة للمسيرة الحضارية الإسلامية أمام أشكال الغزو الفكري والثقافي القادم من طرق شتى ، ومنها طريق الإعلام بكافة مجالاته المقروءة والمسموعة والمرئية ، الأمر الذي يتطلب من الأمة أن تعتمد صيغاً وأساليب وبرامج جادة لتأصيل الإعلام مفهوماً وأصولاً وخصائص ، حتى يصبح عنصراً فاعلاً في مسيرة الدعوة الإسلامية المعاصرة ، وعاملاً من عوامل بناء الحضارة الإسلامية الناهضة ، متناسباً مع معطيات العصر ومستجداته التقنية والفنية .

في مقابل ذلك تماماً نجد أن الإعلام اليوم يمثل في أكثر صفحاته ومجالاته صورة واضحة لمعالم الحضارة الغربية التي تقود ثورة هائلة في عالم الاتصال والترويج ، الأمر الذي جعل الإعلام في كثير من الدول العربية والإسلامية إعلاماً تابعاً يعتمد في برامجه وشكله ومضمونه على الوافد من الأفكار ، ابتداءً من استيراد الآلات والتقنيات ، ومروراً بطرق الإخراج والتنفيذ ، وانتهاءً باستيراد أنواع البرامج والمواد الإعلامية المعلبة والمعدة سلفاً ، حيث بلغت ما تستورده أجهزة الإعلام في العالم الإسلامي من المواد الغربية والمعلومات أكثر من ٩٠% من مجموع ما تبثه من برامج وأخبار ، وسيطرت وكالات الأنباء العالمية الكبرى وكلها غير إسلامية على أكثر من ٨٠% من البث الإعلامي العالمي ، يضاف إلى ذلك السيطرة التجارية على السوق الدولية للمعلومات والاتصال في العالم ؛ بواسطة مؤسسات وتجمعات غربية تعتمد النهج الرأسمالي الأمريكي .

وبناء على ذلك أصبحت المنطقة العربية والإسلامية تعيش بقصد وبدون قصد في ظل مفاهيم الثقافة الغربية ، نتيجة لساعات البث المتواصلة على مدار الساعة ، والتي لم تجد مقاومة منظمة من الشخصية العربية الإسلامية ، ولم تتوفر لها برامج بديلة تتفق مع ثقافة الأمة ، وتقدم صياغة إعلامية نابعة من عقيدتها وفكرها المنضبط بقواعد الشرع ومقاصده العامة ، فكانت مقلدة أكثر من كونها مبدعة أو مجددة .

وسط هذا الزحام الإعلامي من القنوات الفضائية والبرامج الإذاعية والمقالات والطروحات الصحفية غابت أصالة الأمة إعلامياً ، وابتعدت برامجها عن زرع القيم الشرعية والخلقية في نفوس أبنائها ، والتي تعد أبرز أهداف الإعلام الإسلامي ، متأثرة في ذلك بقناعة عزل الدين عن المجتمع وإبعاده عن أمور الحياة ومتطلباتها اليومية .

ومن خلال هذه المعطيات التي أشرنا إليها كانت فكرة هذه الورقة البحثية التي تهدف إلى تقديم الإعلام الإسلامي بحلة جديدة يعتمد المشروعية في المنهج ، والأصالة في الطرح ، والالتزان في التنفيذ ، ولا يغفل جوانب المعاصرة التي وصل إليها الإعلام العالمي اليوم ، وقد اقتضى ذلك توزيع هذه الورقة إلى المباحث التالية :

المبحث الأول - مفهوم الإعلام الإسلامي ومنطلقاته الأساس .

المبحث الثاني - الإعلام المعاصر : طبيعته وأهدافه .

المبحث الثالث - الإعلام الإسلامي الذي نريد .

الخاتمة - النتائج والتوصيات .

أملني كبير أن أكون موفقاً في مناقشة هذا الموضوع بما يتناسب مع أهميته وخطورته ، لغرض الوصول إلى صياغة إعلامية إسلامية أصيلة ، تتفق مع قواعد الشريعة ، ولا تغفل جانب المعاصرة والحدثة .

والله من وراء القصد .

المبحث الأول

مفهوم الإعلام الإسلامي ومنطلقاته الأساس

منذ البدايات الأولى لنشأة البشرية كان الإعلام مصاحباً لها ، فهو قديم قدم الإنسان نفسه الذي استخدم عدداً من الوسائل البدائية في الإعلام ، ابتداء ببعض الحركات والأشكال ، ومروراً باللغة ونقل الأخبار .

ولكنه تطور بفعل تطور الفكر البشري - شأنه في ذلك شأن العديد من أبواب المعرفة - حتى وصل إلى ما وصل إليه اليوم من تقدم نوعي ومهني وفني ، وأصبح له أثره ودوره في تكوين الرأي العام على مستوى المنطقة والمدينة والدولة ، بل وحتى على المستوى العالمي .

الإعلام في اللغة :

الإعلام في اللغة : هو التبليغ وتوصيل المعلومة ، ومنه قوله ﷺ : (بلغوا عني ولو آية) ^(١) وقوله تعالى : ﴿ وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴾ (٥١) (القصص).

الإعلام في الاصطلاح :

أما في الاصطلاح فقد عرفه بعضهم بأنه : إحاطة الرأي العام علماً بما يجري من أمور وحوادث ، في الشؤون الداخلية أو الخارجية ^(٢) .

وعرفه آخرون بأنه : تزويد الناس بالأخبار الصادقة والمعلومات

(١) سنن الترمذي ، تحقيق أحمد محمد شاكر ، دار إحياء التراث العربي بيروت ، ج ٥ ص ٤٠

(٢) الإعلام الإسلامي : دراسة في المفاهيم والأصول والخصائص ، د. محمد موسى البر ، مجلة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية ، العدد العاشر ١٤٢٦هـ - ٢٠٠٥م ، ص ٢٩٥

الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة معينة ، أو مشكلة من المشكلات ، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجمهور واتجاهاته وميوله^(١).

وعرفه بعض الباحثين بأنه : جانب من عملية الاتصال التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة في مضامين اجتماعية معينة ، أو معنى مجرد ، أو واقع معين^(٢).

مفهوم الإعلام الإسلامي :

وردت فيه تعريفات متعددة؛ من خلالها نستطيع أن نختار تعريفاً محدداً له. هو استخدام المناهج والوسائل الإعلامية المناسبة ؛ لتزويد الجماهير بالتصور الإسلامي للإنسان والحياة ، ونقل الأخبار المتنوعة ، ونشر القيم والمبادئ السامية ، بموضوعية وحيادية تامة ، بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد ؛ لإحداث التأثير المطلوب .

من خلال ما تقدم يتضح لنا أن الإعلام الإسلامي يشمل عملية الاتصال داخل المجتمع الإسلامي ، ويؤدي وظائفه المهمة في نقل الأخبار وفي تقديم الإرشاد والترويح على كافة المستويات الوطنية والإقليمية والعالمية ، بما يتناسب مع أهداف الشريعة ووسائلها ، ليحقق عملية التفاعل بين المرسل والمستقبل ، أخذاً من قوله تعالى :

﴿إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ﴾ (الرعد: ١١)، وقوله تعالى :
﴿ذَلِكَ بِأَنَّ اللَّهَ لَمْ يَكُ مُغَيِّرًا نِعْمَةً أَنْعَمَهَا عَلَىٰ قَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ﴾ (الأنفال: ٥٣)

(١) أصول الإعلام الإسلامي ، إبراهيم إمام ، دار الفكر العربي ، القاهرة ١٩٨٥ م ، ص ١٤
(٢) التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام ، محمود كرم سليمان ، دار الوفاء ، المنصورة ١٤٠٩ هـ ،

والإعلام في الإسلام ليس مجرد وعظ وإرشاد ؛ بل يشمل جميع النشاطات الحيوية ، والبرامج الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والترفيهية ، ويتم ذلك كله بالخبر الصادق ، والمعلومة الهادفة ، بشرط ألا تخرج عن هدي القرآن الكريم والسنة النبوية ، وأن تستوحي مضمون تلك الرسائل الإعلامية من مبادئ الإسلام وأخلاقه وقيمه .

مرجعية الإعلام الإسلامي :

يمتاز الدين الإسلامي بأنه دين إعلامي بطبيعته الدعوية والتوجيهية ، فهو يقوم على الإفصاح والبيان والتبليغ ، فقد وصف الله تعالى نبيه بأنه مبلغ ونذير وداع ؛ فقال تعالى : ﴿ يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا ۝٤٥ وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا ۝٤٦ ﴾ (الأحزاب) ، وابتدأ النبي ﷺ رسالته بالإعلام والتبليغ ، تنفيذاً لأمر الله تعالى بالجهر بالدعوة : ﴿ فَأُصَدِّعُ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضُ عَنِ الْمُشْرِكِينَ ۝٩٤ ﴾ (الحجر : ٩٤) .

وعلى هذا الأساس ؛ اعتبر القرآن الكريم كتمان المعلومة وتغييبها تقصيراً شرعياً ومخالفة دعوية ، فقال تعالى : ﴿ إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنْزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالْهُدَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّاهُ لِلنَّاسِ فِي الْكِتَابِ أُولَٰئِكَ يَلْعَنُهُمُ اللَّهُ وَيَلْعَنُهُمُ اللَّعْنُونَ ۝١٥٩ إِلَّا الَّذِينَ تَابُوا وَأَصْلَحُوا وَبَيَّنَّوْا فَاُولَٰئِكَ أَتُوبُ عَلَيْهِمْ وَأَنَا التَّوَّابُ الرَّحِيمُ ۝١٦٠ ﴾ (البقرة) .

وبناء على ذلك ؛ اعتمد رسول الله ﷺ الإعلام وسيلة لتبليغ الدعوة إلى الناس ، وقد قال ابن عباس رضي الله عنهما : لما نزلت الآية ﴿ وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ ۝٢١٤ ﴾ (الشعراء : ٢١٤) ؛ خرج رسول الله ﷺ حتى صعد الصفا ؛ فهتف : (يا صباحاه) ، فقالوا: من هذا الذي يهتف؟ فقيل: محمد ،

فاجتمعوا إليه ، فقال : (يا بني فلان ، يا بني فلان ، يا بني فلان ، يا بني عبد مناف ، يا بني عبد المطلب) ، فاجتمعوا إليه ، فقال : (أرأيتم لو أخبرتكم أن خيلاً تخرج بسفح هذا الجبل أكنتم مصدقيّ) ؟ قالوا : ما جربنا عليك كذبا ، قال : (فإني نذير لكم بين يدي عذاب شديد) ، قال : فقال أبو لهب : تبا لك ؛ أما جمعنا إلا لهذا ؟ ، ثم قام ، فنزلت هذه السورة : ﴿ تَبَّتْ يَدَا أَبِي لَهَبٍ وَتَبَّ ﴿١﴾ ﴾ إلى آخر السورة^(١).

ورغم أن هذا الموقف الإعلامي كان البداية في التوجيه والتبليغ ؛ إلا أن النبي ﷺ ؛ لم يتوان بعد ذلك في تبليغ دعوته ، فدعا إليها ليلاً ونهاراً ، سراً وجرهاً ، مستخدماً وسائل إعلامية أخرى ، فكان يتبع قريش في أنديتهم ومجامعهم ومحافلهم ، وفي مواسم حجهم ، وكان يدعو كل من يلقاه ؛ حراً أو عبداً ، ضعيفاً أو قوياً ، غنياً أو فقيراً ؛ لتكون هذه الصيغ والأساليب مرجعية للإعلام الإسلامي في تبليغ الكلمة الصادقة وإيصال المعلومة الصحيحة ، بما يتناسب مع طبيعة الحياة وبساطتها في تلك الفترة.

مرجعية الإعلام الإسلامي تقوم على أن جملة من الإجراءات العقائدية والفكرية تعتمد الإعلام وسيلة لإكمالها وقبولها من الناحية الشرعية ، فالدخول في هذا الدين والانتماء إلى شريعته متوقف على وسيلة إعلامية (وهي النطق بالشهادة وإعلانها) ، وتنفيذ مناسك عبادة الحج مرتبط بوسيلة إعلامية (هي رفع الصوت بالتلبية) ، لتكون إعلاماً فردياً وجماعياً على طاعة الله والتزام أوامره ، فهذه العبادات ليس لله حاجة فيها لأن يرفع المسلم صوته بالشهادة أو بالتلبية ، فهو عليم يعلم السر وأخفى ، ولكن

(١) صحيح مسلم ، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي ، دار إحياء التراث العربي بيروت ، ج ١ ص ١٩٣

الإعلام بها ينبثق من طبيعة الإسلام الإعلامية؛ التي تربط بين الإخلاص السري والمظاهر العلنية التي تعطي صورة واضحة لكيان المجتمع المسلم، وتميزه عن غيره من المجتمعات في هذا الكون: ﴿صِبْغَةَ اللَّهِ وَمَنْ أَحْسَنُ مِنَ اللَّهِ صِبْغَةً وَنَحْنُ لَهُ عَابِدُونَ﴾ (البقرة).

المنطلقات الأساس للإعلام الإسلامي :

الإعلام الغربي جاء مُعبِراً عن الفلسفة المادية للحضارة الغربية ؛ لتحقيق الرفاهية واللذة .

والإعلام الماركسي جاء مُعبِراً عن فلسفة رفض الرأسمالية وسيطرة الطبقة العاملة . والإعلام القومي إنما يأتي مُعبِراً عن فكرة الاعتزاز بالنزعة القومية والتفوق العنصري .

لذلك فإنه من الطبيعي أن يكون الإعلام الإسلامي مُعبِراً عن المنطلقات الأساس ، والقواعد العامة التي تحقق مقاصد الشريعة وأهدافها وغاياتها . ويمكن لنا أن نحدد هذه المنطلقات بما يلي :

أولاً - منطلق العقيدة والأخلاق :

يرتبط الإعلام الإسلامي بعقيدة التوحيد التي تمثل فطرة البشر وطبيعته التي تستقيم بها حياته ، إذ أنها تعطي للإنسان معنى الحرية الكاملة التي تزيل عنه قيود الدنيا ، فلا يخضع إلا لله ، ولا يَأتمر إلا بأمره ، وبذلك تتحقق حرية التعبير والفكر والسلوك التي يعتمد عليها الإعلام المستقل المتوازن .

وإذا كان الإعلام المعاصر قد ابتعد عن الدين في كثير من مجالاته ؛

فإن ما يميز الإعلام الإسلامي : الارتباط الوثيق بين برامجه وبين الإسلام عقيدة وأخلاقاً وسلوكاً ، بما يجعله معتمداً الصدق والأمانة ، والدقة في نقل الأخبار وتمحيصها ، وعرض المعلومة وتقديمها .

كما يتميز الإعلام الإسلامي بارتباطه بالطابع التعبدي الأخلاقي الذي يجعل الرقابة على برامجه رقابة ذاتية ، ويجعل معايير صارمة لتحقيق الفضيلة والخير ، فالممارسة والوسيلة ليستا غاية بحد ذاتهما ، وإنما الغاية من الرسالة الإعلامية : خدمة المجتمع وحفظ مصلحته ، بعيداً عن مهمة إضحاك الناس ، أو ملء فراغهم ببرامج التسلية فقط .

إن فلسفة الإعلام الإسلامي لا يمكن أن تتم إلا ضمن أطر سلوكية وأخلاقية ، من خلال محاسبة النفس وإحياء الضمير والوازع الديني في الإنسان ، ومن خلال المحاسبة والمساءلة التي فرضها الإسلام وأصلح بها الحياة في شتى نواحيها ، لأن النفس الإنسانية إذا تركت لشهواتها انحرفت وفتنت ، فيلعب بها الهوى ويوردها موارد الهلاك ، ولذلك أقام فيها الإسلام رقابة الوازع الديني والخلقي الذي يحاسب الإنسان ويسدده ، وأقام أيضاً رقابة القانون ، بحيث يكون الإنسان مسؤولاً عما أوكل إليه أمام القانون والنظام العام .

ثانياً - منطلق العلم والمعرفة :

لا يمكن للرسالة الإعلامية أن تؤتي ثمارها إلا إذا اعتمدت معطيات العلم والمعرفة ؛ إذ أن الهدف الأساس للعلم والمعرفة هو تعليم الناس ورفع الجهل عنهم ، ويتم هذا عن طريق الإعلام والتبليغ الذي يحقق التواصل مع الناس .

وإذا كان الاجتماع الإنساني وعمران العالم والمعارف والعلوم المرتبطة به له دور مؤثر في تحديد طبيعة الإعلام وشكله ، فإن المعرفة والتقدم العلمي والتقني الذي يعيشه العالم اليوم له علاقة حتمية في تكوين العلاقات الاجتماعية والتواصل بين بني البشر ، ففي بداية التاريخ كان الإعلام عبارة عن دق الطبول ورفع الصوت للتحذير والتخويف ، ثم كانت الأشعار والقصائد صيغة للتواصل بين الأقوام والقبائل والشعوب ، بينما استخدمت النقوش والمكاتبة لتناقل المخاطبات بين الصفوة من الملوك والسدنة ، مما يعني أن للعلم والمعرفة والتطورات التقنية دورا كبيرا في تحديد شكل الإعلام وصيغته وطبيعته ، حتى وصلت إلى ما وصلت إليه اليوم من مجرد ضغط زر أو تغيير قناة أو نافذة لتلقي المعلومة ونشرها ، وكل ذلك يشير إلى دور التقدم العلمي والمعرفي في تحديد موضوع الإعلام ووسائله وشكله .

ثالثاً - الإنسانية وحسن العرض :

ونقصد بهذا المنطلق أن يعتمد الإعلام في الإسلام معاني الرحمة والتكافل والتعاون ، وأن يبث ثقافة الأخوة بين بني البشر ؛ بغض النظر عن أديانهم وأعراقهم ومذاهبهم .

كما يعتمد جمال الطرح وحسن العرض ؛ عملاً بقوله تعالى : ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ﴾ (النحل : ١٢٥)

رابعاً - تحقيق المصلحة العامة للأمة :

ونقصد بذلك أن تحقق البرامج الإعلامية المصلحة العامة للأمة ، وأن تحرص على أمن المجتمع واستقراره ، وأن تبتعد عن الإشاعة المغرضة والتحريض ضد فئات المجتمع وطبقاته وأن تعمل على حفظ كيان الأمة وصيانة وحدتها ، وتنشر الخير والفضيلة في المجتمع .

إن واجب الإعلام الإسلامي : الحفاظ على السلم والأمن المجتمعي ، ونشر ثقافة التسامح والاعتدال والوسطية ، ونبذ التحريض ضد القانون والنظام العام ، لأن التحريض يؤدي إلى تشجيع الجريمة ضد المرافق العامة والممتلكات الخاصة .

خامساً - الموازنة بين الحرية والمسؤولية :

الحرية في الإسلام : فطرة خلق الله الناس عليها ، وهي حلية الإنسان وزينة تفكيره وعقله .

ومن مقومات الفكر الإسلامي : أن من حق كل فرد أن يعبر عن رأيه بكل الطرق المشروعة .

ولم يعتبر الإسلام حرية الرأي حقاً من الحقوق ؛ وإنما هي واجب شرعي على كل مسلم ومسلمة ، إذ بدون حرية التعبير يحدث خلل في المجتمع الإسلامي ، فالمسلم مطالب بعدم كتمان الشهادة - سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو قضائية - عملاً بقوله تعالى :

﴿ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ دَخَلَ فِي قَلْبِهِ ﴾ (البقرة: ٢٨٣).

وإذا كانت الحرية هي قاعدة الإعلام الإسلامي ؛ فإن المسؤولية هي

قمته، فلا بد من تحقيق الموازنة بينهما، حتى لا تنطلق الحرية دون ضوابط، فالحرية يجب أن تتحلى بالمسؤولية الشرعية والاجتماعية، فلا يجوز من خلالها التطاول على قواعد الإسلام وثوابته الشرعية، أو إلحاق الضرر بالآخرين، فهي خاضعة للقاعدة الفقهية المستقاة من حديث رسول الله ﷺ: (لا ضرر ولا ضرار)^(١).

كما يجب ألا تُنتهك حرية عموم الناس، فحرية كل فرد تنتهي حيث تبدأ حرية الآخرين، وهذا كله يتطلب نقل الأنباء بدقة دون تحريف أو تشويه، وذكر الحقيقة من دون مراوغة أو تستر، والتحقق من صدق الخبر وصحته، وعدم نشر معلومات زائفة أو ملفقة.

ويجب أن يتمتع الإعلامي بالنزاهة، فيمتنع عن التشهير أو الاتهام بالباطل أو القذف والسب، وأن يتجنب التحريض على أي عمل غير قانوني ضد شخص أو أشخاص، ويتجنب الدعاية للحرب أو الحض على الكراهية القومية أو العرقية أو الدينية، والامتناع عن نشر الموضوعات الخليعة التي تحرض على الإجرام.

سادساً - حفظ الحرمات الشرعية :

ونقصد بذلك : المحافظة على الحرمات الشرعية التي أوجب الشارع المحافظة عليها، وهي : (حرمة الدين، حرمة النفس، حرمة العقل، حرمة العرض، وحرمة المال)، وهي التي أطلق عليها علماء الشريعة : (الضرورات الخمس) والتي أوجب الشارع تحقيقها ورعايتها، وحرّم أي

(١) السنن الكبرى للبيهقي، تحقيق محمد عبد القادر عطا، مكتبة دار الباز مكة المكرمة، ١٤١٤

عمل يؤدي إلى الإخلال بها أو إهمالها .

ولذا فمن واجب الإعلام عدم السخرية من الدين وأحكامه ، أو إثارة الشبهات حوله .

والإعلام الإسلامي لا يكذب ، ولا يتملق ، ولا يحرف ، ولا يتلون ، ولا ينافق ، ولا يستجدي ولا يخشى في الحق لومة لائم ، بل يعلم الناس الفضائل ، ولا ينشر الفضائح والرذائل ، ويعمل على نشر الفضيلة ، واحترام عقول الناس وتفكيرهم ، ويحترم العادات والمشاعر التي تنسجم مع أحكام الشرع الإسلامي ، ويقف مع المظلومين ويحاسب المسؤولين^(١) .

سابعاً - تأكيد الاستقلالية وعدم التبعية :

من منطلقات الإعلام الإسلامي : أنه مستقل في طروحاته ، يرفض الهيمنة على برامجه ، ولا يقبل التبعية لأحد ، بل يعتمد منهج القرآن والسنة ؛ المصدرين الأساس لهذا الدين .

والمقصود باستقلالية الإعلام : أن يكون مبنياً على ثوابت يؤمن بها المجتمع ، وأن يصدر عن قناعة ودراسة وتمحيص ، وليس تلبية لرغبات شخصية ، أو تسلط أصحاب رؤوس الأموال في طروحاته وبرامجه .

وتنبع استقلالية الإعلام الإسلامي من العقيدة التي تجعل المسلم مستقلاً في تفكيره وتصوراتهِ ؛ لا يخضع إلا لله ، ولا يرضى إلا بحكمه وقضائه ، ومن هنا ينبغي أن يصطبغ الإعلام الإسلامي بالصبغة الإسلامية ؛ دون تأثر بمذهب أو حزب أو نظرية .

(١) تدوين الفكر الإعلامي في العالم ، عايد الشعراوي ، دار النهضة الإسلامية ، بيروت ١٩٨٩م ،

ثامناً - اعتماد الموضوعية والحيادية :

ومن مميزات استقلالية الإعلام الإسلامي : أنه لا بد له من اعتماد الموضوعية والحيادية في نقل الخبر ، فهو يعتمد التحليل والتأمل واتخاذ الوسائل التي تُنمي ملكة التفكير لدى الإنسان ، بحيث يتوجه إليه بالإقناع ؛ لا أن يجره إليه بواسطة الغرائز والعواطف والانفعالات^(١).

إن استقلالية الإعلام تتطلب نشر المواد الإعلامية بكل حيادية ودون تدخل من مصدر الرسالة الإعلامية .

ومن مظاهر الحيادية : أن تكون الوسيلة الإعلامية منبرا لتعدد الآراء ، وأن لا تنحاز لجهة على حساب أخرى ، وألا تمارس دكتاتورية الكلمة من قبل صاحبها أو مالِكها ، وأن يشعر المتلقي أنها تعبر بشكل جيد عن طموحات وأفكار الأغلبية ، ولا تحتكر موادها الإعلامية لصالح فئة أو مجموعة أو طبقة .

واستقلالية الإعلام الإسلامي تعني معالجة جميع المواضيع التي تمس حياة الأفراد وتنظم أمر المجتمع ، عن طريق مخاطبة جماهير الناس بطريقة تعتمد على الإقناع دون الإكراه ، وهو مبدأ إسلامي مهم ، عرضته الآيات والأحاديث ، وفي هذا يقول الله تعالى : ﴿ لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدَّبَيْنَ الرُّشْدَ مِنَ الْغَيِّ ﴾ (البقرة: ٢٥٦).

(١) نظريات الإعلام الإسلامي ، منير حجاب ، الهيئة المصرية العامة للكتاب الإسكندرية ١٩٨٢ م ،

المبحث الثاني : الإعلام المعاصر : طبيعته وأهدافه

الإعلام سلاح خطير، يتعدى دوره الإخباري والترفيهي، ليأخذ دور التوجيه والتعبئة، ويعمل على تبديل المفاهيم وصناعة التوجهات والرؤى، حاملاً قيماً ومفاهيم تحقق الغرض المطلوب منها، ليس على مستوى الإقليم والوطن فحسب، وإنما على مستوى العالم أجمع.

وإذا أردنا تحديد مسارات الإعلام العالمي المعاصر؛ فإننا سنجد أنفسنا أمام اتجاهين رئيسيين في الصناعة الإعلامية المعاصرة:

الاتجاه الأول: إعلام مادي يتجه نحو إشباع الميول والغرائز والشهوات، ويبتعد عن القيم والمثل، بحيث أصبح مادة للمتاجرة والكسب على حساب التوجيه والتبصير، وكرّس الاتجاهات الرخيصة، وأنتج عدداً من الصحف الهابطة وأفلام الجنس والإغراء.

الاتجاه الثاني: إعلام موجه تستخدمه المؤسسات والمنظمات؛ لدعم اتجاهاتها ونشر أفكارها والتأثير على الرأي العام العالمي، وتنفيذ أجندات سياسية واقتصادية واجتماعية محددة.

ولا بد من الإشارة إلى أن كلا الاتجاهين؛ استهدف مكونات ومجتمعات العالم الإسلامي، لإبراز الحضارة الأوروبية على أنها حضارة متجددة متحررة من القيود، تمكنت بهذا التحرر من صناعة نشاط إنساني وعلمي وتقني أدى بها إلى التطور الحضاري الذي يشهده العالم اليوم، وأن العالم الإسلامي يعيش حالة من التخلف والتشردم بسبب تمسكه بالقيم الدينية التي قعدت به عن أسباب التجديد والإبداع والتطور.

هذا الأمر جعل دول العالم الإسلامي متشعبة بالثقافة الغربية ، وخلقت منها مجتمعات مقلدة تابعة أكثر من كونها مجددة مبدعة ، الأمر الذي أدى إلى غياب الأصالة الإسلامية في نفوس أبناء الأمة ، وأبعد الشخصية المسلمة عن القيم الخلقية والعقدية ، بسبب طغيان التوجهات المادية في الرسالة الإعلامية المعاصرة ؛ متأثرة بقناعة عزل الدين عن أمور الحياة كلها.

صناعة الإعلام المعاصر :

تعد الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا البلدين اللذين يقودان الصناعة الإعلامية العالمية المعاصرة ؛ بسبب وجود أكبر عدد من الصحف والمجلات والمحطات الإذاعية والتلفزيونية ووكالات الأنباء وأقمار الاتصالات فيهما ، وهذا يعني أن دول العالم الثالث - ومن ضمنها دول العالم الإسلامي - بقيت تمارس دور التلقي والاستقبال فقط ؛ لأنها لا تمتلك الوسائل الإعلامية ولا تقنياتها المتطورة ، وبذلك أصبحت هاتان الدولتان ؛ مسيطرتين على تدفق الأخبار والمعلومات ، ومن طرف واحد فقط.

والمتابع للبرامج الإعلامية العالمية المعاصرة ؛ يجد أنها تتحكم فيها جملة من العوامل ، فهناك العوامل الأيديولوجية ، والسياسية ، والاجتماعية ، والاقتصادية ، والواقع الثقافي ، وقد تمكنت وكالات الأنباء الغربية من صياغة أسلوب عرض الخبر بما يخدم هذه العوامل ، مما انعكس على الواقع الثقافي والسياسي والاجتماعي على شعوب المنظومة الغربية ، بل وشعوب العالم الإسلامي ؛ الذين تأثروا باعتماد الثقافة الغربية في حياتهم وسلوكياتهم اليومية .

العولمة والإعلام المعاصر :

أفرزت العولمة تحكُّم الدول الكبرى في ذلك التطور الذي يشهده العالم اليوم ، فقد فرضت تلك الدول سيطرتها على آفاق التطور العلمي والتقني والإعلامي ، واحتكرتها لصالحها ، تبعا لفكرة الاحتكارات الخمسة التي أفرزتها العولمة ، وهي :

(المبادرة التكنولوجية ، مراقبة حركة التدفقات المالية ، السيطرة على الموارد الطبيعية ، التحكم بوسائل الإعلام والاتصال ، واحتكار أسلحة الدمار الشامل)^(١).

ونتيجة لذلك ؛ تضاعف دور الصحافة المكتوبة ، وتزايدت القنوات الفضائية ، وتوسعت شبكة الإنترنت فاخرقت كافة الحدود ؛ الأمر الذي دفع الصحف إلى فتح مواقع خاصة بها على الإنترنت لمسايرة التطور في مجال الإعلام والاتصال ، مما يثبت تأثير ظاهرة العولمة على وسائل الإعلام بكافة أشكالها ، وعلى المادة الإعلامية التي تطرح فيها ، وطبيعة الأخبار التي يتم نقلها وتداولها ، حيث سيطرت الشركات والمؤسسات على السياسة الإعلامية الموجهة لتحقيق أهداف وغايات بعينها^(٢).

وقد ذكر مدير البحوث والتنمية في محرك البحث yahoo - من خلال مداخلته في أحد المؤتمرات - أن حجم الشبكة العامة يستوعب أربعين بليون صفحة ، وأنه يضاف إلى هذا العدد في كل لحظة عدة آلاف جديدة

(١) الاقتصاد السياسي للتنمية في القرنين العشرين والحادي والعشرين ، د. سمير أمين ، دار بيروت ، الطبعة الأولى ٢٠٠٢م ، ص ١٨٧

(٢) الصحافة ومستقبلها الغامض ، د. أحمد أبو زيد ، مجلة العربي الكويت ، العدد ٥٦٧ فبراير

من الصفحات^(١).

ومع توسع المعلومات الإخبارية وتعدد وسائلها ؛ فإن المتلقي لم يعد يكتفي بما يتلقاه من تلك الأخبار والمعلومات ، وإنما أصبح مساهماً عبر شبكة الإنترنت بنشر آرائه والدخول في حوارات مفتوحة ومباشرة ، بما يعني تحول الإعلام إلى ساحة مفتوحة للمشاركة والإسهام في تحليل الخبر ، مع حرية في طرح الرأي وتبادلته ، وسرعة تناقله ووصوله إلى الآخرين . ورغم هذه الإيجابية ؛ فإن الثورة المعلوماتية تعاني الكثير من السلبيات التي تتنافى مع الرسالة الإعلامية الهادفة إلى نشر المعرفة والتقريب بين الثقافات ، ومن تلك السلبيات :

- الميل للسيطرة على وسائل الإعلام وتوظيفها توظيفاً سياسياً واقتصادياً يتناسب مع مصلحة الشركات والمؤسسات المحتكرة ، في تزيف الحقائق أو إخفائها بما يخدم مصالح الجهات المالكة ، الأمر الذي أدى إلى تراجع الإعلام الجاد الصادق ، وتزايد الإعلام الهابط الذي يخاطب الغرائز والشهوات ، والذي يهتم بالإثارة والفضائح السياسية والأخلاقية .

- مساهمة تلك الشركات في تزايد حدة الانحلال الاجتماعي والأخلاقي ؛ عن طريق ما تنشره وتروج له من أشكال ثقافية استهلاكية هدفها الأساس تحقيق الربح^(٢) .

(١) التكنولوجيا الرقمية والإعلام الجديد ، د. أحمد أبو زيد www.omferas.com/vb منتديات فرسان الثقافة على الإنترنت

(٢) الإعلام المعاصر ، معتز حيسو ، موقع جريدة النور على الإنترنت ، www.an-nour.com/index رابط دراسات ورؤى

الحقيقة والحرية في الإعلام المعاصر :

من المفترض أن يكون إطلاق حرية الرأي في وسائل الإعلام يعني الحقيقة ، بمعنى أن الهامش المتاح للحرية في تلك الوسائل يجب أن يؤدي إلى الوصول إلى الحقيقة وعدم التزييف والكذب في نقل الأخبار وتحليلها ، لكن التحولات التي عاشها عالم الإعلام والاتصال في العصر الحالي تدعو إلى مراجعة هذه الفرضية ؛ لأن تلك الحرية يبدو أنها مزعومة ، ولم تسلم من التضليل والتعتيم والتحايل ، بل لقد أصبح التضليل والتزييف أساساً للعديد من المفاهيم والمصطلحات الإعلامية ، حيث يتم إعادة ترتيب الأحداث لإخراجها بشكل بعيد عن الحقيقة^(١) ، من خلال التلاعب بالمونتاج الرقمي للصور التلفزيونية ، ومن خلال الصور الافتراضية المعدة بشكل فني ومهني يخيل للمشاهد أنها تمثل الحقيقة والواقع .

إن الموازنة بين الحرية الإعلامية والوصول إلى الحقيقة تثبت أنه لا يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم الحقائق كما هي وكما يريد المتلقي ، لأن الإعلام المعاصر يسعى لتعزيز الحقيقة بجملة من المؤثرات ؛ تجعل الوصول إليها مستحيلاً بفعل تلك المؤثرات^(٢) .

والخلاصة : أن الحقيقة في الإعلام الدولي المعاصر هي ما تريد القوى الكبرى أن يكون حقيقة ، وكثير من الشعوب لا تصدق ما يحدث أمام عيونها ، إلا إذا أكد الإعلام الغربي أنه قد حدث فعلاً ، ومن هنا كان

(١) وسائل الاتصال الجماهيري والثقافة : القاعدة والاستثناء ، نصر الدين العياضي ، طبع دائرة

الثقافة والإعلام ، الشارقة ٢٠٠١م ، ص ١٦٨

(٢) الإعلام والحقيقة ، منير عوض ، موقع صفحة الاقتصادية الالكترونية www.aleqt.com ١٤ /

انزعاج الغرب من بعض المحطات الفضائية العربية ؛ لأنها تقدم رواية أخرى لما يحدث ، لا تتفق مع الرواية الغربية المسيطرة على الإعلام المعاصر .

التضليل في الإعلام المعاصر :

المتابع للبرامج الإعلامية المعاصرة يدرك أن التضليل فيها متعدد الملامح ويأخذ أساليب وأشكالاً متنوعة ، وهو يتخفى ويتنكر بإتقان في عصر تقنية الديجيتال والإنترنت التي يقف وراءها طاقم مهني مختص ، وممولون يبحثون عن أفضل الوسائل للهيمنة على طريقة تفكير ووعي المتلقي .

فمن صيغ التضليل في الإعلام المعاصر :

- المكياج الإعلامي بتجنب إثارة النقاط الحساسة ، وعرض النقاط التي يرغبها المتلقي .

- قلب أولويات العرض ، بتقديم المهم على الأهم ، أو تقديم غير المهم على المهم .

- التقليل من أهمية وخطورة خبرٍ ما ؛ عبر إشغال المتلقي بخطرٍ أقل شأناً منه .

ولا يقتصر التضليل على الجوانب السياسية فحسب ، بل يتعدى إلى جوانب أخرى .

فمثلاً : تم التركيز على مرض أنفلونزا الطيور ونشر حالة من الاستنفار والرعب من هذا المرض ، في الوقت الذي يُغض الطرف عن كثير من

الأمراض كمرض السرطان مثلاً ، علماً بأن المرض الأول لم يقتل أكثر من مائة إنسان ، بينما فتك السرطان في عام ٢٠٠٧ م وحده بحوالي سبع ملايين من البشر^(١).

وتشير الأخبار إلى أن هذه الضجة الإعلامية حول هذا المرض ؛ كانت مفتعلة لصالح شركة روش الدوائية الأمريكية ؛ والتي يملك أغلب أسهمها : وزير الدفاع الأمريكي دونالد رامسفيلد التي وقّعت عقد احتكار تصنيع الدواء المعالج لهذا المرض حتى عام ٢٠١٦ م^(٢).

الإعلام المعاصر وسلوك الشباب :

إذا كان الإعلام المعاصر يسهم اليوم في تكوين الفكر السياسي والدعاية للشخصيات المؤثرة والأفكار الموجهة ، فإنه يسهم أيضاً - بالإغراء الجنسي والأزياء والإثارة - في تخريب عقول وأخلاق الشباب .

ونظراً لأن الغرائز- ولاسيما غريزة الجنس - تكون في قمة عنفوانها وقوتها في مرحلة المراهقة ، ويبحث الشباب عن طريق لتفريغها ؛ فإن بعض وسائل الإعلام المعاصر تسهم في إثارة الغريزة الجنسية ؛ عن طريق الأفلام الهابطة ، والصور الخليعة الماجنة ، والقصص الغرامية المغربية والماجنة ، كما أنها تسهم في انحراف المراهقين وتدريبهم على ارتكاب الجرائم ؛ عن طريق أفلام العصابات والإجرام التي تقوم بعرضها ، وقد أثبتت الدراسات المهمة بهذا الجانب أن مشاهدة الأفلام العاطفية تحتل

(١) الإعلام الحديث والتضليل ، سري عبد الفتاح ، موقع إسلام ويب على الإنترنت

www.islamweb.net رابط المقالات - الإعلام

(٢) أكذوبة أنفلونزا الطيور ، منتديات بلقيس اليمن على الإنترنت www.p-yemen.com

المرتبة الأولى في تفضيل الشباب ومشاهداتهم ، وتحتل الأفلام البوليسية المرتبة الثانية ، وتشير إحصاءات إلى أن ٤٩% من نزلاء مؤسسة عقابية دفعتهم السينما إلى الرغبة في حمل السلاح ، وأن ١٢ - ٢١% دفعتهم إلى الرغبة في السرقة ومقاتلة الشرطة^(١).

ومن الأمور المدهشة أن هذه الأفلام لم تؤثر فقط في عنصر الذكور الذين يحبون العنف واستعراض القوة ، ولكنها أثرت في عنصر النساء ، واستطاعت أن تعبت بفطرة المرأة وعقلها ونفسيته ، وأصبحنا نسمع أخبار عصابات من النساء ، تحمل السلاح وتقوم بالقتل أو الإيذاء الجسدي وممارسة الجريمة .

والمشكلة في هذه الأفلام والمسلسلات ؛ أن المفاهيم فيها مقلوبة ، فهي تصور المجرمين على أنهم أذكاء وأبطال ، يحصلون على المال بأقل الجهود ، ويناورون رجال الشرطة ويغلبونهم في كثير من الأحيان ، وتصور الشرطة بالأغبياء الذين يمكن خداعهم والتحايل عليهم ، كما توهم المشاهد بأنه لا يوجد قضاء ولا حكومة ، وأن قانون الحياة هو قانون الغابة^(٢).

لقد أدى هذا الإعلام بإغراءاته ومجونته إلى عزوف الشباب عن المشاركة في قضايا المجتمع، والابتعاد عن النشاطات العلمية والاجتماعية، مما يعد بداية الانسلاخ الثقافي وفقدان الثقة ، و سهولة سقوطه تحت تأثير

(١) الإعلام المعاصر وسلوك الشباب ، موقع البلاغ على الإنترنت ، www.balagh.com رابط مقالات

(٢) مشاهد العنف في التلفزيون ، د.مصطفى أحمد كناكر موقع كناكر على الإنترنت

أي إعلام معادٍ له ولوطنه وتراثه وحضارته ، الأمر الذي يثبت أن الإعلام المعاصر يؤثر تأثيراً سلبياً في تكوين السلوك العاطفي والغريزي والاجتماعي لدى الشباب ، مما يدفعهم نحو الانحراف الخلقي ، أو الإقدام على تقمص دور المجرمين ورجال العصابات والعنف .

إن وكالات الأنباء العالمية الخمس الكبرى^(١) هي التي تسيطر على مصادر المعلومات في هذا العالم ، كما أن التطور الهائل في مجال تقنيات الاتصال والإعلام أدى إلى عولمة الفضاء الإعلامي الذي تملكه وتسيطر عليه الشركات متعددة الجنسيات ، والتي استطاعت من خلاله إيصال إعلاناتها التجارية إلى شتى بقاع العالم ؛ من أجل اقتناص المستهلكين وتصريف بضائعها ، وإمطار بلدان العالم الثالث ، ومنها دول العالم الإسلامي بالبرامج التي تهدد الخصوصية والهوية الثقافية للدول والشعوب على حد سواء ، الأمر الذي أدى إلى إضعاف السيادة الوطنية ، وانتشار مظاهر الحياة الغربية ؛ من خلال البرامج الأجنبية التي يطرحها الإعلام العالمي ، أو من خلال التقليد الأعمى لهذه البرامج في الإعلام المحلي والإقليمي ، وهذا كله يؤكد تبعية الإعلام المعاصر وعدم استقلالته وفقدان الأصالة الفكرية والثقافية للأمة.

(١) الوكالات الخمس الكبرى هي : وكالة الأنباء الفرنسية ، وكالة رويتر ، يونيتد برس ، أسوشيتد برس ، وكالة تاس (سابقاً) إنتر فاكس الروسية حالياً

المبحث الثالث : الإعلام الإسلامي الذي نريد

الإعلام عمل مسؤول ، يهدف إلى توجيه الإنسان وتوعيته ليستقيم في أسلوب حياته ، ويضيف عليها قدرا من الترويح والرفاهية والمتعة .

وسنحاول في هذا المبحث أن نقف على أبرز معالم الإعلام الإسلامي من حيث المضمون والمنهج والوسيلة .

يعتمد الإعلام الإسلامي ثوابت لا تتغير ؛ لأنها ترتكز على الفطرة الإلهية ، وتتميز بالمرونة ، فهي ثابتة ثبات العقيدة ، ومتحركة حركة الحياة ، تحترم الإنسان وتلبي فطرته ، وتطلق ملكاته الإبداعية في الإبداع والتطور . ورغم أن التصور الإسلامي للإعلام يستند على قواعد ثابتة ، إلا أنه يقبل التطور والتجديد وفقا لمقتضيات العصر وحاجاته ، وتبعاً لما تمليه الحوادث والمستجدات ، باعتبار أن الدعوة الإسلامية ترفض الجمود على المألوف ، وتتسع لمخاطبة الناس في كل زمان ومكان ، انطلاقاً من مبدأ صلاحية هذه الرسالة لكل الأزمنة والأمكنة .

ومما لاشك فيه أن المسلمين اليوم في مختلف بلدانهم يواجهون غزوا فكريا وثقافيا ، يستهدف عقيدتهم ودينهم ، ولم يعد هذا الغزو تقليديا مرتبطا بالكتب والدراسات ، ولا عسكريا بصورة مؤامرات استعمارية مكشوفة ، وإنما أخذ أساليب جديدة وطرقاً متعددة ، يقف الإعلام على رأس تلك الأساليب والطرق ؛ عن طريق الخبر الذي تبثه وكالات الأنباء ، والتحليلات السياسية والاقتصادية التي تقدمها الصورة والصوت من خلال القنوات الفضائية ، ولا شك في أن هذه الرسائل الإعلامية تصل إلى فكر المتلقي وعقله مدعومة بدعوى العلم والتطور والاكتشافات العلمية الحديثة .

يمكننا أن نحدد ملامح الإعلام الإسلامي فنقول : إنه الإعلام الذي يعتمد ثلاثة عناصر أساس هي : المصداقية ، الوسطية ، والترويح .

المصداقية في الإعلام الإسلامي :

ونعني بها : تحري الحقائق والوقائع ونقلها كما هي ، وبذلك يضمن الإعلام ثقة الناس به وتصديهم لرواياته وأخباره .

والمرجعية الشرعية في تحري الصدق والدقة والتثبت في نقل الأخبار ؛ تؤكدنا جملة من الآيات والأحاديث ، منها قوله تعالى : ﴿ وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا ﴾ (٣٦) (الإسراء).

وعن أبي هريرة رضي الله عنه ، أن رسول الله ﷺ قال : (إياكم والظن ، فإن الظن أكذب الحديث) (١).

وقد ورد عن قتادة أنه قال : لا تقل رأيتُ ولم تر ، وسمعتُ ولم تسمع ، وعلمتُ ولم تعلم ، فإن الله تعالى سائلك عن ذلك كله (٢).

فالتثبت من كل خبر ومن كل ظاهرة قبل الحكم عليها ؛ هو دعوة القرآن الكريم ، وتوجيه السنة النبوية ، وهو منهج الإسلام الدقيق ، ومتى استقام القلب والعقل على هذا المنهج ؛ لم يبق مجال للوهم والظن والشبهة ، ولم يبق مجال للأحكام السطحية والفروض الوهمية .

يجب على كل مسلم ألا يكون سببا في ظلم العباد وإثارة الفتن ، وعليه أن يلتزم بالتوجيهات القرآنية والنبوية ، فيتثبت من كلامه ، ويتثبت من سماعه ؛ فلا ينقل عن أحد ما لم يقله أو يقصده ، ويجب على الإعلامي المسلم أن يكون أكثر تثبنا ودقة ومصداقية ، لأنه مؤتمن على نقل الأخبار ،

(١) صحيح مسلم ، ج ٤ ، ص ١٩٨٥

(٢) تفسير ابن كثير ، دار الفكر بيروت ، ١٤٠١ هـ ، ج ٣ ص ٤٠

يتحمل مسؤولية شرعية وأخلاقية واجتماعية تجاه الآخرين في هذا النقل .
 لقد ذم الله المنافقين وعاب عليهم أنهم : ﴿ وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ
 الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ ﴾ (النساء: ٨٣) ، ويشمل ذلك كل خبر يؤدي إلى مفسدة
 وإضرار بالآخرين ، كصحافة الفضائح من مجلات وجرائد وقنوات
 مختصة بنشر الفضائح .

وقد تحمل الشائعة خطراً اقتصادياً يضر باقتصاد البلد واستثماراته ، أو
 تكون حرباً نفسية يراد منها الإرجاف والتهويل وإثارة الفتنة .

الوسطية في الإعلام الإسلامي :

الدعوة إلى الوسطية قضية لا ينازع فيها أحد ، فالمفترض من الإعلام
 الإسلامي أن يُبرز مفهوم الوسطية ، وأن يبث ثقافتها ، وأن يعمل على
 صناعتها بين الناس ، لأن الوسطية هي الخيرية ، وهي محاسن الأمور ،
 والوسط بين رذيلتين ، يؤيد ذلك قوله تعالى : ﴿ وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا
 لِّتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا ﴾ (البقرة: ١٤٣).

وعلى الإعلام أن يدرك أن بديل الوسطية هو التطرف الذي يولد العنف ،
 وإن كان يمكن القضاء على العنف أمنياً ، فإن التطرف يمكن محاصرته
 بالفكر والتوجيه والنصيحة ، وهي مهمة الإعلام الهادف الرشيد .

إن ثقافة الوسطية التي يعتمدها الإعلام الإسلامي لا تعني التنازل عن
 المعتقدات والأفكار ، ولا تعني الإحجام عن اتخاذ المواقف المبدئية ، ولا
 مسايرة الجميع بكل ما يريدون وي طرحون ، ولا تجاهل الاختلاف بين بني
 البشر ، وإنما تعني صيانة العقول واحترام رأي الآخر ، لأنها تمثل موقفاً
 علمياً معرفياً وأخلاقياً ، وتعطي الأولوية لفهم الوقائع والأحداث ، وتقدم

مصدقية الخبر على الرأي والتحليل ، وإنما يتم ذلك عن طريق الإحجام عن نشر المواد الإعلامية التي تحث على العنف والكراهية أو تدعو للانتقام والإيذاء ، أو تلك التي تستخدم لغة الشجار والبذاءة والتحقير .

إعلام الوسطية والاعتدال يعمل على تحقيق الأمن والسلام للبشرية التي تدرك طبيعة التنوع البشري ، وتتعامل بإيجابية وانفتاح مع التنوع الثقافي والحضاري ، لأن هذا الإعلام يعترف بمنهج التعددية في إطار خدمة المبادئ والقيم الإنسانية ، ويعتبره مكسبا حضاريا وثقافيا للأفراد والمجتمعات ، ذلك أن التطرف في فهم الدين والانغلاق وضيق الأفق في التفكير سبب لتفكك الأمم ، ونتيجة للجهل والتخلف المعرفي والتنشئة الاجتماعية الخاطئة ، وغياب المرجعية الشرعية المتوازنة في فهم قضايا الواقع المعاصر .

والواجب على وسائل الإعلام أن تلعب دورا مهما في مواجهة التطرف والغلو والسلوك المنحرف ، وأن تعمل على غرس مفاهيم الوسطية والاعتدال ، وأن تعمل على عدم إبراز النزاعات العملية المذهبية والحزبية في ضوء الوسطية الإسلامية.

الترويج في الإعلام الإسلامي :

يطلق الترويج ويراد به النشاط الذي يمارسه الفرد باختياره ورغبته في وقت فراغه ، خارج دائرة المسؤولية والعمل ، وبذلك يحقق له راحة ورفاهية ، ويؤدي إلى تجديد النشاط والتخلص من آثار الجهد والعناء وأعباء الحياة .

وقد ورد في الأثر : روحوا القلوب ساعة فساعة^(١).

ولا شك في أن الترويح الإعلامي يعمل على تحقيق التوازن بين متطلبات البشر ، ويضمن التجديد لحركة الناس وأنشطتهم ، ويكسب النفس نشاطا وبهجة وراحة ، كي يتحقق التوازن النفسي ، ولا يتغلب جانب على جانب ، كما يُكسب الفرد خبرات ومهارات ومعارف تنمي الذوق وتغرس روح الإبداع ، وتُثقوي أواصر المودة بين الناس ، وتُنقي النفوس من تعب أو ملل يشحن الأجواء ويوتر العلاقات^(٢).

وقد وردت أدلة شرعية متعددة تبين مشروعية الترويح ، منها ما رواه حنظلة الأسدي رضي الله عنه - وكان من كتاب رسول الله ﷺ - قال : لقيني أبو بكر فقال : كيف أنت يا حنظلة؟ قلتُ : نافق حنظلة، قال : سبحان الله ! ما تقول ؟ قلت : نكون عند رسول الله ﷺ يُذكرنا بالنار والجنة حتى كأنها رأى عين ؛ فإذا خرجنا من عنده عافسنا الأزواج والأولاد والضيعات ، فنسينا كثيراً ، قال أبو بكر : فوالله إنا لنلقى مثل هذا ، فانطلقتُ أنا وأبو بكر حتى دخلنا على رسول الله ﷺ فقلت : نافق حنظلة يا رسول الله ، فقال ﷺ : (وما ذاك) ؟ فقلت : يا رسول الله ! نكون عندك تُذكرنا بالنار والجنة حتى كأنها رأى عين ، فإذا خرجنا من عندك عافسنا الأزواج والأولاد والضيعات ونسينا كثيراً ، فقال ﷺ :

(والذي نفسي بيده لو تدومون على ما تكونون عندي وفي الذكر؛

(١) رد المحتار على الدر المختار المشهور بحاشية ابن عابدين ، دار الفكر بيروت ، الطبعة الثانية

١٣٨٦ هـ ، ج ٧ ص ١٥٩

(٢) التربية الترويحية في الإسلام ، أحمد عبد العزيز أبو سمك ، دار النفائس للطباعة والنشر ،

عمان ٢٠٠٠ م ، ص ٥٠

لصافحتكم الملائكة على فرشكم وفي طرقكم ، ولكن يا حنظلة : ساعة (وساعة) ثلاث مرات^(١) .

ومن الأدلة على مشروعية الترويح المباح : حديث عائشة رضي الله عنها أن أبا بكر دخل عليها وعندها جاريتان تضربان الدف ؛ والنبي ﷺ متغشّ بثوبه ، فانتهرهما أبو بكر ، فكشف النبي ﷺ عن وجهه فقال : دعهما يا أبا بكر فإنها أيام عيد ؛ تلك الأيام أيام منى ، فوضح النبي ﷺ لأبي بكر رضي الله عنه حكم ذلك ؛ معللاً بأنه يوم سرور شرعي .

أما الترويح الذي يلحق ضرراً مادياً أو معنوياً ، أو يدعو إلى البغضاء والعداوة ، أو يشغل عن أمر الله ، أو يدعو إلى الزنا والربا والقمار والعُري ، أو الذي يكون فيه استهزاء وسخرية وفعلٌ محرّمات (كسماع الأغاني والموسيقى ، ومشاهدة الأفلام والمسلسلات) ؛ فهو محرّم لا يجوز ، لأنه ترويح هابط لا تقبله العقول السليمة ولا الفطرة الصحيحة .

خطة عمل للإعلام الإسلامي :

أول ما يطالب به الإعلام الإسلامي الهادف : العمل على استحداث إدارات الإبداع والابتكار ذلك أن العمل الإعلامي الناجح يقوم على ثلاثة عناصر رئيسة: (الأفكار والقيم ، الإبداع والابتكار ، والأدوات والتقنيات) ، وما لم تتكامل هذه العناصر الثلاثة في أي عمل إعلامي فإنه يبقى ناقصاً .

ويمكننا أن نضع خطة عملية للصناعة الإعلامية الإسلامية ؛ تبدأ من مرحلة الإعداد ، وتتمر بالمادة الإعلامية ، وتنتهي بطريقة العرض والتقديم ، وفقاً لما يلي :

(١) صحيح مسلم ، ج ٤ ، ص ٢١٠٦

مرحلة الإعداد والتأهيل :

ونعني إعداد الكوادر الإعلامية إعداداً علمياً شرعياً ، وتأهيلها فكرياً وخلقياً ومهنياً ولغوياً ؛ ليكونوا قادرين على تحمل المسؤولية التي هي شكلاً من أشكال الدعوة والتوجيه والتربية .

فالإعلامي موجّه ومعلم ومربّي ، وصانع الرأي في المجتمع ، يرتب الأفكار ، وينظم العقول ويُسهم في تحديد مواقف الناس وسلوكهم .

كما يشمل الإعداد المهني : التعرف على إنتاج المواد الإعلامية ، والرد على ما تنشره وسائل الإعلام الأخرى ، والتعرف على أسس ومهارات إدارة الأحداث الإعلامية ، وإنتاج المواد الإعلامية الترويجية ، وتنفيذ الحملات الإعلامية ، وكيفية التعامل مع تجهيزات الاستوديوهات الإذاعية والتلفزيونية ، ومنظومات الأخبار المحلية والعالمية ، وكل ما يتصل بواقع الممارسات الميدانية .

والإعلامي الناجح عليه أن يتسلح برؤية ثقافية عامة وموسوعية ، تمكنه من المساهمة في كل ما يُطرح من حوارات ومداخلات ، وتجعله مُلمّاً بالواقع الذي يعيش فيه ، من حيث قضاياها ومشاكله وأحداثه ، كما عليه أن يُلم بالعلوم التي لها صلة بطبيعة العمل الإعلامي ، كعلم النفس والاجتماع وأصول التربية والعلوم السياسية والاجتماعية والاقتصادية ، التي تمثل جوهر المادة الإعلامية المعاصرة ، بالإضافة إلى توفر الحد الأدنى من الموهبة والاستعداد النفسي والرغبة في تخصصه وميدان عمله ، للتغلب على الصعوبات والتحديات والمغريات التي تصادف العمل الإسلامي في حياته العملية .

اختيار المادة الإعلامية :

الأصل في المادة الإعلامية التي يقدمها الإعلام الإسلامي أن تعتمد خطاباً عصرياً ، وأن تعالج القضايا المطروحة برؤية علمية تناسب الواقع ، وتمتلك إمكانات إبداعية ، لتلبية متطلبات المسلم المعاصر ، ولتقدم الرؤية الإسلامية إلى العالم بصورة مرنة ، من أجل تقريب المسافات بين الأمم والشعوب والثقافات .

ويمكن أن يتم ذلك من خلال المصالحة بين المؤسسة الدينية التقليدية وبين الإعلاميين المعاصرين ، لأن إصرار المؤسسة الدينية على الاشتغال بالعلوم القديمة والطرح التاريخي فحسب وتخوفها من أطروحات التجديد والمعاصرة دفعها إلى تحجيم دعوات التجديد في المجتمعات الإسلامية ، وملاحقة المبدعين من أبناء الأمة الذين يريدون المشاركة في البناء الحضاري لها ، ونحن نرى أن الأمة اليوم بحاجة إلى مصالحة حقيقية بين الفقيه والإعلامي ؛ من أجل إنتاج مادة إعلامية تتسم بالأصالة والمعاصرة ؛ في عرضها وتقديمها ، لتكون صالحة لبناء خطاب عصري مؤثر .

ويمكن أن نحدد ملامح هذه المادة الإعلامية الإسلامية بما يلي^(١) :

١ - التركيز على إيصال المبادئ والمفاهيم الإسلامية ، والعمل على طرح قضايا العالم الإسلامي بلغة العصر ، وعدم الانشغال بنقل برامج بعيدة عن اهتمامات المشاهد .

٢ - الاهتمام بنقل الأخبار العالمية من مواقع الأحداث ، للظفر بالسبق الإعلامي ، وكسب انتباه المشاهدين والمستمعين إلى تلك القنوات والإذاعات الإسلامية .

(١) انظر في ذلك على سبيل التفصيل: إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، د. محي الدين عبد الحليم ، كتاب الأمة ، مركز البحوث والدراسات ، قطر .

- ٣ - توضيح القيم الإسلامية ، لتنمية المجتمع والارتقاء بأفراده في كل مكان وكل زمان .
- ٤ - تأكيد المبادئ النبيلة التي يحث عليها الإسلام ، لتحقيق العدل والتكافل والتضامن والخير للجميع .
- ٥ - التعريف بأحوال المسلمين ، وتذكيرهم بمشاكل إخوانهم ، والتحديات التي تواجههم ، واقتراح الوسائل المناسبة لمساعدتهم .
- ٦ - إبراز الجوانب الإيجابية في الدول الإسلامية ، وعدم التبعية للإعلام الغربي .
- ٧ - تصحيح الاختلال الكمي والكمي الذي يمارسه الإعلام الغربي في تناوله لقضايا الأمة .
- ٨ - التعريف بالشخصيات الإسلامية ، التي أسهمت في صنع التقدم والتطور في مختلف المجالات .
- ٩ - تفنيد الدعايات الكاذبة ، والافتراءات المغرضة ، التي يشنها أعداء الإسلام وخصومه ، والتي تتم من خلال الأعمال الأدبية والفنية التي تصور المسلمين بشكل لا يتفق مع واقعهم ، خدمة للمخططات الصهيونية والإلحادية .
- ١٠ - تصحيح الصورة الذهنية الخاطئة ، التي تكونت عند بعض الشعوب والجماعات عن الإسلام والمسلمين ، عن طريق تقديم الواقع الحقيقي للسلوك الإسلامي الصحيح ، وشرح أبعاد الفكر الإسلامي بصورة موضوعية .

١١- العمل على إنتاج برامج ترويجية تناسب الفئات العمرية المختلفة ، لشد جمهور المشاهدين إليها، وملء أوقات فراغهم بالترويج واللهمو المباح .

طريقة العرض والتقديم :

يحتاج تقديم المادة الإعلامية إلى إعداد خاص ومهارات اتصال متميزة، من أبرزها :

- أن تكون المادة الإعلامية مشوقة ومريحة تبت روح الفكاهة والابتعاد عن الأجواء الرسمية وعن حالات التوتر والانزعاج .

- الإفادة من المؤثرات المرئية والسمعية التي تجعل المشاهد يستسلم وينقاد للمشاهدة أو الاستماع ، مع أسلوب جذاب ، وكلمات رقيقة تجذب اهتمام المتلقي من شدة الإتقان والدقة في العرض والتقديم . ويمكن تحديد أبرز مهارات العرض والتقديم بما يلي :

١ - ألا تقدم المادة الإعلامية على شكل محاضرة أو ندوة علمية ، بل تقدم بطريقة إبداعية تتناسب مع طبيعة الوسيلة وحال المستقبل .

٢ - عدم التكرار قدر المستطاع ، والإفادة من الابتكارات الجديدة في التسويق الإعلامي على المستوى التلفزيوني والإذاعي .

٣ - أن يتم تخطيط وبناء الموضوع بطريقة مقنعة تؤدي إلى إقناع المستمعين والمشاهدين .

٤ - أن يتم تقسيم المحتوى إلى محاور رئيسة وعناوين فرعية بطريقة واضحة.

٥ - استخدام التركيبات والألفاظ اللغوية الملائمة لربط المعاني والانتقال من فكرة إلى أخرى.

٦- تقليص وقت البرامج الحوارية ، وعدم التشعب فيها والخروج عن صلب الموضوع ، إلا بما تقتضيه ضرورة الحوار والنقاش .

والخلاصة أن الإعلام الإسلامي ينبغي أن يعتمد برامج واقعية متزنة ، بحيث يدخل إلى القلوب بأساليب مشوقة جذابة ، ومضامين مقنعة مؤثرة ، تجمع بين الأصالة والمعاصرة ، من خلال اعتماد أفضل المواد في المضمون والمحتوى ، وأنجح الأساليب في القول والأداء ، وأحسن الصيغ في العرض والتقديم ، ليكون بذلك إعلاماً منضبطاً راقياً في مواجهة الإعلام المعاصر (الذي فقد الانضباط بالمحتوى والالتزام بالأخلاق ، وتحرر من قيود الفضائل والآداب) ، وبذلك يحقق الإعلام الإسلامي رسالته المتمثلة في المصداقية في النقل ، والوسطية في الطرح ، والمرونة في التقديم .

ولن يتحقق ذلك إلا بإنشاء مؤسسات وشركات للإنتاج والتوزيع الإعلامي في مختلف ألوان الإعلام ، من طباعة وصحافة وتلفاز وتسجيلات صوتية ، وبرامج ترفيهية ترويحية ، الأمر الذي يستوجب تأهيل وتدريب طاقات وكفاءات بشرية ، وتوفير تكاليف مادية كبيرة ، وتوفير الجو السياسي والاجتماعي الملائم ؛ كل ذلك من أجل النهوض بإعلام إسلامي مستقل ، لا يكون تابعا لثقافة خارجية ، ولا متأثراً بنمط حياة غربية أو شرقية .

المصادر والمراجع

- أولاً - القرآن الكريم .
- ثانياً - الكتب والدراسات ، وهي مرتبة هجائياً :
- ١ - الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي ، عبد الوهاب كحيل ، عالم الكتب بيروت ، الطبعة الأولى ١٩٨٥ م .
 - ٢ - إشكاليات الإعلام في عصر العولمة ، د. نصر الدين العياضي ، www.siironline.org
 - ٣ - إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية ، د. محيي الدين عبد الحلیم ، كتاب الأمة ، مركز البحوث والدراسات قطر .
 - ٤ - أصول الإعلام الإسلامي ، إبراهيم إمام ، دار الفكر العربي ، القاهرة ١٩٨٥ م .
 - ٥ - الإعلام الإسلامي: الأصول والقواعد والأهداف ، محيي الدين عبد الحلیم ، بحث مقدم إلى ندوة الإعلام الإسلامي بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل ، مؤسسة اقرأ الخيرية ، القاهرة ١٩٩٢ م .
 - ٦ - الإعلام الإسلامي: دراسة في المفاهيم والأصول والخصائص ، د. محمد موسى البر ، مجلة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية ، العدد العاشر، ١٤٢٦هـ ، ٢٠٠٥ م .
 - ٧ - الإعلام الإسلامي: المرحلة الشفهية ، إبراهيم إمام ، مكتبة الإنجلو المصرية ، القاهرة ١٩٨٠ م .
 - ٨ - الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال ، عبد العزيز شرف ، دار قباء

- للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ١٩٨٨ م .
- ٩ - الإعلام الحديث والتضليل ، سري عبد الفتاح ، www.islamweb.net ،
موقع إسلام ويب على الانترنت رابط المقالات - الإعلام .
- ١٠ - الإعلام المعاصر ، معتز حيسو ، www.an-nour.com/index ،
موقع جريدة النور على الإنترنت ، رابط : دراسات ورؤى .
- ١١ - الإعلام المعاصر وسلوك الشباب ، موقع البلاغ على الإنترنت ،
www.balagh.com رابط مقالات .
- ١٢ - الإعلام من المنطلق الغربي إلى التأصيل الإسلامي ، د. أحمد حسن
محمد ، موقع مفكرة الإسلام على الإنترنت ،
islammemo.cc/2002/09/19
- ١٣ - الإعلام والحقيقة ، منير عوض ، موقع صفحة الاقتصادية الالكترونية
www.aleqt.com .
- ١٤ - الاقتصاد السياسي للتنمية في القرنين العشرين والحادي والعشرين ،
د. سمير أمين ، دار الفارابي بيروت ، الطبعة الأولى ٢٠٠٢ م .
- ١٥ - أكذوبة أنفلونزا الطيور ، متديات بلقيس اليمن على الإنترنت
www.p-yemen.com .
- ١٦ - تدوين الفكر الإعلامي في العالم ، عايد الشعراوي ، دار النهضة
الإسلامية ، بيروت ١٩٨٩ م .
- ١٧ - تفسير ابن كثير ، أبو الفداء إسماعيل بن عمر بن كثير الدمشقي ، دار
الفكر بيروت ١٤٠١ هـ .

- ١٨ - التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام ، محمود كرم سليمان ، دار الوفاء ، المنصورة ١٤٠٩ هـ .
- ١٩ - التربية الترويحية في الإسلام ، أحمد عبد العزيز أبو سمك ، دار النفايس للطباعة والنشر ، عمان ٢٠٠٠ م .
- ٢٠ - الترويج عن النفس في الإسلام ، فيصل البعداني ، www.islamway.com موقع طريق الإسلام على الإنترنت ، رابط المقالات والمطويات .
- ٢١ - التكنولوجيا الرقمية والإعلام الجديد ، د. أحمد أبو زيد www.omferas.com/vb منتديات فرسان الثقافة على الإنترنت .
- ٢٢ - حيادية وسائل الإعلام ، تركي الدخيل ، طبعة السعودية ٢٠٠١ م .
- ٢٣ - رد المحتر على الدر المختار ، المشهور بحاشية ابن عابدين ، محمد أمين ابن عابدين ، دار الفكر بيروت ، الطبعة الثانية ، ١٣٨٦ هـ .
- ٢٤ - سنن البيهقي الكبرى ، أبو بكر أحمد بن الحسين البيهقي ، تحقيق محمد عبد القادر عطا ، مكتبة دار الباز ، مكة المكرمة ، ١٤١٤ هـ ، ١٩٩٤ م .
- ٢٥ - سنن الترمذي ، أبو عيسى محمد بن عيسى الترمذي ، تحقيق أحمد محمد شاكر ، دار إحياء التراث العربي ، بيروت .
- ٢٦ - صحيح البخاري ، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل البخاري ، تحقيق مصطفى ديب البغا ، دار ابن كثير بيروت ، الطبعة الثالثة ١٤٠٧ هـ ، ١٩٨٧ م .

- ٢٧ - صحيح مسلم ، أبو الحسين مسلم بن الحجاج القشيري ، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي ، دار إحياء التراث العربي ، بيروت .
- ٢٨ - الصحافة ومستقبلها الغامض ، د. أحمد أبو زيد ، مجلة العربي ، الكويت ، العدد ٥٦٧ ، فبراير ٢٠٠٦ م .
- ٢٩ - مجمع الزوائد ومنبع الفوائد ، علي بن أبي بكر الهيثمي ، دار الريان للتراث ، القاهرة ، ودار الكتاب العربي ، بيروت ، ١٤٠٧ هـ .
- ٣٠ - مشاهد العنف في التلفزيون ، د. مصطفى أحمد كناكر ، www.kanaker.com موقع كناكر على الإنترنت .
- ٣١ - معجم مقاييس اللغة لابن فارس ، أبو الحسن أحمد بن فارس بن زكريا ، تحقيق عبد السلام محمد هارون ، طبعة اتحاد الكتاب العرب ، ١٤٢٣ هـ ، ٢٠٠٢ م .
- ٣٢ - المقدمة لابن خلدون ، عبد الرحمن بن محمد بن خلدون الحضرمي المغربي ، تحقيق عبد السلام الشدادى ، طبع بيت الفنون والعلوم الإدارية ، الدار البيضاء ، الطبعة الأولى ، ٢٠٠٥ م .
- ٣٣ - نظريات الإعلام الإسلامي ، منير حجاب ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، الإسكندرية ، ١٩٨٢ م .
- ٣٤ - وسائل الاتصال الجماهيري والثقافة : القاعدة والاستثناء ، نصر الدين العياضي ، طبع دائرة الثقافة والإعلام ، الشارقة ، ٢٠٠١ م .
- ٣٥ - وظائف الإعلام الإسلامي ، محمد محمد يونس ، ورقة مقدمة إلى ندوة (الإعلام الدولي وقضايا العالم الإسلامي) ، القاهرة ، نوفمبر ، ١٩٩٨ م