نسخة أفضل
خرج مقالا بعنوان "الإعلام الإسلامي النظري في الميزان"
(الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية ١٤
جزء من مذكرة الإعلام الإسلامي - السنة الثالثة
المعهد العالي للدعوة الاسلامية
فرع جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية بالمدينة المنورة
1411/7/1 هـ

مفاهيم اعلامية اسلامية في الميزان

نسخة أفضل ١
خرج مقالا بعنوان "الإعلام الإسلامي النظري في الميزان" ١
(الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية ١٤ ..... ١
جزء من مذكرة الإعلام الإسلامي - السنة الثالثة..... ١
مفاهيم اعلامية اسلامية في الميزان ١
مشكلة الدراسة:..... ٢
منهج الدراسة:..... ٣
الموازين المقترحة: ٣
نتائج الدراسة: ٦
أ - الإعلام والاتصال: ٦
ب - الإعلام والدعوة:..... ٦
ج - الإعلام أي نشاط بشري:..... ٧
د - الإعلام الإسلامي والوضعي:..... ٨
هـ- الهدف والوظيفة:..... ٨
ز - الترفيه: ١٠
ح - منهج التأصيل: ١١
الملخص والمناقشة: ١٢
قائمة المراجع:..... ١٦

يؤكد كل من محمد امام (1) وشلبي (2) وآخرون بأن عبد اللطيف حمزة هو الذي وضع اللبنة الأولى في دراسة "الإعلام الإسلامي" دراسة منهجية. وقد مضى على تأليف كتاب "الإعلام في صدر الإسلام" حوالي العشرون عاما. ثم تتابعت المحاولات فماذا جنينا؟ بل ان المحاولة الأولى كانت لحمزة في الفصل الخامس من كتابه: "الإعلام له تاريخه واتجاهاته". (3)

وبعد مضي عشر سنوات على محاولة حمزة قال عبدالحليم (4) ان "المكتبة العربية أو الاسلامية تكاد تخلو من أي دراسة علمية منهجية تربط الدراسات الاعلامية الحديثة بأصول الدعوة الاسلامية..."

أما محمد امام فقال عن المحاولة الأولى بأن اهتمام كاتبها: "بكل من الجانبين التاريخي والوصفي" كان أكبر من "التأصيل في الإعلام الاسلامي." (5)

ويضيف معلقا على الاسهامات الأخرى بقوله: "ورغم صدور عدد من المؤلفات فيما بعد فان عملية التنظير لم تتقدم خطوة الى الأمام. ويؤيده فيما ذهب اليه محمد سيد محمد. (6)

أما شلبي فيثني على محاولة عبد اللطيف حمزة بقوله: "ولعل هذا الجهد الهام هو الذي أثمر في نهاية الأمر انشاء أقسام متخصصة لدراسة الإعلام الإسلامي..." بيد أن شلبي يعود فيؤكد انعدام النظرية الكاملة للاعلام الاسلامي.(7)

وتقول الصاوي وزميلها شرف: "حقيقة هناك بعض الدراسات السريعة عن الدعوة الاسلامية ولكن معظمها يفتقر الى التحليل والتكامل والأسلوب العلمي". (8)

وعن السبب في غياب النظرية المتكاملة، أو العمل المنهجي.... فيرجعه محمد امام الى تركيز معظم تلك الجهود على الجانب التاريخي والوصفي، و "مجرد تحليل مضمون المعلومة الدينية التي تعرضها وسائل الاعلام، "وذلك خطأ كبير في المنهج". (9)

وينسب محمد السبب في هذا الوضع الى كون الذين أسهموا بجهود اما من "الباحثين الذين درسوا الدين الإسلامي ولم يدرسوا الإعلام" أو من "الباحثين الذين درسوا الإعلام ولم يدرسوا الدين الإسلامي". (10)

هذا ما ورد من تعليقات على الجهود السابقة في مجال الكتابة في "الإعلام الإسلامي" حتى عام 1405. ولكن يغلب على هذه التعليقات أنها تأملات أو انطباعات غير مبنية على دراسات مقننة. كما أنها تتسم بالتعميمات الغامضة التي لا يستفيد منها المنقود أو القاريء كثيرا.

ومن جهة أخرى فان محاولات الأسلمة أو التأصيل لم تتوقف الى يومنا هذا؛ فما هي نوعيتها؟ أما من حيث كميتها فهي كبيرة نسبيا.

مشكلة الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى الاجابة على السؤال المطروح وهو حول ما نوعية الكتابات التي أنتجتها السنوات الخمس عشرة الماضية.

لا يعني هذا بأن الباحث سوف يقوم بدراسة تحليل لجميع مضمونات الجهود السابقة فهذا عمل يستغرق تسويد صفحات كثيرة. وانما سيقتصر عملية التقويم هذه على بعض المفاهيم الأساسية للدراسات الاعلامية بصفة خاصة أو الاتصالية عموما.

وليس من أهداف الدراسة بيان درجة اطراد المؤلف الواحد أو الكتاب الواحد في استعمال هذه المفاهيم. وانما الهدف الرئيس هو معرفة ما اذا كانت هناك مخالفات للموازين المقترحة.

ولعل القاريء الفطن يدرك بأن الدراسة انما تقوم على النصوص التي وردت في الكتابات المنشورة، وليس على ما يعتقده من كتبوا تلك النصوص في الوقت الراهن. فلعل بعضهم قد غير رأيه فيما كتب.

منهج الدراسة:

لدراسة هذا الموضوع اختار الباحث عددا من المفاهيم الاعلامية الأساسية هي: الإعلام والاتصال، الإعلام والدعوة، الهدف والوظيفة، والوسيلة، والترفيه، ومنهج الأاصيل. وذلك بصفتها عينة عمدية تم اختيارها للمبررات التالية:

1 - هذه المفاهيم بمثابة العمود الفقري بالنسبة للدراسات الاعلامية، لا يمكن تناول الموضوعات الاعلامية بدونها.

2 - وضوح أو غموض هذه المفاهيم تعطي مؤشرات كافية لمستوى المضمونات التفصيلية لهذه الكتابات.

وقام الباحث بعد ذلك بتحديد مدلولات هذه المفاهيم حسب المصادر الاعلامية ومن بينها الكتابات "الاعلامية الاسلامية" نفسها، وحسب الأدلة العقلية، فجعل من هذه المدلولات موازين يتم الاحتكام اليها.

ثم استعراض استعمالات الكتابات الاعلامية الاسلامية لهذه المفاهيم وعرضها على تلك الموازين.

وقد حرص الباحث على الاقتباس المباشر في الحدود المقبولة، مع الحرص على التوثيق الدقيق، ليعطي القاريء فرصة الحكم بنفسه، والتأكد من صحة النقل والفهم لهذه النصوص ضمن سياقاتها التي وردت فيها.

الموازين المقترحة:

وتتمثل الموازين التي تم طرحها فيما يلي:

أ - يميز المؤلفون في الإعلام بين "الاعلام" و "الاتصال"، باعتبار كلمة اتصال أكثر شمولا. (11). فالاتصال قد يكون بين الانسان وأخيه وبين الحيوانات، والجمادات، وقد يكون بين هذه الأصناف الثلاثة. فأشكال الاتصال لنقل المعلومات والحصول عليها بين الانسان والحيوان عرفته البشرية منذ أن كانت هناك مجموعة بشرية. والانسان وهو يقود السيارة يقوم بعملية اتصال بينه وبين الآلات الصماء.

والاتصال البشري قد يكون ذاتيا بين الانسان ونفسه، وقد يكون شخصيا، وقد يكون جماهيريا. وهذه الحالة الأخيرة وحدها نسميها "الاعلام" Mass communication. ومن عناصر الاتصال الجماهيري التعقيد في التنظيم والتكرار في العناصر. (12) فالمرسل في الاتصال الجماهيري ليس واحدا، بل طاقما متكاملا، والوسيلة ليست شيئا واحدا ولكن مجموعة معقدة من الأجهزة، وما يقال عن الوسيلة يقال عن التكوين الكلي للرسالة أو الجمهور.

والاتصال قد يكون باللمس والصوت والنظر و .... أما الإعلام فلا يكون باللمس، الا أن ندخل في حسابنا طريقة برايل للمكفوفين.

ب - كثير ممن تطرقوا لموضوع العلاقة بين الدعوة الاسلامية والإعلام الإسلامي ميزوا بين الاثنين. فمنهم من قال بأن الدعوة جزء من الإعلام الإسلامي (13) ومنهم من قال بأن الدعوة أكثر شمولا من الاعلام. (14). ويرى ابراهيم امام أن الدعوة تشمل ايصال المعلومة ومحاولة الاقناع بها، أما الإعلام فيقتصر على ايصال المعلومة. (15).

ولعل هناك شيئا من الحق في كل ما يقوله الطرفان؛ فالإعلام -من حيث الهدف- أكثر شمولا من الدعوة. وذلك لأن الإعلام يشمل عمليتي: بث الرسالة لمجرد اطلاع المستقبل عليها، أو بث

الرسالة لاطلاع المستقبل عليها اضافة الى المحاولة لاقناع المستقبل بمضمونها. أما الدعوة فتهدف الى القسم الأخير فقط.

ومن حيث الوسيلة - فان الدعوة أكثر شمولا لأن الدعوة قد تأخذ صبغة الاتصال الشخصي والجمعي والجماهيري. أما الإعلام فيقتصر على الاتصال الجماهيري.

ج - اتضح في الفقرة "أ" أن الإعلام هو الاتصال الجماهيري، وهو نوع من الاتصال يتم بين البشر، أي أن القائم بالاتصال فيه والجمهور من البشر.

بعبارة أخرى يخرج منه الاتصال الشخصي والجمعي بين البشر، ويخرج منه الاتصال بين الحيوانات والجمادات، وبين الانسان وبينها من باب أولى. ومن المؤكد أن الإعلام ليس كل نشاط بشري يقوم به الانسان: مثل الذود بالسلاح عن النفس والعقيدة، أو العبادة المفروضة التي يؤديها الانسان لربه، أو العمل السري الذي يريد التعرف به على تحركات العدو أو خديعته.

د - في حالة القوانين أو التشريعات الخاصة بالعبادات أو المعاملات هناك ما أصله الوحي السماوي، وهناك ما أصله الاتفاق البشري. لهذا نستطيع أن نقول تشريع رباني وتشريع وضعي أي من وضع البشر، دون الاستناد الى التعاليم الربانية.

ومن المعروف أيضا أن التشريعات السماوية الاسلامية هي مجموعة من القواعد العامة التي وضعها القرآن الكريم والسنة النبوية. ومن هذه القواعد ما هو قطعي الدلالة، ومعظمها ظني الدلالة تحتاج الى الاجتهاد البشري؛ ولعل هذا هو أحد أسباب ديمومة الشريعة الاسلامية (16).

أما الممارسات الاتصالية، بما في ذلك الجماهيرية منها (الاعلام)، ليست وحيا الهيا. وحتى الممارسات الصادرة من أكثر المسلمين التزاما بالاسلام ليست - في تفاصيلها - الا اجتهادات بشرية، منضبطة بالتعاليم الاسلامية.

ومن المؤكد أن القواعد الاعلامية - حتى المستنبطة من القرآن والسنة - في معظمها ليست قطعية الدلالة. ومن المؤكد أيضا أن كثيرا من المهارات الاعلامية لا نتعلمها من القرآن والسنة، ابتداء من التحرير والاعداد والصف والتصوير والتسجيل والاخراج... وانتهاء بتوصيل المادة الاعلامية الى الجمهور، والوسائل التي نحتاج اليها في هذه المراحل كلها.

هـ- الهدف والوظيفة هما شيئان مختلفان لهذا نجد ممن كتب في مجال الإعلام الإسلامي من يفرد مبحثا أو فقرة في الحديث عن كل منهما (17).

وعندما نعود الى قواميس اللغة لتحديد الفرق بين الهدف والوظيفة نجد أن الهدف هو جهد فكري أي أنه كلمة تعبر عن ما يجري في عقل الانسان أو قلبه. أما الوظيفة فهي جهد عملي، أو أنها كلمة تعبر عن ما يجري في الواقع، أي حقيقة يمكن ملاحظتها وادراكها بالحواس الخمس (18).

ولكون الوظيفة واقعا موجودا فاننا نستطيع القول بأن الاذاعة والتلفاز أخذتا (بصيغة الماضي) جزءا كبيرا من وظيفة الصحيفة في مجال توفير الأخبار وفي مجال توفير التسلية للجمهور الاعلامي. ومن هنا جاءت الدراسات التي تركز على التحليل الوظيفي للظواهرالمحددة التي تحدث في النظام الاجتماعي. (19) والتحليل الوظيفي مدخل للأبحاث الاعلامية جاءت بديلا لمدخل النظرية التعليمية، التي تعتبر الانسان مخلوقا منطقيا، وبديلا لمدخل نظرية الاستقرار النفسي التي تعتبر الانسان مخلوقا عاطفيا. (20)

وفي الوقت نفسه فاننا لانستطيع تحديد الهدف، قبل ترجمته الى الواقع المحسوس، ما لم يتم التصريح به. أما عندما تتم ترجمته الى عمل ملحوظ، فحينئذ يصبح الهدف وظيفة يمكن ملاحظتها ودراستها.

وعموما يمكن ملاحظة الاختلافات التالية بين الهدف والوظيفة:

1 - الهدف شيء مساو للنية والقصد. أما الوظيفة فهي تسجيل لما يجري في الواقع الملموس، ويمكن معرفة الهدف قبل التنفيذ؛ أما الوظيفة فلا يمكن معرفة حقيقتها قبل حدوثها في الواقع. وما نسميه أحيانا بالوظيفة انما هو من باب التجاوز لما نخطط له ونرجو أن يصبح واقعا. وعندما نتحدث عن هذه الوظيفة فنحن نتحدث عن الشيء المخطط الذي قد يصبح حقيقة أو يبقى خيالا أو حبرا على ورق. أما في الأبحاث العلمية عندما نقرر أن وظيفة كذا هو كذا أو كان كذا فلا بد أن يكون رصدا لواقع موجود أو كان موجودا.

2 - الهدف يكون رغبة يتحكم فيها صاحبها. ان شاء أجرى عليها تعديلا، وان شاء تخلى عنها، وان شاء أصر عليها وعمل على تحقيقها. أما الوظيفة فالواقع هو الذي يفرضها، وربما يكون من المسهمين في هذا الواقع صاحب الهدف وجهوده المقصودة أو غير المقصودة.

3 - الهدف يتشكل كما يريده صاحبه دائما، أما الوظيفة فانها في حالات كثيرة تأتي على عكس ما يرغب صاحب الهدف، وتكون سببا في خيبة أمله لما بذله من جهد ومال ووقت.

4 - قد يتغير الهدف دون أن يتبعه تغيير في الوظيفة المرصودة. وقد تتغير الوظيفة تبعا لتغير الهدف أحيانا.

5 - كثير من الأهداف يمكن تحويلها الى وظائف يمكن رصدها في الواقع الملموس بعد ان تكون رغبة في الذهن والخيال.

و - الوسيلة شيء مختلف عن المضمون؛ والمحك لهذه الحقيقة هو أننا يمكن أن نستخدم الوسيلة مع أكثر من نوع من أنواع المضمونات. ويمكننا تفريغ الوسيلة من المضمون فتبقى الوسيلة محتفظة بكيانها. وهذه الحقيقة تنطبق على الوسائل المادية مثل الكتاب أو المجلة... أو الوسيلة المعنوية مثل الشعر أو القصة... كما أنه يغلب على الرسالة أن يكون لها موقف محدد. أما الوسيلة فيغلب عليها الحياد.

ز - الترفيه أمر نسبي، وربما تختلف وسائله من بيئة مكانية الى أخرى ومن بيئة زمانية الى أخرى. ولما كان الترفيه أمرا نسبيا يختلف باختلاف الأذواق فان الوسائل المتوافرة في ظروف محددة سرعان ما تفقد قيمتها بمجرد ظهور وسائل جديدة، ولاسيما اذا كانت أكثر منها جاذبية وتشويقا واثارة.

ومن العبث المرفوض أن نقول بأن الوسائل الأقل جاذبية وتشويقا واثارة هي أقوى تأثيرا وفعالية. وذلك لأنها عريقة أو منضبطة بالتعاليم الاسلامية.

ح - المناهج الرئيسة ثلاث: المنهج الوصفي، والمنهج الاستنباطي، والمنهج الاستقرائي. ومن القواعد الأساسية أننا عندما نستخدم الوصفي في مجال الإعلام يجب أن ينحصر حديثنا على الممارسات الاعلامية، وليست الادارية والسياسية، والاجتماعية والحربية... ويجب أن لا نأتي بشيء واحد أو حادثة واحدة لاتحتمل أكثر من سطرين أو صفحة واحدة لوصفها فنصف تفاصيلها في بضع صفحات، ثم نتبع ذلك بتفسيرات انشائية "اعلامية"، غزيرة.

وعندما نستخدم المنهج الاستنباطي يجب أن نقتصر على الأدلة الوثيقة الصلة بالنظريات الاعلامية. وبعبارة أخرى لا نحشو المادة العلمية بالنصوص القرآنية والحديثية التي لها صلة والتي ليست لها صلة، ثم نخرج منها بتفسيرات "اعلامية" وكأن القرآن والسنة كتب اعلامية.

وعندما نستخدم المنهج الاستقرائي يجب أن نأتي بأدلة أو أحداث مستفيضة كلها تشير الى قاعدة محددة. وبعبارة أخرى لانأتي بحادثة تاريخية واحدة ونخرج منها بقواعد "اعلامية" متعددة.

ومن المعلوم أيضا أننا نقوم بدراسات تحليل المحتوى للنصوص التي لانعرف مسبقا توجهاتها بشكل مؤكد أو قريب منه، ولاسيما اذا كان أصحابها اخفاء توجهاتهم الحقيقية. لهذا لانحتاج الى

تحليل محتوى نصوص توجهاتها الحقيقية معلنة، وصريحة، الا أن نشك في صدق اعترافات أصحابها.

نتائج الدراسة:

بعد مسح مضمونات ثلاثين مؤلفا في الإعلام الإسلامي للتعرف على طريقة تصوير المفاهيم المختارة للتقويم، وجد الباحث التصورات التي سيتم استعراضها على التوالي، لتشمل: علاقة "الإعلام الاسلامي" بالاتصال، وبالدعوة، والنشاطات البشرية وغير البشرية المختلفة، وبالمفهوم الأصلي للاعلام. كما سيشمل الاستعراض: مفهوم الهدف والوظيفة، ووسائل الترفيه، والمنهج الشائع.

أ - الإعلام والاتصال:

لقد بدا واضحا أن بعض المؤلفين يعتبرون "الاتصال" كلمة مرادفة لكلمة "اعلام". (21) ولعل أكثر النصوص صراحة في هذا الاتجاه ما ورد في النص التالي:

ولما كان الإعلام الإسلامي عاما بنص القرآن الكريم، توسل الرسول صلى الله عليه وسلم بالإعلام التدويني الى جانب الإعلام الشفهي والاتصال الشخصي والجمعي فأرسل دعاته الى الملوك...(22)

وبهذا تصبح كلمة الإعلام أكثر شمولية من كلمة الاتصال المحددة. (23) ولعل من أبرز الاستشهادات ما أورده محمد امام حيث يذكر: "من أساليب الرسول في الدعوة والاعلام: (أ) الخطابة، (ب) الرسائل، (ج) الحوار...(24) ويؤكد ابراهيم امام هذا التوجه فيعنون كتابه: "الإعلام الإسلامي في المرحلة الشفهية" ويعنون مبحثا فيه: "الاتصال الشخصي في الإعلام الاسلامي". (25)

يبدو أن هناك محاولة لتأصيل الإعلام اسلاميا ولكن هذا يأتي على حساب تغيير مدلولات الأسماء فالإعلام (الاتصال الجماهيري) يصبح -بالتأصيل الاسلامي- في مثل شمولية كلمة الاتصال.

ب - الإعلام والدعوة:

يعتبر عدد ممن كتبوا في الإعلام الإسلامي كلمة "الاعلام" مرادفة لعبارة "الدعوة الاسلامية". (26) وقد يضعها بعضهم بصيغة مباشرة. فالفتياني يقول: "الإعلام هو الدعوة والدعوة هي الاعلام"(27)، أما عبد الحليم فيؤكد بأن الإعلام والدعوة "يحملان نفس المعنى على الصعيدين النظري والعملي."(28)

بل يذهب حمزة الى أبعد من ذلك اذ يقول: "...ولكن القدماء منذ ظهور الرسول لا يعرفون هذا المصطلح الحديث، مصطلح الإعلام والاتصال بأنواعه الثلاثة: الشخصي والجمعي والجماهيري واستخدموا مكانه المصطلح المعروف عندهم وهو مصطلح الدعوة."(29) وهل مصطلح الدعوة مساو لمصطلح الاتصال أيضا؟

ويذهب آخرون الى أن الدعوة أكثر شمولية من الاعلام، وأن الإعلام وسيلة من وسائل الدعوة (30) أما نجيب فيرى أن الإعلام أكثر شمولا من الدعوة، ولكن بدون قصر مدلول الإعلام على الاتصال الجماهيري. (31)

يبدو واضحا من الاستشهادات السابقة أن هناك محاولة صريحة لاستبدال كلمة دعوة بكلمة اعلام. ولكن لماذا؟ ألأن كلمة "دعوة" لا تليق بمعطيات العصر الحديث؟ أم لأننا مقبلون على عملية تأصيل اسلامي للاعلام ولا تتم هذه العملية الابتكارية الا بعملية الاستبدال هذه؟

ج - الإعلام أي نشاط بشري:

ومن مظاهر الإعلام الإسلامي التي يسوقها لنا البعض: المساجد، نشاط أمهات المؤمنين، دار الأرقم، البيت العتيق، الاسراء والمعراج، الصلوات، مصلى العيد، الأذان، الاقامة، وصلاة الخسوف وصلاة الكسوف، التلبية، الاحرام، الطواف، والوقوف بعرفة، رمي الجمرات... (32)

ويقول عز الدين بليق -في كتابه الذي يجمع آيات قرآنية كثيرة: "وقد طلب الإسلام من المسلمين أن يكونوا أمة الخير والاعلام". ثم يستشهد بآيات في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وبقوله تعالى: "لا خير في كثير من نجواهم ، الا من امر بصدقة أو معروف أو اصلاح بين الناس ، ومن يفعل ذلك ابتغاء مرضاة الله فسوف يؤتيه أجرا عظيما."

ويستطرد فيعلق على قصة سليمان، وعلى الهدهد بصفة خاصة، فيقول: "وجاء الهدهد، جاء الصحافي القديم، صاحب وكالة الأنباء النموذجية."(33)

ويعتقد لاوند بأن الرسالات السماوية ظاهرات اعلامية، ثم يدفعه اعتقاده هذا الى ان يؤكد بأنه "لولا الإعلام لم يكن هناك مبرر للوجود البشري."(34)

ويقول الركابي: "فالتبشير اعلام بالخير. والانذار اعلام بالخطر. والصدع بالحق اعلام للناس بالحق الذي ينبغي أن يلتزموا به، واعلام بالباطل الذي ينبغي ان يفارقوه."(35)

ويعتبر حجازي خروج الرسول صلى الله عليه وسلم الى العمرة التي انتهت بصلح الحديبية "خطة اعلامية هادفة"(36)، ووفد خزاعة الذي جاء للوساطة، ووفد قريش للاستطلاع وفودا اعلامية.(37)

وعن خروج حذيفة رضي الله عنه للتجسس على أخبار العدو في غزوة الخندق، يقول حمزة بأن ذلك نوعا من اعتماد "الرسول على حملة الأخبار وهم الذين نسميهم في العصر الذي نعيش فيه (مندوبي الأخبار) أو (المراسلين الحربيين)."(38)

ويقول أيضا عن خدعة نعيم بن مسعود للتفريق بين المشركين واليهود في الغزوة نفسها من الوسائل الاعلامية "التي عهد اليها الرسول في مجاهدة قريش في أثناء حروبه معها وسيلة (الدعاية) أو خداع العدو."(39)

وفي حديث عن الحياة العقلية التي جاء بها الاسلام، تقول الصاوي وزملاؤها بأن الإسلام حارب الأديان الفاسدة وحارب الأوهام ودعا الإسلام للعلم الصحيح والتفكير السليم. ثم تستطرد بقولها:

"الى غير ذلك من مظاهر الرقي العقلي والفكري الذي كان مقدمته أن الإسلام دعا الناس الى أن لا يؤمنوا الا بما يؤدي اليه العقل والدليل والبرهان الصحيح، والى أن يمحصوا الأمور ويتثبتوا في الحكم على الأشياء، فلا يصدرون عن هوى ولا يحكمون الا بعد تنقيب وتدقيق واستنباط صحيح.

وهذا هو منهج البحث الاعلامي الاسلامي..""(40)

اذا كان الإعلام هو كل هذه الأنشطة ألا يعني أن كل نشاط بشري نقوم به، يمكن أن يكون له أثر على الآخرين، سواء كان النشاط مقصودا لهذا الأثر أم غير مقصود هو نشاط اعلامي؟ واذا كان هذا صحيحا هل يبق نشاط بشري لا يقبل أن يكون نشاطا اعلاميا؟

اذا كانت عملية التجسس على العدو نشاطا اعلاميا ألا يعني هذا أن السي آي اي CIA لها وفود اعلامية في كل الدول، بل محطات اعلامية أو مراكز اعلامية؟ يجمعون المعلومات أو الأخبار السرية بصفة خاصة، ويبثون الاشاعات المغرضة. فهي بهذا المفهوم مؤسسة اعلامية.

واذا كانت المكايد الحربية هي أنشطة اعلامية ألا يعني هذا أن الجندي وهو يطلق المدافع فيخيف العدو هو اعلامي يقوم بعمل اعلامي؟ والجلاد وهو ينفذ حكم الاعدام بالجاني ليحذر الناس من الوقوع في الجريمة هو رجل اعلامي، يقوم بعمل اعلامي؟

ولماذا نقصر المنهج الذي تحدثت عنه الصاوي وزميلها على "الإعلام الاسلامي"؟ هل هي محاولة لتأصيل الإعلام اسلاميا؟

د - الإعلام الإسلامي والوضعي:

ويميز البعض بين الإعلام الإسلامي والإعلام الوضعي (42) ويذهب عمارة نجيب الى أبعد من ذلك اذ يقول تحت عنوان فرعي "علم الإعلام في ضوء الاسلام":

"الإعلام الذي وضع بأيد أوربية وعلى أسس وقواعد وقيم مستوردة وأطلق عليه علم لاصلة له بالعلم، لأنه يعتمد على أسس لا يقر الإسلام معظمها، وخصوصا الدراسات النفسية والاجتماعية التي وضعت لتكون نبراسا في معظمها مستخلصة من بحوث تجريبية على حيوانات أو على عينات من البشر لا تختلف عن الحيوانات ..."(43)

ويورد البعض تعريف أوتوقروت الألماني (منقول عن ترجمة غندور) وفرنان توا (نقلا عن ابراهيم اما) دون تعليق وكأن كلمة "اعلام" عند المؤلفين تعني المعنى المستعمل عند الاعلاميين الاسلاميين، أي مرادفا لكلمة "أخبار أو معلومات".(44)

قضية تمييز الإعلام الإسلامي عن الإعلام الأصلي بأن الأخير وضعي تثير عددا من التساؤلات: هل الإعلام الإسلامي بأكمله، معظمه رباني أي وحي منزل؟ هل جاء بأدلة قطعية؟ أم بأدلة ظنية؟ وهل الإعلام مجموعة تشريعات وقوانين بحيث نقيسها بالقانون فنقول قانون اسلامي (تشريعات اسلامية) وقانون وضعي؟

وهل في القرآن والسنة شيء عن اعداد البرامج، كتابة السيناريو، الديكور، التصوير، المونتاج، الاضاءة، الاخراج؟

وهل صحيح أن المفهوم الأصلي لكلمة "اعلام" المرادفة للاتصال الجماهيري، المترجمة عن mass communication لا يختلف عن "اعلام" المشتقة من "أعلم" في اللغة العربية؟

هل فعلا ما يقوله عمارة نجيب صحيح؟ وهل العلم الا العلم الذي جاء عن طريق الوحي؟ وهل -فعلا- لايقر الإسلام معظم الدراسات في علم النفس...؟ ألا يشترك الناس في كثير من أمور الفطرة، والتكوينات النفسية و ....؟

هـ- الهدف والوظيفة:

من يستعرض ما ورد عن أهداف الإعلام الإسلامي وما ورد عن وظائف الإعلام الإسلامي يدرك أن الحديث كله سواء عن الأهداف أو الوظائف حديث مستقبلي أو ما ينبغي أن يكون عليه الأمر. فمثلا يقول حارب عن <u>الأهداف:</u>

"يمكن للاعلام الإسلامي أن يحقق أهدافا متعددة منها:

1 - ترسيخ العقيد الاسلامية لتواجه التيارات الوافدة.

2 - التربية الأخلاقية للمشاهد المسلم...

3 - مواجهة الخرافات والبدع...

4 - تنمية الولاء للاسلام قبل سواه...
5 - شرح نظام الحياة في الاسلام...
6 - ابراز دور الإسلام في خدمة البشرية جمعاء..."(45)
ويقول عبد الوهاب كحيل:
"...استخدام منهج اسلامي، باسلوب اعلامي ... بهدف التوجيه والتوعية والارشاد، لاحداث التأثير المطلوب". (46) وفي موضع آخر يقول: "الهدف اذن من الإعلام الإسلامي هو العمل على مصلحة الجماهير المستقبلة لهذا الإعلام من ارشاد ..ديني، دنيوي، مادي ومعنوي، وروحي، كما أنه لا يخلو من عمليات التسلية الجادة والترفيه المفيد". (47)
ويقول محمد امام عن الاهداف:
" والحق أن أهداف الإعلام الإسلامي تحكمها مذهبية وتفرضها الحقائق التي ينبثق عنها و...(ولكن أهداف الإعلام الإسلامي يمكن تركيزها في هدفين اثنين هما: تدعيم الإسلام - تعميم الاسلام. ونستطيع أن نطلق على هذين الهدفين الأهداف الاستراتيجية للاعلام الإسلامي تتفرع عنهما أهداف جزئية كثيرة لكل هدف منها نطاقه ودليل عمله." (48)
يمكن لنا أن نعبر عن الأهداف بصيغة مستقبلية أو بصيغة ما يجب أن يكون عليه الأمر؛ ولكن هل يمكن استخدام الأسلوب نفسه في الحديث عن الوظيفة؟ أم أن الحديث عن الوظيفة يجب أن يكون تقريرا أو تسجيلا لما يجري أو لما تم ملاحظته في الماضي؟
حسب النصوص التالية نجد الكاتبين يتحدثان عن الوظيفة بصيغة ما يجب أن يكون عليه الأمر:
يقول كحيل:
"وعلى ذلك يمكن تحديد أهم وظائف الإعلام الإسلامي فيما يأتي:
أولا: الاقناع بأهمية الاتجاه الروحاني في مواجهة التيارات المادية.
ثانيا: الإعلام بالدين الإسلامي والتعريف به وبقواعده لاظهار أنه الدين المناسب. لهذا العصر ولحل مشكلاته بل ولكل العصور.
ثالثا: تنظيم حياة البشر على أسس سليمة مستمدة من الدين الاسلامي.
رابعا: التعريف بالحياة الآخرة والسعادة فيها. (49)

وعن الوظائف يقول محمد امام:
"وفي ميدان الوظيفة البنائية يمكن تحديد استراتيجية العمل على النحو التالي:
(أ) تحرير المفهوم الصحيح للاسلام...
(ب) تنشئة جيل مسلم قوي صحيح الاسلام..." (50)
وفي موضع آخر يقول:
"ومن داخل الوظيفة البنائية يقوم الإعلام الإسلامي بنفس الوظائف التقليدية في الإعلام المعاصر وهي:
(أ) وظيفة التعليم.
(ب) وظيفة التربية. (51)
ويجمع كحيل في موضع آخر بين الوظائف والأهداف باعتبارها شيئا واحدا يمكن تناولهما معا فيقول:
"ومن وظائف وأهداف العلاقات العامة الاسلامية كذلك، تحسين العلاقات والروابط بين المجتمعات وبعضها على جميع المستويات المحلية والعالمية، واذا أمكن تحقيق هذه الوظائف، وهذه الأهداف للعلاقات العامة الاسلامية، وتنفيذها بالمنهج الذي رسمه الإسلام ونفذه الرسول

صلى الله عليه وسلم وأصحابه، فاننا نجد العالم كله على جميع مستوياته...يعيش في سلام وأمن دائم..." (52)

و - الوسيلة:

يصنف بعض المسهمين في الإعلام الإسلامي بعض الأشياء أو المسميات ضمن الوسائل الاعلامية، مع أننا لو أفرغنا هذه الأشياء من مضموناتها لا يبقى لها أثر. فحمزة وآخرون يجعل من وسائل الإعلام الإسلامي القرآن الكريم والحديث الشريف والخطبة النبوية. (53) ومواسم الحج من أعظم وسائل الدعوة والتلبية، ولبس الاحرام، والطواف، والوقوف في عرفة. (54)

ويعلق محمد على هذا القول بأن هذه لم تكن وسائل في عهد النبوة ولكن أصبحت فيما بعد كذلك فيما عدا القرآن. كما يرى ضرورة التفريق "بين وسائل الإعلام وبين وسائل الاتصال الشخصي المباشر، وبين القدوة أو السلوك الذي يعد في مفهومنا المعاصر ضمن مجال العلاقات العامة." (55)

نعم نستطيع القول بأن الآيات القرآنية وسائل للدعوة لأننا نستطيع الاختيار بين الآيات القرآنية الكثيرة، المختلفة في مضموناتها. ولكن هل القرآن وسيلة يمكن تفريغها من مضمونها وتبقى قرآنا.

ز - الترفيه:

بعض الذين كتبوا حول وسائل الترفيه في الإعلام الإسلامي يعبرون بفخر واعتزاز عن قدرة الإعلام الإسلامي في منافسة الإعلام غير الإسلامي فيضرب على ذلك بأمثلة من التاريخ الإسلامي فيقول أحدهم:

"غير أننا يجب أن نلاحظ أن الحديث عن استخدام القوالب والأساليب الفنية الاعلامية الجذابة والمشوقة، ليس معناه أن تكون هذه الأساليب مبتذلة ومليئة بالألفاظ الخليعة..."

"ولنضرب أمثلة لاستخدام الأساليب المشوقة، الجذابة ....

وبضرب أمثلة:

1 - الرسول صلى الله عليه وسلم وأصحابه يروحون عن أنفسهم عناء الحمل والنقل والبناء بهذا الغناء:

اللهم لاعيش الا عيش الآخرة .. فاغفر للأنصار والمهاجرة"

2 - يرتجز أحدهم: "لئن قعدنا والرسول يعمل .. لذاك منا العمل المضل"

3 - عند حفر الخندق أنشد البراء:

"والله لولا الله ما اهتدينا ولا تصدقنا ولا صلينا

4 - عند دخول مكة يقول عبد الله بن رواحة وهو ممسك زمام القصواء:

"باسم الذي لا دين الا دينه

باسم الذي محمد رسوله

خلوا بني الكفار عن سبيل ...(56)

وعند الحديث عن الترفيه في التلفاز يدرج أحمد العجل من وسائل الترفيه الاسلامية لعب الأحباش، ومداعبته صلى الله عليه وسلم لبعض الأشخاص: "يا عمير ما فعل النغير؟. سباقه مع أم المؤمنين، الرماية والسباحة، وكذلك المداعبة مع الأهل، وحديث: فهلا تزوجت جارية تلاعبها وتلاعبك؟ (57)

والأسئلة التي تطرح نفسها هي: هل تكفي هذه الوسائل الترفيهية لاجتذاب مجتمع اليوم؟ هل تنافس هذه الوسائل وسائل الترفيه العصرية، وتستحوذ على جمهورها؟ هل من المنطق ضرب

هذه الأمثلة في هذا المضمار في مجال الحديث عن الاعلام؟ مثل مداعبة الرجل أهله؟ وهل يسمح الإسلام بنشر هذا عبر وسائل الاعلام؟ أليست هناك أمثلة أكثر واقعية وأكثر صلة بوسائل الاعلام؟ وهل الهام هو أن تكون الوسيلة الترفيهية منضبطة بالتعاليم الاسلامية أو أن يكون لها جذور في التاريخ الاسلامي؟

ح - منهج التأصيل:

اذا أمسكت بأي كتاب في الإعلام الإسلامي الا القليل النادر فالمنهج هو:

أ - أن تجد آية قرآنية أو آيات، أو حديثا شريفا أو أحاديث، أو حادثة تاريخية، يمكن أن تكتب في نصف صفحة أو صفحة واحدة، عبارة واحدة؛ ثم تجد تعليقات تحتل صفحات عديدة.

ب - يتكون التعليق من:

1 - اقتباسات اعلامية.

2 - كلام انشائي حماسي تجاه الاسلام.

3 - مزيد من الآيات والنصوص والتفاصيل التاريخية وكل ما يندرج تحت اسم الثقافة الاسلامية.

ومن الأمثلة السريعة على هذا المنهج:

1 - يكتب عبد اللطيف حمزة أربعة عشرة صفحة تحت عنوان :

"القرآن أكبر وسائل الاعلام" (58)

2 - ويكتب سليم حجازي حوالي ستا وعشرين صفحة تحت عنوانين:

" الوفد الاعلامي الأول يصل الى الحديبية"

و " الوفد الاعلامي الثاني برئاسة الحليس بن زبان". (59)

ثم يقول عن منهجه:

"ولهذا فقد كانت الحاجة ماسة الى وجود اعلام اسلامي يقوم بدوره الأصيل على الساحة الدولية. ومن هنا فاني عدت في دراستي الاعلامية هذه الى خير القرون كي أنهل من سيرة المصطفى عليه السلام، محاولا تلمس الأسس الحقيقية للاعلام الإسلامي الأصيل." (60)

وهنا يبرز عدد من التساؤلات. هل هذه الدراسات عملية استنباط؟ وهل كل حدث تاريخي - حتى فيما يتصل بالسيرة - مسلمة ثابتة، مثل النصوص القرآنية والحديثية الثابتة نستنبط منها؟ هل هي عملية استقراء؟ فما هي قواعد الاستقراء؟ ألا يجب أن يكون استقراء القاعدة الواحدة من مجموعة حوادث تاريخية، بدلا من استقراء عدد من الأفكار الاعلامية من الحادثة الواحدة؟ أو أن هذه الدراسات هي دراسات وصفية تفسيرية لأحداث تاريخية قد لا تتكرر بظروفها وملابساتها مرة أخرى؟

وعندما نستعرض كتاب سيد السنقيطي "أصول الإعلام الإسلامي وأسسه: دراسة تحليلية لنصوص الأخبار في سورة الأنعام" (61) فان كل ما نجده هو تصنيف للآيات القرآنية تحت اسم أخبار مضافا اليه تفسير لبعض الآيات من منظور اعلامي، يعتمد على المنهج العقلي في التفسير.

وقد أحسن المؤلف بأنه لم يقم بدراسة تحليل المحتوى. فكتاب الله العزيز في غنى عن دراسات تكشف عن توجهاته. وذلك لأن القواعد العامة والأوامر والنواهي فيه صريحة. وذلك لأن الأسس الحقيقية للاعلام الإسلامي هي نفسها الأسس العامة لأي نشاط اسلامي. وذلك لأن الاطار الفكري لنشاطات المسلمين أظهر من الشمس في رابعة النهار، وأكثر ثباتا في أسسه من أي اطار فكري بشري.

والسؤال الذي يطرح نفسه هل القرآن كتاب أخبار أم هدى ودعوة؟ اذا انتهجنا المنهج الذي لجأ اليه المؤلف لربط الآيات القرآنية بالإعلام سنجد أن آيات الأمر والنهي، والترغيب والوعيد... كلها أخبار. فهل هذا صحيح؟

الملخص والمناقشة:

لقد لوحظ أن كل المفاهيم الأساسية المختارة لم تصمد للموازين المقترحة، مع أن معظم هذه الموازين ترتكز على ما ورد في كتابات من أسهموا في الإعلام الاسلامي. ويفترض الباحث أن هذه الأخطاء طبيعية وأن السبب في ذلك يعود الى ما يلي: (62)

1 - ما أشار اليه محمد سيد محمد وهو أن الذين كتبوا في الموضوع توفرت لديهم معلومات اسلامية جيدة ولم تتوفر لديهم خلفية كافية عن الدراسات الاعلامية أو العكس. (63)

2 - قيام البعض بترجمة فقرات من كتابات اعلامية بدون توفر خلفية اعلامية كافية.

3 - اعتماد البعض كلية على الترجمات الكلية أو الجزئية ومن ثم التعرض لاحتمالين من احتمالات الخطأ: خطأ الترجمة الأصلية، وخطأ النقل بتصرف، دون الرجوع الى المصدر الأصلي.

4 - انعدام المحاولة الجادة بالوسائل الكافية للاطلاع على الجهود السابقة، بعين ناقدة، بسبب الحماسة العاطفية لفكرة الأسلمة أو التأصيل.

5 - الضعف الواضح في مناهج البحث العلمي.

ولعل هذه الفرضيات تجعلنا ندرك بأن الوقت قد حان لاجراء دراسات لتقويم ما تم انجازه باسم "الإعلام الاسلامي" الذي نتحمس له، ونتشدق به. وربما تعطينا بعض المؤشرات بضرورة الابتعاد عن العاطفية في دراساتنا العلمية، وأن الوقت قد حان للخوض في مجالات اعلامية نحن في أشد الحاجة اليها. ويتمثل أبرزها -في تصويري- فيما يلي:

1 - اجراء دراسات تشخيصية للواقع الذي نعيش فيه لمعرفته على حقيقته بدلا من التخرصات التي نطلقها، التي نحسبها تصفه. وهذا يشمل البيئة ووسائل الإعلام التي نتعرض لها، نحن وأجيالنا الصاعدة.

2 - تجنيد الجهود لاجراء دراسات تشريعية تتصل بوسائل وأساليب الممارسات الاتصالية وبصفة خاصة الاعلامية (الاتصال الجماهيري)، توازن بين اتقاء الشبهات، وبين الأصل في الأشياء الاباحة، وبين الضرورات تبيح المحرمات.

3 - توجيه جهودنا الى الوجهة الصحيحة. فبدلا من مضغ المعلومات الاعلامية ولوكها نركز جهودنا على اكتساب المهارات اللازمةللتعبير بمهارة وصورة جذابة عن قيمنا العظيمة التي لا نحتاج الى اكتشافها وصناعتها ولكن الى عرضها وجذب الانتباه اليها.

4 - هذه المفاهيم ليست كل المفاهيم الاعلامية. فلعل دراسات أخرى تجري لمعرفة التصورات التأصيلية لتلك المفاهيم. ولعل هذه الحقائق الجزئية تخضع لمزيد من البحث مستقبلا.

ولكن مهما قيل عن نقاط القصور في الجهود التي بذلت خلال العشرين عاما الماضية فان هذه الجهود لم تخل من أفكار قيمة، ونظريات ستخدم الإعلام الإسلامي -ان شاء الله- اذا تم تطويرها، وتصفيتها من الشوائب، وتم ترجمتها الى أعمال محسوسة.

سعيد اسماعيل صيني في 1410/5/17 هـ أعيدت الصياغة في 1410/6/14 هـ

حواشي مفاهيم

* يود الباحث أن يعرب عن شكره لقسم الإعلام بكلية الدعوة والإعلام بجامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية على تبنيه للندوة التي تم فيها طرح هذه الأفكار، كما يشكر الباحث كل من أسهم بتعليق، حيث استفاد الباحث من ملاحظاتهم. والشكر والمنة من قبل ومن بعد لله.

1 - محمد كمال الدين أمام، النظرة الإسلامية ص 16-17.
2 - كرم شلبي، الخبر الصحفي ص 9-12.
3 - عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه.
4 - محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي ص 9.
5 - محمد امام المرجع السابق ص 16. وانظر الأخطاء التاريخية الفادحة في حق الخليفة الراشد الثالث والصحابي الجليل معاوية، التي وقع فيها عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر اسلام؛ وانظر رد عجاج الخطيب عليها، في أضواء .
6 - محمد سيد محمد، المسئولية ص 9.
7 - شلبي، المرجع السابق ص 9، 12-13.
8 - أمينة الصاوي، عبد العزيز شرف، نظرية الإعلام ص 5.
9 - محمد امام، المرجع السابق ص 16-17.
10- محمد، المرجع السابق ص 9.
11- Welbur Schramm, the nature of communication between humans, in w. Schramm and D. Roberts, (eds) The Process and Effects of Mass communication (Urbana, Illinois: University of Illinois 1971. PP. 49-50; William E. Francois, Introduction to Mass Communications and Mass Media (Columbus, Ohio: Grid Inc. 1977) PP. 4-7;
ابراهيم امام، الإعلام الإسلامي ص 27-40؛ محمد، المرجع السابق ص 23-25.
12- B. Westley and McLean, A conceptual model for communications research, Journalism Quarterly 34: 31-38; Schramm op. cit. pp. 49-53.
13- محمد، المرجع السابق ص 45-46؛ عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للاعلام الإسلامي (بيروت: عالم الكتب 1406) ص 220-221.
14- فيصل حسون، الإعلام الإسلامي ص 445-468؛ نجيب عمارة، فقه الدعوة ص 99؛ نجيب عمارة، الإعلام في ضوء ص 12-13؛ ونوال عمر، دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضارية (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق 1984) ص 16.
15- ابراهيم امام، أصول الإعلام ص 10، 25).
16- محمد أبو زهرة، أصول الفقه ص 118-197؛ عبد الوهاب خلاف، علم أصول ص 34-35 ، 42.
17- محمد امام، المرجع السابق ص 205-217، 179-203؛ كحيل، المرجع السابق ص 52-54، 83-99؛ سيد محمد ساداتي الشنقيطي، ص 10-11.
18- مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط مادة هدف ووظيفة؛ وفي معاجم اللغة الانجليزية مادة goal و function.
19- M. L. De Fleur and S. Ball-Rokeach, Theories of

Mass communication 3rd ed. New York: David Mckay Company, Inc 1975 pp. 169-172.

20- W. J. Severin and J. W. Tankard, Communication Theories : Origins, Methods, Uses (New York: Hastings House Publishers 1979 pp. 182-198.

21- محمد امام، المرجع السابق ص 13-15؛ مصطفى الدميري، الصحافة ص 20، 33؛ نجيب، المدخل لدراسة الإعلام الإسلامي ص 17-18، نقلا عن كحيل، المرجع السابق ص 61-62.

22- الصاوي وشرف، المرجع السابق ص 143.

23- الصاوي وشرف، المرجع نفسه ص 115؛ حمزة، المرجع السابق ص 75-76؛ سليم عبد الله حجازي، منهج الإعلام ص 41.

24- محمد امام، المرجع السابق 147-149.

25- ابراهيم امام، الإعلام الاسلامي، المرجع السابق ص 51، وانظر نموذج الإعلام الإسلامي ص 47؛ وابراهيم امام، أصول الإعلام ص 79، 82، 86، 89؛ وانظر أمينة الصاوي، وعبد العزيز شرف، ومحمد عبد المنعم خفاجي، السيرة النبوية أنظر مثلا العناوين الرئيسة في قائمة المحتويات والصفحات المتصلة بها.

26- الصاوي وشرف، المرجع السابق ص 154.

27- تيسير محجوب الفتياني، مقومات ص 17.

28- عبد الحليم، المرجع السابق ص 10.

29- حمزة، المرجع السابق ص 104.

30- مرعي مدكور، الإعلام ص 98؛ عمر، المرجع السابق ص 16.

31- عمارة نجيب، الإعلام في ضوء، المرجع السابق ص 14-15.

32- حمزة، المرجع السابق ص 86-92؛ عمر، المرجع السابق ص 33-58؛ الخطيب ص 23-76.

33- سورة النساء: 114؛ عز الدين بليق، موازين الإعلام ص 6-9.

34- رمضان لاوند، من قضايا الإعلام ص9.

35- زين العابدين الركابي، النظرية الاسلامية ص 9-10.

36- حجازي، المرجع السابق ص 81-92.

37- حجازي، المرجع نفسه ص 95-121.

38- حمزة، المرجع السابق ص 146.

39- حمزة، المرجع نفسه ص 147.

40- أمينة الصاوي، عبد العزيز شرف، محمد عبد المنعم خفاجي، السيرة ص 93-94.

41- سيد محمد ساداتي الشنقيطي، مفاهيم اعلامية من القرآن الكريم (الرياض: دار عالم الكتب 1406) ص 13، ولعله اقتباس غير مباشر من الخطابي، مقال منشور في مجلة الفيصل.

42- الشنقيطي، مفاهيم...، المرجع السابق ص 11؛ نور الحق ابراهيم، الإعلام ص 4-5، 14-15، 40؛ علي جريشة، نحو اعلام ص 19.

43- عمارة نجيب، فقه الدعوة ص 97.

44- الشنقيطي، مفاهيم، المرجع السابق ص 14-15.

45- سعيد عبد الله حارب، الإعلام والتيارات الفكرية المعاصرة (دبي: دار الأمة للنشر والتوزيع 1407) ص 126-133.

46- كحيل، المرجع السابق ص 29.
47- كحيل، المرجع نفسه ص 52.
48- محمد امام، النظرة الاسلامية، المرجع السابق ص 207-217.
49- كحيل، المرجع السابق ص 83-99.
50- محمد امام، النظرة الاسلامية، المرجع السابق ص 182-203.
51- محمد امام، المرجع نفسه ص 183.
52- كحيل، المرجع السابق ص 159-190.
53- حمزة، المرجع السابق ص 40-42؛ عبد القادر حاتم، الإعلام في القرآن الكريم (القاهرة: المؤلف نفسه 1405) ص 85-150.
54- حمزة، المرجع نفسه ص 87.
55- محمد، المسئولية، المرجع السابق ص 70-71.
56- كحيل، المرجع السابق ص 34-36.
57- أحمد محمد العجل، الترويح في الاذاعة والتلفاز في ضوء الإسلام (بحث مكمل للماجستير مقدم الى المعهد العالي للدعوة الاسلامية 1407) ص 72-76.
58- حمزة، المرجع السابق ص 42-57.
59- حجازي، المرجع السابق ص 95-121.
60- حجازي، المرجع نفسه ص 8.
61- الشنقيطي، أصول، الكتاب الأول، المرجع السابق، سيد محمد ساداتي الشنقيطي، أصول الإعلام الإسلامي وأسسه:
62- يلاحظ أن الباحث بنفسه قد وقع في بعض هذه الأخطاء، وتنطبق عليه بعض هذه الفرضيات، فيما مضى.
63- محمد، المرجع السابق ص 9.

قائمة المراجع:

إبراهيم، نور الحق، الاعلام والجهاد من المنظورين الاسلامي والوضعي (المدينة المنورة: مكتبة الايمان ١٤٠٩)

أبو زهرة، محمد، أصول الفقه (القاهرة: دار الفكر العربي ١٣٧٧)

إمام، إبراهيم امام، الاعلام الاسلامي المرحلة الشفهية (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية ١٩٨٠)

إمام، إبراهيم، أصول الاعلام الاسلامي (القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٨٥)

إمام، ابراهيم، أصول الاعلام الاسلامي (القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٨٥)

إمام، محمد كمال الدين، النظرة الاسلامية للاعلام: محاولة منهجية (الكويت دار البحوث العلمية ١٤٠٣)

بليق، عز الدين، موازين الاعلام في القرآن الكريم (بيروت: دار الفتح للطباعة والنشر ١٤٠٣)

جريشة، علي، نحو اعلام إسلامي: اعلامنا الى أين؟ (القاهرة: مكتبة وهبة ١٤٠٩)

حاتم، عبد القادر حاتم، الاعلام في القرآن الكريم (القاهرة: المؤلف نفسه ١٤٠٥)

حارب، سعيد عبد الله، الاعلام والتيارات الفكرية المعاصرة (دبي: دار الأمة للنشر والتوزيع ١٤٠٧)
حجازي، سليم عبد الله، منهج الاعلام الاسلامي في صلح الحديبية (جدة: دار المنارة ١٤٠٦)
حسون، فيصل، الاعلام الاسلامي وسبل تطويره واصلاحه، في الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية: النظرية والتطبيق (الرياض: الندوة العالمية للشباب الاسلامي ١٣٩٦)
حمزة، عبد اللطيف، الاعلام في صدر اسلام (القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٧٠)
حمزة، عبد اللطيف، الاعلام له تاريخه ومذاهبه (القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٦٥).
الخطيب، عجاج، في أضواء على الاعلام في صدر الاسلام (بيروت: مؤسسة الرسالة ١٤٠٥).
خلاف، عبد الوهاب، علم أصول الفقه ط14 (الكويت: دار القلم ١٤٠١)
الدميري، مصطفى، الصحافة في ضوء الاسلام (مكة المكرمة: مكتبة الطالب الجامعي ١٤٠٨)
رمضان لاوند، من قضايا الاعلام في القرآن (الكويت: المؤلف نفسه ١٩٧٩)
زين العابدين الركابي، النظرية الاسلامية في الاعلام والعلاقات الانسانية (أمريكا الشمالية: رابطة الشباب المسلم العربي ١٤٠٤)
شلبي، كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الاسلامية (القاهرة: المؤلف نفسه ١٩٨٤)
الشنقيطي، سيد محمد ساداتي الشنقيطي، أصول الاعلام الاسلامي وأسسه، الجزء الأول (الرياض: دار عالم الكتب للنشر والتوزيع ١٤٠٦)
الشنقيطي، سيد محمد ساداتي الشنقيطي، مفاهيم اعلامية من القرآن الكريم (الرياض: دار عالم الكتب ١٤٠٦)
الشنقيطي، سيد محمد ساداتي، أصول الاعلام الاسلامي وأسسه: دراسة تحليلية لنصوص الأخبار في سورة الأنعام، الكتاب الثاني (الرياض: دار عالم الكتب للنشر والتوزيع ١٤٠٦).
الصاوي، أمينة الصاوي، عبد العزيز شرف، نظرية الاعلام في الدعوة الاسلامية (القاهرة: مكتبة مصر ١٩٨٥)
الصاوي، أمينة، عبد العزيز شرف، محمد عبد المنعم خفاجي، السيرة النبوية والاعلام الاسلامي (القاهرة: مكتبة مصر ١٩٨٦)
الصاوي، أمينة، وعبد العزيز شرف، ومحمد عبد المنعم خفاجي، السيرة النبوية والاعلام الاسلامي (القاهرة: مكتبة مصر ١٩٨٦)

عبد الحليم، محي الدين، الاعلام الاسلامي وتطبيقاته العملية (القاهرة: مكتبة الخانجي بمصر ١٩٧٩)
العجل، أحمد محمد العجل، الترويح في الاذاعة والتلفاز في ضوء الاسلام (بحث مكمل للماجستير مقدم الى المعهد العالي للدعوة الاسلامية ١٤٠٧)
عمارة، عمارة نجيب، فقه الدعوة والاعلام (القاهرة: مكتبة سعيد رأفت ١٩٨٦)
عمارة، نجيب عمارة، الاعلام في ضوء الاسلام (الرياض: مكتبة المعارف ١٤٠٠)
عمارة، نجيب، المدخل لدراسة الاعلام الاسلامي
عمارة، نجيب، فقه الدعوة والاعلام (ـــ: مكتبة سعيد رأفت ١٩٨٦)
عمر، نوال، دور الاعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضارية (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق ١٩٨٤)
الفتياني، تيسير محجوب الفتياني، مقومات رجل الاعلام الاسلامي (عمان: دار عمار ١٤٠٨)
كحيل، عبد الوهاب، الأسس العلمية والتطبيقية للاعلام الاسلامي (بيروت: عالم الكتب ١٤٠٦)
مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط (القاهرة: دار احياء التراث ١٣٩٢)
محمد، محمد سيد، المسئولية الاعلامية في الاسلام (القاهرة: مكتبة الخانجي ١٤٠٣)
مدكور، مرعي مدكور، الاعلام الاسلامي الطباعي في الدول غير الاسلامية (القاهرة: دار المعارف ١٩٨٥)

سعيد اسماعيل صيني 1411/7/1 هـ