مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

الإعلام الإسلامي: دراسة نقدية للمفهوم، والخصائص والوظائف
إشكالية التعريف واختلاف المُطارحات

Islamic Media: A Critical Study of Concept, Characteristics and Functionsthe problem of definition and the different arguments

د. أحمد بن دريس
bendris.ahmed@univ-oran1.dz
جامعة أحمد بن بلة وهران 1

تاريخ الإرسال: 31-03-2021 **تاريخ القبول: 02-08-2021**

الملخص: يقدم المقال قراءة نقدية في مفهوم الإعلام الإسلامي وفي خصائصه ووظائفه، مستعرضا مختلف التعريفات والعناصر التي تُشكله من وجهة نظر الباحثين، ويجيب على تساؤل رئيس وهو ما مدى توافق تعريفات وخصائص الإعلام الإسلامي مع السياقات المعرفية الحديثة في علوم الإعلام والاتصال في جوانبها النظرية والتطبيقية ؟ واستعمل في هذا المنهج المقارن والوصفي للإجابة على تساؤلات تتعلق ببنية المفاهيم المرتبطة بالإعلام الإسلامي وخصائصه ووظائفه وتناول الضوابط والقيم الأخلاقية المرتبطة به وفي الجانب العملي تناولنا مقومات رجل الإعلام في منظومة الإعلام الإسلامي، ليخلص المقال إلى طرح التساؤل حول إمكانية وضع تعريف دقيق وواضح للإعلام الإسلامي من وجهة نظر موضوعية تبعد عن فهم الإعلام الإسلامي على أنه مرادف لمعاني الدعوة والتبشير وتأخذ بعين الاعتبار التكنولوجيات الحديثة والتطورات في مجال الإعلام والاتصال، والاستفادة والتكيف مع ما هو مُنتج في أُطر وسياقات معرفية

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

مختلفة عن الواقع الإسلامي .

الكلمات المفتاحية: الإعلام الإسلامي؛ القائم بالاتصال؛ الدعوة؛ الرسالة؛ الخطاب الديني

Abstract: The article provides a critical reading of the concept of Islamic media, its characteristics and functions, and a review of the various definitions and elements that constitute it from the viewpoint of researchers.

It answers a major question, which is the extent to which the definitions and characteristics of Islamic media coincide with modern knowledge contexts in media and communication sciences in their theoretical aspects. And applied? The descriptive and comparative approach was used to answer questions related to the conceptual structure of Islamic media, its characteristics and functions, and to deal with the moral controls and values associated with it.

The article concluded by asking a question about the possibility of developing an accurate and clear definition of Islamic media from an objective point of view, away from understanding the Islamic media as being synonymous with the meanings of advocacy and evangelization,

And it takes into account modern technologies and developments in the field of information and communication, and the utilization and adaptation of what is produced in the frameworks and contexts of knowledge different from the Islamic reality.

Keywords: Islamic media ; Media professionals ; religious discourse ; message; Islamic call

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

1. المقدمة:

الدراسات الإسلامية في الإعلام دراسات حديثة جدا الأمر الذي جعل الكثير من قضايا الإعلام ووظائفه وتفاصيله الأخرى لازالت بحاجة إلى مزيد من البحث والدرس فوظائف الإعلام الإسلامي لم تأخذ نصيبها الكافي من الدراسة العلمية التنظيرية حتى الآن إلا من عدد قليل ممن كتب جوانب غير متكاملة في هذا الموضوع[1].

قبل الخوض في بنية الإعلام الإسلامي من الضروري تحديد مفاهيم ترتبط بالاختلاف القائم بين الاتصال الجماهيري والإعلام الجماهيري لنجد أنفسنا نطرح التساؤل الجوهري هل نحن أمام إعلام إسلامي أم اتصال إسلامي؟ فالاتصال الجماهيري يحمل في طياته آلية تبادلية، أي أن الاتصال عبر الوسائل هو اتصال تفاعلي "Interactive" مُتعدد الأطراف يخلق توازنا ذا مغزى بين المرسل والمتلقي، في حين أن الإعلام الجماهيري في أغلبيته، هو اتصال أحادي الاتجاه، من المرسل إلى المتلقي الذي لا يستطيع أن يغير منحى التدفق آنيا لكي يعبر عن أفعاله أو ردود أفعاله بصورة فورية أو متزامنة[2].

---

[1] – عبد الله الخرعان، **ملكية وسائل الإعلام وعلاقتها بالوظائف الإعلامية في ضوء الإسلام**، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 1996، ط: 1، ص119

[2] – لمزيد من التفاصيل حول الاتصال والإعلام أنظر:

- R.Escarpit, **Théorie de l'Information et de la Communication**, Ed. Hachette Univ., Paris,1976.
- J. Durand**, Les Formes de la Communication**, Ed. Dunod, Paris, 1981.
- Hiebert & Ungurait & Bohn, **Mass Media: An Introduction to Modem Communication**, Ed. Longman, New York, 1979.
- J.Condon, **When People Talk with People, in Basic Readins in Communication Theory**, Ed. C. D. Morten, New York, Harper & Row, 1979.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

في كتابه "الديمقراطية الأميركية وثورة المعلومات" يستقي بروس بمبر (Bruce Bimber) تعريفاً حديثاً للإعلام من قاموس (Oxford english Dictonary) وهو "معرفة نُقلت تتعلق بحقيقة معينة، أو موضوع أو حدث"[1]، وفي الإطار عينه تناقش Yves François le coadic في كتابها علم الإعلام (La science de l'information) الإعلام كمعرفة، فهي تجيب في معرض السؤال: ما هو الإعلام ؟ "الإعلام هو معرفة حاصلة بصورة مكتوبة (مطبوعة أو رقمية) شفاهية، أو سمعية بصرية"[2] ويشتمل الإعلام على عنصر المعنى (élément du sens) وهو دلالة منقول إلى كائن واعٍ بوسيلة، ورسالة مسجَّلة في حيّز زماني: (spacio temporel) مطبوعة، إشارة كهربائية، موجة صوتية، هذه العملية تتم بواسطة نظام من الرموز .

تستخدم دراسات إعلامية غربية مصطلحات متباينة للتدليل على "اتصال" و"إعلام" و"جماهيري"، فالمدرسة الفرنسية تطلق كلمة "إعلام" information لتعطي معنى المضمون ومعنى الطريقة التي يُنقل خلالها هذا المضمون[3] فالكلمة بالفرنسية تتضمن عناصر متعلقة بالمعرفة والتقويم وأخرى مرتبطة بالأجهزة والمعدات والتقنيات[4] وثالثة متصلة بالنشر والمعالجة أي الصحف والإذاعة والتلفزيون[5] أما علماء الاجتماع

[1]- Bimber, Bruce**. Information and American Democracy: Technology in the Evolution of Political Power**. Cambridge, MA: Cambridge University Press, 2003.p26

[2]- Yves François le coadic, **la science de l'information ?**، Paris, Que-sais-je, 20, édition corrvigée, Août, 1997،P 37

[3]- F . Balle, L'information**, Encyclopoche Larousse**, Librairie Larousse ,p .p: 5.14

[4]- Ibid , p .p: 5.14

[5]- Ibid , p .p: 5.14

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

الأمريكيون، فقد طرحوا مصطلحا مركبا من كلمة إنجليزية Mass وأخرى لاتينية Media فأصبحت Mass Media تعني الإعلام الجماهيري، وهو حسب فريال مهنا مصطلح فرض نفسه في مختلف المؤلفات العالمية، مما دعا أوربا اللاتينية إلى الاستغناء عن الشق الإنجليزي من الكلمة والاحتفاظ بالشق اللاتيني واستخدامه بصيغة الجمع، Les Medias و I Media للتدليل على الإعلام الجماهيري[1].

في السياق ذاته يُلح إسكاربيت R .Escarpit على العلاقة العضوية بين الإعلام والاتصال: "إن كل عملية اتصالية تحتوي على إنتاج ونقل ومعالجة المعلومة، بمعنى الإنتاج الأصلي للفكر البشري الفرداني، مهما كانت طبيعة هذا الإنتاج (علمي، تقني، فني، حدثي، ...إلخ)"[2].

بناءا على هذا العرض نحاول رصد أهم التعريفات للإعلام الإسلامي ونشير إلى أن بعض الباحثين يرون أنه من الممكن تبني أي تعريف للإعلام مع ربطه بشرط مراعاة الضوابط الشرعية الدينية الإسلامية، وهذا ما نستنبطه من إيراد بعض الباحثين لها، فقد عرفه كرم شلبي في معجمه بأنه: التزام وسائل الإعلام في كل ما تقدمه من مواد، التزاماً دقيقاً بالشريعة الإسلامية وما حددته من ضوابط في تقديم الأخبار وتفسيرها، وفي التوجيه والتعليم والإرشاد والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر[3].

[1] – فريال مهنا، **علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية**، (بيروت–دمشق)، (دار الفكر المعاصر)، ط1، 2002، ص 28

[2]– عبد الرحمن عزي وآخرون، **ثورة الصورة المشهد الإعلامي وفضاء الواقع**، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي 57، بيروت، ط: 1، 2008، ص 79

[3]– كرم شلبي، **معجم المصطلحات الإعلامية إنجليزي– عربي**، مطابع الشرق، بيروت، ط: 1، 1989، ص 292

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

1. تعريفات الإعلام الإسلامي من وجهة نظر تاريخية

عرفه محمد قطب بأنه: عرض جميع المواد الإعلامية من وجهة النظر الإسلامية[1]، وجاء تعريف محي الدين عبد الحليم على أنه "تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله بصفة 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"[2]، وهو تعريف لا يمكن تمييزه عن الدعوة الإسلامية في مفهومها العام، ويُعرفه عمارة نجيب بأنه: بيان الحق وتزيينه للناس، بكل الطرق والأساليب والوسائل العلمية المشروعة، مع كشف وجوه الباطل وتقبيحه بالطرق المشروعة، بقصد جلب العقول إلى الحق وإشراك الناس في نوال (هكذا) خير الإسلام وهديه، وإبعادهم عن الباطل أو إقامة الحجة عليهم[3].

يعرفه منير حجاب بأنه: جهد فني وعلمي مدروس ومخطط ومستمر وصادق من قبل قائم بالاتصال، هيئة كانت أم جماعة أم فرداً، لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي تناولها، ويستهدف الاتصال بالجمهور العام وهيئاته النوعية وأفراده،

---

[1]– الندوة العالمية للشباب الإسلامي، الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية: النظرية والتطبيق، **أبحاث ووقائع اللقاء الثالث للندوة العالمية للشباب الإسلامي المنعقد في الرياض**، أكتوبر 1976، شركة دار العلم للطباعة والنشر، المملكة العربية السعودية، ط: 3، 1989، ص 160

[2]– تيسير محجوب الفتاني، **مقومات رجل الإعلام الإسلامي**، دار عمار للنشر والتوزيع، عمان، ط: 1، 1987، ص21

[3]– عمارة نجيب، **المدخل لدراسة الإعلام الإسلامي**، الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، الرياض، ط: 1، 1982، ص.ص 17. 18

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

بكافة إمكانيات وسائل الإعلام والإقناع، وذلك بغرض تكوين رأي صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته[1]، وأما سيد محمد ساداتي فيعرف الإعلام الإسلامي بأنه: حمل مضامين الوحي الإلهي ووقائع الحياة البشرية المحكومة بشرع الله إلى الناس كافة، بأساليب ووسائل تتفق في سُمُوها وحسنها ونقائها وتنوعها مع المضامين الحقة التي تُعرض من خلالها، وهو محكوم غاية ووسيلة بمقاصد الشرع الحنيف وأحكامه[2].

محمود كرم سليمان عرف الإعلام الإسلامي بأنه: عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي، وتؤدي جميع وظائفه المثلى الإخبارية والإرشادية والترويحية على المستوى الوطني والدولي، وتلتزم بالإسلام وكلّ أهدافه في وسائلها، وفيما يصدر عنها من رسائل ومواد إعلامية وثقافية وترويحية، وتعتمد على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامة[3]، ويعرفه إبراهيم إمام في كتابه أصول الإعلام الإسلامي على أنه "الوجه الحضاري المعبر تعبيرا موضوعيا عن روح الإسلام وعقيدته ومبادئه وقيمه ونظمه ... والإسلام يمتاز بالشمول ولذلك يجب أن يكون الإعلام الإسلامي شاملا لكل نواحي الحياة..."[4].

[1]– محمد منير حجاب، **الإعلام الإسلامي: المبادئ – النظرية – التطبيق**، دار الفجر، القاهرة، ط: 2، 2003، ص. ص 24. 25

[2]– سيد محمد ساداتي الشنقيطي، **مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم**، عالم الكتب للنشر والتوزيع، الرياض، ط: 1، 1986، ص 18

[3]– محمود كرم سليمان، **التخطيط الاعلاميّ في ضوء الإسلام**، دار الوفاء، المنصورة (مصر)، ط: 1، 1988، ص 43

[4]– إبراهيم إمام، **أصول الإعلام الإسلامي**، دار الفكر العربي، القاهرة، ط: 1، 1985، ص 20

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

كما يُعرَّف الإعلام الإسلامي بأنَّه: "استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون عالمون عاملون بدينهم متفقهون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم والمبادئ والمُثُل للمسلمين ولغير المسلمين في كل زمان ومكان في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب"[1]، إنَّ مفهوم الإعلام الإسلامي، إعلام عام في محتواه ووسائله يلتزم في كل ما ينشره أو يذيعه أو يعرضه على الناس بالتصوُّر الإسلامي للإنسان والكون والحياة المستمدة أساساً من القرآن الكريم وصحيح السُّـــنَّة النبوية وما ارتضته الأُمَّة من مصادر التشريع في إطارها[2].

ملاحظات حول التعريفات:

- عدم وجود رؤية واضحة لطبيعة الإعلام والاتصال وحتى الدعوة
- الإطناب والحشو وتكرار العبارات التعريفية وتطويل الجمل التي تُفصل في الوظائف والخصائص ومميزات المشرفين على الإعلام .
- إعطاء الإعلام مفهوم الدعوة، والإكثار من العبارات الإنشائية التي لا طائل منها.

الإعلام الإسلامي يختلف عن مفهوم الدعوة، فالدعوة مأخوذة من الدعاء، والمصدر دعوة، وهو النداء لجمع الناس على أمر وحثهم على العمل له، ولفظ الدعوة

[1]– عبد الوهاب كحيل، **الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي**، عالم الكتب، بيروت، ط: 1، 1985، ص 29

[2]– محمد محمد يونس، **وظائف الإعلام الإسلامي**، ورقة مقدمة إلى ندوة: " الإعلام الدولي وقضايا العالم الإسلامي"، القاهرة، د.ط، 1998، ص. ص 28.29

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

صالح للعمل في الخير والشر، والاصطلاح هو الذي يميزها، ويحدّد المراد من هذه الدعوة إن كانت إلى هدىً، أو إلى ضلالة، أو وليمة، أو غير ذلك[1].

أما من ناحية الاصطلاح تُعرّف الدعوة الإسلامية بأنها: برنامج كامل يضم في أطواره جميع المعارف التي يحتاج إليها الناس ليُبصروا الغاية من محياهم، وليستكشفوا معالم الطريق التي تجمعهم وعرّفها ابن تيميه بقوله "الدعوة إلى الله: هي الدعوة إلى الإيمان بهِ، وبما جاءت بهِ رسله بتصديقهم فيما أخبروا به، وطاعتهم فيما أمروا، وذلك يتضمن الدعوة إلى الشهادتين وإقامة الصلاة، وإيتاء الزكاة، وصوم رمضان، وحج البيت، والدعوة إلى الإيمان بالله، وملائكتهِ، وكتبهِ، ورسلهِ، والبعث بعد الموت، والإيمان بقدرهِ خيرهِ وشره، والدعوة إلى أن يعبد العبد ربه كأنه يراه"[2]، إذن: فالدعوة إلى الله تعني: الدعوة إلى الدخول في دين الإسلام الذي جاء به محمد صلى الله عليه وسلم، وتبليغ الناس جميعاً ذلك الدين، وهدايتهم إليه قولاً وعملاً ، في كل زمان ومكان، بأساليب ووسائل خاصة، تتناسب مع المدعوين على مختلف أصنافهم، وعصورهم .

من جهة أخرى وجدنا أن الإعلام الإسلامي لم يرتبط أبدا بمفهوم الدعاية الدينية وإن كان كلاهما يهدف إلى نشر الدين غير أن الدعاية الدينية والتي هي أساس الدعاية ذاتها، هي تهدف إلى نشر الدين أو مهاجمة دول لا تتبع نفس الديانة (الحروب الصليبية)، ولا زالت آثار هذه الدعاية بادية لحد اليوم، بل ولا زالت بعض وسائل الإعلام الجماهيرية، كقناة الحياة المسيحية، تنشر هذا النوع من الدعاية لحد اليوم كما يقوم

[1]– انظر معجم مقاييس اللغة: مادة دعو 2/ 279، مختار الصحاح، مادة دعا 2336/6

[2]– تقي الدين أحمد ابن تيمية الحراني، **مجموع فتاوى ابن تيمية**، جمع وترتيب: محمد بن عبد الرحمن بن قاسم، مجلد: 15، مطبعة الرياض، المملكة العربية السعودية، ط: 1، 1997، ص 185

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

تنظيم القاعدة، عبر مواقعه على شبكة الأنترنيت، بنشر دعاية معادية للمسيحيين واليهود وكل من لم يتبع الدين الإسلامي[1].

من خلال هذه المطارحات يتضح أن الإعلام الإسلامي يسعى للنهل والاستفادة من مختلف الفنون الإعلامية للتبليغ والتعليم والتسلية والترفيه والتثقيف والتوجيه...وكل الوظائف التي ينبغي للإعلام أداءها لخدمة المجتمعات وتطويرها وترقيتها في سياقاتها الثقافية والدينية والاجتماعية، وبالتالي نجد أن الحديث عن "إعلام" إسلامي يبقي التعريف قاصرا في الوقت الذي نرى فيه ملامح الاتصال بادية في كل مفاصل العملية الدينية الإسلامية لذا وحسب رأينا فإن عبارة الاتصال الديني الإسلامي هي الأقرب إلى الفهم والإدراك .

لأن ما كان يسمى إعلاما إسلاميا في القرون الماضية أصبح مع عصر السماوات المفتوحة الآن صورة من صور الإعلام المتخصص وهو الإعلام الديني الذي يوجد في مجتمع "يُطبق من الشريعة شيئا ويترك أشياء أو يتحايل في تطبيقها بالمخالفة أو المنع أو الالتفاف"[2].

دائما في السياق المفاهيمي ونحن نبحث في التعاريف صادفتنا إشكالية الإعلام الديني الطائفي داخل المجتمعات الإسلامية خاصة بعد حرب العراق 2003 حيث انتشرت وسائل الإعلام التي تتبنى الطروحات الدينية الإسلامية الشيعية، وبدا من وجهة نظر أخرى مفهوم الإعلام الجهادي الذي يدعو إلى الثورة ضد المحتل (أو الكفار بصفة عامة)

[1] – أحمد عظيمي، **دعاية الكراهية**، الشروق للإعلام والنشر، الجزائر، ط: 1، 2010، ص 58

[2] – محمد سيد محمد، **المسؤولية الإعلامية في الإسلام**، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط 2، 1989، ص 37

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

أيا كانت طبيعته مثل قناة المنار اللبنانية، وإن كان مفهوم الجهاد في الإسلام يختلف عن مفهوم الثورة مثلا في الاتجاهات الغربية الرأسمالية أو الاشتراكية .

إن إصباغ الإعلام بصفة "إسلامي" يحيل إلى وضع ضوابط ومعايير تجعل الجمهور ينطلق من أحكام مسبقة على الوسيلة الإعلامية "الإسلامية" في مرحلة النقد والانتقاء كما أنه حينما تتحدد طبيعة الإعلام بأنها إسلامية فهذا يعني إقصاء كل الشرائح الأخرى التي لا تجد بدا من متابعة هذا النوع من الإعلام الموصوف "بالإسلامي"، في السياق هذا حري بنا أن نتساءل ما هو "الإسلامي" ومن له الحُضوة في تحديد "إسلامية" الإعلام ؟، وبالتالي فإطلاق صفة الإسلامي على جريدة أو إذاعة أو قناة تلفزيونية فضائية أو موقع إلكتروني، سوف يحصُر أداءها ومردُودَها المُنتظر كوسائل إعلامية تُناط بها وظائف عدة، وقد رأى بعض الباحثين ضرورة استبدال مصطلح إسلامي بـــ "المحافظ" أو "الديني" أو "الهادف".

حسب رأينا فإن النظرة السابقة للإعلام الإسلامي تختلف كليا وجزئيا عن واقع الإعلام الإسلامي في الوقت الراهن، حيث يؤكد الواقع أن المجتمعات الإسلامية المعاصرة تأخذ من الإسلام جانبا وتترك جوانب أخرى لذلك لا يمكن أن نقول إن الإعلام السائد في هذه المجتمعات هو إعلام إسلامي، بمعنى أن وجود إذاعة للقرآن الكريم أو صفحة دينية في صحيفة ما أو قناة فضائية متخصصة في الشئون الإسلامية أو برامج دينية في التليفزيون أو الراديو لا يعني أنه يتم تطبيق الإعلام الإسلامي، ومن ثم فإنه في ظل الواقع المعاصر لمجتمعاتنا – كما سبق وأن أشرنا – أصبح ما يسمى بالإعلام الإسلامي صورة من صور الإعلام المتخصص.. وهو الإعلام الديني الإسلامي[1].

[1]– للمزيد أنظر: أحمد عظيمي، الإعلام الديني نحو تخصص جامعي جديد، **مجلة الإذاعات العربية**، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 3، 2012، ص 60

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

2. خصائص ووظائف الإعلام الإسلامي

يحدد كمال الدين إمام[1] للإعلام الإسلامي وظيفتين بارزتين تشكل جوهر الوظائف الثانوية الأخرى وهما الوظيفة البنائية والوظيفة المعيارية، أما الأولى فتعني جهود الإعلام الإسلامي في تأسيس وبناء فكر إسلامي وهذا من خلال تحرير المفهوم الصحيح للإسلام ومحاربة أي محاولة لعزل الدين عن الحياة وكذلك بتنشئة جيل مسلم قوي صحيح الإسلام، ومن داخل الوظيفة البنائية يقوم الإعلام الإسلامي بنفس الوظائف التقليدية في الإعلام المعاصر وهي وظيفة التعليم ووظيفة التربية، أما الوظيفة الثانية "المعيارية" فهي تعني تصفية الإعلام الوارد من قنوات غير إسلامية ودرء الآراء الفاسدة والمضادة وإظهار رسالة الإسلام على حقيقتها، "فنظرية الإعلام الإسلامي أو الفلسفة الإسلامية لابد وأن تعكس العقيدة الإسلامية أو الإيديولوجية الإسلامية...فالالتزام (الإيديولوجي) العقائدي من بديهيات العمل الإعلامي"[2] .

إن ما يذكره كمال الدين إمام هنا، هو بمثابة المعايير أكثر من كونه توصيفا للوظائف، وهذه المعايير يمكن تطبيقها في أي مجال إعلامي، أو دعوي أو تعليمي أو تربوي أو غير ذلك، كما يمكن أن تكون معايير متجسدة في أي نظام إعلامي، سواء كان إسلاميا، أو غير إسلامي، فهي معايير عامة أكثر من كونها وظائف خاصة بالإعلام الإسلامي...كما أغفل كمال الدين إمام أثناء الحديث عن الوظائف الإشارة إلى عدد من الوظائف المهمة التي تمثل العمود الفقري في الإعلام، مثل الوظيفة السياسية والوظيفة

[1]– محمد كمال الدين إمام، **النظرة الإسلامية للإعلام (محاولة منهجية)**، دار البحوث العلمية، الكويت، ط: 2، 1983، ص.ص203، 181

[2]– محمد سيد محمد، مرجع سابق، ص 258

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

الإخبارية...[1]، ويبدو أن هذه الوظائف أيضا مرتبطة بالاتصال أكثر من ارتباطها بالإعلام لأنها تستهدف التأثير والرد والتفاعل.

من جهة أخرى أناط سيد ساداتي الشنقيطي[2] الإعلام الإسلامي بمجموعة من الوظائف بدءا بتحديد معايير الإعلام الإسلامي نفسه مضيفا ذكر الوظائف التي يراها لوسائل الإعلام وذلك على النحو التالي:

1. معيار المجال الوظيفي: حيث تمكن ملاحظة الفرق بين الإعلام الداخلي، والإعلام الخارجي .

2. معيار النوع: حيث يمكن ملاحظة الفرق بين مجموعة الوظائف البنائية من ناحية ومجموعة الوظائف المعيارية من ناحية أخرى .

3. معيار الأثر حيث رتبت الوظائف داخل التقسيمين السابقين حسب اثر كل منهما على الحياة البشرية.

ثم يتحدث بعد ذلك عن مجموعة من الوظائف البنائية، في حين يرى حصر الوظائف المعيارية في الضوابط التي تعمل في إطارها الوظائف البنائية، ويعدد مجموعة من الوظائف البنائية على النحو التالي:

- الوظيفة الإخبارية والتي تقوم على ضرورة البيان والشرح والتفسير والتحليل والتذكير وتصحيح المفاهيم والنقد والإنذار...الخ
- الوظيفة الاجتماعية وجوانبها الإرشادية، التذكيرية، التبشيرية والتحذيرية

[1]– عبدالله الخرعان، مرجع سابق، ص 120

[2]– سيد محمد ساداتي الشنقيطي، **وظيفة الإخبار في سورة الأنعام**، مركز الدراسات والإعلام دار إشبيليا، الرياض، ط: 4، 1997، ص، ص. 482.476

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

● الوظيفة الحضارية وتشمل كلا من الوظيفة التعليمية من ناحية والوظيفة التثقيفية أو الفكرية من ناحية أخرى.

● الوظيفة السياسية للإعلام الإسلامي وجوهرها – حسب الشنقيطي – مساندة الفلسفة الأساسية للأمة

وجهة نظر مختلفة ظهر بها عبد الله الخرعان حينما يرى "ضرورة توسيع دائرة الوظائف أو الواجبات الإعلامية لتشمل كل ما يمكن لوسائل الإعلام أن تقوم به في المجتمع الإسلامي من مهام وواجبات تدخل في طبيعة أدائها الإعلامي وخصائصها وإمكاناتها الفنية، ووفق المبادئ الشرعية"[1] .

واستعرض عبد الله الخرعان ما سماه بالواجبات الإسلامية ذات الصبغة العامة التي يجب أن يقوم بها الإعلام الإسلامي من مثل:

– الدعوة إلى الله عز وجل ووظيفة نشر العلم الشرعي وإشاعته بين الناس والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر

– تحقيق التآلف والترابط في المجتمع المسلم وتحقيق التربية الإسلامية على أسس سليمة

– تحقيق القوة المعنوية، والمساهمة في تحقيق القوة الحسية وفق الإمكانات الإعلامية

– الدفاع عن المسلمين وقضاياهم العامة والخاصة ومحاربة خصوم الإسلام والمجتمع الإسلامي ومساندة روح الإسلام ومنهجه في جوانب الحياة المختلفة.

هذه الواجبات وغيرها يرى الخرعان أن الإعلام يشترك في مهمة القيام بها مع بقية مؤسسات وأنظمة المجتمع الأخرى، سواء منها السياسية أو التعليمية أو العسكرية أو الاقتصادية، كل حسب إمكاناته وطبيعة أدائه والوظائف المنوطة به وبالتالي فإن كل ما يمكن "أن يقوم به الإعلام من جهد مشروع يعود بالنفع والخير على المجتمع المسلم

[1]– عبدالله الخرعان، مرجع سابق، ص 123

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

وأفراده ومؤسساته، ويساهم في نهضته وقوته وتماسكه، وتكامل عناصره فهو من وظائف وواجبات ومهام الإعلام الإسلامي"[1].

أهم مبادئ الإعلام الإسلامي – حسب عديد الباحثين – مبدأ المسؤولية الإعلامية التي هي جزء من المسؤولية العامة في الإسلام بشتى أنواعها، المسؤولية الخلقية، والاجتماعية، والإعلامية، التي يؤكد عليها الرسول ﷺ لارتباطها بحرية القول التي جعلها الإسلام حقا لكل إنسان بل تكون واجبا فيما يمس الأخلاق والصالح العام والدعوة إلى الله انطلاقا من قول الله تعالى: "**وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَأُولَـئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ** "[2]، وقال الرسول ﷺ "**مَنْ رَأَى مِنْكُم مُنكَرًا فَلْيُغَيِّره بِيدِهِ فَإِن لَم يَستَطِع فَبِلسَانِه فَإِن لَمْ يَسْتَطِع فَبِقَلْبِهِ وَذلِكَ أَضعَفُ الإِيمَانْ**"[3].

الحرية في هذا السياق مرتبطة بالمسؤولية، والمسؤوليات مهما تنوعت وتعددت في النهاية تصب في نهر المسؤولية الدينية التي تمنع رجل الإعلام الإسلامي من مجرد السباق المحموم من أجل السبق في الأخبار بغض النظر عن صحتها وأهميتها للمجتمع كما تعطيه القوة والمنعة ليشق طريقه في الإقناع العقلي والأشياء الوجدانية السامية بعيدا عن الإثارة بهدف الإثارة فقط[4].

---

[1]– المرجع نفسه، ص 124

[2]– القرآن الكريم، **سورة آل عمران**، الآية 104

[3]– أخرجه الإمام مسلم، **صحيح مسلم**، (ك: الإيمان، ب: 20)، جـ1، رئاسة إدارة البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد، الرياض، د.ط، 1985، ص 69

[4]– سعيد بن علي ثابت، **الجوانب الإعلامية في خطب الرسول صلى الله عليه وسلم**، عالم الكتب، الرياض، ط: 1، 2000، ص 95

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

إنَّ حُرِّيَّة التَّعبير والإعلام لا يمكن فصلها عن الحُرِّيَّات الإنسانيّة الأخرى، سواء أكانت هذه الحُرِّيَّات دينيّة أو فكريّة أو أيّة حُرِّيَّات أخرى، وكلّ إنسان له الحقّ في التَّعبير عن آرائه واعتقاداته طالما كان ذلك ضمن حدود القانون، وتفيد تعاليم الدِّين الإسلاميّ بأنَّه لا يُسمح لجميع النَّاس من أنْ يشيعوا الباطل وينشروا أخباراً تؤدي إلى نشر الرَّذيلة في المجتمع، أو يتعرَّضوا بالقذف أو الإساءة لسمعة الآخرين أو إلغاء الجرائم عليهم[1].

3. الإعلام الإسلامي بين الضوابط والقيم الأخلاقية

يعد مفهوم القيمة من المفاهيم التي اهتم بها كثير من الباحثين في مجالات مختلفة كالفلسفة، والتربية والاقتصاد، وعلم الاجتماع وعلم النفس، وقد يترتب على ذلك نوع من الخلط والغموض في استخدام المفهوم من تخصص لآخر، فلا يوجد تعريف واحد لمفهوم القيم، يعترف به جميع المشتغلين في مجال علم النفس الاجتماعي أو الإعلام، كموضوع يقع في دائرة اهتمامه، فالقيم كما يُعرفها عديد علماء الاجتماع "مستوى أو معيار، للانتقاء من بين بدائل أو مُمكنات اجتماعية متاحة أمام الشخص الاجتماعي في الموقف الاجتماعي"[2]

---

[1]– أنظر في هذا الشأن:

- محمد مكركب، **الإعلام الملتزم في منهاج المنظومة الإعلامية العالمية**، منشورات بغدادي، الجزائر، ط: 1، 2007، ص46

- محمد لعقاب، **المسلمون في حضارة الإعلام الجديدة**، دار الأمة للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 1999، ص 28

[2]– محمد حسام الدين، **المسؤولية الاجتماعية للصحافة**، الدار المصرية اللبنانية، المكتبة الإعلامية، القاهرة، ط: 1، 2003، ص111

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

المستوى أو المعيار standard or Norm يعني وجود مقياس يقيس به الشخص، ويضاهي من خلاله بين الأشياء من حيث فاعليتها ودورها في تحقيق مصالحه، وهذا المقياس الذي يقيمه الشخص يرتبط بوعيه الاجتماعي وإدراكه للأمور، وما تؤثر فيه من مؤثرات اجتماعية اقتصادية تحيط به أو بالطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها، وبالمجتمع وما يعايشه من ظروف تاريخية واقتصادية واجتماعية، أما الانتقاء Sélection فهو عملية عقلية معرفية، يقوم فيها الشخص بمضاهاة الأشياء وموازنتها في ضوء المقياس الذي وضعه لنفسه، والذي يتحدد بظروفه الاجتماعية والاقتصادية وعملية الانتقاء هذه ليست مطلقة[1].

القيمة يمكن أن تُعرف بأنها السمة التي إذا وجدت في شيء ما جعلته مرغوبا فيه، أو جديرا بأن يكون كذلك، فالأشياء والسلوكيات لا تبد وفي حياة الإنسان بوجه واحد، فمنها ما هو ملائم، ومنها ما هو غير ملائم، ومنها ماله جاذبية، ومنها ما هو مُنفر يبعث على الاشمئزاز، إذن فالسلوك الإنساني يستند في أساسه على التفضيل والاختيار، ويرمي إلى تحقيق مقاصد وغايات، ويعمل على تجنب أخرى، ومن ثم فكل سلوك إنساني وراءه قيمة تشكل دافعا أو محركا له، الشيء الذي يعني أن اختيار السلوك قد يكون مرهونا بالبواعث من جهة أو مرهونا بالنتائج المترتبة عليه من جهة ثانية[2].

عرف عزي عبد الرحمان القيم على أنها تشمل كل ما يسمو بالفرد، وأصلهـــا

[1]– المرجع نفسه، ص 112

[2]– مصطفى عبد القادر غنيمات، "القيم الغربية المعاصرة من منظور فلسفي: دراسة تقويمية في ضوء الإسلام"، **مجلة جامعة الملك سعود**، ع: 20، العلوم التربوية والدراسات الإسلامية (2)، ماي 2008، السعودية، ص381

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

الدين وقد تتجسد في جُل ما تحمله الثقافة من معايير وضوابط وسلوكيات[1]، وإيرادنا لتعريف عزي عبد الرحمن له علاقة بموضوعنا المطروق أي علاقة القيم بالدين الإسلامي فمن وجهة النظر الدينية الإسلامية فمفهوم القيم خاضع لاعتبار المرجعية الدينية المستندة للقرآن والسنة النبوية حيث تُعرف على أنها "مجموعة المعايير والمُثل والمبادئ التي وردت في الكتاب والسنة ودعا الإسلام إلى الالتزام بها" وهي "الأحكام التي يُصدرها المرء على أي شيء مهتديًا في ذلك بقواعد ومبادئ مستمدة من القرآن والسنة وما تفرع عنهما من مصادر التشريع الإسلامي ..."[2].

الأخلاق في الإسلام ليست تعبيراً خيالياً وإنما هي منهج واقعي يستمد قيمه من صميم واقع الإنسان بحسبانه أحد أفراد المجتمع، وهي تظهر في مستويين فردي واجتماعي، وهي تؤكد حرية الإنسان وإرادته في الاختيار وتحمل المسئولية، فالفرد مسئول عن عمله واع لشخصيته محقق للنفع العام لمجتمعه بأسره[3]، وقد أخبرنا الرسول ﷺ أنه بُعث ليتمم مكارم الأخلاق، وفي هذا معنى تعميمها على الفرد وعلى المجتمع حاكماً ومحكوماً مديراً وموظفاً، وهي تُعبر عن منهج متجانس يقوم على التوازن والتكامل بين الفرد والجماعة فيكون الإنسان فردياً في الفكر واجتماعياً في العمل .

[1]– عزي عبد الرحمن، "الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي قراءة في تفكك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية "، **مجلة المستقبل العربي**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ع: 321، السنة 28، 2005، ص76

[2]– هدى بنت محمد الغفيص، **أثر الرسوم المتحركة على القيم العقدية للأطفال**، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية المنعقد بمدينة الرياض، الرياض، 2007/03/04، ص01

[3]– أنور الجندي، **القيم الأساسية للفكر الإسلامي والثقافة العربية**، مطبعة الرسالة، القاهرة، د.ط، د. س، ص 408

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

أقر القرآن الكريم مفهوم الأخلاق في جانبين متكاملين، المعرفة والسلوك، فالمعرفة هي الناحية النظرية، وقد أورد القرآن منها 763 آية، والسلوك هو الناحية العملية، وقد أورد فيها 741 آية، وبذلك تكون جملة الآيات التي رسمت منهج الأخلاق في القرآن 1504 آية، وبالتالي فهي تمثل ما يقارب ربع آيات القرآن[1].

انطلاقا من هذا نجد أن الإعلام إذا استند على الشريعة الإسلامية فهو إعلام أخلاقي صرف ومعنى ذلك أن الأخلاقيات الإعلامية في ظل الشريعة الإسلامية تكون ديدن القائم بالاتصال وكذا الجمهور المستهدف ولما لا الوسيلة، وقد يلاحظ القارئ لما ورد أعلاه أننا لم نعتمد مبحث أخلاقيات الإعلام الإسلامي لأننا اعتبرنا هذه المحاولة مجرد إضافة لا فائدة منها بسبب أن الإسلام كله أخلاق وبالتالي فالإعلامي المسلم عليه أولا وقبل كل شيء أن يكون ذو خلق ومنه تصطبغ الوسيلة التي يعمل بها أو يملكها بعقيدته واتجاهه الفكري الأخلاقي، ولهذا ربما اختلف الإعلام الإسلامي عن الإعلام في النُظم الوضعية الأخرى لأن من أهم خصائصه أنه عقدي مسلكي فهو يقوم على العقيدة والإيمان مرتبط بأحكام الإسلام وتعاليمه وهديه وأخلاقه[2].

- **مقومات رجل الإعلام الإسلامي من وجهة نظر الباحثين**

الإعلام الإسلامي يمتاز بأنه إعلام عقدي بالدرجة الأولى، مرتبط ارتباطا راسخا وثابتا بالعقيدة الإسلامية وهذا ما تؤكده لنا القراءة الاستكشافية لمختلف البحوث والمقالات المرصودة، بمعنى يجب أن تكون مسلما أو متدينا حقيقيا حتى تتمكن من

[1] – المرجع نفسه، ص 409

[2] – اسماعيل سعيد محمد رضوان، **الإعلام النبوي ودوره في خدمة الدعوة الإسلامية**، أوراق مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، 16– 17 أفريل 2005، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية أصول الدين، ص 485

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

استيعاب مجال الإعلام الإسلامي ودرجاته، أهمها أنَّ الإعلام على ضوء الشريعة الإسلامية يخدم المبدأ ولا يخدم النظام، ويكون الإعلام في خدمة الإسلام وليس الإسلام في خدمة الإعلام[1].

عندما يكون الإعلام إسلامياً، فإنَّ المُشرفين عليه يستندون إلى أحكام الشرع في كل ما يقال ويعلن، ويحترم العادات والمشاعر التي تنسجم مع الشرع الإسلامي، وهو يقف مع المظلومين، ويحاسب المسئولين[2]، بل أبعد من ذلك يرى محمد سيد محمد أن الإعلام باعتباره مهنة لابد وأن يكون فرض كفاية في الإسلام وهذا يعني وجود فئة متخصصة في العلوم الدينية والإعلامية تقوم بدور الدعوة والتذكير[3].

إضافة إلى هذا فالإعلام الإسلامي يجب أن يكون إعلاما بلا إكراه، يلجأ في الدعوة إلى العقل والقلب قال تعالى: «**لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَد تَّبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَن يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِن بِاللَّـــهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لَا انفِصَامَ لَهَا وَاللَّـــهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ**»[4]، وإعلام يتحرى الصدق في استقاء المعلومات وتوزيعها يقول المولى تبارك وتعالى: «**يا أَيُّهَا الَّذينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّـــهَ وَكونوا مَعَ الصّادِقِينَ**»[5]، وقول النبي ﷺ "**عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ فَإِنّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنّ الْبِرِّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ وَمَا يَزَالُ**

[1]– زغلول راغب النجار، **أزمة التعليم المعاصر وحلولها الإسلامية**، منشورات المعهد العالمي للفكر الإسلامي، مصر، ط: 1، 1980، ص 135

[2]– عايد الشعراوي، **تدوين الفكر الإعلامي في العالم**، دار النهضة الإسلامية، بيروت، د.ط، 1989، ص 141

[3]– محمد سيد محمد، مرجع سابق، ص 258

[4]– القرآن الكريم، **سورة البقرة**، الآية 256

[5]– القرآن الكريم، **سورة التوبة**، الآية 119

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدِّيقًا وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا"[1]. وقد علق عبد الحميد بن باديس على هذا الحديث في أحد دروسه سنة 1932 بقوله على العاقل أن يضبط لسانه في الجد والهزل وأن يحترس من الكذب في الجليل والحقير، وأن يتثبت فيما ينقل ويروي من حديث الناس وأن يتثبت أكثر وأبلغ فيما يُروى في الدين والعلم، وأن يتحرى الصدق وتصوير الحقائق وأن يجعل ذلك من همه وأعظم قصده...[2].

إنسان الإعلام الإسلامي يجب أن يكون موضوعيا، وهذا بأن يبني رأيه على حقائق ثابتة بعيدة عن الذاتية والأفكار المسبقة، أي أن يكون صادقا في أخباره مخلصا في رأيه، القائم على التحليل والتأمُّل، واتخاذ كافة الوسائل التي تنمي ملكة التفكير لدى الإنسان، الذي يجب أنْ تتوجه إليه بالإقناع، لا أنْ تجره جراً بوساطة الغرائز، والعواطف، والانفعالات[3]، ومما يندرج في معنى الموضوعية، احترام كرامة الإنسان، ذلك أن النقد المباح في الإسلام هو النقد الموضوعي، الذي هو عبارة عن إبداء الرأي في أمر أو عمل دون المساس بشخص صاحب الأمر أو العمل بغية التشهير به أو الحط من كرامته، فالنقد الموضوعي شيء والتعرض لسمعة الأشخاص وكرامتهم شيء آخر[4]، قال

[1]– رواه البخاري ومسلم في صحيحهما واللفظ لمسلم

[2]– عبد الحميد بن باديس، **مجالس التذكير من حديث البشير النذير**، مطبوعات وزارة الشؤون الدينية، دار البعث للطباعة والنشر، قسنطينة، ط: 1، 1983، ص. ص 120.119

[3]– منير حجاب، **نظريات الإعلام الإسلامي**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية، ط: 1، 1982، ص 39

[4]– قاسم يوسف محمد، **ضوابط الإعلام في الشريعة وأنظمة المملكة السعودية**، الرياض، عمادة شؤون المكتبات، جامعة الرياض، ط: 1، 1979، ص34

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

تعالى: « **وَلَقَد كَرَّمنا بَني آدَمَ وَحَمَلناهُم فِي البَرِّ وَالبَحرِ وَرَزَقناهُم مِنَ الطَّيِّباتِ وَفَضَّلناهُم عَلى كَثيرٍ مِمَّن خَلَقنا تَفضيلًا**»[1].

هذا وعلى رجل الإعلام المسلم واجب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، يقول الله سبحانه وتعالى في كتابه العزيز: « **وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَأُولَـٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ**»[2]، ووسائل الإعلام وسائل قول وبيان، تتيح بما لها من إمكانيات فنية واتصالية، أفضل السبل لأداء الأمر والنهي، كما تتيح أفضل سبل التواصل والإبلاغ لمضمون الأمر والنهي، فهي وسائل للأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، يُبلغ عن طريقها الحق ويُؤمر به، ويُصحح الخطأ وينهى عنه، ويعدل المعوج ويقوم، ويؤكد على الخير وينشره بين الناس، فهي تمتلك المقدرة على إقامة الحجة بالبلاغ، وتيسير الحق لمن يريده، ومواجهة المنكرات القولية والعملية، بالنهي عنها وإنكارها وبيان فسادها، وحماية الناس من شرها[3].

كما يحض الإسلام على ضرورة الابتعاد عن الإثارة، امتثالا لقول الله تعالى "**وَذَروا ظاهِرَ الإِثمِ وَباطِنَهُ إِنَّ الَّذينَ يَكسِبونَ الإِثمَ سَيُجزَونَ بِما كانوا يَقتَرِفونَ...**" [4] ويطلب في كل شيء مبدأ الحقيقة والواقعية، فالإسلام جاءت شريعته بالحقيقة والدعوة إليها ونبذ الأوهام قال تعالى "**فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّـهِ إِنَّكَ عَلَى الْحَقِّ الْمُبِينِ**"[5]، أي الثابت الصادق الذي ليس فيه شائبة من باطل أو توهم، وقد أنبأ في وصف الإسلام بالفطرة في

[1]– القرآن الكريم، **سورة الإسراء**، الآية 70

[2]– القرآن الكريم، **سورة آل عمران**، الآية 104

[3]– عبد الله الخرعان، مرجع سابق، ص138

[4]– القرآن الكريم، **سورة الأنعام**، الآية 120

[5]– القرآن الكريم، **سورة النمل**، الآية 79

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

قوله تعالى "**فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّـــهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّـــهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَـــكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ** "[1] أي أن مبناه على الحقيقة، أي أن الحقيقة وما عاضدها من الاعتبار هو الذي تقبله الفطرة البشرية على اختلاف أصناف البشر حسب رأي محمد بن عاشور[2].

من أوجب الواجبات التي يقوم بها الإعلام الإسلامي هي الابتعاد عن السب والقذف والذم وسوء القول وقبح الكلام والغيبة والنميمة ونحوهما، بل لقد حرم الله كثيرا من الظن، كما حرم التجسس ولعل الآيات التي وردت في سورة الحجرات –وهي كثيرة– لدليل على أن الإسلام عنى عناية فائقة بهذه الأمور، وقد ساق الإسلام ملامح المنهج الشرعي للتعامل مع الأخبار كالتثبت فيها والاعتماد على ضبط النَقَلَة وصحة فهمهم مع الاعتماد على القرائن في قبول الأخبار وردها[3] قال الله تعالى: « **يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ** »[4].

ثم جاء بوجوب الحرص على الأخوة بين المؤمنين وتحريم كل ما يؤثر فيها مثل سوء الظن والتجريح والسب والقذف...قال الله تعالى «**إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّـــهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ، يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ**

[1]– القرآن الكريم، **سورة الروم**، الآية 30

[2]– محمد الطاهر بن عاشور، **أصول النظام الاجتماعي في الإسلام**، الشركة التونسية للتوزيع– المؤسسة الوطنية للكتاب، تونس– الجزائر، ط: 1، 1985، ص3

[3]– أحمد بن عبد الرحمن الصويان، **نحو منهج شرعي لتلقي الأخبار وروايتها**، دار السليم للنشر والتوزيع، الرياض، ط: 3، 2000، ص41

[4]– القرآن الكريم، **سورة الحجرات**، الآية 06

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

عَسَى أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَى أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الِاسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَـئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ، يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّـهَ إِنَّ اللَّـهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ»[1].

نجد الإعلام الإسلامي يستند في تكريسه لآداب الجدل والحوار إلى الآية الكريمة « **ادعُ إِلى سَبيلِ رَبِّكَ بِالحِكمَةِ وَالمَوعِظَةِ الحَسَنَةِ وَجادِلهُم بِالَّتي هِيَ أَحسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبيلِهِ وَهُوَ أَعلَمُ بِالمُهتَدينَ** »[2] وإلى المواقف الكثيرة لرسول الله ﷺ مع الصحابة في تعليمهم ومع المشركين في تفهيمهم ودعوتهم للإسلام، إن الجدال في منطق الإسلام لا يكون مشروعا ولا يكون مستساغا إلا إذا تمخض للدفاع عن الحق دون اعتبار لأي ميزان ذاتي أو عاطفي، أو مصلحي وأن المجادل ينبغي لأن يواجه الحقيقة ويقبلها بشجاعة ولو كانت على حساب عاطفته أو مصلحته "[3].

كما نجد أن اهتمام الإسلام بملكية وسائل الإعلام لا يختلف عن اهتمامه بالشؤون الأخرى في الإطار نفسه، فهو لا يقف من أي نوع من نوعي الملكية – الخاصة والعامة– موقف العداء والحرب، وإنما كان هديه فيهما الاعتراف بهما وتسديدهما، حتى يؤدي كل منهما الثمرة المطلوبة منه دون مزاحمة للآخر أو إلغاء له ودون مبالغة في أهمية أي من الصورتين على حساب الأخرى– مادامت هذه الوسائل منضبطة بالضوابط الشرعية–

[1]– القرآن الكريم، **سورة الحجرات**، من الآية 09 إلى 13

[2]– القرآن الكريم، **سورة النحل**، الآية 125

[3]– محمد التومي، **الجدل في القرآن الكريم**، الدار التونسية للنشر– الدار الوطنية للكتاب، تونس– الجزائر، ط: 1، 1990، ص 39

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

ومرد ذلك إلى أن الإسلام يقيم الحق والمعرفة والعلم على معايير سماوية ليست من صنع البشر، وتلك المعايير لا تحابي فئة من المجتمع على حساب أخرى، وذلك بخلاف النظم البشرية، فقد قدست الليبرالية الملكية الخاصة، ووقفت النظم التسلطية والشيوعية ضد التملك الخاص لوسائل الإعلام لاعتبارها أن الدولة أو السلطة هي وحدها مصدر الحقيقة[1].

إذا كان الإعلام المعاصر يتخذ قوالب وأشكالا متفرقة للتأثير في الجماهير فقد ساق القرآن صيغا وألوانا كثيرة لمخاطبة الناس والتأثير فيهم بأسلوب حي سواء في ذلك المثل والقصة والأقصوصة بل وساق القصة الواحدة في أساليب متفرقة حسبما يقتضيه سياق السورة والعبرة منها[2].

قد انعقدت العديد من الاجتماعات والمؤتمرات التي تتناول مسألة الإعلام الإسلامي ولعل أبرز مؤتمر هو ذلك الذي عقد بجاكارتا في سبتمبر من سنة 1980 تحت عنوان المؤتمر الأول للإعلام الإسلامي، حيث قامت جامعة الدول العربية بتقديم ورقة ذكرت فيها أن الإعلام الإسلامي ينبغي أن يتناول ثلاثة محاور أساسية هي:

1. التعريف بالقيم والمبادئ الأساسية التي يقوم عليها الإسلام...
2. دراسة واقعنا الإسلامي بصورة موضوعية، وتحليل العوامل التي أدت بالمجتمعات الإسلامية إلى القعود والضعف والتخلف ...
3. التعمق في دراسة التحديات الحضارية المعاصرة للإسلام وللأمة الإسلامية ..[3].

[1]– عبد الله الخرعان، مرجع سابق، ص119

[2]– محمد بن عبد الله السلامة، **الإعلام الإسلامي ومتغيرات العصر**، سلسلة المدى للدراسات الإعلامية، مكتبة التوبة، الرياض، ط: 1، 2003، ص 44

[3]– محمد سيد محمد، مرجع سابق، ص 338

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

ولقد وضعت منظمة إذاعات الدول الإسلامية تصورا للقضايا والموضوعات التي يمكن للاستراتيجية الإعلامية الإسلامية أن تطرحها على النحو التالي:

- تحديد الأهداف الكبرى الرئيسية لأجهزة الإعلام الإسلامية
- تصحيح النظرة إلى الإسلام وتنقية الفكر الإسلامي ...
- المساهمة مع الأجهزة والمؤسسات المعنية في العمل على إعادة كتابة التاريخ الإسلامي...
- إبراز عطاء الإسلام للحضارة الإنسانية واستمرارية قدرته على ذلك...
- تعريف الشعوب الإسلامية ببعضها وتقوية وسائل الاتصال فيما بينها، من خلال من منظمة إذاعات الدول الإسلامية ووكالة الأنباء ...
- مواجهة سيطرة الدول المتقدمة على العملية الإعلامية وبصفة خاصة في النظام الحالي للاتصالات ...

إن أجهزة الإعلام في العالم كله تنطلق من مبادئ معينة وتخدم مصالح معينة والإعلام الإسلامي يرتبط بمبادئ ومصالح معروفة المصدر والنسبة...إذ على وسائل الإعلام الإسلامي كما يرى محمد الغزالي أن تقارب بين المسلمين وتجمع بينهم وتصل إلى الأقليات المسلمة في بعض البلدان الغربية وتقارب بينها وبين الشعوب المسلمة، كما حث على ضرورة أن يلعب الإعلام الإسلامي دورا بارزا في تنظيم الأسرة المسلمة وترقيتها والحفاظ على لحمتها وأواصرها .

محمد الغزالي يرى أنه يجب أن ينتعش بين المسلمين فن "النقد الذاتي" وهو فن يقوم على محاكمة الواقع الإسلامي إلى المثل المقررة في الإسلام ذاته، وبيان مسافة القرب والبعد والصواب والخطأ في هذا الواقع المضطرب...وهذا النقد هدفه إنصاف الإسلام

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

ذاته وإعطاء أجهزته الإعلامية قدرات على صدق التعبير وحماسه[1].

الخاتمـــة:

لا يمكن تناول الإعلام الإسلامي بمنأى عن المتغيرات الحاصلة في مجال الإعلام بصفة عامة ولا دون النظر إلى الخلفيات المعرفية والدينية المختلفة والتي تؤدي إلى تعدد المقاربات ضمن سياقات تنتمي إلى زمن معين يتنازعه الماضي (التراث) والحاضر (الإبستمولوجيا) والإجتهاد.

فهل يمكن وضع تعريف دقيق وواضح للإعلام الإسلامي من وجهة نظر موضوعية تبعد عن فهم الإعلام الإسلامي على أنه مرادف لمعاني الدعوة والتبشير وتأخذ بعين الاعتبار التكنولوجيات الحديثة والتطورات المذهلة في مجال الإعلام والاتصال، والاستفادة والتكيف مع ما هو مُنتج في أُطر وسياقات معرفية مختلفة عن الواقع الإسلامي، ونقصد بذلك ما أنتجه الغرب من نظريات تضع في اعتبارها الأول والأخير الإنسان كمحور لكل ما يحيط به.

بالتالي فإن عملية "الأسلمة " تمر حتما عبر مجموعة من الأنساق الفكرية المتمايزة من مجتمع مسلم وليس "إسلامي" إلى آخر يطمح لأن يكون الإسلام طريقه الوحيد في التحرك، والإعلام الإسلامي يصبح مجرد رد فعل أكثر منه توجه يعبر عن حقيقة الإسلام وواقعه، الحقيقة والواقع تختلف تماما عن ما هو متناول نظريا في جانب الإعلام الإسلامي حيث نلاحظ في الواقع المعاش أن هذا الأخير تجسد في مجموعة من الصحف والإذاعات والقنوات التلفزيونية الفضائية وبعض مواقع الأنترنيت، ورغم ذلك فإن أهداف كل مؤسسة أو القائمين على هذه الوسائل يختلف بحسب طبيعة الملكية وطبيعة الأنظمة

[1]– محمد الغزالي، **الدعوة الإسلامية تستقبل قرنها الخامس عشر**، مكتبة وهبة، القاهرة، ط: 3، 1990، ص 170

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

السياسية وطبيعة الفكر الديني السائد في المجتمع الواحد، وهذا يحيل إلى أنه إذا أردنا تناول المفاهيم المتعلقة بالإعلام الإسلامي يجب أولا وقبل كل شيء فهم الواقع الذي نتناول فيه هذه المفاهيم وإطارها السياسي والسوسيو ثقافي دون غض النظر عن إعلام الآخر...

في السياق نفسه يجب أن نتخلص من الفكر الماضوي الذي يبحث دائما عن حاضره في تراث أُنتج وفق مجموعة من الأنساق تعاملت مع المجرد أكثر من تعاملها مع الملموس وهو هذه الثورة التكنولوجية الحاصلة في العالم الآن والتي فرضت نفسها على الجميع.

المصادر والمراجع

-القرآن الكريم

-الإمام مسلم، **صحيح مسلم**، (ب: 20)، جـــ1، رئاسة إدارة البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد، الرياض، د.ط، 1985

المراجـــع

1- إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط: 1، 1985

2- أحمد بن عبد الرحمن الصويان، نحو منهج شرعي لتلقي الأخبار وروايتها، دار السليم للنشر والتوزيع، الرياض، ط: 3، 2000

3- أحمد عظيمي، دعاية الكراهية، الشروق للإعلام والنشر، الجزائر، ط: 1، 2010

4- أنور الجندي، القيم الأساسية للفكر الإسلامي والثقافة العربية، مطبعة الرسالة، القاهرة، د.ط، د. س

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

5- تقي الدين أحمد ابن تيمية الحراني، مجموع فتاوى ابن تيمية، جمع وترتيب: محمد بن عبد الرحمن بن قاسم، مجلد: 15، مطبعة الرياض، المملكة العربية السعودية، ط: 1، 1997

6- تيسير محجوب الفتاني، مقومات رجل الإعلام الإسلامي، دار عمار للنشر والتوزيع، عمان، ط: 1، 1987

7- زغلول راغب النجار، أزمة التعليم المعاصر وحلولها الإسلامية، منشورات المعهد العالمي للفكر الإسلامي، مصر، ط: 1، 1980

8- سعيد بن علي ثابت، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول صلى الله عليه وسلم، عالم الكتب، الرياض، ط: 1، 2000

9- سيد محمد ساداتي الشنقيطي، مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم، عالم الكتب للنشر والتوزيع، الرياض، ط: 1، 1986

10- سيد محمد ساداتي الشنقيطي، وظيفة الإخبار في سورة الأنعام، مركز الدراسات والإعلام دار إشبيليا، الرياض، ط: 4، 1997

11- طه أحمد الزيدي، دليل الإعلام الإسلامي، إصدارات مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي، دار الفجر للطباعة والنشر، العراق، ط: 1، 2006

12- عايد الشعراوي، تدوين الفكر الإعلامي في العالم، دار النهضة الإسلامية، بيروت، د.ط، 1989

13- عبد الحميد بن باديس، مجالس التذكير من حديث البشير النذير، مطبوعات وزارة الشؤون الدينية، دار البعث للطباعة والنشر، قسنطينة، ط: 1، 1983

14- عبد الرحمن عزي، "الإعلام الإسلامي: تعثر الرسالة في عصر الوسيلة "، حوليات جامعة الجزائر، الجزائر، ع: 4، 1990

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

15- عبد الرحمن عزي وآخرون، ثورة الصورة المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي 57، بيروت، ط: 1، 2008

16- عبد الله الخرعان، ملكية وسائل الإعلام وعلاقتها بالوظائف الإعلامية في ضوء الإسلام، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ط: 1، 1996

17- عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، بيروت، ط: 1، 1985

18- عمارة نجيب، المدخل لدراسة الإعلام الإسلامي، الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، الرياض، ط: 1، 1982

19- فريال مهنا، عـــلوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، (بيروت–دمشق)، (دار الفكر المعاصر)، ط1، 2002

20- قاسم يوسف محمد، ضوابط الإعلام في الشريعة وأنظمة المملكة السعودية، الرياض، عمادة شؤون المكتبات، جامعة الرياض، ط: 1، 1979

21- محمد التومي، الجدل في القرآن الكريم، الدار التونسية للنشر– الدار الوطنية للكتاب، تونس– الجزائر، ط: 1، 1990

22- محمد الطاهر بن عاشور، أصول النظام الاجتماعي في الإسلام، الشركة التونسية للتوزيع– المؤسسة الوطنية للكتاب، تونس– الجزائر، ط: 1، 1985

23- محمد الغزالي، الدعوة الإسلامية تستقبل قرنها الخامس عشر، مكتبة وهبة، القاهرة، ط: 3، 1990

24- محمد بن عبد الله السلامة، الإعلام الإسلامي ومتغيرات العصر، سلسلة المدى للدراسات الإعلامية، مكتبة التوبة، الرياض، ط: 1، 2003

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

25- محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، المكتبة الإعلامية، القاهرة، ط: 1، 2003

26- محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط 2، 1989

27- محمد كمال الدين إمام، النظرة الإسلامية للإعلام (محاولة منهجية)، دار البحوث العلمية، الكويت، ط: 2، 1983

28- محمد لعقاب، المسلمون في حضارة الإعلام الجديدة، دار الأمة للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 1999

29- محمد مكركب، الإعلام الملتزم في منهاج المنظومة الإعلامية العالمية، منشورات بغدادي، الجزائر، ط: 1، 2007

30- محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي: المبادئ – النظرية – التطبيق، دار الفجر، القاهرة، ط: 2، 2003

31- محمود كرم سليمان، التخطيط الاعلاميّ في ضوء الإسلام، دار الوفاء، المنصورة (مصر)، ط: 1، 1988

32- منير حجاب، نظريات الإعلام الإسلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية، ط: 1، 1982

المراجع باللغات الأجنبية

- R . Escarpit,Théorie de l'Information et de la Communication, Ed. Hachette Univ., Paris,1976.

- J. Durand, Les Formes de la Communication, Ed. Dunod, Paris, 1981.

- Hiebert & Ungurait & Bohn, Mass Media: An Introduction to Modem Communication, Ed. Longman, New York, 1979.

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

- J.Condon, When People Talk with People, in Basic Readins in Communication Theory, Ed. C. D. Morten, New York, Harper & Row, 1979.

- Bimber, Bruce. Information and American Democracy: Technology in the Evolution of Political Power. Cambridge, MA: Cambridge University Press, 2003

- Yves François le coadic, la science de l'information ?، Paris, Que-sais-je, 20, édition corrvigée, Août, 1997

- F . Balle, L'information, Encyclopoche Larousse, Librairie Larousse

المجـــلات:

- أحمد عظيمي، الإعلام الديني نحو تخصص جامعي جديد، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 3، 2012

- مصطفى عبد القادر غنيمات، "القيم الغربية المعاصرة من منظور فلسفي: دراسة تقويمية في ضوء الإسلام"، مجلة جامعة الملك سعود، ع: 20، العلوم التربوية والدراسات الإسلامية (2)، ماي 2008، السعودية

- عزي عبد الرحمن، "الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي قراءة في تفكك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية "، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ع: 321، السنة 28، 2005

- عبد الله بركات، "الإعلام الإسلامي هل يمتلك آليات المواجهة ؟"، تحقيق: محمد عبد الشافي القوصي، مجلة منار الإسلام، وزارة العدل والشؤون الإسلامية والأوقاف، أبوظبي، ع: 753، السنة (03)، نوفمبر 2004

الملتقيـــات:

مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة الجزائر–
ر ت م د: 1112–4040، ر ت م د إ: 2588–X204
المجلد:35 العدد:02 السنة:2021 الصفحة:578– 610 تاريخ النشر:21–10–2021

-الندوة العالمية للشباب الإسلامي، الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية: النظرية والتطبيق، أبحاث ووقائع اللقاء الثالث للندوة العالمية للشباب الإسلامي المنعقد في الرياض، أكتوبر 1976، شركة دار العلم للطباعة والنشر، المملكة العربية السعودية، ط: 3، 1989

- محمد محمد يونس، وظائف الإعلام الإسلامي، ورقة مقدمة إلى ندوة: "الإعلام الدولي وقضايا العالم الإسلامي"، القاهرة، د.ط، 1998

- هدى بنت محمد الغفيص، أثر الرسوم المتحركة على القيم العقدية للأطفال، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية المنعقد بمدينة الرياض، الرياض، 2007/03/04

- اسماعيل سعيد محمد رضوان، الإعلام النبوي ودوره في خدمة الدعوة الإسلامية، أوراق مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، 16– 17 أفريل 2005، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية أصول الدين