

الصناعة الإحصائية

ودورها الفعال

في صورة المجتمعات

تأليف الدكتور

خالد محمد أحمد عطيه

(ح) \_ خالد محمد أحمد عطيه ، ١٤٣٩ هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

عطيه، خالد محمد أحمد

الصناعة الإعلامية ودورها الفعال في محو الأمية المجتمعات .

خالد محمد أحمد عطيه . - مكة المكرمة ، ١٤٣٩ هـ .

٩٠ ص ؛ ٢٤ سم

ردمك : ٩٧٨ . ٦٠٣ . ٠٢ . ٥٩٢٧ . ٤

١- الإعلام . ٢- وسائل الإعلام أ- العنوان

ديوي ٣٠١,١٦ / ٢٢٣٢ / ١٤٣٩

رقم الإيداع : ٢٢٣٢ / ١٤٣٩

ردمك : ٩٧٨ . ٦٠٣ . ٠٢ . ٥٩٢٧ . ٤

افتتاحية :

الصناعة الإعلامية ! شرف ومهنية

قال تعالى :

﴿ يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴾ (١١٩)

[التوبة]

وقال ﷺ :

(إن العبد ليتكلم بالكلمة من رضوان الله، لا يلقي لها بالاً، يرفعه الله بها درجات، وإن العبد ليتكلم بالكلمة من سخط الله، لا يلقي لها بالاً، يهوي بها في جهنم) [البخاري] .

قال العرب :

رب كلمة قالت لصاحبها دعني

الكلمة مسئولية ترفع صاحبها أو تخفضه

المؤلف

بسم الله الرحمن الرحيم

## المقدمة

الحمد لله رب العالمين المنعم المتفضل على خلقه أجمعين، وأشهد ألا إله إلا الله وحده لا شريك له، علام الغيوب ذو القوة المتين، وأشهد أن محمداً عبده ورسوله وصفيه وخليله وخيرته من خلقه ﷺ، إمام المتقين وسيد المرسلين، الصادق الوعد الأمين . ثم أما بعد :

يعد الإعلام عصب الحياة اليوم، فهو البوق الناطق الذي يسمعه القاصي والداني، وبه ومن خلال وسائله يرتبط العالم ببعضه، كما لو كان قرية صغيرة تلاقت أطرافها فيما بينها، وهذا ما جعل له دوراً كبيراً وفعالاً في بناء المجتمعات أو هدمها، في رقيها ورفعة شأنها، أو ضعفها وضعفعتها .

فهو سلاح ذو حدين، قد اكتسب مكانة لا يستهان بها ولا سيما في العصر الحديث، الذي تعددت وسائله وتنوعت أساليبه، حتى صارت تصل إلى حيث مخادع النوم، وبأقل كلفة وأبسط طريقة .

ومجتمع يفتقر لإعلام حي، فاعل فيه، يعني الانعزالية بالضبط، إذ لا تواصل بين أفرادها والمجتمعات الأخرى .

والصناعة الإعلامية، يفترض أنها مهنة حرة، نزيهة صادقة، تعنى بنقل الكلمة، بكل حيادية وإنصاف واستقلالية، لا تأثير عليها .

وهذا يعني أن المصدقية في القول، والدقة في الفعل الذي يبرز ذلك ويؤيده، هما أسس أساس الحركة الإعلامية النزيهة بوجه عام .

والميثاق الشرفي الإعلامي قد وضع قيوداً، بقصد جعل الإعلام رسالة هادفة، ذات أثر إيجابي، وليست رسالة مضللة ذات أثر سلبي .

لكن متى أصبحت الحركة الإعلامية ذات توجهات معينة، وأغراض خفية تخدم مصالح ذويها، حوت مباشرة كل معاني الكذب، والغش، والخداع، والنفاق، والتملق .

وهذا يعني فضاءً مشوشاً، لا أخلاقيات له، ولا قيم عنده، وبالتالي فلن يخدم قضايا الأمة أبداً، ولن ترتقي به مجتمعات مطلقاً .

الصناعة الإعلامية أجمالاً، هي احترام مهني نزيه، يرتكز على قيم الأخلاق الفاضلة، فمتى تجردت منها، تحولت إلى إعلام رخيص لا قيمة له ولا احترام، يضر ولا ينفع، ويفسد ولا يصلح . وذلك هو البلاء المستطير والله المستعان .

د . خالد محمد عطيه

مكة المكرمة

ص . ب : ٤٣٨٢

جوال : ٠٥٠٤٧٩٩٥١١

E-kamahaz@hotmail.com

# الفصل الأول

## مفهوم الإعلام وخصائصه

تعريف الإعلام

أركان الحركة الإعلامية

الاتصال وأنواعه وأشكاله وصوره

دلائل الاتصال الناجح

وظائف الحركة الإعلامية

الجوانب الإعلامية الإيجابية

الجوانب الإعلامية السلبية

قيمة وسائل الإعلام

الإعلام المقروء

الإعلام المسموع

الإعلام المرئي

الإعلام التواصلي

ميثاق الحركة الإعلامية

## الإعلام :

في اللغة هو : الإشعار والتنبيه<sup>١</sup>. وقيل الإخبار<sup>٢</sup>. وقيل الإفادة . وقيل غير ذلك؛ من معاني مرادفة قريبة .

وفي الاصطلاح العلمي هو : نقل المعلومات التي تهم المتلقي، عبر وسيلة اتصال معينة<sup>٣</sup>.

والإعلام هو أحد وسائل الاتصال الخمسة، وهي : التعليم، والدعوة، والإعلام، والدعاية، والإعلان .

وعموم الحركة الإعلامية تقوم على خمسة أركان، لا بد من توافرها في أي عملية، لتسمى حركة إعلامية :

١- المرسل . وهو مصدر الرسالة الموجهة، ومن المفترض أن يكون معلناً معروفاً، وأحياناً يكون مستتراً، لأغراض غير معلنة، وأهداف غير معروفة، غالباً ما تكون مغرضة ذات أهداف غير نبيلة .

٢- المستقبل . وهو الطرف المتلقي لتلك الرسالة الموجهة له، سواء كان فرداً، أم جماعة، أم جمهوراً .

---

<sup>١</sup> القاضي الأحمد . دستور العلماء . ص ٩٥ .

<sup>٢</sup> قلعجي وقنيبي . معجم لغة الفقهاء . ص ٧٧ .

<sup>٣</sup> مؤلفون . مقدمة في وسائل الاتصال . ص ٤١ .

٣- الوسيلة المستخدمة . وهي طريقة الإرسال، وفي العصر الحديث تعددت تلك الطرق، إلى كونها مقروءة كالصحف، ومسموعة كالمذياع، ومرئية كالتلفاز، بالإضافة لعامة طرق التواصل الإلكتروني، عبر الشبكة العنكبوتية، سواء باستخدام أجهزة الحاسب الآلي، أم الجوال، أم الآيباد، أم ما سواها من أجهزة إلكترونية .

٤- الرسالة الموجهة . وهي المادة الإعلامية التي يراد نقلها للطرف الآخر، سواء كانت قصيرة أم متوسطة أم طويلة، وسواء كانت مركزة وموجهة لفئة معينة، أم لعامة الجمهور المتلقي، المهم أن تحتوي على هدف ومغزى .

٥- رجع الصدى . وهو مدى تفاعل المتلقي لفحوى الرسالة المستقبلية، وتأثره بها، وانتشار مضمونها بين عامة الناس، سلباً أو إيجاباً .

الاتصال وأنواعه وأشكاله وصوره :

الاتصال هو : عملية تبادل المعلومات، ونقلها من طرف لآخر، عبر

وسيلة معينة . وهو نوعان اثنان هما :

١- اتصال مباشر . ويكون عبر لقاءات مفتوحة بين المرسل والمستقبل، بينهما تواصل مباشر، يسمع كل منها الآخر ويراه، ويرد عليه .

٢- اتصال غير مباشر . عبر كتابات أو ومراسلات، أو جريدة، أو مذياع، أو تلفاز، لا تواصل مباشر فيه بين الطرفين المرسل والمستقبل،



بحيث ييٲ الطرف المرسل ما يريد من رسالة موجهة، وينتظر رجع الصدى من الطرف المستقبل .

وكلا هذين النوعين له عدة أشكال، فقد يكون اتصالاً شخصياً حوارياً بين اثنين فقط، وقد يكون جماعياً على صورة نقاش مفتوح، وقد يكون لقاءً جماهيرياً عاماً، على صورة خطب، أو محاضرات، أو ندوات مفتوحة .

أما صوره : فقد يكون اتصالاً لفظياً، وقد يكون كتابياً، وقد يكون إشارياً، وقد يكون صوتياً، وقد يكون مرئياً، وقد يكون رسماً كاريكاتورياً، وكلها المقصد منه إيصال الرسالة للمستقبل .

دلائل الاتصال الناجح :

محمل عمليات الاتصال، إما أن تتسم بالنجاح، في إيصال المعلومة للمتلقين على الوجه المطلوب، وإما أن تتسم بالفشل في تحقيق الهدف المرجو منها، وهناك مؤشرات متى توافرت في أي عملية اتصال دلت على نجاحها بالفعل، وهي :

- ١- مصداقية المصدر . ومدى الثقة فيه، وهو دافع قوي للاقتناع بما يبيٲه .
- ٢- صياغة الرسالة بوضوح . لضمان إيصال المعلومة، على نحو عالٍ من الجودة والدقة .

- ٣- الوسيلة المناسبة . التي يضمن بها المرسل وصول رسالته، لأكبر قدر ممكن من المتلقين .
- ٤- مغزى المعلومات . ذات القيمة العالية، التي يحتاجها المتلقي، وينتفع بها، كماً وكيفاً .
- ٥- تلمس الواقع . ومعالجة مشكلات الناس، وقضاياهم المعاصرة التي تؤرقهم .
- ٦- احترام عقول الناس . بالطرح الهادف، الراقي المنصف، الذي ينمّ عن إعلام رصين، لا تحيز فيه ولا له .
- ٧- تكرار البث . لضمان تغطية كل شرائح المجتمع، وإثارة تفاعلهم كل مرة، للتأكيد على فحوى الرسالة ومضمونها .

#### وظائف الحركة الإعلامية :

هناك وظائف مهمة لعموم الحركة الإعلامية، يحملها تدور حول أمرين اثنين هما : إفادة المتلقي عبر وسيلة نقل ذات جودة عالية، ومدى التأثير على الرأي العام للجمهور .

وبوجه عام تنقسم تلك الوظائف، من حيث التأثير على الجمهور والوصول إلى عقولهم، لتغيير قناعاتهم، إلى قسمين اثنين . هما :

### القسم الأول . وظائف إعلامية إيجابية .

تؤتي ثمارها اليانعة وآثارها الطيبة، ومن ثم يظهر ذلك على سلوكيات عموم شرائح المجتمع . وهي :

- ١- الإفادة . والإخبار، وإعطاء المعلومة الصحيحة، لعموم المتلقين .
- ٢- النقل الدقيق للنزيه . لما يراد بثه للمستقبل، من مواد إعلامية .
- ٣- التوجيه . وإعادة التوجيه لما يراد من قيم، ومفاهيم، ومبادئ، وأفكار، وسلوكيات، وأخلاقيات .
- ٤- التثقيف . وإحياء التراث الإسلامي والاجتماعي، الذي يربط أفراد المجتمع، بدينه، وقيمته، وثقافته الأصيلة .
- ٥- الدعوة والتعليم . واستغلال كافة وسائل الإعلام الممكنة والمتاحة في ذلك، لتصل إلى عموم الناس .
- ٦- إيقاظ الحس الديني والنفسي والاجتماعي . لزيادة الوعي، ورفع مستوى التحسّب واليقظة، لدى الجماهير .
- ٧- التنبيه من الشائعات . والمشكلات التي تروج بين أفراد المجتمع، بقصد البلبلة وإثارة الفتن، التي قد تؤثر على الجميع .
- ٨- التسلية . والترفيه عن الجمهور، وإدخال الفكاهة اللطيفة، بصورة بريئة، لا مضارة فيها، ولا تميع للقيم أو المبادئ أو الأخلاقيات .

## القسم الثاني . وظائف إعلامية سلبية .

مغرضة، وغير نزيهة، لأنها ذات توجهات معينة، تسعى لتحقيق أهداف غير نبيلة، وبأساليب ليست مهنية، ولا محترمة أصلاً، تتجاوز حدود الضوابط والقيم، الدينية والأخلاقية والاجتماعية والمهنية . وهي :

١- التضليل الإعلامي . وتغيير الحقائق، وتزييف التاريخ، وإظهار الأمور على غير أوجهها الدقيقة، وقلب الأحداث، وتجيير المواقف، ومغالطة الواقع، كل ذلك يحصل باستخدام كافة الأساليب المشروعة غير المشروعة، من تحوير للكلمة، وتعويم المعنى، ومطاطية العبارة، لما يراد من مقصد سيء، ينم عن توجه خبيث، له أغراض غير نبيلة .

٢- التشويش الإعلامي . والتلبس على الجمهور، ونقل صورة مغلوطة، بقصد البلبلة، وقلب الرأي العام، أو كسبه لأغراض معينة، أو لإثارة الفتن وترويج الباطل، يصل الأمر أحياناً، لدرجة تمكين المرجفين، وإعطائهم أبواقاً لإيصال هذيانهم وضلالهم إلى الناس .

٣- التعقيم الإعلامي . لما يراد غض الطرف عنه، لإعطاء صورة غير صحيحة عن الشيء، لا واقعية فيها، ولا تلامس الحقيقة .

٤- التملق والتسلق . والمجاملات الفضة، والنفاق غير المقبول .

٥- التسلية المبتذلة . الرخيصة، لدرجة الوقوع في تجاوزات أخلاقية .

٦- قتل الوقت . بإعلام هابط، مشغل للعقول، لا قيمة له ولا هدف .

٧- هدم الأخلاق . عبر تهميش القيم الإسلامية الأصيلة المحترمة، وتمييعها، وإذابتها، وخلطها بثقافات هجينة، عبر التطبيع مع الشرق أو الغرب .

٨- نشر الرذيلة . عبر بث مواد إعلامية هابطة، كالتعري والجنس، والدعوة للاختلاط، ونشر قيم الرذيلة، والتجاوزات الأخلاقية المشينة .

#### قيمة وسائل الإعلام :

تختلف قيمة وسائل الإعلام، وما يصدر عنها من مواد، من حيث المصدقية، ومن حيث أثر رجع الصدى لدى عموم الجماهير المتلقية، لأسباب عدة، تؤول عامتها إلى أمرين اثنين، هما :

١- قيمة المواد العلمية التي تصدر عن تلك الوسائل .

٢- كونها وسائل رسمية، أم تجارية .

وبالنظر للوسائل الإعلامية الحديثة اليوم، التي تغذي العقول، نجدها

تندرج ضمن أربع وسائل رئيسة :

أولاً . الإعلام المقروء : المكاتبات والجرائد والمجلات : (الأسبوعية والفصلية والدورية والحولية) :

١- الصحف والمجلات الرسمية : وهي وثائق ذات مصداقية، اكسبتها ثقة الجمهور وقبولهم، تعنى بقرارات الدولة، وقوانينها، وأنظمتها، بالإضافة إلى

كونها منصّة تعريف بالرؤى الحكومية، ونشر المشاريع والخطط والإعلانات العامة للدولة .

٢- الصحف والمجلات التجارية : عامتها ربحية تسويقية، تعنى بكافة جوانب الإعلام : (ثقافي، ترفيهي، سياسي، رياضي)، وبعضها يركز على جانب واحد، وأغلبها يهتم بالسبق الصحفي، وتصيد الأخبار، لذا لا تحظى من حيث الجملة بالدقة والمصداقية، وصحة الأخبار الصادرة عنها، لأنه يعتبر عند الجمهور مجرد : (كلام جرائد) يحتمل الصدق ويحتمل الكذب، وفي جميع الأحوال لا يخلو من المبالغات .

ثانياً . الإعلام المسموع : المذيع ووكالات الأنباء : (المحلية والعالمية) :

١- الإذاعات الرسمية : وهي محطات حكومية تبث عبر إذاعاتها مواد متنوعة، تتسم بالدقة والموضوعية، مما يكسبها ثقة الجمهور، والقبول التام لما يصدر عنها، من مواد وأخبار وإفادات .

٢- الإذاعات التجارية : وعامتها محطات تبث مواد إخبارية، وثقافية متنوعة، وترفيهية مسلية، يكون تفاعل الجمهور معها أكبر، فيما تعنى به من توجه، لكن بالجملة تقل درجة الثقة فيها وقبولها لدى الجمهور، ولا سيما فيما يخص الأخبار والإفادات ونقل المعلومات .

ثالثاً . الإعلام المرئي : التلفاز : (المحطات المحلية أو العالمية) :

١- القنوات الرسمية : وهي قنوات حكومية ذات مسؤولية عالية، تصدر عنها مواد إعلامية متنوعة، تتواءم مع سياسة الدولة، وتعتبر لسانها الناطق، مما يكسبها ثقة الجمهور، لما يصدر عنها من أخبار وإفادات .

٢- القنوات التجارية : وعامتها قنوات ذات توجه معين ديني، ثقافي، سياسي، تعليمي، فكاهي، وما إلى ذلك، كل منها يكتسب قيمته بحسب المواد التي تعرض على شاشته، وهي بكل حال أقل شأنًا من القنوات الرسمية، من حيث ثقة الجمهور فيها، ومن حيث مدى المصداقية، لما يصدر عنها من إفادات وأخبار .

رابعاً . الإعلام التواصلي : الأنترنت بكافة صوره وبرامجه :

١- المواقع الرسمية : وهي مواقع حكومية ذات مسؤولية عالية، تعد منصّة لنظام الدولة، للوقوف على خدماتها الإلكترونية، وبالتالي فهي ذات مصداقية تامة .

٢- المواقع الخاصة : وهي مواقع ذات توجهات مختلفة : (شخصية، تعليمية، تثقيفية، اقتصادية، دعوية، رياضية، تعارف، مخربة متطفلة)، تتأرجح قيمتها ودرجة مصداقيتها إجمالاً من موقع موثوق به إلى متوسط، إلى مشبوه مشكوك في أمره، إلى مغرض مشوش، إلى متطفل مخرب،

وبالأخص مواقع التعارف والتواصل المفتوحة للجميع، كالمنتديات، التي لا قيود لها، ولا ضوابط رقابية عليها .

#### منهجية الحركة الإعلامية :

هناك ضوابط منهجية يجب توافرها في أي حركة إعلامية، لتكون على الوجه المطلوب، الأمر الذي يقتضي التزام جميع وسائل الإعلام بها .  
غير أن المزري في الأمر، اختلاف درجة الالتزام بتلك الضوابط، مما جعل سلبياتها تفوق إيجابياتها بكثير، وهذا بدوره صنع تضارباً إعلامياً فيما بينها، حين يعمد كل طرف منها إلى وصف نفسه بالمصدقية والموضوعية، ويصم الآخرين بالسقط الإعلامي . أهم تلك الضوابط :

١- الالتزام بالأصول الشرعية، والقواعد المرعية، والتي يأتي على رأسها احترام الأديان، وسائر المقدسات .  
٢- الالتزام بالقيم الأخلاقية العامة، والمبادئ المشتركة بين كافة البشر، وعلى رأسها احترام القيم والمبادئ والأفكار .  
٣- المهنية والحرفية الإعلامية، تستلزم الأمانة والنزاهة، حيث لا محاباة ولا نفاق ولا تملق .

٤- الانصاف والعدالة المطلقة في التعامل مهما كانت اعتبارات الخلاف .  
٥- المصدقية في القول والنقل، وتجنب الكذب، والزور والبهتان .



- ٦- حرية الكلمة، وفق مبدأ احترام الآخرين، وعدم مصادرة آرائهم، واحترام القيم المعتمدة لدى الجميع، دون تجاوز لها .
  - ٧- مراعاة مشاعر الجمهور، وعدم خدشها، بالتجرد من قيم المسؤولية .
  - ٨- تبني الإعلام الهادف، ذي الأهداف النبيلة، والبعد عن الإعلام الهابط، الرذيل المشوش .
  - ٩- الحذر من الإعلام التسويقي الربحي، المجرد من قيم الفضيلة، لدرجة الإسفاف، والمتاجرة بالأخلاق والقيم والمبادئ .
  - ١٠- الحذر من الإعلام المثير للفتن، المحرض على الثائرات، والنعرات القبلية، والقومية، والمذهبية، والسياسية .
  - ١١- شرف المهنة يقتضي أن يكون الإعلام وسيلة، ذات أهداف نبيلة إيجابية، وليست انتهازية سلبية رذيلة إطلاقاً .
- هذه هي أهم الضوابط المنهجية، التي نجد في عالم المواقع كثيراً من وسائل الإعلام سواء : (المقروء، أو المسموع، أو المرئي)، قد تخلت عن الالتزام بها، وإلى حد كبير، وبلا شعور بالخرج، باستثناء القليل منها، ممن التزم بها، كلاً أو بعضاً، فكان إعلامها إعلاماً حراً، نبيلاً، نزيهاً، صادقاً، هادفاً، مصلحاً، غير مفسد<sup>١</sup>.

---

<sup>١</sup> وسيأتي الحديث عن ميثاق الشرف الإعلامي العربي لاحقاً .

## الفصل الثاني

### المصنعة الإعلامية

- ١- الأقمار الصناعية .
- ٢- القناة .
- ٣- البرنامج .
- ٤- الإعداد (الكنترول) .
- ٥- المخرج (الإخراج الإعلامي) .
- ٦- المنتج (الإنتاج الإعلامي) .
- ٧- المذيع .

## المهنة الإعلامية :

الإعلام مهنة شريفة، تعنى بنقل الأخبار وتثقيف الناس وتوعيتهم، يعمل فيها كوادِر، من المفترض أن يكونوا متخصصين في عملهم، وملتزمين بالمنهجية الإعلامية كما يجب .

ولعموم الحركة الإعلامية، ترتيبات مهنية مهمة، تبدأ من حيث مصادر البث العليا، الأقمار الصناعية وما يتعلق بها، ونزولاً حتى وصول المعلومة للمتلقي عبر وسائل العرض، مروراً بنقاط عمل كثيرة، كل نقطة منها لها دور تؤدّيه، وتقع عليها مسؤوليات تقوم بها، وأهمها :

١- الأقمار الصناعية . وهي المسؤولة عن استلام الموجات الأثرية التلفزيونية أو الإذاعية من المحطات الأرضية، ومن ثم بثها وإعادة توجيهها لتصل إشاراتها إلى كافة اللواقط التي على الأرض، سواء التلفزيونية والمعروفة بالدش، أم الإذاعية عبر الراديو .

وهذه الأقمار كثيرة ومتنوعة، ومنتشرة حول الكوكب، ويغطي المنطقة العربية منها، عدد من الأقمار . أهمها قمران :

الأول . عرب سات : وهو تابع لمنظمة الاتصالات الفضائية العربية، التي تملكها جامعة الدول العربية، برأسمال موزع على الدول الشركاء، هدفها تقديم خدمات البث الإذاعي والتلفزيوني، وكافة الاتصالات السلكية واللاسلكية، بالإضافة لخدمات شبكات النت الحكومي والتجاري، ولها

محطتان أرضيتان، للتحكم بالقنوات، في مدينتي الرياض وتونس .  
وتضم هذه المنظمة (٥٠٠) قناة تلفزيونية، و(٢٠٠) قناة إذاعية،  
تغطي منطقة الشرق الأوسط والشمال الأفريقي بوجه عام، فضلاً عن  
شبكات المحطات المدفوعة، المقترنة بها<sup>١</sup>.

ولهذه المنظمة مهمة رسمية تترجم هدفها الإعلامي، ينص على :  
(تعزيز التواصل بين المجتمعات العربية والعالم، عبر تقديم خدمات فضائية  
موثوق بها، وتتوافق مع القيم والثقافة العربية) . غير أن الواقع شيء آخر،  
حين نلاحظ جلياً تجاوز كثير من الفضائيات أبسط القيم الأخلاقية،  
وأبجديات الثقافة العربية، ورغم ذلك لا تُتخذ ضدها أية إجراءات حازمة  
على مستوى الحدث غالباً، فأين الالتزام بمبادئ تلك المهمة المعلنة .

الثاني . نايل سات : وهو تابع للشركة المصرية للأقمار الصناعية،  
المتخصصة في خدمات البث الإذاعي والتلفزيوني، ومقرها القاهرة .  
ويضم هذا القمر (٧٠٠) قناة تلفزيونية، و(١٠٠) قناة إذاعية، فضلاً  
عن شبكات المحطات المدفوعة المقترنة بها، لتصل إجمالاً إلى (١٥٠٠) قناة  
تلفزيونية، و(٣٠٠) قناة إذاعية<sup>١</sup>.

---

<sup>١</sup> تضم هذه المنظمة (٦) أقمار هي : (5أ، 5ج، بدر4، بدر5، بدر6، بدر7) . تقع  
ضمن ثلاثة مواقع مدارية : 20 درجة شرق، 26 درجة شرق، 30,5 درجة شرق .

وقد أوضحت هذه الشركة قيمها الإعلامية الأساسية، التي نصت عليها، وهي : (احترام التقاليد الأخلاقية للأسرة العربية، وتعزيز التراث الثقافي للهوية العربية والمواطنين ذوي الجذور الأفريقية، وتقديم منبر إعلامي شامل في جميع المجالات ليرضي احتياجات الأسرة العربية، والبناء باستمرار على خبراتنا وتعزيز مهارتنا)، لكن المتابع العادي لكثير من تلك القنوات، يلحظ عدم الالتزام بتلك القيم المعلنة واقعاً، كما يجد مع الأسف تجاوزات كثيرة لأبسط القيم الأخلاقية للأسرة العربية .

٢- القنوات الفضائية . وهي مؤسسات إعلامية، سواء كانت حكومية تابعة للدولة أم تجارية قائمة بذاتها، كل قناة منها لها رسالة تنطلق منها لتحقيق هدفاً، لتصل به إلى الرؤية المرسومة .

تلك الرؤى الإعلامية المختلفة، كان من المفترض على جميع القنوات التزامها بما جاء في ميثاق الشرف الإعلامي العربي، الذي خلص في مجلسه الأخير<sup>٢</sup>، في المادة (٢١) ما نصه : (الالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية للمجتمع العربي، ومراعاة بنيته الأسرية وترابطه الاجتماعي) .

---

<sup>١</sup> تضم هذه الشركة حالياً ثلاثة أقمار هي : 104، 104ب، 201 .

<sup>٢</sup> يحتوي ميثاق الشرف الإعلامي العربي، على (٢٦) مادة، بحسب آخر تعديل له، والذي عقد في تونس، في الفترة من : ٢-٤/٥/٢٠١٣ م .

ومع ذلك نرى غزواً إعلامياً لتعاليم ديننا، وثقافتنا العربية، كما نرى تجاوزات أخلاقية كثيرة، لا تتناسب مع قيمنا الأصيلة، كل ذلك يمارس بكل أريحية، ولم تتخذ ضده أي إجراءات إعلامية حازمة، للأسف .

٣- البرنامج . وهو مادة إعلامية تبثها القناة، تقدم موضوعاً معيناً، يتناول قضية ما، من المفترض أن يخرج بنتائج إيجابية، تفيد الجمهور .

البرنامج الناجح يعد نافذة مطلة على المجتمع، يتفاعل مع قضاياها، محاولاً حل مشكلاته، والقضاء على معضلاته، هذا الذي يجب أن يكون، أما البرنامج الفاشل، فيضر أكثر مما ينفع، لما يتركه من أثر سلبي لا إيجابية فيه، قد يزيد معاناة الناس، ويفاقم مشكلاتهم .

وفي ميثاق الشرف الإعلامي العربي، المادة (٩) ما نصه : (الالتزام بالصدق وتحري الدقة فيما يبثه الإعلام العربي بكافة أشكاله من بيانات ومعلومات وأخبار، واستقاؤها من مصادرها الأساسية، والالتزام بتصويب أيه أخطاء في هذا الصدد) .

مواثيق نظرية لا تطابق الواقع غالباً، فكثير مما يعرض عبر شاشات القنوات، غير هادف حقيقة، بالإضافة إلى أن كثيراً منها لا يتناسب مع المنهج الدعوي والتوعوي للمجتمع العربي، لا من حيث مستوى الطرح والنقاش، ولا من حيث القضايا التي تمس حال الناس، ناهيك عما سوى ذلك من تجاوزات مهنية، من فقدان المصداقية، وقلة النزاهة والأمانة،

وضعف الإعداد الجيد، فضلاً عن كمّ الكذب، والتضليل، وقلب الحقائق، واستغلال المشاهدين، والتوجهات الخفية من وراء عرض البرنامج .

٤- الإعداد (الكنترول) . وهو القسم الفني المسؤول عن تنسيق البرامج والمواد الإعلامية ومراجعتها، لتكون جاهزة للعرض، وفق أصول وضوابط القناة، التي من المفترض أن تكون موافقة لضوابط ميثاق الشرف الإعلامي العربي، مبتعدة تماماً عن أي تجاوزات أخلاقية ثقافية، أو مهنية احترافية .

٥- المخرج (الإخراج الإعلامي) . وهو إدارة العمل الإعلامي، من الفكرة وإلى العرض، مروراً بمراحل : الكتابة والإعداد، واختيار الكوادر، والتنفيذ والإنتاج، وما إلى ذلك .

الإخراج عمل مهم جداً في مجمل الحركة الإعلامية، من المفترض أن يهتم بالجانب القيمي بكل معاني الكلمة، لضمان إخراج برامج ومواد ذات مستوى عالٍ، من حيث الكفاءة، ومن حيث الموضوعات الحيوية، الجادة والنافعة، ومن حيث الأثر الإيجابي الذي ستركه في عقول الجماهير، وصدى ذلك على الساحة الإعلامية بوجه عام .

حرفية الإخراج تعني إجادة العمل الإعلامي، ليكون على مستوى عالٍ من الدقة والانضباط، والذي متى اختل أخرج لنا كمّاً هائلاً من مواد وبرامج إعلامية رخيصة هابطة، خاوية إلى حد كبير من المحتوى القيمي، والثقافي، والأخلاقي، والديني، والتوعوي .

مع أن ميثاق الشرف الإعلامي العربي، في مبادئه وأهدافه الرئيسية نص على : (التعامل الواعي مع قضايا العصر، في ضوء المتغيرات الدولية، والتقدم التقني المتسارع في مجالات الإعلام والاتصال والمعلومات، وظواهر العولمة بما يؤكد دور الإعلام العربي في حماية الهوية العربية وإبراز الصورة الصحيحة للأمة العربية وحضارتها وقضاياها الجوهرية على الرأي العام الدولي ...) . فأين واقع الإعلام العربي اليوم من تلك المبادئ والأهداف التي نص عليها، قد جافاها إلا قليلاً .

٦- المنتج (الإنتاج الإعلامي) . وهو الجهة التي تعنى بالتمويل المالي لإخراج المواد، والبرامج الإعلامية .

وقد بلغ التمويل الانتاجي العربي ذروته في الإنفاق على المواد الإعلامية الفكاهية، والترفيهية، والدرامية المنفتحة، والتطبيعية مع قيم الشرق والغرب، وبالأخص الإعلام التجاري الذي يدر الملايين على مسلسلات وأفلام ومسرحيات، فارغة في الأغلب من محتوى نافع، في حين لم يشارك بتمويل البرامج التعليمية، والتوعوية، والثقافية، الهادفة ذات الأثر الإيجابي التي تعم به الفائدة، إلا بنزر قليل جداً، مقارنة بسابقه .

٧- المذيع . وهو مقدم المواد الإعلامية، ويعد واجهة القناة لأن دوره ترجمة كل الأعمال والجهود والإعدادات التي تدار خلف الكواليس، لتعرض على الشاشة كمادة إعلامية، جاهزة ومعدة .



ذلك المذيع من المفترض أن يكون على درجة عالية من الحرفية الإعلامية، والمهارة المهنية، واللباقة الفنية، والثقافة الفكرية، والحصيلة العلمية، والمنهجية المعتدلة، كل تلك مكملات فيه، تتيح له العمل في مكانه، وبكل ثقة واطمئنان . أما الأسس التي يجب أن ينهض بها متكئاً عليها، والتي تمكنه من القيام بعمله كما يجب . فهي :

١- تخلقه بالمصداقية التامة، والأمانة والنزاهة، بالإضافة لللباقة والمفهومية، وحُسن التخلص، فيما لو تعرض لموقف محرج .

٢- احاطته التامة بأبجديات العمل الإعلامي، من حيث كيفية إعداد البرامج وتقديمها، وإدارة الحوارات، وعرض الموضوعات، وبدء الحلقات، وختمها، وما إلى ذلك من جوانب مهنية مهمة .

٣- التركيز والإعداد الجيد للموضوعات، وترتيب الأفكار، وتقسيمها بمنهجية علمية، ومن ثم طرحها بعناية، وتناولها باهتمام .

٤- حُسن اختيار الضيوف المتخصصين، ممن لهم القدرة على الإفادة والبيان، واستقاء المعلومة من منبعها الأصيل، ومن ثم إفادة الجمهور .

٥- احترام عقول الناس، ولا سيما آراء الآخرين، ما دام ضمن الإطار العام، المعقول والمقبول .

٦- ليكن مقصده خدمة المجتمع، وقضايا الأمة، والسعي الصادق الحثيث لحل مشكلاتها ومعضلاتها . وإلا كان مقدماً دون المستوى المقبول .

## الفصل الثالث

### الدعوة والإعلام

تعريف الدعوة وأركانها

فقه الدعوة والإعلام

جوانب الدعوة

وسائل الدعوة المتاحة

الأول . وسائل إعلامية عامة :

١ - الخطب المنبرية

٢ - دروس المسجد

٣ - الكتب والمطبوعات

٤ - المحاضرات الدعوية

٥ - الندوات والأمسيات

٦ - البرامج الدينية واللقاءات الحوارية

٧ - الأشرطة المرئية والمسموعة والممغنطة

الثاني . وسائل شخصية خاصة :

١ - الجلسات المنزلية

٢ - الجمععات الأسرية

٣ - الحفلات العامة والكلمات المفتوحة

٤ - النصائح الموجه

٥ - دور المعلم في التوجيه والإرشاد

٦ - الصفحات والمواقع الإلكترونية

٧ - البرامج الإلكترونية التواصلية

الإعلام في الإسلام

### تعريف الدعوة :

في اللغة هي : النداء، والطلب، والحث على الشيء<sup>١</sup>.  
وفي الاصطلاح العلمي هي : بيان الحق وإبلاغه بهدف إشراك الناس  
في خير الإسلام وهداه<sup>٢</sup>. وقيل هي النصح والتوجيه والإرشاد .  
وقيل هي : الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، بالحكمة والموعظة  
الحسنة .

وإجمالاً هي : القيام بمهام النصح والتوجيه والإرشاد لعموم الناس، ولا  
سيما لمن يحتاج لها . وهي منهج شرعي حق، يقوم على ركيزتين مهمتين  
هما :

١- إظهار الحق، ليكون واضحاً جلياً .

٢- كشف الباطل، ليكون عارياً هزياً .

### أركان الدعوة :

للحركة الدعوية إلى الله تعالى أربعة أركان . هي :

١- الداعي . وهو القائم بأمر الدعوة، ممن له أهلية كاملة فيما يدعو إليه،  
سواء كانت أهلية : دينية، أم علمية، أم منهجية .

---

<sup>١</sup> مؤلفون . المعجم الوسيط . ج ١، ص ٢٨٦ .

<sup>٢</sup> د عمارة نجيب . فقه الدعوة والإعلام . ص ١٩ .

- ٢- المدعو . وهو الذي وجهت له الدعوة .
- ٣- الدعوة . وهي الرسالة الموجهة للمدعوين ومضمونها .
- ٤- الأسلوب . الذي يستعمله الداعية إلى الله عز وجل، للتأثير على المدعوين، بأفضل أسلوب، وأمثلة طريقة .

فقه الدعوة والإعلام :

الدعوة إلى الله تعالى منهج حق، متى تتبع الداعية حيثياته التي بينها الشرع المطهر، أثرت في المدعوين، وأثمر صداها، لكنه متى أغفل ذلك المنهج، تحولت إلى جهود مبددة، لا نتائج إيجابية لها غالباً .  
وتوجيه الدعوة إلى من يحتاجها، يقوم على أسس بالغة في الأهمية، أما الأسس التي يجب توافرها في الداعية . فهي :

- ١- الحكمة في الدعوة، بالكلمة الطيبة، والموعظة الحسنة، والرفق واللين، والأسلوب المناسب، بل والأنسب .
- ٢- الإخلاص في الدعوة، ابتغاء وجه الله عز وجل، لا سواه .
- ٣- التدرج في الدعوة إلى الله تعالى، بما يلائم حال المدعوين .
- ٤- التسليح بالصبر واحتساب الأجر، وتحمل الأذى، وغض الطرف عن جهل الجاهلين، وإعراض المعرضين، وعناد المعاندين، فمشاق الدعوة كثيرة ومتعددة .

٥- مخاطبة الناس على قدر عقولهم، وسعة استيعابها، ليفهموا مقصد الدعوة، ويقفوا على مضامينها .

٦- التجديد في أساليب الدعوة، لمواكبة لغة العصر، ومراعاة مقتضى حال الناس، حيناً بعد حين .

هذا فيما يخص الداعية، أما فيما يخص الدعوة من أسس بالغة في الأهمية، والتي يجب توافرها فيها . فهي :

١- أن تكون الدعوة على بصيرة من الأمر، ومعرفة تامة، ودراية واسعة بمهمات، ومنهجها الحق، واضحة الأهداف، معلنة المقاصد .

قال سبحانه في الذكر الحكيم : ﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَنَ اللَّهُ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴾ [يوسف] .

قال الشنقيطي معلقاً على معنى هذه الآية : "فدل على أن الداعي إلى الله لا بد أن يكون على بصيرة، وهي الدليل الواضح الذي لا لبس في الحق معه، وينبغي أن تكون دعوته إلى الله بالحكمة، وحسن الأسلوب، واللطافة مع إيضاح الحق"<sup>١</sup>.

٢- عدم استعجال نتائج الدعوة، فإن من وقع في الخطأ، فترة طويلة من الزمن، يحتاج لفترة ليست باليسيرة، كي يدرك أنه مخطئ، وبالتالي فليس

<sup>١</sup> الشنقيطي . أضواء البيان . ج ١، ص ٤٦٣ .

من المنطق ولا الواقعية إرادة التغيير السريع، وقد ظل رسول الهدى ﷺ سنين طويلة وهو يرى الأصنام بجانب الكعبة وفي جوفها، فلم يتعرض لها بسوء، وتركها حتى حانت له الساعة المناسبة، فما أزالها إلا وقد نضجت العقول، وفطنت القلوب، وأزال ما كان فيها من خطأ وجهل وضلال .  
كما أن هناك أسساً بالغة في الأهمية أيضاً، يجب مراعاتها فيما يخص المدعويين أنفسهم . وهي :

١- تقييم حال المدعويين، لمعرفة كيفية البداية معهم، ومن أية نقطة سينطلق الداعية، لتكون الدعوة موجهة لهم بكل دقة، لتؤتي ثمارها الإيجابية، والحذر كل الحذر من مصادمتهم، لما في ذلك من أثر سلبي، قد يهدم جهوداً دعوية كثيرة، بل قد يأتي عليها من الأساس .  
٢- استغلال الداعية إقبال الناس عليه، واغتنام الوقت المناسب لذلك، ليضمن استمالة قلوبهم نحوه، فيقبلون على ما يدعوهم إليه . في الحديث النبوي الشريف عن ابن مسعود رضي الله تعالى عنه قال : (كان النبي ﷺ يتخولنا بالموعة في الأيام كراهة السامة علينا) [البخاري] .

٣- تقوية الداعية جوانب الحق، والتلطف بأهل الباطل، حتى ينزعوا عنه، فالاعتراف بالحق الذي للخصم، أو الاعتراف بالخطأ في جانب الداعية، وإقراره بذلك على نفسه، مما يعين على إدراك الحقيقة كاملة، حين يلمس المدعويين إنصاف الداعية، ويدركوا عدالته، ويقفوا على نزاهته بالفعل .

وإجمالاً فمن الجميل جداً تضافر جهود الإعلام، وتذليلها في سبيل الدعوة إلى الله تعالى، بالحكمة والموعظة الحسنة، فوسائل الإعلام كثيرة ومتعددة، يحتاج إليها الداعية ولا ريب، لأنها تمثل عصب التواصل بين الناس .

وتنوع الداعية بين تلك الأساليب مهم جداً أيضاً، كي يضمن استمالة قلوب المدعوين، ويوافق كل مستحساناتهم عنده .

#### جوانب الدعوة :

رغم كثرة جوانب الدعوة ومجالاتها، هناك جانبان اثنان مهمان جداً، تختزل فيهما كل منهجية الدعوة إلى الله تعالى، من حيث العموم . هما :

١- الأمر بالمعروف . ويراد به حث الناس على فعل المأمورات الشرعية، التي أمر بها جل جلاله، ولا سيما متى تهاونوا في فعلها .

٢- النهي عن المنكر . ويراد به تنبيه الناس من اقتراف المنهيات الشرعية، وعدم تجاوزها، ولا سيما متى جاهرُوا بها، ففشّت في المجتمع، وجب حينها تغيير المنكر وفق منهج حق، بينه رسول الهدى في الحديث النبوي الشريف بقوله ﷺ : (من رأى منكم منكراً فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان)[مسلم] .

والتغيير بالقلب دليل على إيمان صاحبه، والتغيير باللسان لمن كان عالماً قادراً على النصيح والتوجيه، والتغيير باليد لمن كانت له سلطة .  
وتجاوز هذا المنهج الحق الذي بينه ﷺ قد يوقع في حرج، وربما في منكر أشد من الحاصل، مما يزيد الأمر سوءاً، متى جهل الداعية كيفية الإنكار الصحيحة .

لذا فمن المهم جداً أن يعرف الداعية متى يسكت، ومتى يتكلم، وماذا سيقول، وكيف يتعامل، مستخدماً الطريقة المناسبة في حينها .  
ومن جهل ذلك فقد تطفّل على مهمة الدعاة، وعلى الساحة الدعوية، فرمى أضر بدعوته، أكثر مما نفع بها .

#### وسائل الدعوة المتاحة :

من المهم جداً على الداعي إلى الله سبحانه الاستفادة التامة من كل وسائل الدعوة المتاحة له، مما أمكنه الله تعالى منه .  
فوسائل الدعوة عامل مهم جداً، في نشرها والانطلاق بها نحو الآفاق، في محاولة للتأثير الإيجابي على عموم المدعوين .  
وبالتالي فترك ذلك ومجافاته ولا ريب، تأخر وتخلف، ولا واقعية فيه، وعمل لا مبرر، إذ الأولى الاستفادة من كل ما هو متاح وممكن من وسائل وأساليب حديثة .



وفي العصر الحديث تعددت تلك الوسائل التي عبرت الأثير، لتصل الدعوة إلى أقاصي الأرض، عما كانت عليه سابقاً، من وسائل معدودة محدودة الانتشار .

وأجمل ما في الأمر أن لبعض تلك الوسائل إيجابية كبرى للغاية، متى أحسن الداعية استغلالها كما ينبغي، فهي من جهة غير مكلفة، ومن جهة أخرى سهلة البث ولا تحتاج لأي إعدادات تجهيزية تتعدى الداعية، ومن جهة ثالثة لا ترتبط بعاملي الزمان أو مكان أبداً، ففي أي وقت ولأي مكان يمكن إرسالها، وعلى أي وجه يبثها الداعية كما يريد، وبكل سهولة ويسر .

وإجمالاً فيمكن تقسيم تلك الوسائل الإعلامية الحديثة، من حيث الكلفة، والإعداد العالي، والنواحي التجهيزية والرقابية وما إلى ذلك، إلى قسمين اثنين هما :

الأول . وسائل إعلامية عامة : ذات تجهيزات وترتيبات معينة، تحتاج لإعدادات، وتخضع لنواح رقابية عديدة . وهي :

١- الخطب المنبرية . المنبر مقام عظيم هو إرث أنبياء الله تعالى ورسله، عليهم الصلاة والسلام، مهمته هي النصح والتوجيه، والإرشاد، والدعوة والتوعية لعامة المسلمين، مما يقتضي وجوب توظيفه التوظيف الصحيح، كي يؤتي ثماره على الوجه المطلوب .

خطبة الجمعة يجب أن تحتوي على جرعة دعوية مركزة، ذات مغزى، تخدم الحضور على مدار الأسبوع، فمتى أحسن الخطيب إعدادها، وربط موضوعاتها بدقة، وركز على جوهرها، آتت ثمارها الطيبة .

على الخطيب تعليم الناس أمور دينهم، وهدى نبيهم ﷺ، وتقوية جوانب الإيمان في نفوسهم، وبيان أحكام شرع ربهم، وإرشادهم لما يصلح شؤون حياتهم، ومعالجة قضايا المجتمع المعاصرة ومشكلاته المؤرقة لهم، مبتعداً بهم تماماً عن كل ما قد يوقع في حرج أو انقسام .

لكنه متى جهل أهمية دور المنبر، ولم يحترم عقول من يقف أمامهم، فلم يهتم للموضوع ويعده الإعداد الجيد، أو لم يستطع أن يوصل فكرته للناس، أو خلت الخطبة من محتوى نافع ومغزى مفيد، أو ضعفت ثقافته فلم يلامس مشكلات المجتمع ومواطن الخلل فيه، أو أرهق عقول الناس بأحاديث الحزبية والسياسة، أو شغل بالهم بالتخوض في خلافيات مذهبية، أو ابتعد عن منهج الاعتدال العام في أسلوبه وطرحه وتناوله للموضوعات، فأثار بكلماته فتنة، أو أججت خطبته ثورة، أو حاول استغلال المنبر لأغراض معينة وأفكار مغرضة ييثرها من خلاله، حينها سيفقد المنبر وظيفة الرئيسة، وسيشكل عبئاً على المجتمع، لأن سلبياته ستفوق إيجابياته، وذلك لا يخدم الحركة الدعوية بحال .

٢- دروس المسجد . الإمام تؤام الخطيب، كلاهما يقوم بمهام الدعوة إلى الله تعالى، والتوعية والنصح، والتوجيه والإرشاد، لأفراد المجتمع .

ودروس المحراب متى أحسن الإمام استغلالها، وتوظيفها كما يجب، وتنويعها لتشمل كافة الموضوعات، فتلامس احتياج الناس وواقع حياتهم، آتت ثمارها الياينة، ولا سيما أنها متاحة يومياً، مما قد يكسبها تأثيراً ربما يتجاوز خطبة الجمعة الفريدة في الأسبوع .

والإمام متى كان قدوة حسنة ماثلة أمام المصلين، مستقيماً في سلوكه، معتدلاً في سائر تصرفاته، مؤيداً لسان مقاله بلسان حاله، حينها سيحصل الأثر الأكبر من كلماته، التي ستترك صدأً إيجابياً في نفوس الناس .

أما متى أخفق في التأسّي والاقْتداء واقعاً، محاولاً تحسين صورته في الظاهر وحسب، فتلك فجوة بين الأقوال والأفعال، وخللاً ظاهراً بين القيم والسلوكيات، تزعزع جوانب الإيمان في نفوس كثير من الناس، الذين سيقولون لو صدق هذا في إيمانه، لانعكس قوله على سلوكه وتصرفاته .

وهذه مشكلة حقيقية تعاني منها الأمة الإسلامية كثيراً، ألا وهي مسألة غياب القدوة الحسنة .

٣- الكتب والمطبوعات . وهي مواد دعوية مركزة، تتناول موضوعات معينة، محفوظة بين دفتي كتاب تتوارثه الأجيال عبر الزمان، يمكن الرجوع إليه في أي وقت وبكل سهولة ويسر، ليستفيد منها القاصي والداني .

والكتاب وسائر المطبوعات ذات قيمة جليّة، لأنّها من المفترض أن تكون قد حرّرت بدقّة وحرفيّة عالية، وجودة في الإعداد، تخدم قضايا المجتمع على الوجه المطلوب، يستفاد منه على قدر ما فيه من مادة علمية دقيقة ومركزة، وقديماً قيل في الأمثال : قيمة كل كتاب بما فيه .

هذا بالإضافة إلى أن الكتاب يعتبر رصداً تاريخياً مهماً، ومرجعاً لمعرفة ظروف تلك الحقبة التي زامنت كاتبه، تبرز الجو العام لزمانه، من عدة جوانب .

الكتاب متى أعد الإعداد الجيد، ومهّر مؤلفه في ربط موضوعاته، وأجاد في الإيضاح والبيان، ووجهه لشريحة معينة في المجتمع، وقصد به معالجة قضية مهمة، وسهل لغته ليدرك ذلك كل أحد، فذلك هو النجاح بعينه، أما متى انصرف عن مسألة الإفادة إلى نواحٍ أخرى مغرضة، أو ربحية، أو شهرة، أو ما إلى ذلك، فقد حكم على كتاباته بالفشل الذريع، وكم من كتابات عديدة أضرت بالناس أكثر مما نفعت، وتسببت في إحداث فتن وفساد كثير، فليت الكاتب لم يسطر كلمة واحدة، تسوّد صحيفة أعماله، ويشقى بها يوم القيامة .

٤- المحاضرات الدعوية . التي تقام في المساجد والجوامع، والأنشطة التربوية، والمراكز الصيفية، عبر بوابات المندوبيات، وأقسام الدعوة ومراكزها المنتشرة .

للمحاضرات رواج كبير وصدى مسموع، أكسبها قبولاً وأثراً طيباً في قلوب الناس، وبالأخص فئة الشباب، الذين يزداد تفاعلهم على نحو أكبر كلما كان أسلوب الداعية شيقاً، ولا سيما متى كان يجلس أمامهم . والوجه الحسن للغاية في تلك المحاضرات خروجها عن الأسلوب الدعوي النمطي، حين ينزل الداعية إلى مستوى الشباب، فيبسطهم، ويلطفهم، ويمزحهم، ويخاطبهم بلغتهم التي يحبون، ويتلمس قضاياهم المؤرقة، ويبعث في نفوسهم الأمل للنظر إلى الحياة من جديد، ويحفزهم لإطلاق قواهم الخفية، بكل تفاؤل وحماس، لرسم مستقبل زاهر من الممكن تحقيقه، بإذن الله تعالى .

أجمل ما في المحاضرات الاتصال المباشر مع الداعية، واختلاطه بالجمهور، وتواصلهم معه بكل أريحية وسهولة ويسر، ولا سيما حين يعي دوره الحقيقي، من مثل تلك المحاضرات الدعوية الموجهة .

٥- الندوات والأمسيات . وتعتبر من جملة اللقاءات المفتوحة، التي يرقى فيها مستوى الخطاب، حين يلتقي الجمهور بكوكبة من أساطين العلم، وأساتذة القلم، وفرسان الدعوة، ورواد الفكر والأدب، الأمر الذي يعطي انطباعاً جيداً لدى الحضور، ويبعث في نفوسهم تفاعلاً حقيقياً، حين يرون عليّة القوم، من علماء وكتّاب ومثقفين، يدلو كلّ منهم بدلوه، وهم يتبادلون النقاش حول قضايا جوهرية تمس المجتمع .

هذا النوع من الدعوة تزدان به حقائق العلم، ويزداد رونقها جمالاً، حين تخلص الندوة أو الأمسية في ختامها، لتسطر ما أفضت إليه من نتائج حوارية، ونقاشات جادة هادفة، ليستفيد منها أفراد المجتمع، حاضراً ومستقبلاً .

الندوات والأمسيات وسيلة دعوية ممتازة، للطبقة العليا في المجتمع، حين تجد لنفسها متنفساً، يتناسب مع مستواها العلمي، والفكري، والثقافي، والاجتماعي .

٦- البرامج الدينية . واللقاءات الحوارية، المعدة إذاعياً أو تلفزيونياً، والتي تنطلق موجاتها عبر الأثير لتغطي أكبر قدر ممكن من سكان المعمورة، إذ لا محدودية للبث الأثيري اليوم .

البرنامج الديني متى تولاه من يجيد الإعداد، ويحسن استضافة القامات العلمية، الذين يخدمون الموضوع، ومن ثم ركز نقاط الحوار حول جوهره، ولم يستطرد فأوحد أبواب تفلته، وتمييعه، وتحويره، والخروج عن مضمونه، فذلك شيء جميل جداً، يحقق الدعوة المرجوة .

للبرنامج الديني قيمته التي لا يستهان بها، ولا سيما متى فتح الفضاء لاستقبال مكالمات الجمهور، ليصبح الاتصال مباشراً مع الداعية الماثلة أمامهم، حيث كثير من الناس، يستطيع عرض مشكلاته، والإفصاح عن تساؤلاته، ليستشف العلم، ويأخذ الحكم، من منبعه الأصيل .

الإذاعة والتلفاز هيئتا فرصاً من ذهب ليصل صوت الداعية إلى أقاصي الأرض، حيث ملايين المستفيدين، بعد أن كان محصوراً في ساحة مسجد، أو باحة جامع، أو قاعة علم، لا تتعدى المئات أو الآلاف أن كثرت . أحسن ما في هاتين الوسيطتين (الإذاعة والتلفاز) تغطية كافة شرائح المجتمع، وسرعة الاستفادة من ذلك، ولا سيما أن تلك المواد تحفظ، ومن ثم يعاد بثها، كرات ومرات، عبر شاشات القنوات الفضائيات . وأسوأ ما في الأمر حين يقتنص مقتنص تلك الفرصة، لبيث سمومه وهذيانه عبرها، ليصل إلى القاصي والداني، فبدلاً من الدعوة والتوجيه، يتحول الأثير إلى غزو فضائي، فكري، وتروجي، لأفكار مغرضة، مسمومة، محمومة .

٧- الأشرطة المرئية والمسموعة والممغنطة . من فتح الله تعالى على خلقه، أن نفعهم بتقدم العلم وتطور إمكاناته، مما هيا لهم الاستفادة من تقييد العلم، الذي كان في السابق لا يتعدى الكتابة وحسب، وهو اليوم أكثر من ذلك بكثير، حيث صار يقيد قلماً مطبوعاً، وصوتاً مسموعاً، وصورة مرئية .

تلك المنحة الإلهية، يسرت للناس تسجيل آلاف بل عشرات ومئات الآلاف من المواد العلمية والدعوية، يسهل نقلها، وتنقلها لتصل إلى الآفاق، وبأبسط الطرق، كما يسهل الرجوع إليها، متى شاء الإنسان .

حتى طرق الحفظ والتسجيل تلك، تطورت عما كانت عليه أول الأمر، لتصبح أقل كلفة وأسهل استخداماً، وكلما تطور العلم، تطورت معه تلك الطرق، وازدادت سهولة استخدامها ونقلها، وبثها وإعادة بثها، وبلا أي كلفة تذكر، ولأي مكان، وفي أي وقت كان .

فمن الجميل جداً تقييد العلم والدعوة، بتلك الأساليب التي يسرها الله تعالى لخلقه، لتبقى، ويبقى صداها، وأثرها الطيب، أكبر قدر ممكن يستفيد منه الناس عبر الزمان .

الثاني . وسائل دعوية خاصة : لا تحتاج لأية إعدادات أو ترتيبات، كما أنّها لا تخضع لأية نواحي تجهيزية أو رقابية . وهي :

١- الجلسات المنزلية . والمناسبات والدوريات، الأسبوعية والشهرية، التي يجتمع فيها عدد لا بأس به من المعارف، والأصدقاء، والأصحاب، يتبادلون فيها الأحاديث المفتوحة، وبكل بساطة وأريحية، فما أجمل أن تستغل مثل تلك الجلسات في الدعوة والتوعية، والتوجيه والإرشاد، حيث لا تكاليف ولا أية إجراءات تذكر .

أجمل ما في تلك الجلسات، تقارب القلوب بين أناس متحابين فيما بينهم، لذا يجتمعون دورياً، مما يعني سهولة الدعوة والتوجيه، دون أدنى مشقة، ولو بكلمة طيبة لعاقل، أو تنبيه بسيط لغافل، أو تعليم لجاهل، أو



تذكير للناس، أو توجيه لمتسائل، أو إرشاد لحيران، كل ذلك دعوة سهلة، يسيرة للغاية .

٢- الجمعات الأسرية . من الأمور المستحسنة أن تجعل الأسرة لها يوماً في الأسبوع على الأقل، يجتمعون فيه على قراءة من كتاب، أو تبادل أحاديث مفتوحة، بهدف الدعوة والتوجيه الأسري .

فكثير من الناس قد يرى صعوبة في الذهاب إلى محاضرات أو محافل دعوية، لكنه يندمج ومباشرة في أحاديث مفتوحة مع أسرته، فمن الجميل جداً اغتنام قطبي المنزل (الأب والأم) الفرص في توجيه أولادهما، ولو كلمات يسيرة، أثناء اجتماع أفراد الأسرة، في أي جزء من اليوم، على مشاهدة تلفاز، أو على مائدة طعام، أو على نقاش خاص بهم .

فرصاً ذهبية لو استغلت ولو بالقليل من الدعوة، ستؤتي ثمارها ولو على المدى البعيد، فرب كلمة وعهاها الولد من أبيه أو أمه، في ساعة صفاء، تردد صداها في نفسه كثيراً، مدة من الزمن ليست باليسيرة .

٣- الكلمات المفتوحة في المحافل العامة . التي يجتمع فيها الناس من غير ترتيب أو سابق إعداد، كالمساجد والمقابر، والمراكز، والأسواق، وأماكن العمل، وفي المناسبات السعيدة أو الحزينة، بحيث يستغل الداعية اجتماع الناس، ليلقي كلمات قلائل، بلهجة صادقة، يوجه فيها الحضور، عبر رسائل خاطفة، يبقى أثرها في النفوس طويلاً .

فكم من أناس أثرت فيهم كلمات قليلة، في أماكن عامة، لكنها وقعت من نفوسهم بمكان، تغيرت على أثرها حياتهم، فالكلمات القصيرة، والرسائل الخاطفة، والتوجيهات السريعة، قد تحدث في الإنسان ما لا تحدثه خطب مطولة، أو محاضرات معدة .

الأمر الذي يدفع المسلم دوماً ألا يفرط في استغلال الفرص الدعوية، ولو كانت قصيرة، ليرسل خلالها إشارات بسيطة، وومضات طفيفة، وهمسات رقيقة، في آذن الآخرين .

٤- النصائح الموجهة . التي تبذل لشخص أو مجموعة أشخاص، على غير موعد مسبق، ولا ترتيب معد، دعوة وتوجيه خاطف بين اثنين أو أكثر اجتماعاً، ولو على طاولة طعام، أو قاعة درس، أو وسيلة مواصلات، أو جلسة في مكان عام، يستغل فيها الداعية إقبال المدعو عليه وقربه منه، في توجيه دعوة بسيطة، يتأثر بها المدعو، وهو في حالة صفاء .

النصح والتوجيه، والدعوة والتوعية، وسائل حقيقية لتطوير الناس، وأساليب واقعية لربط أفراد المجتمع الواحد، ودفع عجلة التقدم، فحين يقع المسلم في خطأ ما، ويجد من يصحح له خط سيره، ويقوّمه على الجادة، ويوجهه التوجيه المناسب، فذلك من أهم مقومات رقي المجتمعات .

فأثر النصيحة كبير، وتأثيرها بالغ جداً، لا يستهان به أبداً، فلولاها لفسد حال الأفراد، وتفككت أواصر المجتمعات .

٥- دور المعلم في التوجيه والإرشاد . حين يستلهم عظم المسؤولية الملقاة على عاتقه، تجاه أبنائه الطلاب، وهم عدة الأمة، وجيل المستقبل، وقوته النشطة، وثروته الحقيقية، الذين يبنون صروح المجتمعات .

المدرس المحترم يضع بصمته الخاصة، فتنتبّع في عقول النشء، فلا تمحى إلا نادراً، لأنه يعالج العقول وهي في طور نموها، وبداية تفتحها، فيخرج من تحت يديه الأجيال، ولأنه يبعث في نفوس الطلاب، النشاط والحيوية، والعنفوان والطموح، والتفاؤل والأمل، راسماً لهم مستقبلاً زاهراً، يسعون لتحقيقه .

المدرس المحترم والأستاذ الفاضل، يعدان أهم أقطاب الدعوة والتوعية، والتوجيه والإرشاد، فمكانته في المجتمع، أكسبته الأولوية المطلقة في كل شيء عند الطلاب، ربما أحياناً أكثر من الوالدين حتى، وكم من طالب رد على والديه القول، محتجاً بقول المعلم .

فما أجمل أن يعي المدرس دوره العظيم، المهم والحساس في التربية والتأديب، ومن ثم في التعليم، ومن ثم في التوجيه والإرشاد .

لكن ما أسوأ أن يكون المدرس من جملة المرتزقة، الذين همهم المال وحسب، ما أسوأ أن يتغافل عن طلابه ويتشاغل بما لا مبرر له، أو ييخل بعلمه عليهم، أو لا يقدر طموح عقولهم المنطلق، أو يعتمد الكبت في تعامله معهم، ظناً منه أن التعليم لا يكون إلا بذلك، أو كان سيء

السلوك مضطرب التصرفات معهم، قدوة سيئة يرونه أمامهم، أو كان تحصيله العلمي ضئيلاً لا يسعفه ليرقى بطلابه إلى حيث المعالي، أو أساء التعامل معهم حال قربهم منه وهم يشعرون بأبوتهم، أو قصر في جرعة الحنان نحوهم وراح يقسو عليهم ويتجبر، كل ذلك سيء ولا ريب .

وأسوأ منه، من يستغل نعمة أظفار الطلاب في تشويش عقولهم، بأفكار لا تناسب مستواهم، فيلبس عليهم أموراً كثيرة، فكان مدرس سوء ومعلم فساد، وما فسدت المجتمعات اليوم إلا لما فسد التعليم، وغاب دور المدرس الرئيس في التربية، والتأديب، والتوجيه، وحسه الأبوي الحاني على أولاده في التوعية، والدعوة، والإرشاد .

٦- الصفحات والمواقع الإلكترونية . وهي نتاج عالم التكنولوجيا، حين تطورت وسائلها المعلوماتية، المتمثلة في أجهزة الحاسب الآلي، وبرامجه .

ففي السابق، كان لا يتناول القلم للكتابة إلا من تمهر في الإنشاء، وصياغة الجمل وسبك العبارات، أما اليوم وفي عصر التكنولوجيا، فقد صار باستطاعة الشخص حتى الصغير والجاهل والغر، أن يكتب ما شاء وكيفما شاء، دون أدنى رقابة عليه، عبر صفحات شخصية، ومواقع إلكترونية خاصة به، تحمل اسمه، أو كنيته، أو أي وصف يختاره لنفسه، وهي في الحقيقة تعبّر عن مدى ثقافته وحسن أدبه في تعامله مع الآخرين، كما تعبّر عن غاية طيشه وسفهه وحمقه .

وأهم ما في الأمر، أنّها صفحات ومواقع عالمية مفتوحة بكل معاني الكلمة، لا تقف عند حدود الزمان والمكان، مشاعة للجميع، وتتيح التواصل مع كافة سكان المعمورة، ليتبادلوا فيما بينهم الرسائل، والآراء، ووجهات النظر، وعامة المشاركات، المحترمة وغير المحترمة، اللائقة وغير اللائقة، الإيجابية والسلبية، كالتحايا والترحيب، والسب والشتم .

تقنية مفيدة للغاية، وجميلة جداً، متى أُحسن استغلالها، وتوظفها التوظيف الصحيح اللائق، في التوعية والتوجيه والإرشاد، ليصل صوت الداعية، وتبلغ دعوته، وبأبسط طريقة، إلى أقاصي الأرض، حيث ملايين المتابعين، لكن للأسف أسيء استغلالها كثيراً، بنسبة تعدت المعقول، حين صار عامتها منصات لإشاعة الرذيلة والفضائح والمنكرات، ونشر الفكر الضال، والعبث بالقيم والأخلاق، والتشكيك في المعتقدات، وما إلى ذلك من أوجه العبث والسفه والطيش والفساد .

٧- البرامج الإلكترونية التواصلية . وهي إفرازات عالم التكنولوجيا والتقنية أيضاً، ومن جملة الوسائل المعلوماتية، وتعرف بطرق التواصل الاجتماعي، وتستخدم عبر أجهزة الحاسب الآلي بكافة أنواعه، أو عبر الجوال بجميع أنظمتها وتطبيقاته .

تلك الأجهزة خفيفة الوزن، التي يحمل بعضها باليد، يتناقل خلالها الناس ملايين الرسائل الإلكترونية، بواسطة العديد من البرامج التواصلية،

كالإيميل والفيس بوك، والماسينجر، والتويتتر، والتانجو، والواتساب، والإيمو، والإنستجرام، والسناپ شات، واللاين، وما إلى ذلك من برامج سهلة التشغيل للغاية، حتى في يد الفتى الصغير، أو الصبي الذي لم يبلغ الحلم .

ورغم ذلك فهي عظيمة التأثير، لأنها تتيح لصاحبها التواصل مع من يحب دون أدنى تحفظ، ليصل صوته وصورته للعالم أجمع، عبر تسجيل مقاطع فيديو حية، هذا فضلاً عن كتاباته، ومراسلاته، ومشاركاته العديدة بالصوت أو الصورة، وعلى الهواء مباشرة .

بالفعل تلاقى العالم كله، بواسطة تلك البرامج التواصلية المفتوحة، على مدار الساعة واليوم والشهر والسنة، لتلغي معها كل الحدود الجغرافية العالمية، متجاهلة كافة الفروق الدينية، والثقافية، والاجتماعية، والقيمية، والسياسية .

تلك البرامج أشغلت أذهان الناس، وأهلت العقول، وصرفت القلوب، وأوقعت الكثير من المشكلات، حين أسيء استغلالها للأسف .

لكنها بالمقابل هي برامج في غاية النفع والفائدة، لمن يحسن استغلالها في توجيه وتوعية الملايين من البشر، دون أدنى تكلفة تذكر .

فرصة ذهبية بالفعل أتيحت للعلماء والدعاة والعقلاء، لنشر دعوتهم عبر الآفاق، وبكل سهولة ويسر، وفي أي وقت ولأي مكان، وكل ذلك يحصل دون أدنى عوائق، والله تعالى الحمد والمنة .

الإعلام في الإسلام :

قرر الإسلام ضبط الحركة الإعلامية بضوابط كثيرة، حتى لا تواجه عقبات، أو تقع في خلل ينتج عنه فساد كبير، فالإعلام متى اضطرب فسد بسببه حال المجتمع بوجه عام .

فمسألة ضبط الأخبار ونقلها، والتحري من مدى صحتها، والتحرز من رواج الشائعات، وانتشار الدعاوى والأكاذيب، التي يروجها المخربون والمغرضون، وأصحاب التوجهات، ولا سيما ممن يخالف توجه الدولة، ويلعب في الخفاء، أمر مهم جداً لا ينبغي التساهل فيه .

وبالتالي فتقيد وسائل الإعلام بضوابط المسؤولية الإلزامية وقيودها، لكل ما يصدر عنها من مواد، مطلب شرعي رئيس .

فما حل الفساد في بلد، واضطرب وضعه، إلا كان لوسائل الإعلام دور كبير يقف خلف ذلك، بل ربما كان هو المحرك والمحرض عليه، إذ لولاه لما حصل التواصل بين الناس .

على الدولة أن تعي قيمة هذا الجهاز الفعال فيها، ومدى خطورته، كي تحسن استخدامه، وتضبطه بضوابط إلزامية صارمة، وتقيد به بقيود رقابية ملزمة، لضمان عدم الانفلات الإعلامي المدمر، المؤجج للفتن، الساعي لتغيير الرأي العام، بهدف التأثير على استقرار المجتمع، والنيل من وحدته، وإيهان تماسك أفراده .

قال سبحانه وتعالى : ﴿لَئِنْ لَمْ يَنْهَ الْمُتَنَفِقُونَ وَالَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ  
وَالْمُرْجُفُونَ فِي الْمَدِينَةِ لَنُغْرِبَنَّكَ بِهِمْ ثُمَّ لَا يُجَاوِرُونَكَ فِيهَا إِلَّا قَلِيلًا  
﴾ [الأحزاب] .

قال السمرقندي معلقاً على معنى هذه الآية : "والأراجيف هي أول  
الأخبار وأصل الرجف هو الحركة فإذا وقع خبر الكذب فإنه يقع الحركة  
بالناس فسمي إرجافاً، ويقال الأراجيف تلقح الفتنة يعني إن لم ينتهوا عن  
النفاق وعن الفجور وعن القول بالأراجيف"<sup>١</sup>.

وقد تنوعت وسائل الإعلام حديثاً، وكثرت، وصار من الصعب  
مراقبتها على الوجه الدقيق، وضبط كل المواد التي تصدر عنها ومن  
خلالها، وهذا الذي سهل الطريق للفتن والشائعات والأكاذيب، لتنتشر  
بين الناس، انتشار النار في الهشيم .

وهذا يعني وجوب أن يوصد كل باب فتنة، كان الإعلام سبباً فيه،  
من قريب أو من بعيد، وذلك يكون بالاستعانة بالله تعالى، ثم بالعلماء  
الربانيين والدعاة المخلصين، فهم أقدر الناس على إظهار الحقائق، وكشف  
الأباطيل، وتعريضها للجماهير، لما لهم من قبول في قلوب الناس، مما جعل  
صوتهم مسموعاً، ورأيهم متبوعاً .

<sup>١</sup> السمرقندي . بحر العلوم . ج ٣، ص ٧٠ .



وبالتالي فالسيطرة على وسائل الإعلام تعني إمكانية تصفية الأجواء الاجتماعية، من كل دعاوى الزيف والضلال، لتكون صحية، خالية من الشائعات، بعيدة عن حبائل الأراجيف، ودروب الأكاذيب، وظلمات الفتن، وضلالات الفكر . قال جلت عظمتة في الذكر الحكيم : ﴿ وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ ۖ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ ۚ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا ﴾ [النساء] .

قال الألوسي معلقاً على معنى هذه الآية : "فإن العلماء هم المستنبطون المستخرجون للأحكام، وحمله كثير وليس ببعيد على ما يعم الجميع لتناول الاسم لهم لأن للأمراء تدبير أمر الجيش والقتال، وللعلماء حفظ الشريعة وما يجوز مما لا يجوز . - إلى أن قال - ولا شك أن هذا إنما يلائم حمل أولي الأمر على الأمراء دون العلماء لأن للناس والعامة منازعة الأمراء في بعض الأمور وليس لهم منازعة العلماء إذ المراد بهم المجتهدون والناس ممن سواهم لا ينازعونهم في أحكامهم" <sup>١</sup>.

الوضع الإعلامي متى استقر، استقر حال الناس، واستقامت أوضاع البلاد، أما متى اضطرب، وصارت منابر الإعلام في يد كل ذي توجه

<sup>١</sup> الألوسي . روح المعاني . ج ٤، ص ١٠٦ .

مغرض، فذلك مسلك خطير، ونذير شؤم، لا يبشر بخير، وما من مجتمع انفلت فيه وضع الإعلام، وضعف الدور الرقابي الذي كان يجب أن يكون، إلا وتجد كمّاً هائلاً من الشائعات والأكاذيب تنهال على الرعية من كل حذب وصوب، وبلا أي ضوابط، أو أدنى قيود .

الإعلام سلاح قوي التأثير على الناس، فعّال في توجيه فكرهم، وتغيير قناعاتهم، فمتى غاب الرقيب، ولم ينضبط بضوابط المصدقية، لم تؤمن منه الفتنة .

الإعلام متى كانت الاستفادة من وسائله، على الوجه المطلوب، كان ذراعاً سياسياً في يد الدولة تحقق به استقرارها، هذا بالإضافة إلى كونه وسيلة تعليم وتثقيف وتسلية، لكنه متى أسيء الاستفادة منه كان وبالاً على الجميع، ومصدراً مزعجاً يؤلب عليها وعلى سياستها العامة .

الإعلام جهاز يقوم بمهمة الاتصال بين كافة المجتمعات، والتواصل بين جميع الثقافات، فيجب أن تكون جميع وسائله في يد الدولة، سواء كان إعلاماً حكومياً، أم تجارياً، بحيث لا يصدر عنها، إلا ما يؤيد السياسة العامة في البلاد، ويدحض كل توجه معارض مغرض، فاسد ومفسد، أياً كانت وسائله، مقروءة، أو مسموعة، أو مشاهده .

قال عودة : (الشرعية الإسلامية تبيح للفرد أن يقول ما يشاء دون عدوان؛ فلا يكون شتاماً ولا عياباً ولا قاذفاً ولا كاذباً، وأن يدعو بالحكمة

والموعظة الحسنة، وأن يجادل بالتي هي أحسن، وأن لا يجهر بالسوء من القول، ولا يبدأ به، وأن يعرض عن الجاهلين، فمن حقق ذلك حمل الناس على أن يسمعوا قوله ويقدرّوا رأيه ويحفظ علاقاته بغيره سليمة ثم بقاء الجماعة يداً واحدة تعمل للمصلحة العامة)<sup>١</sup>.

وفي الشرع المطهر ضوابط كثيرة للحركة الإعلامية، تبدأ بقول الحق، والتعامل بالصدق، وعدم الكذب، وترك الجدال، والدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة، ولين القول، وطيب الكلام، وعدم الجهر بالسوء، وترك العنف في الحديث، وما إلى ذلك من ضوابط للكلمة، لتكون أصيلة إيجابية الأثر لا سلبية فيها أبداً، ومن ثم تنقل عبر الأثير لتبلغ الآفاق .

في الحديث النبوي الشريف قوله ﷺ : (إن بين يدي الساعة تسليم الخاصة وفشو التجارة حتى تعين المرأة زوجها على التجارة وقطع الأرحام وشهادة الزور وكتمان شهادة الحق وظهور القلم)[أحمد والبخاري في الأدب المفرد] .

ومعنى قوله ﷺ : وظهور القلم وفي رواية : (وفشو العلم) أي : كثرة الكتاب مع قلة الأمانة والنزاهة، وهي ظاهرة خطيرة على الساحة بدأت منذ القدم، وما زالت، وستستمر، مع شديد الأسف .

<sup>١</sup> عبدالقادر عودة . التشريع الجنائي . ص ٣٥ .

## الفصل الرابع

### قضايا إعلامية

العالم ووسائل الإعلام  
الفكر والإعلام  
العدو والإعلام  
السياسة والإعلام  
الصراع الإعلامي  
تأثير الإعلام على العقول  
أهمية الإعلام وخطورته  
الإعلام ورفع المعنويات  
مسؤولية الكلمة والإعلام  
المنبر الإعلامي  
الإعلام ومحورة المجتمعات

العالم ووسائل الإعلام :

يعد العالم اليوم قرية صغيرة قد تلاقت أطرافها، فما يحصل في أبعد البلاد شُقة، ينقل ومباشرة عبر الأثير إلى حيث أقصى أصقاع الأرض، وبالصوت والصورة، وبكل دقة متناهية .

والبث الفضائي، ومواقع التواصل الاجتماعي، أسرع طرق الاتصال، وأكثرها شيوعاً، وأقلها رقابة على المستوى العالمي .

وهذا يعني أنه أضحي من الصعب السيطرة على كل ما يث عبر تلك الوسائل المنتشرة، مما يصل إلى عقول الناس، من ثم الأثر البالغ الذي تحدثه فيها .

وبهذا انفتح العالم كله، لتتلاقى حضاراته، وتتلاقح ثقافته، لتقف على رأس المتلقي وبلا إذن منه، فما شاء منها أخذ، وما شاء رده .

ولذا فمن أراد أن يجعل بينه وبين تلك المصادر حواجز وحجباً، يحمي نفسه وأهله وذويه مما يث عبرها، فليغلق عليه الأثير الناقل، لينعزل عن تلك المصادر، وما تضح من مواد ورسائل موجهة .

ومن هنا صار الإعلام في الأعم الأغلب، سلاحاً فاعلاً في محوّرّة ثقافات المجتمعات، وإعادة صياغة العقول، والتأثير الفعّال على الرأي العام، لدرجة تغيير القناعات إلى حد كبير، وصل الأمر للتشكيك في العقائد الدينية، والتكلم في المسلمات الفكرية، والقدح في القيم والمبادئ

والأخلاقيات، تحت شعارات : (حرية الكلمة، والرأي الآخر) وما إلى ذلك، وهنا تكمن الخطورة حين زيفت الحقائق، وغيّرت المفاهيم، ولبست القيم، وتلاعب كثير بها، فصوروا الأمور على غير مرادتها، تلبيساً وتضليلاً، وتشويهاً لقيم الفضيلة، وتزييناً لحبائل الرذيلة، ترويحاً لها .

#### فساد الفكر والإعلام :

من أهم الأمور التي تجعل المجتمع حصيناً وقوياً، يستطيع الصمود في واجهة التحديات، وسائر تيارات التغريب والتشريق، صيانة الفكر . ولو نظرنا إلى عامة وسائل الإعلام اليوم، لوجدنا فساداً إعلامياً مهولاً، تحركه أقلام مأجورة كثيرة، محلية وعالمية، داخلية وخارجية، أسهمت في ضعضة الأوضاع في كافة مجتمعات الأمة . وهذا الأمر رغم خطورته، معروف للقاصي والداني، غير أن أخطر ما فيه هو أن بعضاً من تلك الأقلام هو ممن يحسب على الساحة العلمية والفكرية والثقافية، العربية والإسلامية .

وهو بهذا يعد شريكاً رئيساً في إفساد الحركة الإعلامية، من قريب أو من بعيد، وبقصد أو من غير قصد، والسبب في ذلك تأثره بموجات الافتتان بالفكر الشرقي والغربي، ومن ثم الترويج له في الأوطان الإسلامية، من غير أن يتنبه لفارق الزمان والمكان، الذي يعيش فيه، ومن غير مراعاة

لكثير من الفروق بين مجتمعين، أحدهما مسلم ملتزم له منهج يسير عليه، وآخر كافر منفتح لا منهجية واضحة له .

الأمر الذي حمّله على أن يتكلم في التأريخ، والأحداث، والوقائع، فسوّدت كتاباته بعضاً منها، وبيّضت بعضاً آخر، حسبما يرى ويعتقد ويفكر، محاولاً نشر فكره الفاسد السقيم، وقناعاته المشوشة، في المجتمعات المسلمة، مستغلاً ثقله العلمي، والفكري، والثقافي .

زاد الأمر سوءاً، أن حصانة الفكر في أمتنا الإسلامية ضعيفة إلى حد كبير، والسبب الرئيس في ذلك هو الإعلام الفاسد الرخيص، الذي أعطى أبواقه لكثير من أرباب الضلال والتضليل، والفساد والإفساد .

فخرج لنا مع شديد الأسف، أساتذة كبار في تجميع القيم، وإذابة المبادئ، وتطبيع الأخلاق، سيئها بحسنها .

في الحديث النبوي الشريف عن حذيفة بن اليمان رضي الله تعالى عنه قال : كان الناس يسألون رسول الله ﷺ عن الخير، وكنت أسأله عن الشر مخافة أن يدركني، فقلت : يا رسول الله، إنا كنا في جاهلية وشر، فجاءنا الله بهذا الخير، فهل بعد هذا الخير شر ؟ قال : (نعم، فقلت : هل بعد ذلك الشر من خير ؟ قال : نعم، وفيه دخن، قلت : وما دخنه ؟ قال : قوم يستنون بغير سنتي، ويهدون بغير هديي، تعرف منهم وتنكر، فقلت : هل بعد ذلك الخير من شر ؟ قال : نعم، دعاة على أبواب جهنم من

أجابهم إليها قذفوه فيها، فقلت : يا رسول الله، صفهم لنا، قال : نعم، قوم من جلدتنا، ويتكلمون بألسنتنا، قلت : يا رسول الله، فما ترى إن أدركني ذلك ؟ قال : تلزم جماعة المسلمين وإمامهم، فقلت : فإن لم تكن لهم جماعة ولا إمام ؟ قال : فاعتزل تلك الفرق كلها، ولو أن تعض على أصل شجرة حتى يدركك الموت وأنت على ذلك)[متفق عليه] .

وإجمالاً ! صار فساد الإعلام، والتمكين للفساديين فكرياً، وترويج ما يريدون ترويجه، يعني بالضبط فساد الفكر، وحينها يعم الفساد ويطم .

#### العدو والإعلام :

والعدو المتربص حين وجد شأن الأمة في تصدع واختلاف، نفذ إليها خلال نوافذ أبنائها من الداخل، الذين كان تشويهم للإسلام وقيمه ومعتقداته، أشد ضراوة وفتكاً من أولئك الأعداء من الخارج، والسبب الرئيس في ذلك هو الحزبية واختلاف الرأي، فشخص متحزب أو متعالم أو معجب برأيه، يشكل خطراً فعلياً على الأمة الإسلامية، فموقفه المتصلب قد يحمله على إلصاق التهم بمخالفيه، وربما سعى في وقعة بغیضة ما انفكت عنها الأمة وربما لن تنفك، خلافات كثيرة أحيكت بأيدي الأعداء، ساعد في حياكة نسيجها مسلمون أغرار، لم يتفطنوا لمواقف الأعداء المتربصة بالجميع، مع شديد الأسف .



العدو الذي غاية مناه التفريق بين المسلمين، وصل إلى درجات متقدمة في التأثير على المجتمعات المسلمة، والسبب في ذلك هو وسائل الإعلام، التي كلما تطورت نفذ العدو خلالها أكثر، وصار تأثيره أكبر .

ومن المؤسف أن حصانة أبناء المسلمين كلما تقدم الزمان، ضعفت بسبب بعدهم عن دينهم وعقيدتهم، وثقافتهم الأصيلة، وقيمهم العميقة، بالإضافة لتيارات التغريب والاستشراق التي لم تفتّر في صب أفكارها عليهم، وكلما تغير الزمن غيرت من أساليبها، ورفعت مستوى التيقظ والتحسّب للأمور، لتوائم يقظة المسلمين لما ينسج حولهم، تحت شعارات براقة كثيرة، كحركات النهضة، والتنمية، والنداء بالحرّيات، وما إلى ذلك .

وبهذا صار الإعلام هاجساً مقلقاً، لكل ذي لب وغيرة وبصيرة، حين يرى اختراقات العدو من الداخل والخارج، يصب على الأمة الإسلامية إعلاماً أغلبه إلا قليل منه، هزيل، رذيل، هابط، ساقط، ضار، مشوش، مشغل للعقول، مشتت للأذهان، مخرب للبيوت، مشكك مضلل، عبر قنوات ووسائل تواصل عديدة، بلغ تعدادها الآلاف بل العشرات، فيال مرارة الواقع .

والأمر من ذلك، أن تلك الوسائل الإعلامية، تدار برؤوس أموال مسلمة، لتخرب بيوت المسلمين، فوا أسفاً حين ماتت الغيرة، وارتزق بالكلمة .

## السياسة والإعلام :

من المفترض أن يكون الإعلام لسان الدولة الناطق بسياستها، حين يقوم بدور رئيس في تنبي منهجها، وفي تأييد دور القيادة والسياسة في تنظيم بلدانهم وسوس شعوبهم .

وهو بهذه الصورة يعدّ الواجهة السياسية للدولة، سواء كانت سياستها معتدلة مستقرة، أم كانت سياسة منحرفة مضطربة .

وأحياناً ينجح الإعلام إلى كونه بوقاً معادياً للدولة، ولسياستها، أو لقادتها، وطريقة حكمهم، فيلعب حينها دور المحرض، المؤجج للفتن، يكثر ذلك في الدول ذات التعدد الحزبي .

وتسيطر عامة الدول على مرافق الإعلام الرسمي، ولا يكاد يندّ منها سوى الإعلام التجاري والشخصي، الذي قد تكون له تصورات ورؤى تخالف السياسة العامة، وفي كل الأحوال فصوت الإعلام هو المسموع، لأن له القدرة على تغيير الرأي العام، والتأثير على قناعات الجماهير، وتغييرها، وتحويرها، وبالتالي فالسيطرة عليه تعني السيطرة إلى حد كبير على عقول الناس، وتسييرهم وفق ما يريد الحاكم السائس .

ومن هنا سيء استغلال وسائل الإعلام كثيراً في معظم بقاع الأرض، وفي أغلب الأحيان، حين تحولت وظيفته من إفادة وإخبار إلى تسيير وإجبار، من نقل نزيه محترم إلى نقل مشوش موجه، من حرية صادقة إلى

تضليل وتعتيم مطبق، نلاحظ ذلك وبكل وضوح، في دول كثيرة تمارسه، ودون أدنى تحفظات، وأخطر ما في الأمر أن تراكم الإعلام بهذه الطريقة، وتسطير كتاباته على هذا النحو، تصنع تأريخاً مزيفاً مع الوقت، ينغر به كثيرون ممن لم يحضر حقبة التزييف تلك، فكم من كتابات هي بين أيدينا اليوم تتحدث في جهة والحقائق في جهة أخرى .

والسبب في كل ذلك لسان الإعلام الناطق، وآثار أقلامه الزائفة الجائرة، التي كتبت، وسطّرت، وأرّخت، عبر وسائله الآثمة .

#### الشائعات والإعلام (الدعاية) :

يقال أن الحركة الإعلامية تعتمد كثيراً على مبدأ الشائعات، في ترويج ما يراد تحقيقه، ولهذا فهي جزء مهم جداً في مجمل الحركة الإعلامية، وإن كانت تستخدم بسلبية في أغلب الأحيان .

فالشائعات يراد بها التوجيه وإعادة التوجيه، لما يراد الوصول إليه من أهداف واضحة أو مبهمّة، وكثيراً ما تستعمل في التأثير على الرأي العام، وتغيير القناعات، وبالتالي فالشائعات لها دور إعلامي رائد لا يمكن إغفاله بحال في المجتمع . وعموماً، للشائعة ثلاثة أركان :

١- الوجهة . وهم شريحة المجتمع المعنية من إطلاق الشائعة، إذ لكل شائعة شريحة معينة توجه لهم، بقصد التأثير على أفرادها .

٢- الهدف . الذي تسعى لتحقيقه، سلباً أو إيجاباً، وكلما كان الهدف معلناً مكشوفاً، اكتسبت رواجاً أكبر، وكلما خُفي الهدف كان الناس عنها أبعد، وأكثر حذراً من صداها .

٣- المصدر . وهو الذي يبيث الشائعة، ويروج لها، وكلما كان المصدر معروفاً أكسبها ثقة الجمهور، وكلما كان خفياً تخوّف الناس منها أكثر، وصاروا على حذر منها .

ويختلف مدى تلك الشائعات، ومدى تأثيرها على الأفراد في كل مجتمع بحسبه . ولها ثلاثة أنواع :

١- شائعات بيضاء . هدفها واضح، هو رفع المعنويات، أو الدلالة على الشيء وإظهار محاسنه، ومصدرها معروف، ووجهتها عامة أفراد المجتمع، كسائر الدعايات والإعلانات .

٢- شائعات سوداء . هدفها واضح، هو قلب الحقائق، والتوجيه المضلل، حيث تعتمد على الافتراءات والأكاذيب، وتشويه الصورة، ومصدرها مجهول لضمان رواجها، ووجهتها معروفة هم عامة أفراد المجتمع .

٣- شائعات رمادية . هدفها مجهول، التضليل والتلبيس على الناس، تعتمد إلى خلط الباطل بشيء من الحقائق لينغر به كثيرون، كالأخبار الملفقة، والإفادات الكاذبة، التي تحوي شيئاً من الصحة، تساهم في ترويجها بعض الوقت، ومصدرها مجهول، ووجهتها كافة أفراد المجتمع .

وإجمالاً ! فالشائعات صناعة إعلامية بحتة، وبقدر حرفية مصدرها، تنساح في المجتمع، ويعظم أثرها، وربما يصعب كشف أهدافها التي تدار في الخفاء، لمقاصد وأغراض غير نزيهة ولا نبيلة، والتي قد تظل تروج في المجتمع مدة ليست باليسيرة، حتى ينكشف أمرها .

#### الصراع الإعلامي :

متى ضعفت الرقابة الإعلامية أدى ذلك إلى نشوء ما يسمى بالصراع الإعلامي، بين وسائله المختلفة، وهو أمر خطير جداً، ينقسم بسببه أفراد المجتمع الواحد، بين تلك الصراعات المؤثرة على الجماهير، حين تسعى كل وسيلة منها لاستقطاب أكبر قدر ممكن من المشاهدين .

ومسألة تباري وسائل الإعلام فيما بينها، أيها الأصدق الأسبق، وجميعها بجانب للمصداقية، أمر لا مبرر له، إذ ليس من وظيفة الإعلام المحترم، الصادق الهادف، مزاحمة من سواه من وسائل أخرى، وليس من مهامه اللائقة، محاولة كسب ثقة فئة من الناس على حساب آخرين، لدرجة التلاعب بمشاعرهم، والاستخفاف بعقولهم .

الإعلام جهاز يحمل رسالة هادفة للمجتمع، وليس جندياً يصارع غيره على أغراض معينة ليظفر به، إذ من المفترض أن يصارع الباطل، ويرجح كفة الحق، وليس العكس تماماً .

كما أن الصراع الإعلامي ينم عن عقول ليست مدركة لخطورة ما تقوم به من مراوغات انتهازية لا مسؤولية فيها، بقصد تعزيز موقفها الخاطئ لدرجة كبيرة لا تقبل الشك، يدركها معظم المشاهدين ويذموها على فعلها ذاك، وعن قريب سينكشف أمرها .

#### تأثير الإعلام على العقول :

١- عقول الناشئة . الأطفال عجينة خام، لا قدرة لهم على الفهم المباشر، وكل ما يعرض لهم على الشاشة الفضية تتلقاه عقولهم مباشرة، فيحاكونه ويتأثرون به بلا أي تحفظات، وبالتالي فصياعة عقول الناشئة في تلك الفترة يعني انعكاس الصورة الإعلامية على أذهانهم، وبقوة دون أدنى شك أو ارتياب، فتأثير الإعلام عليهم يكون بنسبة ١٠٠% لصغر سنهم، وقلة وعيهم، وهذا ما يجعل المسؤولية كبرى على ولاية الأمر، في دورهم الرقابي العام على وسائل الإعلام بشتى أشكالها وصورها، رقابة منضبطة بضوابط الشرع، والقيم والأخلاق .

وعلى أولياء الأمور أيضاً مسؤولية كبرى في اختيار ما هو مناسب وأنسب لأبنائهم من برامج ومواد، ليضمنوا سلامة عقول الناشئة، فدور الأسرة مهم جداً في فلترة ما يمكن أن يشاهده الأولاد، وما يجب أن يمنعوا من مشاهدته .

٢- عقول العامة . تختلف درجة التركيز لدى عامة الناس، على ما يعرض عبر الشاشات من برامج ومواد، وفي معظم الأوقات يتأثرون بها إلى حد كبير، فكثرة المشاهدات، تكوّن لدى الشخص تصورات عن كيفية تعامله في مواقف مشابهة رآها على التلفاز، فتكوّن في عقله الباطن مع مرور الوقت خلفية، على أنّها حلول مناسبة يلجأ إليها مباشرة ودون أدنى تفكير، متى وجد نفسه واقعاً في مثيلاتها من مواقف ووقائع .

وهذا يعني أن تغذية عقول الناس يمر بموجات كهرو عصبية<sup>١</sup>، من حيث لا يشعرون، مما لم يتفطنوا له، أو يحسبوا حسابه يوماً، وربما ما كانوا يظنون أن تبلغ بهم ما بلغت، وبالأخص من كان مفرط الإحساس سريع التأثير، وبدرجة متقدمة، تجعله يتفاعل مع ما يشاهد، بلا وع أو بصيرة .

٣- عقول الناضجين . الفرد الذي وصل إلى مرحلة عمرية متقدمة، نضج عقله فيها، من الصعب تأثره بما يشاهد عادة، هذا في حكم الأغلب، والمعنى أن بعضاً منهم قد يتأثر بما يشاهده، وإن كان هذا التأثير لدرجة ليست حرجة، غير أن الحرج في الأمر أن كثرة المشاهدات تولد خلخلة بعض المفاهيم والقيم، مما يعني احتمالية التنازل عنها مع الوقت، إن لم يكن في شأن الذات ففي شأن الأسرة .

<sup>١</sup> لفظ يراد به تأثير التيار الكهربائي على الجهاز العصبي، المنعكس على الدماغ .

وهذا ما جعل كثيراً من الناس تتغير مفاهيمه حين يتعامل مع أفراد أسرته عما كان عليه، أو تجده تغير تعامله مع أولاده الصغار عما كان عليه تعامله مع أولاده الكبار، حين كانوا صغاراً .

فتراكمات الإعلام خطيرة، وما تحدثه عبر الزمن من تغيير لمفاهيم وقيم وأخلاق، لا يتفطن لها كل أحد على المدى القريب، لكن آثارها تظهر وبوضوح على المدى البعيد عبر الأجيال، وهذا ما جعل كل جيل يختلف إلى حد كبير عن سابقه في كافة مستويات الوعي، والفهم، والثقافة، والمعرفة، وسائر الأمور الحياتية الأخرى .

٤- عقول المتعلمين . كثير من المتعلمين حينما يشاهد التلفاز، تجده يشاهده بأسلوب الناقد لما يعرض، فيستحسن أموراً ويستقبح أخرى، ومثل هذا التيقظ تجعل التأثير عليه ليس بالسهل ولا اليسير، لكن ليس كل المتعلمين يعتبر مشاهداً محترفاً، يعرف الغث من السمين، ويفرق بين جيد الأمور ورديئها، كما أن المتعلم مادام مشاهداً مواظباً، فمهما بلغت درجة علمه وتيقظه، فستمر عليه برامج ومواد لا علم له بها، قد تشوش عليه كثيراً من الأمور .

يظهر ذلك وبوضوح في البرامج التي تتسم بسمة دينية، وتدخل السم في الدسم، فيقع كثيرون في فخ التزييف والتضليل، وربما صدقوا أكاذيب وافتراءات قد مزجت بحقائق، قد شوشت عقولهم، ولبست الحق عليهم .



أو على الأقل سيشاهد برامج ستغير درجة قناعاته بأمور كانت عنده من المسلمات، وأقل القليل ربما ستخلخل عنده مفهوم احترام وجهات النظر، وبالتالي فالسلامة من كل ذلك تكون بتحري المصدر، لضمان عدم التأثير السلبي بما يعرض، من أكاذيب وافتراءات وتضليل وتزييف للأمور .

٥- عقول الغوغاء . في كل مجتمع طبقة عاملة، قليلة التحصيل العلمي، وقليلة الاهتمام بالعلم، تعتقد أن الإعلام رسول سلام، أو متنفس سهل، لقضاء وقت ممتع، في مشاهدات ومتابعات شيقة، وبالتالي يغفل عن خطورة ما يشاهد، ويستهن بكمّ الضخ الإعلامي الهائل لمفاهيم وقيم ومبادئ، من شأنها تحلل الشخص مما هو عليه من أخلاق وقيم أصيلة مع الوقت، وهذا يظهر وبكل وضوح في سلوكيات هذه الطبقة، وطريقة تصرفاتهم وتعاملاتهم مع الناس، في الأقوال والأفعال .

هذا الأثر السلبي مبدئياً، يتولد عنه أثر أكبر منه، لأن هؤلاء الناس لا يبالون بمسألة تربية الناشئة وفترة ما يشاهدونه، وربما تركهم ساعات طوال أمام الشاشات يشاهدون إعلاماً هابطاً يؤثر على أولاده، ولا يهتم لذلك أبداً، وهنا تكمن خطورة الغوغاء حين يغفلون عن فلذات أكبادهم .

٦- عقول المنفتحين . في أي مجتمع تجد أن المنفتحين هم أسرع الناس تأثراً بما يشاهدونه، لأن طبيعتهم التقليد عادةً، فلا يجدون غضاضة لما

يرونه من أخلاقيات مستهجنة، وقيم دخيلة على مجتمعهم، وهذا مؤشر سلبي للغاية، حين يصل الفرد إلى درجة لا يفرق فيها بين القيم الأصلية والقيم الدخيلة، ولا يبالي أيها اتصف به .

والإعلام يعد هو البوابة الرئيسة لاستقبال العقول، وتلقيها عامة المفاهيم والقيم، والمبادئ والأفكار، والسلوكيات والأخلاقيات الأخرى . ومن كان هذا شأنه في التلقي، وفي التأثير لكل ما يشاهده، وفي التساهل والتقليد، فشأن أولاده ولا ريب أكبر وأخطر، وأكثر تسيباً .

٧- عقول المغرضين . المغرض هو إنسان له توجه معين، بعكس توجه أفراد المجتمع الأسوياء، مما يجعله يفكر بطريقة مغايرة، قد تكون عدائية بعض الشيء، وهذا بدوره ربما يزيده انتقائية لما يشاهد، بما يعزز توجهه، وميول فكره غريب الأطوار، وهذا يعني أنه سريع التأثير بكل ما يرجح كفة تلك الأمور، ويضاد السياق الإعلامي العام، الذي ربما وصفه بالمتحيز .

والتأثر بما يشاهده، كلما زاده انتقائية، جعله أكثر عدائية، والعكس صحيح أيضاً، فكلما زاده عدائية جعله أكثر انتقائية، فاجتمع عليه أمران كلاهما سلبي، تأثر عدائي، وتأثر انتقائي، وهذا أمر خطير جداً في شأنه أولاً، ثم في شأن أفراد أسرته ثانياً، وبالأخص لو كان من الذين يعززون تلك المفاهيم والقيم في نفسية أولاده الصغار، حينها تكون نشأتهم عدائية صرفة، وانتقائية بحتة، وثقافتهم مشوشة إلى حد كبير .

٨- عقول الشباب . الذين هم ثروة المجتمعات، والقوة النشطة المتحركة فيه، والقلب النابض بالحياة والعنفوان، كالبركان يظل يفور ويفور، لا يقر له قرار، وأفكارهم في مرحلة غليان مستمر، تتجدد، وتتغير، وتبدل، وهنا تكمن خطورة هذه المرحلة، ألا وهي فقدانهم التركيز، وبجثهم المستمر عما يرضي طموحهم، ويروي ظمأ أفكارهم المنطلقة .

الأمر الذي يجعل التأثير عليهم سهلاً جداً، فرب كلمة جلبت شاباً وأثرت عليه فقربته من الشيء، ورب أخرى أبعدته عنها وغيّرت موقفه منه، وهذا ما جعل فئة الشباب هم أول ضحايا الإعلام الهابط، الهزيل الرذيل، المجرد من المغزى الهادف، والمحتوى النافع .

وهم أول من ينجرّف خلف المخربين المغرضين، فسرّيعاً ما يتأثرون بما يقال، حتى لغربي الأفكار وشواذها، تجدهم يتفاعلون معه .

يزيد الأمر سوءاً أن عامة الشباب لا حصانة لهم، تجده كالريشة في مهبّ الريح، حين تجده كما لو كان تائهاً يبحث عن شيء فقد منه، وحيثما وجد ضالته انكب عليها وبقوة، ولو جاء ذلك على لسان مخرب، أو خارج عن الدين، تجد الشاب ينساق خلفه وبلا وعي أو بصيرة، وهذه مشكلة، تعصف بعالم الشباب، المتعطش الظمآن .

٩- عقول عالم المرأة . من طبيعة النساء العاطفة الجياشة، وحساسية الشعور، ربما الزائدة لدى كثير منهن، مما يعني سرعة التأثر بما يشاهدونه

ويسمعه، من غير إعمال العقل في التحقق من مدى مصداقية ذلك، لأن المرأة مخلوق لطيف، وجنس ناعم، تستعمل قلبها قبل عقلها، وعواطفها أكثر من تفكيرها، مما يجعلها تنجذب وربما بقوة نحو المشاهدات، مما يؤثر على عقلها الباطن، فتبدأ بالتقليد لكثير مما ترى وتسمع، كما أن النساء يتأثرن بمسألة تصديق المعلومات مباشرة، لدرجة كبيرة من غير تحقق أو تأكيد من مدى صحتها، حسبها أنها سمعت، ومن ثم تبدأ تروج لذلك بين صديقاتها ومعارفها، وبكل حماس مندفع .

من هنا كان تركيز وسائل الإعلام على المرأة كبيراً جداً، ولا سيما أن التأثير عليها يعني التأثير على أفراد أسرتها .

وبالأخص على الأطفال والناشئة الصغار، الذين لا يزالون في طور التربية، والتوجيه والتعليم، فمتى تاه المربي؛ ضل من تحت يده من عَوان وأطفال صغار .

أهمية الإعلام وخطورته :

أحسن ما في الإعلام حسن استغلال وسائله في التعليم، والتثقيف، والتوعية، والتوجيه، وإعادة التوجيه، لما فيه مصلحة الجماهير، والتنبيه من كل ما قد يضر بهم، أو يفسد عليهم حياتهم، ويعكر صفوها، متكئاً في كل ذلك على ركيزتين اثنتين هما :

الأولى . المصداقية لكسب الثقة، وقبول الجماهير .  
الثانية . إعادة توجيه المتلقين، عما هم عليه من أخطاء ظاهرة .  
حينها فقط يكون الإعلام داعماً لعموم الحركة الإصلاحية في أي مجتمع، وحامياً له من أي أفكار وقيم ومبادئ، وأخلاق دخيلة عليه، الأمر الذي يكسب الأفراد خاصة والمجتمعات عامة حصانة، ووقاية، ويرفع مستوى التيقظ لدى الجميع لما يحاك بهم، وينسج من حولهم، من دسائس ومؤامرات وأدوار تخريبية .  
أما أسوأ ما في الإعلام فهو سوء استغلال وسائله في توجيه الناس لما يريد المرسل، وهو يعلم يقيناً ودون أدنى شك، أنه على خطأ ظاهر وغلط بين، فيستغفل الناس، ويستخف بعقولهم، ويغالط الوقائع، ويحاول شحذ كافة الطاقات، مستخدماً كل الوسائل الممكنة، المشروعة وغير المشروعة، لتأييد وجهة نظره الخاطئة بكل معاني الكلمة، دون النظر لأي اعتبارات مهما كانت، حسب أنه يصل لما يريد . هذه هي ذروة خطورته .

#### الإعلام ورفع المعنويات :

يعد الإعلام أحد أسلحة الدولة، التي لا يستهان بها، في كل المواقف، والوقائع، والأحداث، والفتن، ولا سيما حين يحتاج الجند لجرعات حماسية قوية، ترفع من مستوى معنوياتهم .

وهو بهذا يعدّ الواجهة المهيمنة في كل الحروب، فالحرب الإعلامية أخطر بكثير من ميادين القتال، فما من حرب نشأت، إلا ويصنع ذووها هالة إعلامية جبارة، ويضخون سيلاً من الإعلام الموجه، سواء كان صادقاً، أم مبالغاً فيه، أو حتى كاذباً، المقصد الرئيس منه، تثبيت أقدام جنودها على الأرض، وتدعيم مواقف جيشها وتقويته، وفي الجانب الآخر يهدف لضعفة مواقف العدو، وبث الرعب في صفوفهم، لتخار قواه، ويضعف مواقفه، وتتفرق كلمته، ويتشتت شمله، وتتمزق وحدة صفه .

الإعلام بهذا الصورة قوة لا يستهان بها، فهو جزء من كل حرب، لا يمكن الاستغناء عنه بأي حال، وكم من منتصر انهمز على الأرض لما انهمز إعلامياً، وكم من منهزم انتصر على الأرض لما انتصر إعلامياً .

#### مسؤولية الكلمة والإعلام :

الكلمة مسؤولية كبرى، وقيمة عظيمة، متى أطلقت في الهواء، فقد أحدثت أمراً ما، تبنى عليه مواقف، وتتخذ لأجله إجراءات، وتقرر بعده قرارات، وهي رسالة تواصل بين الناس، يفهمون بعضهم بها، ويتعاملون بموجبها، ويطبقون علاقاتهم على ضوءها .

الكلمة ميثاق يجمع المتناقضات، قد يراد بها الخير وقد يراد بها الشر، النفع أو الضرر، الإصلاح أو الإفساد، وقد تكون داء وقد تكون دواء،

نوراً أو ظلاماً، هدى أو ضلالاً، حقاً أو باطلاً، صدقاً أو كذباً، ورغم ذلك كله استخف بها السواد الأعظم، ولم يقيموا لها وزناً، وحسبوا أنها مجرد كلمات عابرة لا قيمة لها، ولا يترتب عليها أدنى تبعات .

ومعيار الكلمة دقيق جداً، متى استخف المرء به، واستحقر نتائجه، دفعه ذلك لإطلاق كلمات وربما أحكاماً على الآخرين، دون توخي الحذر، متهاوناً بالأثر العظيم الذي ستحدثه .

ويزداد الأمر سوءاً حين يصدر ذلك الفعل ممن يحسب على الساحة العلمية، أو الثقافية، أو الفكرية، أو الإعلامية، فرب كلمات خرجت من أفواه ذويها، استحسنتها عقول، واستيقنتها قلوب، وظلت سنين طويلة لم تستطع الانفكاك عنها، وربما جرت خلافات، وويلات، وانقسامات، وحروب، وضرر ليس باليسير إزالته، وصدع ليس بالهين ردمه .

وعامة من يظهر على وسائل الإعلام للأسف، ممن تحرر من مسؤولية الكلمة، أو ممن لا يعير لكلامه الاهتمام المطلوب، حسبه إظهار رأيه للناس، سواء مدح عليه أم ذم، فلا يحاسب على تصريحاته، ولا يعطيها البعد الحقيقي .

فمثل تلك الكلمات والتصريحات، قد تحدث في نفوس كثيرون إيحاءً بأمر ما، يظل صدها يتردد في عقله فترة من الزمن، ومع مرور الوقت يبدأ يقتنع به، كما لو كان حقاً، ويجب تحقيقه واقعاً .

وهذا يكثر من يستقرئون التاريخ، ويوصفون بأنهم إعلاميون كبار، ورجالات دين وعلم وفكر وقيادة وسياسة، حين يتنبؤون بوقوع أحداث في مستقبل الأيام، فتعلق تلك الكلمات في أذهان المسؤولين والحكام، كما لو كانت حتميات ستقع بالفعل، ومن ثم ينساقون لا إرادياً لتحقيقها من حيث لا يشعرون، أو على الأقل يسلمون للأمر برمته، وبكل سلبية، ومن ثم يتعايشون معه كما لو كان قدراً واقعاً لا مفر منه ولا بد من مواجهته، والسبب في ذلك كلمة أطلقت، فأوجدت جواً وهيأت نفوساً، لمستقبل رسم لها، بدأت تقتنع به، وتنتظر مجيئه .

لذا روي موقوفاً على أنس وابن مسعود وعلي رضي الله تعالى عنهم، كما روي مرفوعاً إليه ﷺ قوله : (البلاء موكل بالمنطق)[ابن أبي الدنيا وغيره] . والمعنى : أن من قال شيئاً فقد حكم على نفسه به، مما يستوجب كف اللسان .

ولذا جاء في الحديث النبوي الشريف عن معاذ رضي الله تعالى عنه قال : يا رسول الله أكل ما نتكلم به يكتب علينا ؟ قال : (ثكلتك أملك، وهل يكب الناس على مناخرهم في النار إلا حصائد ألسنتهم ؟ إنك لم تزل سالماً ما سكت، فإذا تكلمت كتب لك أو عليك)[الترمذي والزيادة عن الطبراني في الكبير والهيثمي في المجمع] .



وبالتالي فليس من المنطلق العقلاني الرشيد، إسقاط المثقف، أو المفكر، أو العالم، ما يراه حقاً من وجهة نظره، ومن ثم يحاول أن يشيعه بين الناس ويروج له، لا كرأي محترم وحسب، وإنما كأمر حتمي وقوعه وشيك .

وكم من إسقاطات<sup>١</sup>؛ قالها ذووها، صارت بعد ذلك بمرتبة المسلمات القطعية المنتظرة، بل من الأهداف التي يجب أن يسعى المرء إلى تحقيقها . وهذه مشكلة حقيقية، صارت هاجساً إعلامياً لا بد منه، لدى كثير من الإعلاميين، ومن المسؤولين، ومن عامة الجماهير حتى، حين يقولون ثم يصدقون ما قالوه، ثم ينتظرون حصوله .

#### المنبر الإعلامي :

يعد المنبر الإعلامي أهم منابر العصر الحديث، لعلو صوته الذي يبلغ صده الآفاق، فتحدث كلماته أثراً كبيراً جداً، في المجتمعات والشعوب . هذه الأهمية التي اكتسبها، تقتضي أن يكون في يد ولاية الأمر، لا في أيدي تجار الكلمة والمسوقين، وأصحاب التوجهات المغرضة، ممن لا يحترم القيم، ولا يلتزم بالمواثيق، ولا يقيم للكلمة حدوداً، الأمر الذي جعل كثيراً

---

<sup>١</sup> الإسقاط هو : تقويل الآخرين، بزعم الرجل قولاً ما ومن ثم نسبته إليهم، ليكسبه ذلك قبولاً، ويعطي لرأيه قيمة أكبر .

منها يتحول من صوت يصدح بالحق، إلى صوت يهمهم بالباطل، ويتمتم بالفساد، بإطلاق كلمات عبر الأثير دون أدنى تحفظ، قد تحدث بلبلة عظيمة، وفتناً كبيرة .

وكل ذلك يحصل تحت شعار حرية الكلمة، وتحت شعار المنبر الإعلامي الحر .

والمنابر الإعلامية اليوم أكثر من أن تخصى، ولكل منها توجه معين، أكثرها تجرد من قيود التبعية، ظناً منه أن ذلك هو بالضبط الإعلام الحر، وهذا ولا ريب تخط وعشوائية من كل وجه .

الإعلام الحر لا يعني عدم التبعية، وإنما يعني الالتزام بقيم الفضيلة، ونبذ الرذيلة، وعدم الارتزاق والمتاجرة، برسالة الإعلام المهمة .

الإعلام الحر لا يعني التحرر من قيم الأخلاق، وقيود الرقابة، وضوابط المسؤولية، فهذا ليس من المنطق العقلاني .

الإعلام الحر يعني مصداقية الكلمة، ودقة الخبر دون مغالطات أو تلبيس على الجمهور، أو أكاذيب، أو شائعات، فكل ذلك دليل على إعلام مستأجر، من شأنه خدمة من يقومون بتمويله .

الحرية في الإعلام تعني بالضبط عدم الخضوع لأي أطراف من شأنها استغلال المنبر الإعلامي لأغراض معينة، تعني عدم إحداث فتنة في الوسط الإعلامي، تعني احترامك عقول الناس في الطرح والإلقاء، تعني الوقوف

على معاني الكلمات على الوجه الصحيح، تعني مراعاة خواطر الجمهور في كل كلمة تقال، تعني عدم الترويج للشائعات، وعدم تمكين أصحاب الأقلام المأجورة والأصوات المملوغة لتبلغ كلماتهم الآفاق .

ولهذا فالمنابر الإعلامية الحرة على الوجه الصحيح، تعد شحيحة جداً، رغم كثرة القنوات، وذلك لأن أغلبها لا يحترم القيم الإنسانية الفاضلة في كثير من إعلامها المبتذل .

وبالتالي فالمنبر الإعلامي متى قام بدوره الإيجابي الرائد كما يجب، أسهم وبقوة في بناء مجتمع حضاري منفتح، وإخراج جيل متفهم حصين، يرتبط بالمجتمعات الأخرى، دون أن تؤثر عليه ثقافتهم السلبية .

أما متى كان هزياً سلبياً الدور، تعبوي القيم والأفكار والمعتقدات، ذا توجهات مغرضة وموجهة، فسوف يحدث فجوة قيمية، بل هوة أخلاقية، من شأنها إخراج جيل منعزل على نفسه، متشدد المفاهيم، مبتعد عن منهج الاعتدال، مندد بكل فساد إعلامي .

أو جيل منفتح للدرجة الأخيرة على مجتمعات أخرى، سلبية القيم والثقافة، ربما إلى حد كبير .

أو جيل طائفي مذهبي منغلق، لا يرى إلا ما يعتقده حقاً، محرضاً على كل من عاداه . تلك هي محصلات سوء استغلال المنبر الإعلامي للأسف .

### الشهرة الإعلامية :

الإعلام بكافة أجهزته ولا سيما المرئي منه، يعد من أكبر وسائل الشهرة والظهور أمام الملايين، تلك الشهرة التي من شأنها أحد أمرين، إما رفعة الشأن، وإما خفضه .

الشهرة الإعلامية من المفترض ألا تطلب بذاتها، وألا يسعى إليها من كان متعلقاً، وإن تحققت له تباعاً، إذ الأصل في الظهور إفادة الناس وليس السعي للشهرة، والفرح به .

الشهرة الإعلامية سلاح ذو حدين، فكما تحقق لصاحبها ظهوراً وهاجاً، قد تمنعه من أبسط التعاملات المعتادة مع الآخرين، فكل من رآه نظر إليه، وعد عليه تصرفاته، وحسب عليه كيفية تعاملاته وهو بعيد عن الأضواء والكاميرات .

وأحسن ما في الشهرة حين يستغلها صاحبها في التوعية والتوجيه، ومحاولات التأثير الإيجابي على الآخرين، لتقويم سلوكهم، وتصحيح خط سيرهم، والأخذ بأيديهم إلى حيث بر الأمان .

أما أسوأ ما في الشهرة فحين يساء استغلالها في جوانب هزيلة رخيصة، أو في محاولات التأثير السلبي على الآخرين، من تميع للقيم، وتطبيع للأخلاق، وسخافات وحماقات لا قيمة لها، كل همّ الشخص حُسن الظهور أمام الكاميرات وفي المحافل، قد سلبته الأضواء لب عقله،

فلا فكر رشيد، ولا رأي سديد، ولا عمل مفيد، كل ما في الأمر شهرة فارغة سيسعد بها مدة من الزمن، ومن ثم ستنطفئ أضواؤها، فلا يكاد يذكر إلا بسوء أو استخفاف .

وبالتالي فالشهرة الإعلامية في حقيقتها أضواء تسلط على الشخص ولمدة محدودة، فمن أحسن استغلالها رفعته، ومن أساء ذلك خفضته .

#### الإعلام ومحورة المجتمعات :

أضحى معروفاً أن لغة الإعلام تعكس لنا صورة حقيقية عن حال المجتمعات، فعامة السلوكيات والأخلاقيات المنتشرة في أي مجتمع، تظهر في أغلب الأحيان، على صفحة الإعلام وبكل وضوح .

وفي أحيان أخرى حين يتجرد الإعلام من مسؤوليته الحقيقية، ويتخلى عن رسالته الشرفية، تجده ربما عكس لنا صورة مشوهة عن المجتمع الذي هو فيه، فيظهر المجتمع على صورة بائسة مخجلة، رسمها له ذلك الإعلام المضلل للأسف، أو المخرب، أو المجرد من المسؤوليات المهنية المحترمة، أو المنسلخ من قيم الفضيلة .

الإعلام هنا متى اتسم بالمصداقية التامة أو اقترب منها، نقل صورة واقعية صحيحة عن المجتمع، وعن سلوكياته وأخلاقياته، ومن ثم كان عوناً له لإقامة روابط تواصل إيجابية مع باقي المجتمعات، لكنه متى اتسم

بالكذب والزيف والفساد، أو اهتم بالربحية وبالجانب التسويقي وحسب، أو وصل لدرجة طغيان التسلية والترفيه على المغزى والمحتوى، أو انحدر في سفاسف التبعية والتقليد للغرب، أو صار جندياً لدى سياسة الحاكم المنحرفة التي جانبت الاعتدال، أو جيّر لحساب الحزبيات والمذاهبيات المقيتة، أو جهل دوره الرائد في التوجيه والإفادة، أو تحول إلى مجرد مؤسسات همّها قتل الوقت كيفما اتفق، أو تمحور حول منهجيات تخدم مصالح ذويها أياً كانت، عندئذ يصبح جهاز الإعلام أداة تخريب وإفساد للمجتمع، وليس أداة إصلاح وتوجيه فيه بأي حال .

وحينها تتفكك الروابط الاجتماعية، وتذوب القيم الأصيلة، وتغيب الفضيلة، وتنتشر الرذيلة، وتطفو الانتهازية، وتطغى الأنانية، وتروج كافة الأسقام الأخلاقية الاجتماعية المدمرة .

ولذا فالشرع المطهر وجه الحركة الإعلامية، لتقوم بدورها الفعّال كما يجب في المجتمعات؛ لأن فسادها يعني فساداً منتشرًا، وشرًا مستطيرًا، فحمى البشر من عواقب انتشار الخبر الكاذب، والقول المزيف، والنبأ الملفق، والدعايات المغرضة، والشائعات المضللة .

الشرع المطهر أراد للناس كل الخير، والنور، والهدى، حين أطّر مسألة نقل الكلمة، ودعا لصدق إذاعة الخبر، وأمر بوجوب احترام القلم، وحين قنن كل ما يضمن صحتها، وسلامتها من كل ما قد يشوبها، أو يؤثر

عليها، وما دب الفساد إلا لما استخف الناس بذلك، لذا حذر كل الحذر من إعطاء المرجفين آذاناً صاغية، تفت في عضد الأمة، وتوقع كل البأس في المجتمع، وتثير الفتن بين الناس، وتشوش عليهم عقولهم، وتوقعهم في شك وتردد، وحيرة من أمرهم .

قال جلت قدرته في شأن المنافقين : ﴿لَوْ خَرَجُوا فِيكُمْ مَا زَادُوكُمْ إِلَّا خَبَالًا وَلَا أُضْعِفُوا خِلَالَكُمْ يَبْغُونَكُمُ الْفِتْنَةَ وَفِيكُمْ سَمْعُونُ لَهُمْ وَاللَّهُ عَلِيمٌ بِالظَّالِمِينَ﴾ (٤٧) [التوبة] .

قال الجزائري معلقاً على معنى هذه الآية : "يغنونكم الفتنة، أي تفريق جمعكم وإثارة العداوة بينكم بما يحسنه المنافقون في كل زمان ومكان من خبيث القول وفاسده، ومن بينكم أيها المؤمنون ضعاف الإيمان يسمعون منكم وينقلون لهم أخبار أسراركم كما أن منكم من يسمع لهم"¹ .

إن جل فساد المجتمعات اليوم، وشقاءها جاء نتيجة إطلاق الكلمة، والتخوض في الأقوال، وترويج الشائعات، ونقل الأخبار من غير بينة، وهي ظواهر اجتماعية منبوذة، متى وجدت طريقها بين الأفراد، تفككت أواصر التآخي فيما بين المجتمعات .

¹ أبو بكر الجزائري . أيسر التفاسير . ج ٢، ص ٣٧٦ .

وهذا في حد ذاته مؤشر على إعلام فاسد مضطرب، يضر المسلمين ولا ينفعهم، قد ضيع الأمانة، وفقد النزاهة، فلا إخلاص، ولا صدق في القول، فساد عظيم، لمرفق مهم من مرافق المعرفة، وركن رئيس من أركان التعليم، فساده يعني فساد مستطير، متعدد الاتجاه .

المحصلة :

هي أن الإعلام يعتبر جهازاً متكاملاً، مكماً لكل مرافق الدولة، في أي مجتمع كان . فهو إجمالاً :

- مرجع ديني، يصدر منهجية الشرع المطهر، لكل أفراد المجتمع .
- ومركز ثقافي، ينشر قيم الفضيلة، ويحذر من الرذيلة .
- وسلاح فكري، يؤثر على الأفراد، والجماعات، ويغيّر القناعات .
- وصوت دعوي، ينهض بمهامه في التوعية والتوجيه، والنصح والإرشاد .
- وذراع سياسي، يؤيد سياسة الدولة، أو يضادها .
- وجناح عسكري، يرفع الحماس فيكون النصر، أو يخفضه فتحل الهزيمة .
- وجهاز أمني، يعين على استتباب الأمن وفرضه .
- وضابط قانوني، يبين قوانين الدولة وسائر أنظمتها ليضبط حركة الناس .
- ومنهل علمي، يسعى لرفع المستوى التعليمي لدى لأفراد .
- ومنارة اقتصادية، تحافظ على التوازن المالي في المجتمع .



- وعامل نفسي، يشحذ الهمم، ويعيد توجيه الطاقات والقوى .
  - ومستودع صحي، يعنى بالمحافظة على الصحة العامة وزيادة الوعي .
  - ومخزن طبي، يساعد في القضاء على الأمراض، ويحاول معالجتها .
  - ومصدر تربوي، يوجه أفراد المجتمع ويعيد توجيههم .
  - ومتنفس ترفيهي، يسلي المشاهد ويخفف عنه همومه .
  - ومرفق وقائي، يحافظ على النظام الوقائي العام بكافة مجالاته .
  - وزاوية رياضية، تمتص حماس الناس ولا سيما فئة الشباب .
  - وحارس اجتماعي، يعين على رقي المجتمع، وتطوره وتقدمه .
  - ونظام تواصل، بين كافة الأفراد والمجتمعات .
- فكل هذه الجوانب وغيرها، يستحوذ عليها الإعلام في عالم الحقيقة، ليظهرها كما يريد، إما إيجاباً على ما يوافق الواقع والحال بالفعل، وإما سلباً بخلاف الواقع والحال والحقيقة الحاصلة .
- وهو بهذا حجاب حاجز، بين الناس وعالم الحقيقة، فإن صلح كان صورة حقيقية تعكس الواقع، ومن ثم معيناً للمجتمع على حل قضاياها وعلاج مشكلاته، لكنه إن فسد كان وبالاً عليه من كل وجه، ومصدر شقائه ومشكلاته ومعاناته . والله المستعان على كل حال، ولا حول ولا قوة إلا بالله العلي العظيم .

الخاتمة :

وصلنا إلى ختام هذه الرسالة، التي تحدثت عن مهمة جهاز الإعلام ووظائفه، وما يتعلق بالصناعة الإعلامية بوجه عام . وقد تبين لنا خلالها أمور كثيرة :

- ١- أهمية وسائل الإعلام في حياة الناس، وغاية خطورتها .
- ٢- تأثيرها بالغ الأهمية، في تغيير الرأي العام .
- ٣- يجب استغلال تلك الوسائل، لما فيه النفع والمصلحة العامة .
- ٤- لا محدودية لتلك الوسائل، التي تعدت الحدود الجغرافية .
- ٥- الرسالة الشرفية للإعلام، أن يكون إيجابياً هادفاً .
- ٦- عامة تلك الوسائل، قد تستخدم في الخير، وقد تستخدم في الشر .
- ٧- من الجميل إخضاع وسائل الإعلام، لتكون في خدمة الدعوة .
- ٨- الواجهة الإعلامية، تعطي صورة واقعية أو مزيفة عن المجتمع .
- ٩- الإعلام ذراع مهم في استقرار أوضاع المجتمع، أو زعزحته واضطرابه .
- ١٠- الإعلام سلاح فكري خطير، يسعى العدو لاستغلاله في التأثير .
- ١١- الأثر الكبير الذي تحدثه وسائل الإعلام، في محوّرّة المجتمعات، بقصد إعادة توجيهها، ومن ثم إخضاعها لما يراد من رؤى ومنهجيات، وأخلاق وسلوكيات .

## مقارنات

محاسن الحركة الإعلامية	مساوئ الحركة الإعلامية
إيجابية : الدعوة . التعليم . الإرشاد	سلبية : الدعوة . التعليم . الإرشاد
إيجابية : التوعية . التوجيه . التثقيف	سلبية : التوعية . التوجيه . التثقيف
النقل الحر . الكلمة الطيبة	النقل المغرض . ابتذال الكلمة
احترام : العقول . الآراء	عدم احترام : العقول . الآراء
المصادقية . المسؤولية . المهنية	الكذب . التزييف . سوء الاستغلال
تأييد الحق . دحض الباطل	تأييد الباطل . محاربة الحق
حرص وحكمة وموعظة حسنة	ضلال واستغلال واستغلال
التواصل المثمر . العلاقات الإيجابية	التواصل المغرض . العلاقات السلبية
الواقعية الإعلامية	التعتيم . التشويش . التضليل التضخيم . التحجيم
حسن استغلال الشهرة الإعلامية	سوء استغلال الشهرة الإعلامية
التنبيه . إيقاظ الحس . زيادة الوعي	النفاق . التملق . التهميش
التسلية والترفيه والفكاهة النزيهة	التسلية والترفيه والفكاهة المبتذلة
بناء الحضارات . نشر الفضيلة	هدم الأخلاق . نشر الرذيلة
تهدئة الأوضاع . تلاحم المجتمع	تأجيج الفتن . إثارة الشعوب

المراجع :

- ١- القرآن الكريم .
- ٢- تفسير بحر العلوم . السمرقندي . ط ١، دار الكتب العلمية .
- ٣- تفسير روح المعاني . الألوسي . ط ١، دار الكتب العلمية .
- ٤- تفسير أضواء البيان في إيضاح القرآن بالقرآن . محمد الأمين الشنقيطي . ط دار الفكر .
- ٥- أيسر التفاسير لكلام العلي الكبير . أبو بكر الجزائري . ط ٥، مكتبة العلوم والحكم .
- ٦- صحيح البخاري . ط دار طوق النجاة .
- ٧- صحيح مسلم . ط دار إحياء التراث العربي .
- ٨- سنن الترمذي . ط ٢، شركة مكتبة ومطبعة البابي الحلبي .
- ٩- مسند الإمام أحمد . ط ١، دار الرسالة .
- ١٠- المعجم الكبير . للطبراني . ط ١، مكتبة ابن تيمية .
- ١١- مجمع الزوائد ومنبع الفوائد . للهيثمي . ط مكتبة القدسي .
- ١٢- الأدب المفرد . الإمام البخاري . ط ٤، دار الصديق .
- ١٣- ذم الغيبة والنميمة . لابن أبي الدنيا . ط ١، دار البيان .
- ١٤- التشريع الجنائي . عبد القادر عودة . دار الكاتب العربي .
- ١٥- فقه الدعوة والإعلام . د عمارة نجيب . مكتبة المعارف .

- ١٦- مقدمة في وسائل الاتصال . على عجوة/ محمد البادي/ ماجي الحلواني/ راسم الجمال/ محمد عبد الحميد/ سعيد السيد . ط ٢، مكتبة مصباح .
- ١٧- دستور العلماء . القاضي الأحمد . ط ١، دار الكتب العلمية .
- ١٨- المعجم الوسيط . إبراهيم مصطفى/ أحمد الزيات/ حامد عبد القادر/ محمد النجار . دار الدعوة .
- ١٩- معجم لغة الفقهاء . محمد قلعجي/ حامد قنبي . ط ٢، دار النفائس .
- ٢٠- ميثاق الشرف الإعلامي العربي . التابع لمجلس وزراء الإعلام العرب، التابع لإدارة الأمانة الفنية، قطاع الأعمال والاتصال، الأمانة العامة، لجامعة الدول العربية .
- ٢١- الموقع الرسمي : عرب سات .
- ٢٢- الموقع الرسمي : نايل سات .

## الفهرس

المقدمة ..... ٤

### الفصل الأول : مفهوم الإعلام ومتعلقاته

تعريف الإعلام ..... ٧

أركان الحركة الإعلامية ..... ٧

الاتصال وأنواعه وأشكاله وصوره ..... ٨

دلائل الاتصال الناجح ..... ٩

وظائف الحركة الإعلامية ..... ١٠

وظائف إعلامية إيجابية ..... ١١

وظائف إعلامية سلبية ..... ١٢

قيمة وسائل الإعلام ..... ١٣

الإعلام المقروء ..... ١٣

الإعلام المسموع ..... ١٤

الإعلام المرئي ..... ١٥

الإعلام التواصلي ..... ١٥

منهجية الحركة الإعلامية ..... ١٦

### الفصل الثاني : المهنة الإعلامية

المهنية الإعلامية .....	١٩
١- الأقمار الصناعية .....	١٩
٢- القنوات الفضائية .....	٢١
٣- البرنامج .....	٢٢
٤- الإعداد (الكنترول) .....	٢٣
٥- المخرج (الإخراج الإعلامي) .....	٢٣
٦- المنتج (الإنتاج الإعلامي) .....	٢٤
٧- المذيع .....	٢٤

### الفصل الثالث : الدعوة والإعلام

تعريف الدعوة وأركانها .....	٢٧
فقه الدعوة والإعلام .....	٢٨
جوانب الدعوة .....	٣١
وسائل الدعوة المتاحة .....	٣٢
الأول . وسائل إعلامية عامة .....	٣٣
١- الخطب المنبرية .....	٣٣
٢- دروس المسجد .....	٣٥
٣- الكتب والمطبوعات .....	٣٥
٤- المحاضرات الدعوية .....	٣٦

- ٥- الندوات والأمسيات ..... ٣٧
- ٦- البرامج الدينية واللقاءات الحوارية ..... ٣٨
- ٧- الأشرطة المرئية والمسموعة والممغنطة ..... ٣٩
- الثاني . وسائل دعوية خاصة ..... ٤٠
- ١- الجلسات المنزلية ..... ٤٠
- ٢- الجمععات الأسرية ..... ٤١
- ٣- الكلمات المفتوحة في المحافل العامة ..... ٤١
- ٤- النصائح الموجهة ..... ٤٢
- ٥- دور المعلم في التوجيه والإرشاد ..... ٤٣
- ٦- الصفحات والمواقع الإلكترونية ..... ٤٤
- ٧- البرامج الإلكترونية التواصلية ..... ٤٥
- الإعلام في الإسلام ..... ٤٧

#### الفصل الرابع : قضايا إعلامية

- العالم ووسائل الإعلام ..... ٥٣
- فساد الفكر والإعلام ..... ٥٤
- العدو والإعلام ..... ٥٦
- السياسة والإعلام ..... ٥٨
- الشائعات والإعلام (الدعاية) ..... ٥٩



٦١.....	الصراع الإعلامي
٦٢.....	تأثير الإعلام على العقول
٦٢.....	١- عقول النشأ
٦٣.....	٢- عقول العامة
٦٣.....	٣- عقول الناضجين
٦٤.....	٤- عقول المتعلمين
٦٥.....	٥- عقول الغوغاء
٦٥.....	٦- عقول المنفتحين
٦٦.....	٧- عقول المغرضين
٦٧.....	٨- عقول الشباب
٦٧.....	٩- عقول عالم المرأة
٦٨.....	أهمية الإعلام وخطورته
٦٩.....	الإعلام ورفع المعنويات
٧٠.....	مسؤولية الكلمة والإعلام
٧٣.....	المنبر الإعلامي
٧٦.....	الشهرة الإعلامية
٧٧.....	الإعلام ومحورة المجتمعات
٨٠.....	الحصيلة

مقارنات .....	٨٣
الخاتمة .....	٨٢
المراجع .....	٨٤
الفهرس .....	٨٦

نمّت لحمد الله تعالى وتوفيقه وحده

هذه الرسالة المباركة

إن شاء الله تعالى

فله سبحانه الحمد والمنة والثناء الحسن