

تاريخ الإرسال (2018-01-15)، تاريخ قبول النشر (2018-03-26)

أ. ماهر عارف صالح موسى^{1*}
د. عطا الله بخيت حماد المعاينة²

¹ قسم الدعوة وأصول الدين، كلية: الشريعة، الجامعة: الجامعة الأردنية
² العقيدة الإسلامية، كلية: الشريعة، الجامعة: الجامعة الأردنية

* البريد الإلكتروني للباحث المرسل:

E-mail address: mahermousa1982@gmail.com

دور الإعلام في العصر الحديث في ترسيخ العقيدة الإسلامية

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مفهوم الإعلام الإسلامي، ودوره في ترسيخ العقيدة الإسلامية، وذلك من خلال مبحثين: قَدَمَ مبحثها الأول تمهيدا عن مفهوم الإعلام، ومفهوم الإعلام الإسلامي، ثم تناول الوسائل الإعلامية في العصر الحديث (المقروءة، والمسموعة والمرئية) وشبكة المعلومات العالمية، ودور كل منها في نشر العقيدة الإسلامية وترسيخها.

وبيّن مبحثها الثاني الأساليب الإعلامية في العصر الحديث، وتطرق لنظريات الإعلام، ومن ثم كيف يمكن توظيف هذه الأساليب والنظريات في خدمة العقيدة الإسلامية من خلال تطوير وسائل الإعلام الإسلامي، والارتقاء بالبرامج المقدمة في هذه الوسائل، ثم جاءت الخاتمة مبيّنة أهم النتائج والتوصيات.

وقد تمثلت نتائج الدراسة في ما يأتي:

- الإعلام الإسلامي ليس إعلاماً مختلفاً في أساليبه أو موضوعه أو فنونه المتنوعة عن الإعلام المعاصر، لكنّه ذو صبغة خاصة مستمدة من روح الشريعة الإسلامية.
- يعبر الإعلام الإسلامي عن قيم المجمع الإسلامي وأصالته وتراثه الفكري والعقائدي.
- للإعلام الإسلامي دور فعال في ترسيخ العقيدة الإسلامية عبر الوسائل المختلفة.
- فتحت التطورات التقنية الهائلة وتكنولوجيا الاتصالات، المستخدمة في مختلف وسائل الإعلام المعاصر، آفاقاً جديدة للدعوة الإسلامية والعمل الإسلامي، وأصبح استغلالها في الدعوة ضرورة ملحة.
- ساهمت التقنيات الحديثة، في مجالات الطباعة والتصوير والحاسوب والإذاعة والتلفاز والإنترنت، في خدمة الإعلام الإسلامي الهادف إلى ترسيخ العقيدة الإسلامية.

كلمات مفتاحية: إعلام، إعلام إسلامي، عقيدة إسلامية.

The role of media in the modern era in the consolidation of Islamic faith

Abstract

This study aims to uncover the concept of Islamic media and its role in the consolidation of Islamic faith through two topics. The first; was a prelude to the concept of media, the concept of Islamic media, and the media in the modern era (read, audio and video), And the role of each in the dissemination and consolidation of Islamic faith.

The second chapter deals with media methods in the modern era, and how can be employed in the service of the Islamic faith through the development of the Islamic media.

The results of the study were as follows:

- Islamic media is not a different media in its methods or subject matter or its varied arts from contemporary media, but it is of a special nature derived from the spirit of Islamic law.
- The Islamic media expresses the values, originality of the Islamic community.
- Islamic media has an active role in the consolidation of Islamic faith through various means.
- The enormous technological developments and communications technology have opened up new horizons for Islamic advocacy and Islamic action.
- The use of modern technologies serve Islamic media aimed at establishing Islamic faith.

Keywords: Media, Islamic Media, Islamic Doctrine.

المقدمة:

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين، سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين، والتابعين ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، وبعد:

تقوم مهمة الإعلام على جمع البيانات وتحليلها ومن ثم معالجتها، وتقديم المعلومات والصور والحقائق والرسائل، وإيصال التعليمات من كافة المصادر عن الأنشطة الاستراتيجية بعد التأكد من مصداقيتها وصياغتها بأسلوب يتقبله المجتمع ونشرها محلياً وخارجياً، باستخدام كافة وسائل الإعلام، ويترتب على تلك العملية نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز إلى المصداقية والموضوعية والواقعية، ومخاطبة الجماهير والارتقاء بمستوى الرأي⁽¹⁾.

أصبح الإعلام السمة المميزة للعصر، ولا يخفى على أحد، في وقتنا الحاضر، الأثر الكبير للإعلام ووسائله المختلفة على تشكيل الآراء والتوجهات لأفراد المجتمع، وقدرته على نشر الأفكار والتأثير في المفاهيم، وحتى في الأسس الأخلاقية والتربوية لكافة شرائح المجتمعية المنفتحة على العديد من وسائل الإعلام سواء كانت مرئية أو سمعية أو مقروءة. (بني عيسى؛ الفوارس، 2015: ص242) ومن هنا ظهرت أهمية إيجاد وتوجيه إعلام إسلامي يسهم في تعزيز المفاهيم الإسلامية، والأخلاق الحميدة، وتقوية أواصر الترابط المجتمعي، وترسيخ العقيدة الإسلامية. قال تعالى: ﴿وَالَّذِينَ اجْتَنَبُوا الطَّاغُوتَ أَنْ يَعْبُدُوهَا وَأَنَابُوا إِلَى اللَّهِ لَهُمُ الْبُشْرَىٰ فَبَشِّرْ عِبَادِ (17) الَّذِينَ يَسْمَعُونَ الْكُفْرَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَٰئِكَ هُمُ أَهْلُ النَّجَاتِ (18)﴾⁽²⁾.

ويهتم الإعلام الإسلامي، بشكل خاص، بتزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته⁽³⁾.

ويرى حسنين أن: "الداعين إلى دين الله يستطيعون، عن طريق الإعلام الإسلامي، أن يبينوا للناس في مختلف أقطارهم وباللغات التي يفهمونها أن العقيدة الإسلامية تركز إلى أسس ثابتة من الفطرة الإنسانية العامة، والمنطق العقلي المستقيم والنصوص الدينية الصريحة الواضحة، فتفتح عقول الناس وقلوبهم لدين الله، وتشرح صدورهم بالإسلام يجدون فيه الهداية والرشاد، وحينذاك تختنق أصوات أعداء الإسلام، وتحبط خططهم؛ لأن الإنسان بفطرته يتجه إلى الحق ويتبعه إذا أدرك أنه الحق"⁽⁴⁾.

(1) انظر: رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (ص29).

(2) [الزمر: 17-18].

(3) انظر: محي الدين، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، (ص147).

(4) حسنين، الدعوة الإسلامية ووسائل الإعلام، (ص184-185).

ووسائل الدعوة المعاصرة عديدة لا تتحصر في الصحيفة، والمجلة المتخصصة والكتاب المتداول والإذاعة المسموعة والشاشة المشاهدة في البيوت أو دور العرض العامة أو الرسائل الكتابية والمحادثات والمسرح والحوار والتبليغ والمهرجان.. إلخ⁽¹⁾.

مشكلة الدراسة:

لم يعد ممكناً أن نتجاهل أهمية وسائل الإعلام المعاصرة، وأصبح لزاماً على من يحملون أمانة الدعوة الإسلامية أن يبينوا خطر تجاهل وجودها، وأن يطالبوا بإيجاد إعلام إسلامي يستفيد من وسائل الإعلام الحديثة في ترويج الدعوة الإسلامية، وإيصال صوت الإسلام ودعوة الحق إلى كل مكان في العالم. وذلك أمر ليس صعباً في ظل التطور الهائل في وسائل الاتصال، ووصول التقنيات الحديثة إلى بلادنا.

وعلى الرغم من أهمية الموضوع إلا أن الدراسات التي تناولت الإعلام الإسلامي، كمفهوم مستقل، تعاني من شح شديد، ولذا جاءت هذه الدراسة لبيان هذا المفهوم والدور المهم الذي له في ترسيخ العقيدة الإسلامية، من خلال الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- ما مفهوم الإعلام الإسلامي؟

- ما دور الإعلام الإسلامي في ترسيخ العقيدة الإسلامية؟

- كيف يسهم الإعلام الإسلامي، بوسائله المختلفة (المقروءة والمسموعة والمرئية وشبكة المعلومات العالمية)، في ترسيخ

العقيدة الإسلامية؟

- ما هي الأساليب التي ينتهجها الإعلام الإسلامي في ترسيخ العقيدة الإسلامية؟

أهمية الدراسة

تتبع أهمية الدراسة من القضايا الآتية:

1- تعدّ هذه الدراسة ضرورية للعاملين في ميادين الإعلام والمجال الدعوي، إذ تشرح الأساليب التي يمكن أن تنتهجها وسائل الإعلام الحديث المختلفة، وكيف يمكن الاستفادة من هذه الأساليب في ترسيخ الدعوة الإسلامية في قلوب وعقول الجماهير.

2- إبراز العلاقة التآثرية المتبادلة بين الإعلام في العصر الحديث والدعوة الإسلامية، من خلال توظيف النظريات الإعلامية في ترسيخ هذه الدعوة، وتعزيز الدعوة لمصداقية ومهنية وسائل الإعلام.

3- يمكن الاستفادة من هذه الدراسة في الدعوة إلى وضع دليل أسلوب يرتكز إلى العقيدة الإسلامية يضبط الأساليب المتبعة في إعداد البرامج وبت الأخبار في المؤسسات الإعلامية الإسلامية.

4- تسد هذه الدراسة ثغرة في المكتبة الإعلامية؛ وذلك لقلّة الدراسات في مجال الإعلام والتي تناولت الإعلام الإسلامي بشكل منفرد متخصص.

(1) انظر: المهديب، واقع الإعلام الإسلامي لم يرق إلى مستوى العالمية. (على الانترنت).

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى تحقيق ما يأتي:

- 1- توضيح أنواع الوسائل الإعلامية، والأساليب والنظريات الإعلامية المستخدمة في إحداث التغيير.
- 2- توضيح مفهوم الإعلام الإسلامي.
- 3- وضع ضوابط لأساليب العمل الإعلامي الهادف إلى نشر الدعوة الإسلامية، في مختلف وسائل الإعلام الحديثة.
- 3- بيان أثر الإعلام الإسلامي في ترسيخ الدعوة الإسلامية.

منهج الدراسة

سلك الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال الخطوات الآتية:

- جمع المعلومات المتعلقة بالمحتوى الإعلامي الإسلامي.
- ترتيب المعلومات بأسلوب منطقي متسلسل على شكل مبحثين ومطالب كالآتي:
- المبحث الأول: الوسائل الإعلامية في العصر الحديث.
- المطلب الأول: الصحافة الورقية (المقروءة).
- المطلب الثاني: الإذاعة والتلفزيون (المرئية والمسموعة).
- المطلب الثالث: شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت).
- المبحث الثاني: الأساليب والنظريات المستخدمة في وسائل الإعلام.
- المطلب الأول: الأساليب المستخدمة في وسائل الإعلام.
- المطلب الثاني: النظريات المستخدمة في وسائل الإعلام.
- المبحث الثالث: استخدام وسائل الإعلام وأساليبها في ترسيخ العقيدة الإسلامية
- المطلب الأول: استخدام الصحافة الورقية في ترسيخ العقيدة الإعلامية
- المطلب الثاني: استخدام الإذاعة والتلفاز في ترسيخ العقيدة الإعلامية
- المطلب الثالث: استخدام شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) في ترسيخ العقيدة الإعلامية
- ثم الخاتمة والتوصيات.

مصطلحات الدراسة

الإعلام: "هو نشر للحقائق والأخبار والأفكار والآراء بوسائل الإعلام المختلفة"⁽¹⁾.

الإعلام الإسلامي: هو "استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي، يقوم به مسلمون عالمون، عاملون بدينهم، متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة، مستخدمون تلك الوسائل المتطورة؛ لنشر الأفكار المختصرة والأخبار

(1) إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، (ص12).

الحديثة، والقيم الأخلاقية والمبادئ والمثل، للمسلمين وغير المسلمين، في كل زمان ومكان، وفي إطار الموضوعية التامة؛ بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد، ولإحداث التأثير المطلوب، والتعرّف على مدى التأثير أولاً بأول⁽¹⁾.

العقيدة الإسلامية: "هي الإيمان الجازم بالله، وما يجب له في ألوهيته وربوبيته وأسمائه وصفاته. والإيمان بملائكته وكتبه ورسله واليوم الآخر، وبالقدر خيره وشره، وبكل ما جاءت به النصوص الصحيحة من أصول الدين وأمر الغيب وأخباره"⁽²⁾.

الدراسات السابقة:

دراسة: شحاته (1998)⁽³⁾:

يطرح شحاته في هذه الدراسة مجموعة من المطالب والخطوات التي يجب اتباعها من أجل الوصول إلى إعلام إسلامي يهدف إلى تحسين صورة الإسلام والمسلمين عند الغرب غير المسلم، تتلخص في اختيار الكفاءات للعمل في مؤسسات الإعلام الإسلامي، وتطوير هذه الكفاءات بشكل مستمر يتوافق مع التطور الكبير في وسائل الإعلام المعاصر وأساليبه، والاعتماد على الأجهزة والتقنيات الحديثة المتطورة والاستفادة القصوى من التكنولوجيا.

ودعا فيها إلى تطبيق خطط علمية متوازنة ومدروسة والتنسيق بين الأجهزة التي تتحمل مسؤولية الدعوة الإسلامية، والأجهزة الإعلامية، للحد من التضارب بين بعض هذه البرامج، في سبيل الوصول إلى الهدف السامي المشترك للبرامج الإسلامية المختلفة، وهو نشر العقيدة الإسلامية وترسيخها في عقول وقلوب الجمهور المتلقي، والإسهام في تحسين صورة الإسلام والمسلمين عند الشعوب غير المسلمة.

دراسة: رفاعي (2011)⁽⁴⁾:

تناول الباحث في هذه الدراسة نشأة الإعلام ومراحل تطوره، ووسائله المتعددة، ومكوناته المختلفة، وعرض لست صور من الإعلام في القرآن الكريم، هي: الإعلام العقدي، والسياسي، والعسكري، والاقتصادي، والاجتماعي، والثقافي، مع تعريف كل نوع منها، وأهدافه، وخصائصه.

وشرح الباحث الأساليب الإعلامية التي جاء بها القرآن الكريم، ودورها في نشر العقيدة الإسلامية، والقيم والآداب السلوكية الراقية، وحرص القرآن على دحض الشائعات والتبني والتحقق من الأخبار، وهي أسس راسخة في العمل الإعلامي الحديث. كما عرض للاتجاهات الحاكمة للمؤسسات الإعلامية، ومذاهبها، ونظرياتها المتعددة، وأهدافها.

دراسة بني عيسى؛ الفوارس (2015)⁽⁵⁾:

(1) كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، (ص29).

(2) العقل، بحوث في عقيدة أهل السنة والجماعة، (ص11).

(3) شحاته، مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد.

(4) انظر: رفاعي، صور الإعلام الإسلامي في القرآن الكريم، (ص26-49).

(5) بني عيسى؛ الفوارس، الإعلام التربوي من منظور إسلامي، ودوره في بناء الشخصية الإنسانية والنهوض الحضاري بالأمة المسلمة، (ص241).

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مفهوم الإعلام الإسلامي، وبيان أثره في العملية التربوية، فتحدثت بداية عن مفهوم الإعلام التربوي الإسلامي، وأثره في بناء الشخصية الإنسانية السوية، وأثره في تفعيل الدور التربوي للمؤسسات المختلفة، وعرضت لدور الإعلام التربوي الإسلامي في تحقيق النهوض الحضاري للأمة المسلمة.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها أن الإعلام الإسلامي خطاب تربوي؛ إذ يسهم هذا الخطاب في تقويم سلوك الإنسان، وبناء نظام اجتماعي في ضوء ما يسهم في تحقيقه من غايات عليا للتربية الإسلامية. كما في أسسه المختلفة في بناء الشخصية الإنسانية، من خلال تربية الدوافع بإثباتها وتهذيبها، وتنمية جوانب الشخصية الفكرية، والنفسية، والاجتماعية، وطبعها بالصفات التي تحفظ سواها واثرائها. ويسهم الإعلام الإسلامي أيضا في تحقيق النهوض الحضاري، وذلك من خلال إسهامه في تجاوز الأمة لمرحلة السقوط الحضاري، وتوفير الحاجات الحضارية، وصناعة حضارة متميزة للأمة الإسلامية. وفي تفعيل الدور التربوي، من خلال أسسه المختلفة في تربية الأسرة لأفرادها، وفي تربية المسجد للمسلمين، وفي تربية المؤسسات التعليمية للمتعلمين في ضوء صياغة النظام التربوي، وبناء المنهاج التعليمي.

ومن خلال عرض الدراسات السابقة، تبين أن للإعلام الإسلامي بوسائله المتعددة، وأساليبه المتنوعة أثر كبير في ترسيخ العقيدة الإسلامية، إلا أنه يحتاج إلى تطبيق خطط علمية متوازنة ومدروسة والتنسيق بين الأجهزة التي تتحمل مسؤولية الدعوة الإسلامية، والأجهزة الإعلامية (شحاته، 1998)، كما أن القرآن الكريم يزخر بصور الإعلام العقدي، والسياسي، والعسكري، والاقتصادي، والاجتماعي، والثقافي، ما يشكل أساسا راسخا في العمل الإعلامي الحديث (رفاعي، 2011)، وللإعلام الإسلامي، أثره في بناء الشخصية الإنسانية السوية، وتفعيل الدور التربوي للمؤسسات المختلفة، لتحقيق النهوض الحضاري للأمة المسلمة (بني عيسى؛ الفوارس، 2015).

نلاحظ أن دراساتنا تتسجم مع ما ورد في الدراسات السابقة، ومع ما ورد في أبحاث ودراسات ومؤلفات أخرى مثل: "أثر وسائل الإعلام في ترسيخ العقيدة الإسلامية وتقويم السلوك" للمؤلف راشد راجح الشريف⁽¹⁾، إلا أن دراستنا امتزجت عن كل ما سبق ذكره في أنها بحثت بشكل تحليلي أثر الإعلام الإسلامي بوسائله الحديثة (صحف إذاعة، تلفزيون، إنترنت)، في ترسيخ العقيدة الإسلامية، وكيفية الاستفادة من الوسائل التقنية الحديثة وإيجاد تأصيل عقدي حقيقي لوظيفتها، وتطويرها في سبيل خدمة الدعوة، وتحرير العقل الإسلامي من قيود الأوهام والخرافات، في سبيل تغيير المفاهيم الخاطئة. وتناولت كذلك الجوانب السلبية التي من الممكن أن تؤثر بها هذه الوسائل، وكيفية معالجتها. كما شرحت الأساليب الإعلامية التي تتبعها وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها وتوجهاتها، وكيفية تسخير هذه الأساليب في خدمة الدعوة الإسلامية.

(1) الشريف، أثر وسائل الإعلام في ترسيخ العقيدة الإسلامية وتقويم السلوك.

المبحث الأول: الوسائل الإعلامية في العصر الحديث

مفهوم الإعلام

لغة: أصل الكلمة من مادة عِلْم، جاء في لسان العرب: "والعِلْمُ نقيضُ الجهلِ عِلْمٌ عُلْمًا وَعِلْمٌ هو نَفْسُهُ ورجلٌ عالمٌ وَعَلِيمٌ من قومٍ عُلَمَاءَ وَعَلَّمَهُ العلمَ وأَعْلَمَهُ إياه فتَعَلَّمَهُ، وَعَلَّمَ الرجلُ أي خَبَّرَهُ، وأحَبُّ أن يُعَلِّمَهُ أي أن يُخَبِّرَهُ"⁽¹⁾.

وجاء في مختار الصحاح: "عَلَّمَ الشيءَ بالكسر يَعَلِّمُهُ (علماً) عَرَفَهُ، واستعمله الخبر (فأَعْلَمَهُ) إياه"⁽²⁾.

اصطلاحاً: تختلف تعريفات الإعلام باختلاف وجهات نظر أصحابها، منها:

يعرفه الهييتي (1982) بأنه: "النشاط الاتصالي الذي يراد به نقل المعلومات إلى الآخر"⁽³⁾.

ويعرفه ذبيان (1987) بأنه: "العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديرة بالنشر والنقل، ثم تتوالى مراحلها كتجميع المعلومات من مصادرها، نقلها، التعاطي معها وتحريرها، ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزة إلى طرف معني بها ومهتم بوثائقه"⁽⁴⁾.

ويعرفه الألماني المتخصص في شؤون الإعلام "أوتجروت" بأنه: "التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه"⁽⁵⁾.

ويعرفه طلعت همام بأنه: "عملية تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس وتجاوبهم"⁽⁶⁾.

المطلب الأول: الصحافة الورقية (المقروءة).

الصحافة لغة: مُشتَقَّة من الصَّحْف؛ جمع صحيفة، والصحيفة - كما شرحها ابن منظور في "لسان العرب" - هي التي يُكْتَب فيها"⁽⁷⁾، وفي القرآن الكريم: (إِنَّ هَذَا لَفِي الصُّحُفِ الْأُولَى (18) صُحُفِ إِبْرَاهِيمَ وَمُوسَى (19))⁽⁸⁾، والصحف هنا بمعنى الكتب المنزلة، وفي "الصَّحَّاح" للجوهري أن الصحيفة، وجمعها صحف وصحائف، هي: "الكتاب بمعنى الرسالة"⁽⁹⁾.

اصطلاحاً:

يعرفها الشنقيطي بأنها: "صناعة إصدار الصحف وذلك باستقاء الأنباء ونشر المقالات بهدف الإعلام ونشر الرأي والتعليم والتسليّة، كما أنها واسطة تبادل الآراء والأفكار بين أفراد المجتمع وبين الهيئة الحاكمة والهيئة المحكومة فضلاً عن أنها من أهم وسائل توجيه الرأي العام"⁽¹⁾.

(1) ابن منظور، لسان العرب (ج15/311-313).

(2) الرازي، مختار الصحاح، (ص189).

(3) الهييتي، الاتصال الجماهيري المنظور الجديد، (ص23).

(4) ذبيان، الصحافة اليومية والإعلام الموضوع، (ص35).

(5) سفر، الإعلام موقف، (ص22).

(6) همام، مائة سؤال عن الإعلام، (ص8).

(7) ابن منظور، لسان العرب (ج15/265).

(8) [الأعلى: 18، 19].

(9) الرازي، مختار الصحاح، (ص155).

ويعرف مروة (1961) الصحيفة الحديثة بأنها: "كل نشرة مطبوعة تشتمل على أخبار ومعارف عامة، وتتضمن سير الحوادث والملاحظات والانتقادات التي تُعبّر عن مشاعر الرأي العام، وتُعدّ للبيع في مواعيد دورية، وتُعرض على الجمهور عن طريق الشراء والاشتراك"⁽²⁾.

وقد تطورت وظيفة الصحافة بتطور المجتمعات، ومع ازدياد التعليم والتطورات التي واكبت العالم في مختلف المجالات السياسية والعلمية والثقافية نشأت لدى القراء اهتمامات خاصة، وظهرت الحاجة إلى وجود صحافة متخصصة تلبّي الاحتياجات الذاتية لدى القارئ. ويعرف الباحثين الإعلاميين الصحافة المتخصصة بأنها: "هي الصحيفة أو المجلة أو الدورية التي تعطي أكبر قدر من اهتماماتها على فرع واحد من فروع التخصصات التي يهتم بها نوع معين من القراء"⁽³⁾.

كانت الصحافة الدينية أول تعبير عن ظهور الصحافة المتخصصة في العالم العربي، ويذكر طرزي (1913) في كتابه عن تاريخ الصحافة العربية، أن "أول جريدة عربية مصورة دينية كان اسمها "أخبار عن انتشار الإنجيل في أماكن مختلفة" عام 1863م، وكان يحرر فيها رجال الكنيسة والمبشرون الأمريكيون في بيروت"⁽⁴⁾.

وبدأ لاحقا ظهور الصحافة الإسلامية، وتعني في المعنى الظاهر المجلة أو الدورية التي تدعو إلى الإسلام بأسلوب مباشر تقريرية، وبدأت أجديات وأساسيات هذه الصحافة تصل إلى القارئ دون أن تقيد نفسها بخط فكري معين أو بأسلوب تقريرية حاسم.

وصدرت في مصر أواخر القرن التاسع عشر صحف في إطار الصحف الدينية الإسلامية، مثل "العروة الوثقى" عام 1882، التي كانت منبرا لدعوة إسلامية عصرية قادها الإمام محمد عبده وأستاذه جمال الدين الأفغاني. و"المنار" عام 1898 التي نشرت وحققَت تفسيراً للقرآن الكريم وطبع بعد ذلك في مجلد عرف بـ"تفسير المنار".

أما أول مجلة اتخذت من الإسلام اسماً لها كانت مجلة "الإسلام" التي أصدرها أحمد الأزهرى عام 1894 واستمرت حتى عام 1912. وفي تونس صدرت مجلة "المصنف" لمحمد التيباني سنة 1907م، ومجلة "الهداية" لعبد العزيز جاد ياسين سنة 1910م التي عنيت بتفسير القرآن.

وبعد الحرب العالمية الثانية صدر العديد من الصحف والمجلات كان أبرزها: صحيفة "المجتمع" في الكويت عن جمعية الإصلاح عام 1971. و"الشهاب" في مصر عن حسن البنا سنة 1947. وجريدة "الإخوان المسلمين" اليومية سنة 1946. و"رابطة العالم الإسلامي" لمحمد سعيد العامودي من مكة المكرمة⁽⁵⁾.

(1) الشنقيطي، مدخل إلى الصحافة الإسلامية، (ص8).

(2) مروة، الصحافة العربية، (ص12-13).

(3) عبد اللطيف، دراسات في الصحافة المتخصصة، (ص36).

(4) طرزي، تاريخ الصحافة العربية، (ص32).

(5) انظر: البيك، الصحافة الدينية، (ص3).

خصائص نشأة الصحافة الإسلامية:

تأثرت الصحافة الإسلامية إبان نشأتها بالأوضاع السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية التي كانت تمثل واقع المسلمين يومئذ، وظهر ذلك جليا عليها حيث اتسمت بضعف الإمكانيات والقدرات الفنية وعزوف المعلنين عنها.

كذلك اتسمت الصحف الإسلامية في بداية نشأتها ب"ضعف اللغة عموما وشيوع الأخطاء النحوية، وضعف في طبيعة الإخراج الصحفي، حيث صاحب نشأتها تأثير واضح بالنموذج الغربي في التحرير والإخراج"⁽¹⁾.

وقد تركز اهتمام الصحافة الإسلامية في تلك الفترة على المقالات أكثر من اهتمامها بالخبر مما يجيز القول بأنها في الأغلب كانت صحافة رأي أكثر من كونها صحافة خبر.

المطلب الثاني: الإذاعة والتلفزيون (المرئية والمسموعة).

مفهوم الإذاعة:

لغة: اشتقت كلمة الإذاعة من "أذاع الخبر أي نشره، والشئ المذاع هو ما انتشر وفشي بين الناس"⁽²⁾. وأذاع الخبر أفشاه ونشره والإذاعة هي "نقل الكلام والموسيقى وغيرها عن طريق الجهاز اللاسلكي، يقال أن المذيع هو الذي لا يكتفم السر أو لا يستطيع كتمه والمذيع من يتولى النشر في الإذاعة"⁽³⁾.

اصطلاحا: الإذاعة هي "الرسالة الصوتية المسموعة تعنى بالبث الإذاعي أو الإرسال في جميع الاتجاهات وهي الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج، حيث يتم التقاطها في وقت واحد من المستمعين في شتى أنحاء العالم باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة"⁽⁴⁾.

دور الإذاعة:

تعدّ الإذاعة واحدة من أقوى الوسائل التي يمكن أن تؤثر في مختلف شرائح المجتمع. ويمكن قياس ذلك بعدد الساعات التي يمكن أن يقضيها الإنسان، وهو يستمع إليها.

استطاعت الإذاعة، منذ البث الأول، أن تكون مصدر معلومات قوية لتعبئة التغيير الاجتماعي، ونقطة مركزية لحياة المجتمع. ومن بين وسائل الإعلام التي تصل إلى الجمهور على أوسع نطاق في العالم، في عصر التقنيات الجديدة، لا تزال هذه المنصة أداة اتصال قوية ووسيلة إعلام رخيصة.

تظهر الأهمية الكبيرة للإذاعة من خلال "الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها سواء في خلق الوعي الشامل حول جميع القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية والدينية أو التأثير في حياة وسلوك الجماهير خاصة القليلة الحظ من الثقافة والتعليم والوعي حيث برزت أهميتها باعتبارها أداة لتنمية وعي الإنسان وتطور مداركه ومعارفه"⁽¹⁾.

(1) المطرفي، سمات الصحافة الإسلامية، (ص39).

(2) ابن منظور، لسان العرب (ج15/150).

(3) مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، (ج1/33).

(4) إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، (ص256).

ولما كانت الإذاعة ضيفاً دائماً في كل بيت أصبحت شريكاً فاعلاً للأسر والمجتمع في التوجيه والتوعية، خاصة التوعية الدينية. وقد أنشئت العديد من الإذاعات الإسلامية في مختلف دول الإسلام. وتم إنشاء منظمة إذاعات الدول الإسلامية موافقة من المؤتمر السادس لوزراء خارجية الدول الإسلامية عام 1975/1395، ومقرها المملكة العربية السعودية. ومن أهدافها: نشر الدعوة الإسلامية، وإبراز أهمية التراث، والعمل على نشر اللغة العربية لغير الناطقين بها، وإبراز الصورة الصادقة المشرفة والحقيقية للأمة الإسلامية، وتصحيح الصورة الخاطئة التي يحملها الغرب عن الإسلام⁽²⁾.

التلفاز

يعرف بأنه وسيلة نقل الصورة والصوت في وقت واحد بطريق الدفع الكهربائي، وهي أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجمهور عن طريق بث برامج معينة⁽³⁾.

أهم ما يميّز التلفاز أنه يجمع بين الرؤية والصوت والحركة؛ مما يجذب الانتباه ويثير الحواس أكثر من أي وسيلة أخرى، ويُقدّم الأحداث كما هي في الواقع زمن حدوثها، وينقل الأحداث إلى الأسرة داخل المنزل بالصورة والصوت والحركة، وهو بهذا يوفر الوقت ويُعمّم المعرفة.

وما أوجنا إلى تأصيل عقدي حقيقي لوظيفة التلفزيون في المجتمع الإسلامي، وجعله أداة تساهم في نشر الدعوة الإسلامية في كل مكان، ونشر التعليم، ومحو الأمية، ورفع وعي أفراد المجتمع سياسياً وفكرياً واقتصادياً، وتحرير العقل الإسلامي من قيود الأوهام والخرافات، فتغيير المفاهيم الخاطئة التي تراكمت بتأثير الإعلام المضاد⁽⁴⁾.

وكان للقفزة الهائلة- التي شهدتها تكنولوجيا الأقمار الصناعية في مجال الاتصالات - آثارها في تطور الشبكات التلفزيونية، وسيطرة عنصر التخصص عليها، حيث ظهرت الشبكات الرياضية والتعليمية وشبكات الأسرة والشبكات الدينية وغيرها من المضامين المختلفة⁽⁵⁾.

وتكاد تكون الفضائيات الدينية أو الإسلامية تحديداً ميزة نصف العقد الأول من الألفية الثالثة عربياً، وتعدّ جزءاً من المشهد العام الذي ازداد بعد انطلاق قناة الرسالة إلى جانب القنوات الدينية وأولها قناة اقرأ التابعة لشبكة ART والتي تعد الأوسع انتشاراً في عالم الإعلام الديني ونجد الآن الكثير من القنوات الدينية أمثال: المجد، اقرأ، الرسالة، الناس، الفجر، الأمة، الرسالة، طيبة، الرحمان الاندونيسية، وغيرها⁽⁶⁾.

(1) زيد، دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني، (ص7).

(2) انظر: موقع منظمة إذاعات الدول الإسلامية.

(3) بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، ص65

(4) انظر: النجار، وسائل الإعلام، موقع الألوكة (على الانترنت).

(5) انظر: علي، تأثير مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية على وسائل الاتصال، ص76.

(6) انظر: المبيضين، الفضائيات الإسلامية: قيم فاضلة وأزمة مهنية، صحيفة الغد الأردنية (على الانترنت).

ويمكن للقنوات الإسلامية أن تقوم بدور كبير في تغيير الصورة النمطية لدى العالم الغربي عن الإسلام والمسلمين.. فالإعلام أصبح أقصر الطرق لتوصيل وجهات النظر والتأثير على الشعوب خاصة في هذه الأيام التي نعيش فيها فنحن في عصر السماوات المفتوحة والعالم أصبح الآن قرية صغيرة⁽¹⁾.

ويرى البكري (2007) "أن أهم الوظائف التي لا بد أن تقوم بها الفضائيات الإسلامية هي مواجهة الأفكار المنحرفة وتنقية المجتمع من الشوائب، درء المفاصل التي يمكن أن ترد على الإعلام نفسه، أو من إعلام آخر، صناعة رأي عام واضح الفكر والاعتقاد، الابتعاد قدر الإمكان عن المناطقية والحزبية، شرح الإسلام الصحيح بلغات غير المسلمين والرد على الادعاءات وتفنيدها"⁽²⁾.

المطلب الثالث: شبكة المعلومات العالمية "الإنترنت"

تُعرّف شبكة الإنترنت (Internet): بأنها "شبكة عالميّة تضم ملايين الحواسيب من أكثر من 190 دولة، وتكون متصلة ببعضها البعض بغرض تبادل البيانات والأخبار والآراء، ويُعدّ الإنترنت أكبر شبكة حاسوبية في العالم، ويحكم ترابط تلك الأجهزة وتحدثها اتفاقية موحدة تسمى اتفاقية ترانس الإنترنت، واختصارها (TCP/ IP).. (Webopedia, 2017)"⁽³⁾. وتعرّف الشبكة العنكبوتية العالمية: (World Wide Web) والتي تختصر بكلمة ويب Web، بأنها "عبارة عن مجموعة من المواقع المتصلة ببعضها، والتي يمكن الوصول إليها من خلال الإنترنت، وقد يكون الموقع إخبارياً، أو إعلانياً، أو موقعاً تعليمياً.. إلخ، ويمكن الوصول إلى هذه المواقع من خلال تطبيق يسمى المتصفح Web browser ؛ الذي يمكن من عرض المواقع الموجودة على الإنترنت"⁽⁴⁾.

لم ينجح المسلمون حتى الآن في استغلال شبكة المعلومات الدولية الإنترنت دعويّاً بالشكل المطلوب، ويقدر الخبراء عدد المواقع الإسلامية والعربية على الإنترنت بـ650 موقعاً. والمنظمات غير الإسلامية هي صاحبة اليد العليا في توظيف الإنترنت، إذ تمثل نسبة 62% من المواقع، وبعدها في الترتيب تجيء المنظمات اليهودية، بينما تساوى المسلمون مع الهندوس؛ حيث لم تزد حصة كل منهما على 9% فقط من المواقع⁽⁵⁾.

(1) انظر: عسكر، هل تستطيع الفضائيات الإسلامية مواجهة الهجمات الشرسة على الإسلام؟!؛ موقع المسلم (على الإنترنت)

(2) انظر: البكري، أثر الفضائيات الإسلامية في الأفراد والمجتمعات.. موقع (على الإنترنت).

(3) انظر: ششتاوي، ما تعريف الإنترنت، موقع (على الإنترنت).

(4) انظر: www.gcflearnfree.org موقع. (على الإنترنت).

(5) انظر: سعد، الإنترنت والدعوة فرص مهدورة، موقع مداد (على الإنترنت).

المبحث الثاني: الأساليب والنظريات المستخدمة في وسائل الإعلام:

تتبع وسائل الإعلام بمختلف أنواعها (المقروءة والمسموعة والمرئية) مجموعة من الأساليب وتنتهج مجموعة من النظريات لتحقيق أهدافها، سنستعرضها في هذا المبحث.

المطلب الأول: الأساليب المستخدمة في وسائل الإعلام**❖ غسيل الدماغ:**

استخدم مصطلح "غسيل الدماغ" لأول مرة بواسطة الصحفي الأمريكي "ادوارد هنتر" "Edward hunter" للتعبير عن النظرية الصينية "إصلاح الفكر" أو "إعادة التشكيل الإيديولوجي"⁽¹⁾.

ويمارس على الجماهير الآن "غسيل الدماغ الجماهيري" (Washing Mass Brain) باتباع الأساليب نفسها التي تستخدم على المستوى الفردي، إذ تخطط العديد من الجهات إعلامياً للتأثير على الشعوب وعلى أنماط تفكيرها أو انتمائها لفكر معين. إلا أن الإعلام الوطني الصادق يترك أثر السحر في حماية الدماغ من أي غزو، أو غسيل خارجي مستهدف، فالإعلام الصادق له تأثيره العميق على الجماهير⁽²⁾.

❖ الحرب النفسية:

تعرف بأنها "عملية منظمة شاملة يستخدم فيها من الأدوات والوسائل ما يؤثر على عقول ونفوس واتجاهات الخصم بهدف تحطيم الإرادة والإخضاع، أو تغييرها وإبدالها بأخرى بما يؤدي لسلوكيات تتفق مع أهداف ومصالح منظم العملية"⁽³⁾. وثمة صور وأساليب عدة تستخدم لتحقيق تلك المهام أهمها الكلمة المسموعة أو المقروءة التي من شأنها التأثير على العقول والعواطف والسلوك، وهو مجال تتعدد فيه الأشكال والوسائل كالصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون والإنترنت.

❖ القولية والصورة النمطية

يقصد بالصورة النمطية "stereotype" مجموعة من الأحكام والانطباعات والتصورات القديمة المتوارثة والجديدة المستحدثة، الإيجابية منها والسلبية، التي يأخذها شخص أو مجتمع عن آخر ويستخدمها منطلقاً وأساساً لتقييمه لهذا الشخص أو ذلك المجتمع وتحديد موقفه وسلوكه إزاءه. وتبدأ العملية بالصاق وتعميم صفات سيئة منفرة سلبية ضد الفئة المستهدفة، ثم تقوم وسائل الإعلام بتضخيم تلك الصفات وتبالغ فيها وتكررها وتبرزها حتى تترسخ في الأذهان وتتلاشى أي جوانب إيجابية أخرى في صورة المستهدف. وبمرور الوقت تترسخ الصورة النمطية السلبية وتصبح كالحقيقة في عقول الناس خاصة مع تنوع أساليب عرضها باستخدام وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية⁽⁴⁾.

وتجد الضحية من الآخرين مشاعر الكراهية أو الاحتقار وأحياناً الخوف، وفي أحيان أخرى يصل الأمر إلى الرغبة في التخلص منها مما يجعلها معرضة للخطر.

(1) انظر: نصر، الحرب النفسية معركة الكلمة والمعتقد، (ج2/30).

(2) انظر: الدباغ، غسيل الدماغ، (ص36).

(3) رضوان، المتلاعبون بالعقول، (ص19).

(4) انظر: اللكود، النمطية والقولية، موقع صوت العقل (على الإنترنت).

التضليل الإعلامي:

هو أقوى أسلحة الحرب الإعلامية، وأحد المرتكزات الأساسية للاستراتيجية السياسية الشاملة، ويعرّف بأنه: "خلق واقع مزيف ومغلوط ومقنع بما فيه الكفاية وذلك بهدف إيقاع الخصم في الخطأ، بينما هو يفكر بشكل صحيح" أو "شكل من أشكال العدوان ونشاط تخريبي سيكولوجيا، وحرب الكلام والأفكار والمفاهيم، وسلاح العصر السري"⁽¹⁾. وتستخدم في التضليل الإعلامي وسائل الإعلام المتاحة المعلنة والسرية ووسائل الاتصال، وأهم أساليبه الكذب والخداع، الإشاعة والتشويش، إخفاء الحقائق والمعلومات، وإغراق وسائل الإعلام بأكثر الأخبار تناقضا بحيث تفقد أي معنى عند استعمالها.

المطلب الثاني: النظريات المستخدمة في وسائل الإعلام:

ويوجد عدد من النظريات التي تنتهجها وسائل الإعلام من أجل إحداث التأثير المرجو في الجمهور المستهدف، من أهمها:

حارس البوابة الإعلامية (GATE-KEEPER)

يقصد بها: "أن تمر المادة الإعلامية في طريق وصولها إلى الجمهور المستهدف بنقاط عدة، أو (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج، وفي كل بوابة هناك سلطة لفرد أو لعدة أفراد، لتقرير ما إذا كانت المادة الإعلامية ستمر أم لا؟ وإذا كانت ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها"⁽²⁾.

و"حراسة البوابة" تعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف.

نظرية وضع الأجندة

يقصد بها "إعادة صياغة الأحداث المحيطة بقلب جديد، وترتيب أهميتها في الوسيلة الإعلامية بما يتناسب مع السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية بهدف إقناع الجمهور وتغيير اتجاهه بما يتوافق مع التوجهات الأيديولوجية لتلك الوسيلة"⁽³⁾. تهدف وسائل الإعلام بعملية وضع الأجندة إلى تحديد ما نفكر به وما نقلق حوله، فالإعلام هو الذي يهيمن على خلق الصور في أذهاننا، وأن رد فعل الجمهور يكون تجاه تلك الصور وليس تجاه الأحداث الفعلية.

نظريات التأثير التراكمي (طويل المدى):

يرى هذا النوع من النظريات أن "تأثير وسائل الإعلام لا يظهر مباشرة، وإنما بعد فترة زمنية طويلة من خلال تراكم المتابعة الإعلامية، فالعرض الهائل للأفكار والقناعات المبتوثة عبر وسائل الإعلام يؤثر بشكل ملحوظ على المتلقي على مر

(1) شميط، إمبراطورية المحافظين الجدد، (ص124).

(2) الشميري، التربية الإعلامية، (ص64).

(3) حسونة، نظريات الخطاب والاتصال، (ص66).

الزمن من خلال تراكم المتابعة الإعلامية، ولا يظهر مباشرة، وتأثير هذه النظرية بطيء وطويل النفس، إلا أن أثرها كبير وكبير جداً⁽¹⁾.

نظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد:

تعتمد هذه النظرية على أن وسائل الإعلام تؤثر تأثيراً مباشراً، وسريعاً في الجمهور، وأن الاستجابة لهذه الرسائل مثل رصاصة البندقية تؤثر بعد انطلاقها مباشرة⁽²⁾.

كيفية استخدام وسائل الإعلام الأساليب والنظريات الحديثة في ترسيخ العقيدة الإسلامية

تتميز دعوة الإسلام عن غيرها من الدعوات السابقة التي كانت لأقوام خاصة، بأنها دعوة للناس كافة شعارها: { قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا }⁽³⁾. ولنا في رسول الله صلى الله عليه وسلم أسوة حسنة فقد كان يرسل الملوك ولا يترك أحداً إلا وبلغه رسالة الله، وهاجر إلى الطائف ثم إلى المدينة ليبلغ رسالة الله. فالداعية يتوجه بدعوته إلى الغني والفقير، والحاكم والمحكوم، والمؤيد والمعارض، كما أنه يسير بدعوته على محورين اثنين: الدعوة الجماهيرية العامة والدعوة الفردية الخاصة. وللإعلام الإسلامي ضوابط، فحرية الكلمة مقيدة بمجموعة من الضوابط، أهمها الالتزام بالأخلاق الحميدة والآداب السامية، وأن يكون الإعلامي متقفاً، عليمًا، قوياً، أمينًا، قادرًا على إيصال الرسالة، ويعرف أمانة الكلمة { إِنَّ خَيْرَ مَنْ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ }⁽⁴⁾. والتيقن من صدق المعلومة، وتحري الدقة والنزاهة والمصداقية في نقلها، والحصول عليها بطريق مشروع ومن مصادره الموثوقة فلا يحصل عليه عن طريق التجسس والتنصت المنهي عنه بقوله تعالى: { وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبْ بَعْضُكُمْ بَعْضًا }⁽⁵⁾. و"حجب أي معلومة فيها إضرار بالمصلحة العامة. وحفظ خصوصية الفرد في حياته الخاصة عن الآخرين"⁽⁶⁾. ولا بد أن تكون عنده رقابة ذاتية، على نفسه وعلى أهله؛ لما روي عن ابن عمر رضي الله عنه قول النبي صلى الله عليه وسلم: "لَا كُفُّمْ رَاعٍ، وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ"⁽⁷⁾.

وسنعرض لأساليب وسائل الإعلام المختلفة في نشر الدعوة الإسلامية وترسيخها.

(1) الشميمري، مرجع سابق، (ص 65).

(2) انظر: كنعان، نظريات الإعلام، (ص 121).

(3) [الأعراف: 158].

(4) [القصص: 26].

(5) [الحجرات: 12].

(6) بركة، الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي، (ص 9).

(7) البخاري، كتاب: الجمعة، باب: الجمعة في القرى والمدن، (ج 1/983/198).

المبحث الثالث: استخدام وسائل الإعلام وأساليبها في ترسيخ العقيدة الإسلامية

المطلب الأول: استخدام الصحافة الورقية في ترسيخ العقيدة الإعلامية

يقصد بالصحافة الإسلامية تلك التي تتخذ من الإسلام -تصريحاً- المرجع في التعامل مع الأحداث أيًا كانت، وهي صحافة متخصصة بالمقارنة مع الصحافة الأخرى عامة، التي تستند إلى مرجعيات متعددة في التعامل مع المجتمع ذاته⁽¹⁾.

وتعمل الصحافة الإسلامية على تبصير القراء بشؤون عقائدهم وعباداتهم ومعاملاتهم، من خلال تزويدهم بحقائق الدين الإسلامي، المستمدة من القرآن الكريم، وسنة النبي صلى الله عليه وسلم بصورة مباشرة أو غير مباشرة، وبشكل مرتبط بأمور الحياة العامة، يتولى ذلك كاتب له علم ومعرفة معمقة بالموضوع الذي يتناوله.

وتتشد الحاجة اليوم إلى تطويرها في ظل التحديات الكبيرة التي تواجهها المجتمعات العربية والإسلامية على المستويين الداخلي والخارجي، لتكون النبراس لعرض قيم الإسلام الحضارية التي تدعو إلى البناء والتقدم والحوار ورعاية حقوق الإنسان وكرامته⁽²⁾.

ومن أكثر واجبات الصحافة الإسلامية أهمية، أن تعيش الأحداث السائدة في مختلف أنحاء العالم، وأن تعالج قضايا الساعة بموضوعية، ومنطق نزيه، ناتج عن وعي وإدراك بحقائق المشاكل المطروحة، وأن تخاطب الناس المتعطشين للحرية على قدر عقولهم، بشرط ألا تدخل في معمعة ديماغوجية منبوذة⁽³⁾.

لقد ساهمت الصحف والمجلات الدينية في الرد على مفتريات وشبهات أعداء الإسلام، ومن أبرزها مجلة المنار التي أنشأها الشيخ محمد رضا سنة 1898 وداع صيتها في أنحاء العالم الإسلامي وكان لها أثر بارز في الدعوة إلى السلفية. وأصدرت جمعيات أهلية بعض المجلات الدينية التي تهدف إلى الدعوة إلى الله، وتعميق الاتجاهات الدينية في مختلف الوسائل ومن أبرز هذه الجمعيات "جمعية الهداية الإسلامية" التي تأسست عام 1848 هـ، وأصدرت خلال عامين مجلات دينية عدة منها: "الهداية، وصدى الإسلام، وتنوير الأفكار، ونشرة الهداية"، تهدف جميعاً إلى بث تعاليم الإسلام ومحاربة البدع والفساد. كما تهدف "مجلة الوعي الإسلامي"، التي تصدرها وزارة الأوقاف بالكويت إلى نشر الدعوة الإسلامية، وغرس العقيدة الصحيحة، وتبصير القارئ بأمور دينه والرد على ما يثيره أعداء الإسلام من شبهات ومفتريات. وتهتم "مجلة الرابطة الإسلامية" التي تصدر عن رابطة العالم الإسلامي بمكة المكرمة بكل ما يتعلق بشؤون المسلمين، وتشجع على استخدام اللغة العربية الفصحى، وتدعو كذلك إلى التربية الإسلامية الصحيحة وتطبيق الشريعة الإسلامية كواجب ديني⁽⁴⁾.

"عانت الصحافة الإسلامية كثيراً من التحديات والعراقيل القانونية والمادية ونقص الإطارات، وأولت الإصلاح والدعوة أهمية بالغة على حساب الاهتمام بالخبر لما تفرضه الضرورة الدينية، وتمليه الفروض العينية والكفائية، ولكن في الآونة الأخيرة ظهرت عدة صحف في بعض الدول المسلمة مثل: صحيفة "التجديد" المغربية، و"السبيل" الأردنية...، تنافس الصحف

(1) نصير، الإعلام والبعث الحضاري، (ص6).

(2) انظر: شعبان، الصحافة الإسلامية مرآة الأمة المهمشة، صحيفة الاتحاد. موقع (على الانترنت).

(3) انظر: وزارة الأوقاف بالمغرب، الصحافة الإسلامية التي نريد، دعوة الحق. موقع (على الانترنت).

(4) انظر: البيك، الصحافة الدينية، (ص5-10).

الأخرى وحتى المدعومة حكومياً تعتمد الخبر مادةً صحفيةً أساسية، وتصدر بصفة منتظمة يومية، وتعتبر عن دخول الصحافة الإسلامية مرحلةً جديدةً تسهم فيها في صناعة الرأي العام وترشيده بشكل أساسي⁽¹⁾.

المطلب الثاني: استخدام الإذاعة والتلفاز في ترسيخ العقيدة الإعلامية

تعدّ الإذاعة والتلفاز من الوسائل واسعة الانتشار بين الجمهور، ولها من الجاذبية ما يشد الجماهير من الناس إليها وبالتالي التأثير فيهم. وتهدف القنوات الفضائية الإسلامية إلى خدمة الإسلام والمسلمين، ودعوة غير المسلمين إلى الإسلام، والدفاع عن القضايا الإسلامية المعاصرة، والوقوف صفاً واحداً أمام الفتن والمغريات، والشبهات والشهوات التي تطلق في كل زمان ومكان في مواجهة هدي الإسلام، وإطفاء نوره.

إن التأثير الذي يصل إلى الناس من البرامج الإذاعية والتلفازية ينتج من خلال المضمون والمحتوى بالدرجة الأولى، ثم الشكل والقالب الفني الذي تصاغ فيه تلك المضامين حيث أنه وسيلة مكملة تجعل المضمون أقدر على جذب الجمهور، ومن ثم التأثير فيه. لذا فإن العناية ينبغي أن تشمل المضمون والشكل مع الاهتمام بالمضمون أولاً لأهميته ولأنه الغاية، ولأن العناية به أسهل من قضايا فنون الإنتاج المعقدة، على أن لا نقف عند المضمون بل لا بد من الوصول إلى حل المشكلات الفنية مهما كانت معقدة أو صعبة لأن ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب، والمضمون الجيد الذي يقدم في قالب رديء يضعف تأثيره، وقد ينعدم بسبب ضعف الجانب الفني⁽²⁾.

إن الفضائيات الإسلامية خيار معرفي وبدل دعوي للإعلام اليوم إعلام تقني يقوم على الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة، وأهم العناصر التي تستمد منها القنوات الإسلامية أهميتها: أنها جهاد إعلامي فهي تبث القرآن الكريم وتلاوته ليل نهار، وترسل أحاديث المصطفى صلى الله عليه وسلم في كل وقت. وهي مواجهة للتغريب حيث عاش العالم الإسلامي زمناً طويلاً خاضعاً للغزو الثقافي والفكري من خلال الإعلام الغربي، وتواجه هذه الفضائيات إفرات العولمة وتحقق نجاحات واعدة ومبشرة بمزيد من التوفيق في استرداد الهوية الإسلامية الكاملة⁽³⁾.

وقد ساهمت الإذاعات والفضائيات في تحقيق جملة من الأهداف التي تخدم العقيدة الإسلامية أبرزها وصول الدعوة إلى جميع شرائح وقطاعات المجتمعات الإسلامية التي لا يمكن الوصول لها أو استيعابها بوسائل دعوية أخرى، وهدم الحواجز بين الجماهير وبين الدعوة والتي وضعها أعداء الإسلام بما يروجونه من اختلاقات باطلة من خلال الآلة الإعلامية الضخمة لديهم، التي تعمدت تنفير الناس من الدعوة، ووصول العلم إلى البلدان الإسلامية التي لا تتناول الدعوة في أجهزتها، فهناك بعض البلدان الإسلامية يمنع الدعوة فيها من إقامة الدروس العلمية في المساجد وغيرها، فجاءت هذه الفضائيات ليتلقى عبرها المشاهد المحروم ما يزيل عنه جهله⁽⁴⁾.

(1) انظر: بعوش، الصحافة الإسلامية وإشكالية المصطلح، موقع ستار تايمز. (على الانترنت).

(2) انظر: آل زعير، الدعوة إلى الله في وسائل الإعلام، موقع صيد الفوائد. (على الانترنت).

(3) انظر: يسري، الفضائيات الإسلامية، تحديات وطموح، (ص18).

(4) انظر: علي، أثر القنوات الفضائية الإسلامية في التوعية الدينية، (ص9).

وانطلاقاً من التأثير البالغ والخطير للقنوات الفضائية فإنه ينبغي القيام بدراسات نظرية وميدانية قبل إعداد أي برنامج إسلامي، وأن نستفيد من الدراسات السابقة، فالبرنامج لا يخص مئات يتابعون الشيخ في المسجد، بل هو موجه للملايين، فيما أن يكون البرنامج متكاملًا ويجتذبهم نحو سلوك قويم، أو منفراً فيجعلهم يبتعدون نحو سلوك سلبي. ويجب الحذر من السقوط أمام التحديات المنهجية فالإعلام الإسلامي عليه أن يجمع بين الجاذبية والاستقامة وبين الجدة والأصالة فهو لا يتغذى على شهوات الناس كما لا يستطيع أن يخادع الناس أو يستغلهم⁽¹⁾. وإن أهم محاذير البرامج الدينية هي الخوض في السياسة، فتنحول الفضائيات الإسلامية إلى منابر للنضال السياسي. ينبغي القيام بدور دعوي هادئ، مع تجنب ممارسة التضليل السياسي أو الخضوع للضغوط والابتزاز الذي قد تمارسه الحكومات من أجل تمرير أجنداتها. وتلعب القنوات الإسلامية دور مهماً في محاربة التطرف والتعصب، ويعد مفهوم التطرف من المفاهيم التي يصعب تحديدها، أو إطلاق تعميمات بشأنها؛ نظرًا لما يشير إليه المعنى اللغوي للتطرف من تجاوز لحد الاعتدال، وحد الاعتدال نسبي

يختلف من مجتمع لآخر وفقاً لنسق القيم السائد في كل مجتمع، كما يتفاوت حد الاعتدال والتطرف من زمن لآخر، فما كان يُعدّ تطرفاً في الماضي قد لا يكون كذلك في الوقت الحاضر⁽²⁾.

إن محاربة هذه الظاهرة مسؤولية وأمانة: رسمياً وإعلامياً، ويجب أن يقوم كل صاحب سلطة بصلاحياته المتاحة من أجل محاربتها، كذلك يجب إيقاف أي وسيلة إعلامية تمتن بث سموم الحقد والكراهية على أي مكون من مكونات المجتمع وتثير النعرات الطائفية والتعصبية بين أبنائه. وعدم التهاون مع القنوات الفضائية المثيرة للفرقة والعنصرية.

كما يمكن للقنوات الإسلامية أن تقوم بدور كبير في تغيير الصورة النمطية لدي العالم الغربي عن الإسلام والمسلمين.. فالإعلام الآن أصبح أقصر الطرق لتوصيل وجهات النظر والتأثير على الشعوب خاصة في هذه الأيام التي نعيش فيها فنحن في عصر السماوات المفتوحة فالعالم أصبح الآن قرية صغيرة.

وتواجه القنوات الإسلامية جملة من التحديات التي تتطلب تضافر الجهود من أجل التغلب عليها؛ أهمها⁽³⁾:

- ❖ غياب التخطيط، وضعف التنسيق والتكامل.
- ❖ السقوط أمام التحديات المنهجية؛ فالإعلام الإسلامي عليه أن يجمع بين الجاذبية والاستقامة وبين الجدة والأصالة.
- ❖ ضعف العناية بالخطاب الخارجي إذ نحتاج إلى حوار هادئ مع القيادات الفكرية والإعلامية في العالم الغربي.
- ❖ الخلط بين منهجية التعليم والإعلام.
- ❖ التآرجح بين الرسالة وأغراض أخرى كالاقتصاد والترفيه.

ويرى الدكتور حسين الديب أستاذ الشريعة الإسلامية في جامعة الإمام محمد بن مسعود أن: "التحدي الذي ستواجهه القنوات الفضائية الإسلامية يتطلب كادراً مؤهلاً يفهم حاجة الجيل المسلم الجديد ممن عاد للالتزام بدينه والبحث عن البديل

(1) انظر: يسري، الفضائيات الإسلامية، مرجع سابق، (ص20).

(2) انظر: بيومي، التطرف وعلاقته بمستوى النضج النفسي والاجتماعي لدى الشباب، (ص14).

(3) انظر: علي، مرجع سابق، (ص44).

الإسلامي في الإعلام، بالإضافة إلى القدرة على مواجهة التحديات الغربية لتشويه الإسلام والإساءة إليه أي أنها تقوم بدور مزدوج دور داخلي ودور خارجي⁽¹⁾.

وعلى الرغم من أنها كسرت احتكار الآخرين لهذه الآلة شديدة التأثير على بنية المجتمع العربي والإسلامي، وأتاحت للمشاهد العربي والإسلامي فرصة الاختيار والمقارنة ولم تدعه فريسة الإعلام الغربي المتسلط، وواجهت، بقدر ما، سيل الإعلام المدمر، ما تزال التجربة الإعلامية الإسلامية بحاجة إلى كفاءات وقدرات علمية، كي تنتقل من مجال الهواية والاعتماد على التجربة والخطأ إلى مجال الاحتراف والمهنية، وتفقد تجربة الإعلام الإسلامي إلى نظرية دقيقة متكاملة تسيير على نهجها وترسم على منوالها، فتقل عثراتها، وتتمو قدراتها.

ويستلزم ذلك مزيداً من التعاون والتنسيق بين العاملين للإسلام في هذا المجال تحت مظلة قوله تعالى: ﴿وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا﴾⁽²⁾.

المطلب الثالث: استخدام شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) في ترسيخ العقيدة الإعلامية

مع ظهور شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت Internet) أصبحت هذه الشبكة العنكبوتية المذهلة واحدة من أحدث وأهم وسائل الدعوة إلى الله تعالى وترسيخ العقيدة الإسلامية، لما لها من الأهمية والتأثير، ولما يترتب على تسخيرها في هذا المجال من النفع العظيم والخير العميم متى أحسن استخدامها، لاسيما في هذا العصر الذي تطورت فيه العلوم التقنية تطوراً كبيراً مذهباً. وينبغي استخدام هذه الوسيلة في إيصال الدعوة إلى الناس جميعاً بإنشاء المواقع، وتجهيز المادة العلمية، والاستعانة بأهل الفقه للدعوة، والعارفين بأسرار الشريعة⁽³⁾.

لقد تنبه أعداء الإسلام إلى أهمية هذه الشبكة "الإنترنت" في نشر شبهاتهم، وبتأطيلهم، فاستغلوا استغلالاً واضحاً في غزوهم لنا فكرياً، وهذا يحتم علينا بذل الجهود في سبيل دحض هذه الادعاءات ورد الأباطيل، واللحاق بالركب الحضاري الذي سبقتنا إليه في هذا المجال⁽⁴⁾.

إن الدعوة إلى الله تعالى من خلال الإنترنت لا تعني الاقتصار على عرض آلاف الكتب الشرعية، والمراجع التراثية، والفتاوى الفقهية ونحوها عبر شبكة الإنترنت؛ وإنما لا بد من التفكير العميق في كيفية تطويعها إعلامياً وتقنياً حتى يمكن للمدعوين في أي زمان ومكان الاستفادة منها بشكل إيجابي فاعل، وحتى يكون العرض في صورة جميلة وجذابة. أي "إن الدعوة إلى الإسلام في هذا العصر تحتاج إلى أن تراجع وسائلها، وتجدد أدواتها لتكون في مستوى المنافسة في عرض رسالة الإسلام"⁽⁵⁾.

وللإنترنت وجه سلبي وآخر إيجابي، لا بد من ذكرهما للوقوف في وجه الأول والاستفادة من الآخر.

(1) عسكر، هل تستطيع الفضائيات الإسلامية مواجهة الهجمات الشرسة على الإسلام؟! (على الإنترنت).

(2) [آل عمران: 103].

(3) انظر: المذكور، الدعوة الإسلامية في عصر العولمة، (ص 484).

(4) الحديثي، الاستفادة من شبكة الإنترنت في الدعوة إلى الله، (ص 83).

(5) الجهنبي، خدمة مُجزات العصر للدعوة، (ص 293).

الوجه السلبي أن الإنترنت حطمت الحواجز والحدود، والمبادئ والقيم، وكان من أهم ضحاياها شريحة الشباب غير الواعي، فهذا الشاب في غرفته المغلقة استطاع من خلال الانترنت أن يرى العالم كله بلا ضوابط إطلاقاً، وبلا قيود، ولأنه ضعيف في بنائه الديني والأخلاقي جرفه الفساد. فبات أمام تطرفين؛ تطرف تفلت، أساسه هذه المشاهد الإباحية، وتطرف تشدد يبدأ بالتكفير وينتهي بالتفجير، فلم لا نهتم بالشباب، فهم زاد الأمة، ومستقبلها وعليهم المعول في أن تستعيد دورها القيادي⁽¹⁾. أما الوجه الإيجابي للإنترنت فله محاور عدة أهمها: الانتشار الكبير، إذ يقدر عدد مستخدمي الشبكة بمليار إنسان، وهذا الانتشار يعطي فرصة مواتية لتقديم صورة مشرقة عن الإسلام، ويلقى الإنترنت قبولا بين الناس، وعمق تأثير، ويتخطى حدود الزمان والمكان، وموانع الرقابة في بعض البلدان، ويمتاز عن وسائل الإعلام التقليدية بالتفاعلية، فالناس لم تعد جهة تتلقى فقط بل صارت جهة فاعلة. والحصول على المراجع والكتب في الإنترنت شبه مجاني، وتحصل عليها بسرعة كبيرة.

دور الانترنت في ترسيخ العقيدة

لقد أصبحت شبكة الإنترنت أقوى وسيلة إعلامية عالمية من حيث التأثير، ووصل عدد مستخدمي الإنترنت في العالم إلى نحو من مليار مستخدم، والواجب يحتم علينا نحن المسلمين أن نستفيد من هذه الثورة الإعلامية والاتصالية قبل غيرنا من بني البشر، باعتبار عالمية رسالة الإسلام التي نحملها، ويجب علينا إبلاغها لكل من يحيا على هذه الأرض. وللإنترنت فوائد عدة تساهم في نشر الدعوة الإسلامية أهمها محاربة البدع والتصدي لدعاتها، والتعرف على أحدث التقارير والدراسات والإحصاءات في مختلف المجالات، والرد على الشبهات التي تثار حول الإسلام ودحضها. وسهولة الاتصال بالعلماء؛ لأخذ الفتوى عنهم والاستشارة بأرائهم، والإعلان عن محاضراتهم⁽²⁾.

ولاستخدام الإنترنت في الدعوة الإسلامية مزايا لا تتوفر في أي وسيلة اتصال أخرى، منها: إقبال الناس المتزايد على تصفح مواقع الإنترنت، وقلة تكلفة هذه الوسيلة الدعوية مع سهولة استخدامها⁽³⁾.

وللدعوة إلى الله تعالى من خلال الإنترنت آليات ومحددات وضوابط لا يمكن أن تتجح بدونها: إخلاص النية أثناء القيام بعملية الدعوة، والحرص على نفع الناس، وحُب الخير لهم، والانطلاق من منطلق أن دين الإسلام دينٌ مسالمٌ وشاملٌ ومُفتَحٌ على الآخرين، بعد التأكيد على توافر المعلومات الصحيحة والكافية عن دين الإسلام على هذه الشبكة؛ شريطة أن تكون صادرة عن دعاةٍ موثوقين، أو مؤسساتٍ دعويةٍ موثوقة، وأن يكون الخطاب الدعوي للآخرين مناسباً لهم، ومتوافقاً مع حاجاتهم، ومراعياً لظروفهم⁽⁴⁾.

ويستطيع الدعاة الاستفادة من الإنترنت في: إنشاء المواقع الدعوية الإسلامية (Site)، واستخدام البريد الإلكتروني (E-mail) والمشاركة الفاعلة والإيجابية في ساحات ومُنديات الحوار (Forums) والحوار عبر غرف الدردشة (Chat) وإنشاء

(1) انظر: النابلسي، دور الإعلام في بيان الصورة الحقيقية للإسلام، موسوعة النابلسي، (على الانترنت).

(2) انظر: الشريف، الإنترنت وأثره في نشر الدعوة الإسلامية والدفاع عن الإسلام، (على الانترنت).

(3) انظر: العمراني، وسائل دعوة غير المسلمين، (على الانترنت).

(4) انظر: أبو عراد، الدعوة إلى الله من خلال الإنترنت، موقع صيد الفوائد (على الانترنت).

صفحات ومجموعات في مواقع الشبكات الاجتماعية مثل: (الفايس بوك وتويتر واليوتيوب)، وتفعيل الحملات الدعوية التي تعزز الأخلاق والقيم عبر وسائل الإعلام الجديد⁽¹⁾.

إنشاء المواقع الشبكية:

تعدّ المواقع الشبكية من أهمّ الوسائل للدعوة الإسلامية المعاصرة، والمواقع الإسلامية لا تزال قليلة مقارنة مع غيرها. ولقد شهدت السنوات الأخيرة جهوداً متزايدة لتطوير تطبيقات الحاسوب في خدمة الأغراض الإسلامية والشرعية. وقد تركزت معظم تلك الجهود حول تطوير استخدامات الحاسوب في خدمة السنة النبوية والقرآن الكريم وبرزت التطبيقات التي تهدف لبناء نظم معلومات وقواعد بيانات فقهية وخدمة علم الفرائض، كما توجد بعض التطبيقات التعليمية التي تهدف لتعليم الأطفال كيفية أداء الصلاة وكيفية ممارسة بعض الشعائر الدينية⁽²⁾.

البريد الإلكتروني (Mail-E):

من طرق الدعوة إلى الله عبر البريد الإلكتروني: شراء قوائم بريدية؛ إذ يوجد شركات في الإنترنت تقدم خدمات بريدية بأسعار معقولة؛ ولها قوائم بريدية تتجاوز أحياناً عشرين مليون عنوان بريدي ويتم الاتفاق مع هذه الشركات على مبلغ معين لتوصيل رسالة لملايين المشترك في الإنترنت⁽³⁾.

المنتديات (Forums):

وتسمى أيضاً ساحات النقاش، وفي المنتدى يتبادل مجموعة من الأشخاص الأفكار والمعلومات فيما بينهم في موضوع ما من خلال سبورة إلكترونية كبيرة، حيث يستطيع كل واحد أن يبعث رسالته إلى الآخرين حول الموضوع، ثم يردون عليها إن أرادوا.

ويستطيع الداعية أن يخدم الإسلام بواسطة المنتديات من زاويتين: الأولى: إنشاء المنتديات الدعوية المفيدة، وهذا يدخل في إنشاء المواقع النافعة، والثانية: المشاركة الفعالة في مثل هذه المنتديات والرفع من مستواها، والارتقاء بها، وتفعيل دورها في الدعوة الإسلامية⁽⁴⁾.

غرف الدردشة (البالتوك):

يمكن استخدام هذه الغرف كوسيلة من الوسائل الإعلامية الحديثة في إلقاء الدروس والمحاضرات والندوات والفتاوى، وإيصال العلم الشرعي المستمد من الكتاب والسنة وفهم السلف إلى ديار المسلمين المتباعدة، أو المناطق التي ربما يصعب أولاً يسمح بنقل الكتب والمصادر إليها، بهدف تبصير المسلمين بدينهم الحق وترسيخ العقيدة الإسلامية الصحيحة المستمدة من الكتاب

(1) انظر: شنداخ، أثر الإعلام في نشر الدعوة الإسلامية، (ص31).

(2) البشر، الدعوة إلى الله عبر الشبكة العنكبوتية، موقع الدين (على الانترنت).

(3) انظر: البشر، الدعوة إلى الله عبر الشبكة العنكبوتية المرجع السابق نفسه (على الانترنت).

(4) انظر: أفكار دعوية عبر الإنترنت، موقع صيد الفوائد، الإعلام الديني والتعددية الثقافية، (ص248).

والسنة مع التحذير من الفرق المنحرفة بالرد على شبهاتهم التي يطرحونها خلال هذا البرنامج. ويعد هذا البرنامج وسيلة من الوسائل الحديثة الهامة في بيان محاسن الإسلام وعدالته ونشر ذلك بلغاتٍ مختلفةٍ وبلوغ ذلك أقاصي الدنيا وأطرافها⁽¹⁾.

مواقع التواصل الاجتماعي:

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي وسيلة ممتازة للتعريف بالإسلام بين غير المسلمين، ضمن أدوات سهلة ووصولية عالية، وأحيانا كثيرة دون تكاليف. وتمتاز هذه المواقع بـ:

الجماهيرية، التفاعلية، الانتشار، العالمية، اللاتزامنية (عدم الترابط)، السرعة، الوصولية، قوة النفاذ. وتستخدم هذه المنصات أساليب عرض مختلفة مثل: النصوص والصور والرسوم والأصوات وعرض مقاطع الفيديو، وتمثل مواقع التواصل الاجتماعي أيضا تحديا للدعاة، حيث تكثر حسابات الإلحاد وأهل الغلو ما يشكل صراعا فكرياً قويا⁽²⁾.

ويمكن الاستفادة من الفيسبوك في ترسيخ العقيدة الإسلامية عن طريق إنشاء مجموعات قيمة، ومراسلة أصحاب الصفحات حتى لو كان منهم غير المسلم، وإجراء نقاش وتوجيه إيجابي للأصدقاء، وإنشاء صفحات دعوية.

وينبغي التنبيه لبعض الأخطاء التي يجب التحذير منها؛ هي: الغلظة والشدة في الدعوة إلى الله ومع المخطين أو ممن تظهر عليهم علامات الفسق، وضرورة احترام جميع المستخدمين ومحاورتهم بالتي هي أحسن، والرد على الاستفسارات والمشاركات والتواجد المستمر لكي يتواصل الجمهور مع الداعية، وعدم المواجهة السريعة مع المخالفين، مع أهمية تكوين العلاقات الحسنة والانطباع الطيب عن الداعية، وعدم الغوص في القضايا الجدلية والاهتمام بالقضايا الكبيرة والمهمة.

الواجب يحتم علينا نحن المسلمين أن نستفيد من هذه الثورة الإعلامية والاتصالية قبل غيرنا من بني البشر، باعتبار عالمية رسالة الإسلام التي نحملها، ويجب علينا إبلاغها لكل من يحيا على هذه الأرض.

التحديات التي تواجه الإعلام الإسلامي من خلال الإنترنت:

يواجه الإعلام الإسلامي جملة من التحديات التي يفرضها وجود شبكة الإنترنت، تتطلب جهودا إضافية من أجل التصدي لمحاولات زعزعة العقيدة الإسلامية ومحاربة معتققيها وأبرز هذه التحديات⁽³⁾:

- ❖ مواجهة الأفكار الجديدة بأسلوب جديد ومادة معرفية جديدة، منطلقين من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم .
- ❖ تبني المنهج الشمولي في فهم الإسلام الذي يجمع بين العقيدة والشريعة والسلوك والحركة والبناء الحضاري، من خلال منهج عقلي أصولي سليم.
- ❖ الإيمان بأن الفقه الإسلامي فقه متجدد لا يقف عند زمن معين ولا مذهب معين ومواجهة مشكلات العصر من خلال مقاصد الشريعة.

(1) انظر: الرقب، الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية، (ص421) الكواري، الرقابة والبايتوك.

(2) انظر: الأحمد، توظيف وسائل الإعلام الاجتماعي في الدعوة، موقع عودة ودعوة (على الانترنت).

(3) انظر: الشهري، أثر الانترنت على الأمن الفكري، ص17-18. انظر أيضا: د. نزار بن حسين محمد الصالح، جامعة الملك عبدالعزيز. موقع الجامعة (على الانترنت).

أبرز التغييرات المتعلقة بالجوانب العقديّة والتي أحدثتها الوسائل الإعلامية:

ثمة تغييرات سلبية، وأخرى إيجابية أحدثتها وسائل الإعلام الحديثة، خاصة الإنترنت وأثرت على ترسيخ العقيدة الإسلامية في النفوس. فمن التغييرات السلبية⁽¹⁾:

❖ زعزعة العقائد وإحداث الاضطرابات فيها: وذلك ببث الشبهات حول الدين، والتشكيك في الثوابت، ومحاولة تغيير تصورات الناس عن الخالق، والكون، ومفهوم الدين.

❖ الإساءة إلى الدين: عن طريق السخرية والاستهزاء، وحملات التشويه للنيل من القرآن الكريم والإساءة لشخصية الرسول صلى الله عليه وسلم، ومحاولة تشويه التاريخ الإسلامي.

❖ الترويج للعقائد والأفكار الباطلة: مثل الفكر الإلحادي وإظهار العقائد الباطلة بصورة براقّة لجذب الناس إليها.

أما التغييرات الإيجابية فهي:

❖ أتاحت وسائل الإعلام الحديثة فرصة للمحرومين من القراءة أو السماع عن الإسلام، بسبب التضييل الذي تمارسه كثير

من الدول أو الجهات المعادية للإسلام، للاطلاع على التعرف بالدين وإدراك الحقائق من خلال المواقع الإسلامية.

❖ ساهمت هذه الوسائل في تعريف المسلمين أنفسهم لأحكام دينهم وبعض القضايا الفقهية والمعرفية.

❖ ردت على الشبهات المثارة ضد الإسلام والمسلمين بكشف زيفها ودحضها بالبراهين القاطعة.

❖ ساهمت في فتح قنوات ومنافذ للحوار والمناقشة مع الآخرين.

الخاتمة والتوصيات

إن الإعلام الإسلامي ليس إعلاماً مختلفاً في أساليبه أو موضوعه أو فنونه المتنوعة عن الإعلام المعاصر، لكنه ذو صبغة خاصة مستمدة من روح الشريعة الإسلامية، تظهر في جوهره ومحتواه وشكله وكل ما يصدر عنه، ويعبّر عن قيم المجمع الإسلامي وأصالته وتراثه الفكري والعقائدي.

لقد فتحت التطورات التقنية الهائلة وتكنولوجيا الاتصالات، المستخدمة في مختلف وسائل الإعلام المعاصر، آفاقاً جديدة للدعوة الإسلامية والعمل الإسلامي، وأصبح استغلالها في الدعوة ضرورة ملحة، في كل وسائل الإعلام فينبغي الاستفادة من التقنيات الحديثة في الطباعة والتصوير والحاسوب والإذاعة والتلفاز والإنترنت لخدمة ذلك.

وفي ضوء ما تقدّم يوصي الباحث بما يلي:

1. التأكيد على توافر المعلومات الصحيحة والكافية عن دين الإسلام الصادرة عن دعاة موثوقين، أو مؤسسات دعوية موثوقة، لاستخدامها في مختلف البرامج والمواقع الدعوية.
2. الاهتمام بحسن اختيار الدعاة إلى الله تعالى من المؤهلين علمياً ومعرفياً، وهو ما لا يمكن أن يتحقق إلا بحسن إعدادهم وتأهيلهم وتدريبهم لهذا الشأن؛ فالدعوة في هذا العصر في حاجة ماسة إلى الداعية المخلص والمؤهل علمياً وتقنياً.

(1) انظر: حنفي، آثار الإنترنت السالبة على المستخدمين، موقع شبكة المشكاة (على الإنترنت).

3. أن يكون الخطاب الدعوي للآخرين (ولاسيما عبر شبكة الإنترنت) مناسباً لهم، ومتوافقاً مع حاجاتهم، ومراعياً لظروفهم؛ فليس صحيحاً أن يُخاطب الناس كلهم بطريقة واحدة وأسلوب واحد.
4. أن يتداعى الإعلاميون المسلمون لعمل ميثاق شرف إسلامي أو دستور للإعلام الإسلامي بالتعاون مع الجهات الشرعية في العالم الإسلامي والمؤسسات الإعلامية الرسمية وغير الرسمية.
5. عمل الدراسات اللازمة لتطوير العمل الإعلامي الإسلامي شكلاً ومضموناً وأسلوباً وأولويات.
6. اعتماد إنشاء أقسام للإعلام الإسلامي في كليات الإعلام في العالمين العربي والإسلامي، وتشكيل هيئات لجان ومراقبة وإشراف شرعي عليها.
7. التوصية بإنشاء قنوات إسلامية وافية من قبل الدول الإسلامية وإطلاق قمر صناعي إسلامي تبتث فضائياته إلى معظم أرجاء المعمورة.
8. عقد مؤتمر سنوي للإعلام الإسلامي، ودعوة المصارف الإسلامية والمؤسسات الاقتصادية الإسلامية لدعم إنشاء القنوات الفضائية.

المراجع

1. ابن منظور، جمال الدين محمد بن مكرم. (1993). *لسان العرب*. تحقيق: محمد بن الحسيني. ط3. بيروت: دار إحياء التراث العربي.
2. أبو عراد، صالح أبو عراد. (د.ت). *الدعوة إلى الله من خلال الإنترنت*. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). الموقع: صيد الفوائد. <http://www.saaaid.net/Doat/arrad/30.htm>.
3. الأحمد، مالك. (1437/3/22هـ). *توظيف وسائل الإعلام الاجتماعي في الدعوة*. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). الموقع: عودة ودعوة <http://awda-dawa.com/Pages/Subjects/default.aspx?id=34423>.
4. أحمد، نجلاء (2018م). *الإعلام الديني والتعددية الثقافية*. ط1. عمان: دار المعتز.
5. آل زعير، سعيد بن مبارك. (1410/5/28هـ). *الدعوة إلى الله في وسائل الإعلام*. كلية الدعوة والإعلام. جامعة الإمام محمد بن سعود. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). الموقع: صيد الفوائد <http://www.saaaid.net/afkar/Fekrh33.htm>.
6. إمام، إبراهيم. (1969م). *الإعلام والاتصال بالجماهير*. ط1. القاهرة: مكتبة الأنجلو-مصرية.
7. إمام، إبراهيم. (1979م). *الإعلام الإذاعي والتلفزيوني*. ط1. القاهرة: دار الفكر العربي.
8. بدوي، زكي. (1985م). *معجم مصطلحات الإعلام*. ط1. القاهرة: دار الكتاب المصري، بيروت: دار الكتاب اللبناني.
9. بركة، إيمان. (2008م). *الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي*. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة- فلسطين.

10. البشر، خالد. (د. ت). *الدعوة إلى الله عبر الشبكة العنكبوتية*. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). الموقع: الدين <http://www.deen.ws/daoh/112.htm>.
11. بعوش، سعاد. (2012/2/1م). *الصحافة الإسلامية وإشكالية المصطلح*. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). الموقع: الألوكة [/http://www.alukah.net/publications_competitions/0/37999](http://www.alukah.net/publications_competitions/0/37999)
12. البكري، طارق. (آيار 2007م). *أثر الفضائيات الإسلامية في الأفراد والمجتمعات*، ورقة مقدمة لمؤتمر الفضائيات الإسلامية واقعها وآفاقها، الكويت: جامعة الكويت.
13. بني عيسى، عبد الرؤوف؛ الفوارس، هيفاء الفوارس. (2015م). *الإعلام التربوي من منظور إسلامي، ودوره في بناء الشخصية الإنسانية والنهوض الحضاري بالأمة المسلمة*. مجلة المنارة للبحوث والدراسات. مجلد 21، عدد 4.
14. بو علي، نصير. (2007م). *الإعلام والبعث الحضاري (دراسات في الإعلام والقيم)*. ط1. قسنطينة: دار الفجر.
15. البيك، زاهر محمد. (2011م). *الصحافة الدينية*. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة- فلسطين.
16. جلال سليمان بيومي. (1993م). *التطرف وعلاقته بمستوى النضج النفسي والاجتماعي لدى الشباب*، (رسالة دكتوراه غير منشورة). كلية التربية، جامعة الأزهر - القاهرة، جمهورية مصر العربية.
17. الجهني، مانع بن حماد. (1420هـ). *خدمة منجزات العصر للدعوة*. مجلة التوعية الإسلامية. مجلة فصلية محكمة. تصدر عن وزارة الشؤون الإسلامية، والأوقاف والدعوة والإرشاد - وكالة الوزارة لشؤون المطبوعات والنشر بالرياض. العدد (222). السنة (25).
18. الحديثي، مساعد. (1418هـ). *الإفادة من شبكة الإنترنت في الدعوة إلى الله*. مجلة دراسات إسلامية، تصدر عن وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، بالرياض. العدد (2)، السنة الأولى.
19. حسونة، نسرین. (2014م). *نظريات الخطاب والاتصال*. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة- فلسطين.
20. حسين، عبد المنعم محمد. (2002م). *الدعوة الإسلامية ووسائل الإعلام*، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العالمي لتوجيه الدعوة وإعداد الدعاة، المدينة المنورة: الجامعة الإسلامية.
21. حنفي، إسماعيل محمد. (2008/8/24م). *آثار الإنترنت السالبة على المستخدمين*. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). الموقع: <http://main.islammesssage.com/newspage.aspx?id=4914>
22. الدباغ، فخري. (1982م). *غسيل الدماغ*. ط1. بيروت: دار الطليعة للنشر والتوزيع.
23. ذبيان، سامي. (1987م). *الصحافة اليومية والإعلام الموضوع، التقنية والتنفيذ، الإعلام الحديث في النظرية والتطبيق* -مدخل نظري وعملي إلى علم الإعلام، ط2، بيروت: دار المسيرة للطباعة والنشر.
24. الرازي، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر. (1986م). *مختار الصحاح*، بيروت: مكتبة لبنان.
25. رشتي، جيهان. (1975م). *الأسس العلمية لنظريات الإعلام*، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي الطبعة الأولى.

26. رشدي، شحاته. (1998م). *مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد*، ط1، مصر: دار النهضة العربية.
27. رضوان، عبد السلام. (1999م). *المتلاعبون بالعقول*، الكويت: منشورات عالم المعرفة (106).
28. رفاعي، عاطف متولي. (2011م). *صور الإعلام الإسلامي في القرآن الكريم*، (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية العلوم الإسلامية، جامعة المدينة العالمية، ماليزيا.
29. الرقب، صالح. (2005م). *الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية*، بحث مقدم لمؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر. غزة- فلسطين: الجامعة الإسلامية.
30. زيد، مليكة. (2015م). *دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني*، (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشهيد حمه لخضر، الجزائر.
31. سعد، نور الهدى. (2014/8/2م). *الإنترنت والدعوة فرص مهدورة*. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). الموقع: <http://midad.com/article/213487/>.
32. سفر، محمود محمد. (1982م). *الإعلام موقف*. ط2. السعودية: مطبعة تهامة.
33. الشريف، راشد، (د. ت). *أثر وسائل الإعلام في ترسيخ العقيدة الإسلامية وتقويم السلوك*. ط1. المملكة العربية السعودية: جامعة نايف للعلوم الأمنية.
34. الشريف، عبد الرحيم. (د. ت). *الإنترنت وأثره في نشر الدعوة الإسلامية والدفاع عن الإسلام*. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). الموقع: <http://www.ijazforum.org/>.
35. ششتاوي، ربي. (2017/10/10م). *ما تعريف الإنترنت*. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). الموقع: <http://mawdoo3.com/>.
36. شعبان، حمد/ عبد الفضيل عمرو، الصحافة الإسلامية مرآة الأمة المهمشة، *صحيفة الاتحاد الإماراتية*، عدد 2001/1/23.
37. شميطة، وليد. (2005م). *إمبراطورية المحافظين الجدد - التضليل الإعلامي وحرب العراق*، ط1، بيروت: دار الساقي.
38. الشميمري، فهد بن عبد الرحمن. (2010م). *التربية الإعلامية (كيف نتعامل مع الإعلام)*. (د. ط). الرياض: (د. ن).
39. شنداخ، لوي. (2016/2/22م). *أثر الإعلام في نشر الدعوة الإسلامية*. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). موقع الألوكة <http://www.alukah.net/culture/0/99316>.
40. الشنقيطي، سيد محمد. (1998م). *مدخل إلى الصحافة الإسلامية*. ط1. الرياض: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع.
41. الشهري، عبد الله محمد اليوسي. (2013م) *أثر الإنترنت على الأمن الفكري*. ورقة علمية مقدمة للملتقى العلمي نحو استراتيجية للأمن الفكري والثقافي في العالم الإسلامي. المملكة العربية السعودية: جامعة نايف للعلوم الأمنية.
42. صالح، سليمان. (2005م). *أخلاقيات الإعلام*. ط2. مكتبة الفلاح - مصر.

43. طرزى، فيليب. (1913م). *تاريخ الصحافة العربية*. (د. ط.). بيروت: المطبعة الأدبية.
44. عبد الحليم، محي الدين. (1984م). *الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية*. ط 2، القاهرة: مكتبة الخانجي؛ والرياض: دار الرفاعي.
45. عبد اللطيف، صلاح، عوض الله، غازي زين. (1411هـ). *دراسات في الصحافة المتخصصة*، جدة: المجموعة الإعلامية للطباعة والنشر والتوزيع.
46. عسكر، هبة. (1429/4/15هـ). هل تستطيع الفضائيات الإسلامية مواجهة الهجمات الشرسة على الإسلام؟. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). الموقع: <http://almoslim.net/node/92282>.
47. العقل، ناصر. (1412هـ). *بحوث في عقيدة أهل السنة والجماعة*. (د. ط.). الرياض: كلية أصول الدين.
48. علي، سلوى إمام. (2005م). *تأثير مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية على وسائل الاتصال*. ط 1. القاهرة: الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام؛ الدار المصرية اللبنانية.
49. علي، ياسين صالح. (2013م). *أثر القنوات الفضائية الإسلامية في التوعية الدينية*، (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة المدينة العالمية، ماليزيا. 1.
50. العمراني، الجوهرة. (2015/5/7م). *وسائل دعوة غير المسلمين*. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). الموقع: رسالة الإسلام <http://main.islammessage.com/newspage.aspx?id=29216>
51. القريوتي، عاصم عبد الله. *استخدام البالتوك في الدعوة إلى الله عز وجل والبديل المقترح*. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). الموقع: <http://www.saaaid.net/afkar/48.htm>.
52. كحيل، عبد الوهاب. (1985م). *الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي*. ط 1. بيروت: عالم الكتب، مكتبة القدسي.
53. كنعان، علي عبد الفتاح. (2016م). *نظريات الإعلام*. ط 1. عمان: دار اليازوري.
54. الكواري، عبد اللطيف. (2013/12/3). *الرقابة والبالتوك*. الكويت: صحيفة الوطن الكويتية.
55. اللكود، محمد. (2016/5/26م). *النمطية والقولبة*. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). الموقع: موقع منظمة صوت الطفل. <http://thevoiceofreason.de/ar/article/19227>
56. المبيضين، مهند. (2007/9/30م). *الفضائيات الإسلامية: قيم فاضلة وأزمة مهنية*. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). الموقع: صحيفة الغد: <http://www.alghad.com/articles/546418>.
57. مجمع اللغة العربية. (1985م). *المعجم الوسيط*. ط 3. القاهرة: دار الفكر.
58. مذكور، عبد الحميد عبد المنعم مذكور. (1423هـ / 2002م). *الدعوة الإسلامية في عصر العولمة*. بحث مقدّم لمؤتمر العالمي التاسع للندوة العالمية للشباب الإسلامي. المجلد 2.
59. مروة، أديب. (1961م). *الصحافة العربية*. ط 1. بيروت: دار الحياة.
60. المطرفي، ماجد بن أحمد. (يناير 1989م). *سمات الصحافة الإسلامية*. مجلة الدعوة - الرياض. العدد (1196).

61. المهيدب، خالد بن هدوب (2005/5/13م)، *واقع الإعلام الإسلامي لم يرق إلى مستوى العالمية. صحيفة الرياض*. العدد (13472).
62. موقع صيد الفوائد. *أفكار دعوية عبر الإنترنت*. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). الموقع: <http://www.saaid.net/afkar/Internet.htm>.
63. موقع منظمة إذاعات الدول الإسلامية. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). الموقع: <http://www.isboo.org>.
64. النابلسي، محمد راتب. (2008/9/19م). *دور الإعلام في بيان الصورة الحقيقية للإسلام*. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). ندوة تلفزيونية قناة الأردن.
65. النجار، فهمي قطب. (2014/7/13م). *وسائل الإعلام*. تاريخ الاطلاع: (2018/3/25م). الموقع: الألوكة <http://www.alukah.net/culture/0/73370>.
66. نصر، صلاح. (1966م). *الحرب النفسية معركة الكلمة والمعتقد*. ط1. القاهرة: دار القاهرة للطباعة والنشر.
67. همام، طلعت. (1985م). *مائة سؤال عن الإعلام، موسوعة الإعلام والصحافة*. ط2. بيروت: مؤسسة الرسالة؛ عمان: دار الفرقان.
68. الهيتي، هادي نعمان. (1998م). *الاتصال الجماهيري المنظور الجديد*. بغداد: دار الشؤون الثقافية.
69. وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية (2011م). *الصحافة الإسلامية التي نريد*. مجلة دعوة الحق - الرباط، المغرب. العدد (153).
70. وزارة العدل والشؤون الإسلامية. (مايو 1980). *الصحافة الإسلامية بين الحاضر والمستقبل*. مجلة الوعي الإسلامي - الكويت. العدد: (187).
71. يسري، محمد. (2011م). *الفضائيات الإسلامية، تحديات وطموح*. ط1. القاهرة: المركز العربي للدراسات الإنسانية.