

الإعلام الإسلامي خصائصه ومعالمه

حامد أشرف همداني*

أصبحت وسائل الإعلام في أيامنا هذه من أكثر الأجهزة التي يمتلكها الإنسان قدرة وقوة وخطورة من حيث التأثير في ثقافة الأفراد وتغيير اتجاهاتهم وتهيئتهم لتقبل الأفكار، ولم يعد الإنسان - خاصة الشباب - اليوم أسير بيئة اجتماعية محدودة تتمثل في الأسرة والمدرسة والجمتمع المحلي، بل أصبح يعيش في خضم متصارع تتدفق من خلاله العديد من التيارات الفكرية والاجتماعية والاقتصادية المتنوعة في مصادرها، والمتباينة في أهدافها وقيمتها واتجاهاتها، فكل ما يفرزه هذا العلم من تيارات إيجابية أو سلبية، تتفق مع مفاهيم شبابنا أو لا تتفق، أصبحت في متناول يديه، وذلك خلال ما تقدمه وتبته وسائل الإعلام ووسائل الاتصال الحديثة، وهنا يكمن دور المجالات النسائية والشبابية كوسيلة إعلامية فعالة في توجيه الشباب ومساعدته على تخطي مرحلة التقاذف والصراع النفسي التي يعيشها نتيجة تباين تلك القيم والأفكار التي يقرأها أو يسمعها أو يشاهدها من حوله.

ولكي تصبح العملية الاتصالية فعالة، وغير مؤثرة نفسياً على الناس خاصة الشباب فإنه يجب أن تكون مواد وسائل الإعلام نابعة من البيئة التي يعيش فيها الإنسان ليعبر من خلالها عن همومه ومشاكله وإنجازاته وطموحاته، وذلك مصداقاً لتعريف (أوتوجرت) الألماني ((الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية وميول واتجاهات الجماهير))⁽¹⁾، وأن المواد الإعلامية التي تقدمها مجلاتنا حينما تكون غريبة عن المجتمع ولا تنبع من البيئة حتى ولو كانت عربية وتحمل معها قيماً مختلفة، قد تؤثر في تنمية الشباب المسلم بتبنيه آراء ومواقف وأنماط سلوك غريبة عن المجتمع ولا تخدم أهدافه.⁽²⁾

ذلكم أنه لا يوجد في الدنيا كلها إعلام بلا هدف، ولا قيم، ولا منطلقات، وبكلمة مختصرة، لا يوجد إعلام بدون رسالة يحملها، وسعى إلى تحقيقها فالإعلام هو السفير.

وقد بلغ الإعلام في عصر الثورة المعلوماتية والسبق التكنولوجي شأناً عظيماً، ووصل إلى درجة كبيرة من التأثير، بحيث أصبح قادراً على أن يزيّف الباطل ويلبسه ثواب الحق، كما أصبح تطور وسائل الإعلام والاتصال، وقدرتها على جذب الجمهور، وإحداث التواصل الثقافي والحضاري بين الناس، من أهم الدلائل المادية على تطور الأمم.

ورغم الحالة المتردية للإعلام العربي عموماً، إلا أن ظهور الوعي الإسلامي بدأ ينعكس لدى المفكرين والعلماء، من أجل تسخير التكنولوجيا الحديثة؛ لبث الهوية الإسلامية، فظهرت العديد من المواقع الإلكترونية، والإذاعات، والفضائيات؛ لأن عالمية الرسالة تقتضي عالمية الخطاب، وعالمية الخطاب لا تبلغ

*أستاذ بقسم اللغة العربية، جامعة بنجاب، لاهور، باكستان.

مداها المطلوب ما لم تكن عندنا القدرة على فهم العالم بعقائده وثقافته وتاريخه، وأساس كل هذا التعرف على أسس ومنطلقات الإعلام في الإسلام، وتبين ضوابطه ومقوماته، وأهميته وأهدافه. لذا، فالحاجة ماسة لوجود إعلام ينطبق عليه وصف الإسلامي، يستمد ضوابطه ومقوماته وكافة أساليبه ووسائله من القرآن الكريم، إذ إن دراسة ذلك وتعميق أصوله يعد بوابه رحبة لانطلاق الإعلام الإسلامي المنشود، كما أن الحاجة متزايدة إلى استنبات الطاقات المبدعة والموهوبة في عالمنا، والإعلام الإسلامي بحاجة إلى إحياء، لا إلى إنشاء،⁽³⁾ لأجل كل ما سبق يأتي هذا البحث الموجز بعنوان نحو إعلام إسلامي جديد.

تحديد مفهوم الإعلام الإسلامي:

أولاً: مفهوم الإعلام في اللغة:

الإعلام قديم النشأة، صَاحَبَ الجماعة البشرية منذ تكوينها، وتطوَّر بتطوُّر الفكر البشري، إلى أن وصل إلينا في عصرنا الحاضر بسبب التقدُّم العلمي والصناعي، ولكن جوهره الذي يقوم عليه والدعامة التي يركز عليها هي "الكلمة" منطوقة أو مكتوبة أو ما ينوب عنها من أصوات ورموز.

ويمكن تعريفه بأنّه: "تبليغ ما يراد تبليغه بوسيلة الكلام أو ما يقوم مقامه من رموز وإشارات"⁽⁴⁾.

والإعلام في اللغة مشتق من أَعْلَمَ، يقال: أَعْلَمَهُ إِعْلَامًا، بمعنى أخبره إخباراً⁽⁵⁾.

- أصل الإعلام من مادة عِلْمَ، قال في اللسان: والعِلْمُ نقيضُ الجهلِ عِلْمٌ عِلْمًا وَعِلْمٌ هُوَ نَفْسُهُ ورجل عالمٌ وَعَلِيمٌ من قومِ عُلَمَاءَ.

- وَعِلِمْتُ الشَّيْءَ أَعْلَمْتُهُ عِلْمًا عَرَفْتُهُ قال ابن بري: وتقول: عِلِمٌ وَفَقَهُ أَي تَعَلَّمَ وَتَفَقَّهُ وَعِلْمٌ وَفَقَهُ أَي سَادَ الْعُلَمَاءَ وَالْفُقَهَاءَ .

- ويقال: اسْتَعْلِمَ لِي خَبْرَ فُلَانٍ وَأَعْلِمْنِيهِ حَتَّى أَعْلَمَهُ وَاسْتَعْلَمَنِي الْخَبْرَ فَأَعْلَمْتُهُ إِيَّاهُ وَعِلِمَ الْأَمْرَ وَتَعْلَمَهُ أَتَقَنَهُ .

- وأعلم فلاناً الخبر : أخبره به.....⁽⁶⁾

- فخلاصة المعنى اللغوي أن الإعلام دائر حول الإخبار والتعريف ونقل المعلومات إلى الآخرين عن طريق الكلمة أو غيرها.

والمعروف أن الإعلام قديم قدم الإنسان وقدم المجتمع البشري، فمنذ أن وُجد الإنسان على هذا الكوكب استخدم بعض الحركات، الشكل البدائي للإعلام قبل أن يهتدي الإنسان إلى اللغة ثم وُجد الإعلام بشكله البسيط. نقل الأخبار والمعلومات بصورة موضوعية، فالإعلام من حيث اللغة يعني إخبار أو إطلاع الآخرين، ويجوي معنى التعليم، وهو يعني بالإنجليزية (Information) أي المعلومات⁽⁷⁾.

والإعلام غير التعليم، لأن الإعلام اختصاص بما كان من إخبار سريع، أمّا التعليم فينطوي على التكرار

والتكثير.⁽⁸⁾

فأَعْلَمَ معناها أخبر أو عَرَّفَ، واستَعْلَمَه الخبر، أي استخبره إياه. وأصل كلمة "إعلام" إنَّها مصدر من أعلم، ومعناها وضع علامة على كل شيء، قال العرب: أعلم الفارسُ، أي علَّق عليه صَوْفاً ملوناً في الحرب، وأعلم نفسه، أي وسَّماها بسِما الحرب. (10)

ومعنى الإعلام هو وضع العلامة على شيء لإظهاره وإبرازه. ويمكن القول: إنَّ وضع العلامة على الشيء إنَّما هو وسيلة للكشف عن معرفة لدى واضعها يريد أن يظهرها للناس ويطلعهم عليها ويعمها بينهم، فالإعلام ينطوي على الكشف عن المعلومات والمعارف والاتجاهات وإبرازها للناس (10).

ثانياً: مفهوم الإعلام في الاصطلاح:

للإعلام تعريفات عديدة، مختلفة باختلاف التصورات والأفكار، منها الدقيق القريب، ومنها غير الدقيق البعيد، ونستعرض بعضاً من هذه التعريفات في النقاط التالية:

- فمنها ما قاله د إبراهيم إمام: "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم" (11). فهو تعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخلياً وخارجياً، وبالأساليب المشروعة أيضاً لدى كل نظام وكل دولة.
- ومن أشهر التعريفات وأقرها تعريف العالم الألماني "أوتوجروت" للإعلام بأنه: هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه (12).
- ويقال عن هذا التعريف إنه بيان لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام، ولكن واقع الإعلام قد يقوم على تزويد الناس بأكثر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، (13) فيعتمد على التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتشرع تعاونهم من أجل المصلحة العامة، وحينئذ يخاطب العقول لا الغرائز أو هكذا يجب أن يكون.
- أو هو كما ذهب إليه د سيد الشنقيطي: كل قول أو فعل قصد به حمل حقائق أو مشاعر أو عواطف أو أفكار أو تجارب قولية أو سلوكية شخصية أو جماعية إلى فرد أو جماعة أو جمهور بغية التأثير، سواء أكان الحمل مباشراً بواسطة وسيلة اصطلاح على أنها وسيلة إعلام قديماً أو حديثاً (14).

والخلاصة أن الإعلام عملية اتصال يراد من ورائها بناء معارف المتلقين، أو الميل بهم نحو أهداف محددة، وتتوقف عملية الاتصال صلاحاً وفساداً، حقاً وباطلاً، هدىً وضلالاً، بحسب نوعية ما يتم إرساله من المعلومات، والقالب الذي تصاغ فيه الرسالة، وعلى هذا النحو يستطيع المرء الحكم على وسائل الإعلام والتمييز بينها .

إذا كان لفظ الإعلام قد شاع في هذه الأيام كنتاج لحضارة العصر وإمكانية الاتصالية، فإن ذلك لا يعني أن الإعلام كظاهرة اجتماعية فن مستحدث، وإنما يضرب مجذوره في مراحل التطور الإنساني متطوراً منها مجرداً في وسائله، محققاً لأهدافه النابعة من احتياجات الجماعات البشرية، فما يزال الرجال والنساء — كما يقول ولبور شرام — يُحيون أصدقاءهم في الشارع، ولكن أصبح من المؤلفين أيضاً أن يحيي المرء صديقه بالبريد أو التلفون، وأن يوجّه زعيم وطني تحياته للسكان جميعاً عن طريق الإذاعة... ما يزال الناس يعقدون الصفقات ويبيعون ويشتررون، وقد نشأ حول نظام المقايضة القديم إعلام ضخم معقد للشراء والبيع والإقراض والاقتراض والإعلان ونقل تقارير الأسعار، كذلك تحوّل الكثيرون من مستوى الترفيه العام الذي كان مجاله الغناء الشعبي ورقص القبيلة إلى الأجهزة الجماهيرية وغيرها من المستحدثات العصرية⁽¹⁵⁾.

ثالثاً: مفهوم الإعلام الإسلامي:

أورد بعض الباحثين تعريفات للإعلام الإسلامي، ومن ذلك ما أورده الدكتور إبراهيم إمام⁽¹⁶⁾ حيث عرّف الإعلام الإسلامي بأنه تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة النبي صلى الله عليه وسلم بصفة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتمتعة في الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته.

وعرّفه آخر بقوله: الإعلام الإسلامي هو ذلك الإعلام الذي يعكس الروح والمبادئ والقيم الإسلامية ويمارسها في مجتمع إسلامي، ويتناول كافة المعلومات والحقائق والأخبار المتعلقة بكافة نواحي الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية والدينية والأخلاقية⁽¹⁷⁾. ويعرّفه الشنقيطي⁽¹⁸⁾ بأنه: إعلام من الله ولله وحمل مضامين الوحي الإلهي ووقائع الحياة البشرية المحكومة بشرع الله إلى الناس كافة بأساليب ووسائل تتفق مع سموها وحسنها ونقاها وتنوعها مع المضامين الحقة التي تعرض لها، وهو محكوم غاية ووسيلة بمقاصد الشرع الحنيف وأحكامه.

فإن مفهوم الإعلام الإسلامي؛ إعلام عام في محتواه ووسائله يلتزم في كل ما ينشره أو يذيعه أو يعرضه على الناس بالتصوّر الإسلامي للإنسان والكون والحياة المستمدة أساساً من القرآن الكريم وصحيح السُّنّة النبوية وما ارتضته الأمة من مصادر التشريع في إطارها⁽¹⁹⁾.

ويعرفه الدكتور محمد منير حجاب بقوله: "ويمكن تعريف الإعلام الإسلامي من هذه الزاوية 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 يتناولها، ويستهدف الاتصال بالجمهور العام، وهيئاته النوعية، وأفراده، بكافة إمكانيات وسائل الإعلام والإقناع، وذلك بغرض تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته"⁽²⁰⁾.

ومما يُعرّف به الإعلام الإسلامي أنّه: "استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون 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"⁽²¹⁾.

يُعدُّ هذا التعريف الأخير من أحسن التعاريف لمفهوم الإعلام الإسلامي، ذلك لأنّه يشمل كافة مواصفات ووظائف الإعلام الإسلامي، غير أنّه لا يقلل من قيمة التعاريف السابقة.

دواعي الإعلام الإسلامي :

تتمتع وسائل الإعلام في عصرنا الحاضر بمكانة عظيمة في توجيه أفكار الجماهير، وتشكيل سلوكياتها في الحياة، في عالم تحول إلى (قرية كونية)، قَصُرَتْ وسائل الاتصال الالكترونية المسافات بين أجزائه، وربطت شبكةً معقدة من الاتصالات بين دوله وشعوبه، بصورة لم يسبق لها مثيل في تاريخ الإنسانية كله، وأصبحت وسائل الإعلام الموجه المركزي الأول للأفراد والمجتمعات، ولا يخفى على أحد السيطرة الكبيرة للدول الغربية على الإعلام وسياساته وتوجيهاته، ولا يخفى على مخلص الأضرار التي نزلت بالأمة من جراء هذا الإعلام الخبيث الموجه، ومن هنا تكتسب المطالبة بإيجاد البديل الإسلامي في ميدان الإعلام - بجانبه النظري والتطبيقي - أهمية بالغة، فإنّ صياغة منهج للإعلام الإسلامي يعمل على سد الفراغ الهائل في منظومات المنهج الإسلامي ليعتبر ضرورة ملحة، حتىّ يمكن بلورة نموذج جديد للإصلاح الإسلامي يقوم على الشمول والتكامل والواقعية.

ويمكن لنا أن نعدد الدواعي التي دعت المسلمين للنزول لهذا الميدان الخطير في النقاط التالية: (22)

1. إدراك أهمية الإعلام في حياة المجتمعات، وخطورة ما يقوم به من التأثير على الأفراد والجماعات سلباً كان هذا التأثير أو إيجاباً.
2. شمولية أحكام الإسلام لجميع مناحي الحياة ووجوب العمل على صبغ جميع الأنشطة بالصبغة الإسلامية ومن أهمها المنظومة الإعلامية.
3. مواجهة الغزو الفكري والثقافي والحضاري الرهيب الذي يتعرض له المسلمون طعنًا وتشكيكًا في دينهم وأخلاقهم وتاريخهم.
4. توجيه الإعلام في الدول الإسلامية نحو الأصالة والذاتية النابعة من قيم الإسلام ومبادئه، وتوفير الجو الملائم والدعم المناسب لصنع البدائل الإسلامية التي تقف في مواجهة ما يقدمه الغرب.
5. تنقية الإعلام - إلى جانب التعليم - من المؤثرات الغربية العلمانية والإلحادية، وتنفيذ ما تقدمه وسائل الإعلام الغربية من مفساد وانحرافات وبيان عوارها وتمافتها بمنطق مقنع وبوسائل مكافئة.

6. حاجة البشرية اليوم للخلاص من الشرائع الخرفّة والمذاهب الفاسدة، وهي تعيش ضياعاً وقلقاً واضطراباً. بسبب كابوس الإلحاد والعلمانية، والفساد الخلقى، والظلم والاستبداد السياسي، والاستغلال الاقتصادي، والتفكك الاجتماعي، وتعالّت الصبغات تبحث عن مصدر للأمان والعدالة والحياة الكريمة، فأين سيجدون كل ذلك إلا في الإسلام!!؟
7. مخاطبة الآخرين بلغتهم ووسائلهم في سبيل الدعوة إلى الإسلام، وتوضيح صورته الناصعة، وإبراز محاسنه وثمراته للناس في كل مكان، وتبليغ رسالة الإسلام العالمية، وإيصال دعوته إلى البشرية كلها، وهذا من أعظم المبررات للدعوة إلى صياغة الإعلام صياغة إسلامية حتى يمكن أن يؤدي هذا الإعلام دوره في الحياة الإنسانية.

لقد تأخر المسلمون كثيراً في سبيلهم للحاق بركب الإعلام والاستفادة من وسائله، ولكنهم بدأوا جهادهم الإعلامي (جهاد العصر) ولن تعدم أمتنا المخلصين من أبنائها الذين يدافعون عنها ويذودون عن حياض حرمتها ومقدساتها، ويرفعون عقيدتها وشريعته عالية للناظرين، واضحة للحيارى والباحثين عن الحق والهدى.

خصائص الإعلام الإسلامي:

لإعلام الإسلامي خصائص تجعله يختلف عن غيره من أنواع الإعلام. يثبت هنا الباحث الخصائص التي أوردها الدكتور محمد منير سعد الدين في كتابه: "الإعلام قراءة في الإعلام المعاصر والإعلام الإسلامي"، وذلك باختصار:

1. قاعدته الحرية وقمته المسؤولية: في النظام الإسلامي تُعدّ الحرية أساس النظام السياسي، وهي قاعدة لنظامه الإعلامي. والحرية فطرة لا يصادرها الإسلام.
- وفي الإعلام الإسلامي إذا كانت قاعدته الحرية؛ فالمسؤولية هي قمته، حتى لا تنطلق الحرية بدون ضوابط. ومن هذه الضوابط: العقيدة، والأخلاق، وعدم المساس بالآخرين. وهي خاصية يمتاز بها الإعلام الإسلامي دون الإعلام الغربي الذي يطلق للحرية العنان، مما ينتج عنه التفريط، وبها أصبح الإعلام الغربي إعلاماً إباحتياً وفساداً. والإعلام الإسلامي يتوسط ويتمثل التوازن.
- إنّ فلسفة الإعلام الإسلامي لا يمكن أن تتم إلا ضمن أطر سلوكية وأخلاقية معينة محددة، ومن خلال محاسبة النفس وإحياء الضمير والوازع الديني في الإنسان، ومن خلال المحاسبة والمساءلة التي فرضها الإسلام وأصلح بها الحياة في شتى نواحيها، فإنّ النفس الإنسانية إذا تركت لشهواتها انحرفت وفتنت، وليس شيء أضر لها من أن تأمن الحساب وتعدو بعيده عن يد القانون فيلعب بها الهوى ويوردها موارد الهلاك، ولذلك أقام فيها الإسلام رقيبين يكمل أحدهما الآخر:

أما الأول فواعظ الإيمان في قلب كل مسلم يحاسبه ويسدّده ويرغبه في مرضاة الله ويخوّفه عذابه.

والثاني القانون والمحاسبة، ويكون كل إنسان مسؤولاً عما أوكل له، والقانون في الإسلام فرض هيئته

على العامة والخاصة⁽²³⁾.

والخاصة في الإسلام تسير بالإنسان دائماً نحو الأفضل، وتجعله رقيباً على نفسه، وتحفظه من القول، وتسمو به نفسياً، وروحياً، وأخلاقياً، واجتماعياً، وبدنياً، وفكرياً⁽²⁴⁾.

2. إعلام حرمت وحقوق: والحرمت هي: حرمة الدين، وحرمة العِرْض، وحرمة النفس، وحرمة العقل، وحرمة المال.

وقد حافظ الشارع على الضرورات الخمس، وهي: الدين، والعِرْض، والنفس، والعقل، والمال، أو جدها وأصلحها وأكملها، وأبعد عنها الموانع ودرأ عنها المفسد، فأبى عمل يخل بها أو يهدمها محرّم وعلى المسلم أن يجتنبه. ففي ظل الإعلام الإسلامي لا يتصور أن يتولاه من يرفض الدين أو يسخر منه أو من رحاله أو أحكامه أو يثير حوله الشبهات أو ينتهك الأعراض أو يفسد الأخلاق ويثير الغرائز من خلال إثارة الجنس الرخيص⁽²⁵⁾.

والإسلام يقدر المسؤولية ويحافظ على حقوق الفرد في مواجهة الآخرين، وللإسلام ضوابط للإعلام، منها: أن الإعلام يخدم المبدأ ولا يخدم النظام، ويكون الإعلام في خدمة الإسلام وليس الإسلام في خدمة الإعلام.

وعندما يكون الإعلام إسلامياً؛ فإنّ المشرفين عليه يستندون إلى أحكام الشرع في كل ما يقال ويعلم، ولذلك فإنّ مَنْ يكون همه حمل الرسالة السامية إلى العالم لن يجد الوقت الكافي لديه لنشر المهارات وسفاسف الأمور الملء الفراغ أو لإلهاء الرعية، ولا فراغ عند الوسيلة الإعلامية، والإعلام الإسلامي لا يكذب، ولا يتملق، ولا يحرف، ولا يتلون، ولا ينافق، ولا يستجدي، ولا يخشى في الحق لومة لائم. وهو بالتالي يعلمّ الناس القيم والفضائل، ولا ينشر الفضائح والردائل، وإنّما يعمل على نشر الفضيلة، ويعمل على احترام عقول الناس، ويحترم العادات والمشاعر التي تنسجم مع الشرع الإسلامي، وهو يقف مع المظلومين، ويحاسب المسؤولين⁽²⁶⁾.

3. إعلام ملتزم بالإسلام وأخلاقه: الإعلام الوضعي المعاصر انفصل عن الدين لأسباب كثيرة، فالذي يميز الإعلام الإسلامي هو ارتباطه التام بالإسلام عقيدة وشريعة وأخلاقاً، وهذا الذي يجعل الإعلام الإسلامي إعلام صدق وأمانة وثقة ودقة وشمولية وموضوعية وسائر أخلاق الإسلام، ولذلك لا بُدّ أن يكون إعلاماً أخلاقياً إسلامياً، ولا يكون الإعلام كاملاً إلاّ بالأخلاق والشمول الموضوعي.

نقصد به بيان أن الجميع سواء أمام أحكام الإسلام، غنيهم وفقيرهم، شريفهم ووضيعهم، ولا استثناء لأحد، وشمولاً مكانياً يعني شمول الإسلام كشرعية لكل أرض الإسلام أو شموله كدعوة لكل العالم⁽²⁷⁾.

والنشاط الإعلامي في الإسلام خلافاً للنشاط الإعلامي في النظم الوضعية له طابعٌ تعبديٌ وهدفٌ سام، ويجعل الرقابة على ممارسة هذا النشاط رقابة ذاتية.

الإعلام الإسلامي يركز على الأخلاق، لأنها ضرورة من ضروريات الحياة والوجود الإنساني. لقد قدم الإسلام للإنسانية دستوراً أخلاقياً شاملاً، تنتظمه نظرية مفصلة توضح كل العناصر الضرورية اللازمة لتكوين فكرة دقيقة عن الطريقة التي ينبغي أن نتصور بها معنى الأخلاق. والنظرية الإسلامية في الأخلاق؛ نظرية فريدة عمدتها الالتزام والمسئولية والجزاء، ولها حد أدنى من الأخلاق الفاضلة تخص الإنسان العادي، وما زاد فهو إكمال يحث عليه القرآن الكريم ويدعو إليه.

وتُعدُّ الأخلاق الفاضلة أساساً مهماً من أسس العملية الإعلامية، والإعلام في كل أبعاده إعلام أخلاقي.

4. إعلام مستقل رافض للتبعية: الإعلام الإسلامي يتميز باستقلاليته ورفضه للهيمنة، وهو ذاتي الانطلاق ويرفض أشكال التبعية، وهو علمي التوجيه ودعوته عالمية، وهو بهذا يرفض كل ما يتعارض مع المصادر الأساسية للإسلام من قرآن كريم وسنة نبوية.

5. إعلام القدوة الحسنة والمثل الصالح: لقد ركَّز الإسلام على القدوة الحسنة، فالرسول صلى الله عليه وسلم هو أسوتنا وقدوتنا ومثلنا الأعلى، وخرَّج لنا نماذج بشرية من أصحابه كانوا أيضاً القدوة والمثل، مما أثبت أهمية الصفوة المختارة المتميزة بالحكمة، والعلم، والبصيرة، والصلاح، والاستقامة التي يمكن أن تشكّل القدوة الحسنة، لأنَّ فقدانها سيؤدي إلى أن تقاد البلاد بجهلة متسلطين انتهازيين قليلي الخبرة، لسانهم عربي وعقولهم وقلوبهم غير ذلك، وهذا يؤدي بالاجتماع إلى الضياع.

6. إعلام موضوعي هادف: الإعلام الإسلامي يعتمد على الأسلوب الموضوعي، القائم على التحليل والتأمل، واتخاذ كافة الوسائل التي تنمي ملكة التفكير لدى الإنسان، الذي يجب أن تتوجه إليه بالإقناع، لا أن تجرّه جراً بواسطة الغرائز، والعواطف، والانفعالات⁽²⁸⁾.

والإعلام الإسلامي الهادف يركّز على بناء الإنسان الصالح الذي يعرف ربه ونفسه ورسالته، بحيث يصبح الإنسان لبنة صالحة في بناء المجتمع.

7. إعلام قائم على الإقناع لا الإكراه: اعتمد الإعلام الإسلامي في مخاطبة جماهير الناس على الإقناع دون الإكراه، وهو مبدأ إسلامي مهم عرضته الآيات والأحاديث وطبَّقه رسول الله صلى الله عليه وسلم ودأب عليه الإسلام إلى يومنا هذا.

ونضيف إلى الخصائص المذكورة فيما أعلاه ما ذكره الدكتور محمد منير حجاب في كتابه "الإعلام

الإسلامي: المبادئ، النظرية، التطبيق": يتميز الإعلام الإسلامي بمفهومه بمجموعة من الخصائص هي:

1. أن الإطار العام للإعلام الإسلامي ليس لأحد من البشر الفضل في وضعه، لأنه من الله سبحانه وتعالى أوحى به إلى نبيه صلى الله عليه وسلم في كثير من الآيات التي حددت معالم الدعوة، وطرق الإقناع والتأثير.

2. الارتباط الحي بين المبادئ العامة للإعلام الإسلامي وبين الممارسة الفعلية لها. وذلك في الآيات القرآنية العديدة التي بينت ذلك. هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فقد استوعب المصطفى صلى الله عليه وسلم

- هذه المبادئ، وصدع عنها في كل أقواله وتصرفاته، وقدم لنا المعالجة الحقيقية لمشاكل التطبيق الإعلامي. وفي ميدان هذا التطبيق الحي استوعب الصحابة رضوان الله عليهم هذا المنهج الإعلامي والتزموا بمحدوده ومبادئه. ثم توارث الدعاة والمسلمون هذا الفهم والاستيعاب جيلاً وراء جيل.
3. يستمد القائم بالاتصال الإسلامي إرادته من ذاته، فهو لا يمارس العمل الإعلامي إرضاءً لفرد أو جماعة أو هيئة أو سلطة، وإنما إرضاءً لذاته الراغبة في شيوع الخير وانتشاره. وهو لهذا يعطي عن طواعية ورغبته ووعي أقصى ما يستطيع من قدراته.
4. يعمل القائم بالاتصال الإسلامي في إطار أهداف واضحة تماماً ومحددة سلفاً.
5. يتسم مضمون الرسالة الإعلامية للقائم بالاتصال الإسلامي بالدقة ويرتبط بالأهداف الموضوعية ويأخذ في الاعتبار خصائص المستقبلين.
6. الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية الإسلامية معروف مسبقاً ومحدد سلفاً بكافة خصائصه النفسية. وقد تعرضت أول سورة البقرة إلى بيان أنواع هذا الجمهور. وقسمته إلى ثلاثة أنواع: جمهور المؤمنين بالدعوة — جمهور المنافقين: وهم الذين يظهرون الولاء للدعوة وقبولها ويضمرون عكس ذلك — وجمهور الكافرين بالدعوة.
7. الأثر الإعلامي للإعلام الإسلامي محدد سلفاً في غرض الإبلاغ - مجرد الإبلاغ فقط - أما محاولة إملاء الإرادة والإقناع بالقوة فغير وارد تماماً قال تعالى ﴿لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ﴾⁽²⁹⁾.
8. القوة الذاتية للإعلام الإسلامي في سرعة الانتشار وعلمية العمل الإعلامي وسلامة التخطيط ودقة التنفيذ وقياس الأثر لاتضارع بأي إعلام آخر. وقد تضمنت ذلك الآية الكريمة ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعِيَ﴾⁽³⁰⁾.
9. اعتمد الإعلام الإسلامي الأسلوب الموضوعي القائم على التحليل والوضوح والتأمل. واتخاذ كافة الوسائل التي تنمي ملكة التفكير لدى الإنسان وذلك إيماناً منه بأهمية العقل واحترام الإنسان الذي يجب أن تتوجه إليه بالإقناع لا أن نجده جراً بواسطة الغرائز والعواطف والانفعالات.
10. الإعلام الإسلامي إعلام إيجابي، وليس إعلاماً سلبياً، ذلك أنه ينقى نفسه دائماً من مختلف مسببات الضعف والدمار، ويركز على أن يكون التغيير والتطوير دائماً نحو الأفضل والأعلى في كل ما يعمل الإعلامي من أجله، وذلك في إطار مبادئ الإسلام وقيمه.
11. يتسم الإعلام الإسلامي بأنه إعلام مطرد النمو، وقوته في حركته إلى الأمام مستمدة من قوة دفع الأثر التراكمي للدعوة عبر جهود ملايين الدعاة لمئات السنين.

12. الإعلام الإسلامي إعلام وظيفي، فهو يستهدف تلافي كافة الأضرار الجانبية أو غير المتوقعة الناتجة عن توجيه الرسالة الإعلامية، وذلك من خلال اليقظة الكاملة والمتابعة المستمرة لكافة جوانب الظرف الاتصالي من قبل القائم بالاتصال.

13. الإعلام الإسلامي لا يفتعل الأحداث، ولكنه يرتبط بها ارتباطاً وثيقاً، وبصفة خاصة الأحداث التي يمكن استثمارها إعلامياً. ويحاول من خلالها أن يشد انتباه الناس إلى مواطن التأمل والعظة والعبرة. ولعل هذا هو السبب في نزول القرآن متواتراً على مدى ثلاثة وعشرين عاماً ولم ينزل دفعة واحدة. ولذلك فإن القائم بالاتصال الإسلامي ليس مجرد ناقل للأخبار، وإنما هو ناقل للأخبار وداعية يقدم منهاجاً يخدم الدعوة ويبني المجتمع ويحقق العدالة والاستقرار.⁽³¹⁾

الأطر والمعالم الرئيسة للإعلام الإسلامي:

من خلال استعراضنا للأسس التي تحكم المنهج الإعلامي في المنظور الإسلامي، فإنه يمكن أن نستخلص القواعد والضوابط التي تحكم هذا المنهج وتحدد معالمه، وذلك في مجموعة من النقاط نجملها فيما يلي:

1. المصدر الرئيس لصياغة منهاج إسلامي للعمل الإعلامي هو القرآن الكريم وسنة رسول الله، ومنهما مرجعية هذا العمل وضوابطه، وهي مرجعية لا تتعدل ولا تتبدل، ولا يعترضها التغيير بفعل عوامل الزمان والمكان، لأنها تستمد نصوصها من الكتاب والسنة، هدفها واضح، وأساليبها محكومة بالقواعد التي تحددها الشريعة الإسلامية.

2. تختلف الفلسفة الإسلامية في الإعلام عن الفلسفات الأخرى، التي تسقط بسقوط النظام الذي أوجدها والقوى التي تحميها، كما هو الحال في الفلسفة الماركسية.. وهي فلسفة راسخة لا تتعدل أو تتبدل بحسب الظروف والمتغيرات التي تفرض نفسها على الساحة المحلية أو الدولية - كما هو الحال في الفلسفة الليبرالية أو نظرية المسؤولية الاجتماعية - لأنها تتميز بالثبات والمرونة في نفس الوقت، ثابتة ثبات العقيدة، ومتحركة مع حركة الحياة، تحترم الإنسان وتليي فطرته، وتنمي عقله، وترتقي بوجدانه، وتطلق ملكاته الإبداعية لإثراء الحياة.

3. إن المدرسة الإسلامية في الإعلام، وإن كانت أصولها تستند على قواعد معينة في العقيدة لا يجوز التغيير والتبديل فيها، مهما تغيرت الأزمنة وتغيرت الأمكنة، إلا أنها صورة متحركة غير جامدة، تقبل التطور والتجديد بما يتلاءم مع مقتضيات العصر وحاجاته، وحسبما تمليه الحوادث وترسمه الأيام. ذلك أن الإسلام قد حارب الجمود على المؤلف، والتقليد الذي يعمي أصحابه عن رؤية الحقيقة، لأن الدعوة الإسلامية لا

تتوقف عند بيئة معينة أو زمان معين، ولكنها تتسع لتخاطب الناس في كل زمان ومكان، انطلاقاً من صلاحية هذه الرسالة لكل الأزمنة، وكل الأمكنة، وكل الظروف والمتغيرات.

4. النظام الإعلامي في المنظور الإسلامي ليس نظاماً ثيوقراطياً دينياً مقدساً، ولكنه نظام إنساني يقع فيه الخطأ والصواب، ويسمح فيه بالاجتهاد في الرأي، وعرض وجهات النظر المختلفة.

5. يعتبر الإعلام عن الإسلام ركيزة أساسية من ركائز الدعوة الإسلامية، انطلاقاً مما ورد في كتاب الله الذي يؤكد على فريضة الدعوة، والالتزام بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، والبلاغ والتواصي بالحق والتواصي بالصبر، شريطة عدم الإعلام إلا في حدود الفهم الصحيح، والمعرفة المتعمقة بالمعلومة التي يتم إبلاغها.

6. أن حرية وسائل الإعلام مكفولة، انطلاقاً من كفالة حرية التفكير والتعبير وحرية الرأي التي أكدتها الشريعة الإسلامية للإنسان، شريطة عدم المساس بالثوابت وأركان الإسلام الرئيسية التي يجب التسليم بما جاءت به من معطيات.

7. إذا كان الإسلام قد أسس منهجه على كفالة حرية الرأي، كفالة في سبيلها وحدها أحل القتال، ودفاعاً عنها أبيض دفع المعتدي حتى لا يفتن أحد في دينه، ولا يظلم أحد بسبب اجتهاده ورأيه، فإن هذا المنهج ينظم هذه الحرية وفق قواعد معينة تقوم أساساً على ما يلي:

أ. عدم الخوض في الثوابت من أصول العقيدة، التي أنزلها الحق تبارك وتعالى، كالشهادتين وأركان الدين الخمسة.

ب. عدم الاجتهاد في المعلوم من الدين بالضرورة من أصول العقيدة، وما أجمع عليه العلماء الثقات، واتفق عليه جمهور المسلمين من أمور تخص دينهم ودنياهم، كطريقة الصلاة، والمقدار الواجب من الزكاة، وما إلى ذلك.

8. إذا كانت الشريعة الإسلامية قد كفلت للجماهير حرية التعبير وحق الاتصال، وفرضت عليهم هذا الواجب، فإنها ألزمت السلطة بالاستماع لكل صاحب رأي، كما فرضت على كل مسلم ومسلمة الإسهام بفكره وعلمه، وحذرت من استخدام وسائل القمع أو القهر لتكليم الأفواه، وحرمان الإنسان من استخدام حقه في القول، والاجتهاد بالرأي، بمختلف الطرق والوسائل المشروعة.

ونظراً لأن وسائل الإعلام هي أقوى قنوات الاتصال تأثيراً، وأوسعها انتشاراً، فإن هذه الوسائل تحمل مسؤولية مضاعفة، تتمثل في تقديم النصح للحاكم والمحكوم، وإتاحة الفرصة للجميع لاستخدام حقهم المشروع في التعبير والتحرير.

9. التعبير عن الفكر والاحتجاج بالرأي وممارسة الحرية، يجب أن يتم بأسلوب عذب، وعبارات سلسلة، وكلمات رقيقة، مدعومة بالحجة الناصعة، والبرهان القوي، والدليل الواضح، لأن المنهج الإسلامي في الإعلام يستبعد العنف والغلظة والإكراه، ويؤكد على الكلمة الطيبة والمعالجة الموضوعية، ويشجع على الحوار الهادئ، والجدل المنطقي، والعرض المقنع.

10. المنهج الإسلامي في الإعلام، يرفض الاستبداد الذي تتبناه النظم الاستبدادية والماركسية، كما يرفض الحرية المنفلتة التي تتبناها النظم الليبرالية الغربية.. والاتفاق أو الاختلاف مع هذه النظم في بعض النقاط، لا يعني تبعية هذا المنهج لأي نظام من هذه الأنظمة.

11. ملكية وسائل الإعلام مكفولة للأفراد والمؤسسات والحكومات، ولكنها تخضع لما تقرره الشريعة الإسلامية من قواعد الاقتصاد الإسلامي، حتى لا يداخلها أي شكل من أشكال الربا أو الظلم أو الاحتكار، وحتى لا تحتكر الملكية والكلمة معاً فتكون دُوَلَّةً بين الأغنياء، ويهيمن عليها أصحاب النفوذ والسلطان.

12. يصوغ المنهج الإسلامي الضوابط والأخلاقيات التي تحكم نشاط العمل الإعلامي، ويأتي في مقدمتها: الالتزام بالصدق مع النفس ومع الآخرين، فلا اجتهد بغير معرفة، ولا فتوى بغير علم، ولا غيبة أو نميمة، كما يؤكد على الابتعاد عن قذف المحصنات، واتهام الناس بالباطل، وعدم النشر بغير تمحيص وتدقيق، كما يستبعد النفاق، والجمالة المقنونة للأفراد أو الحكومات، ويرفض المبالغة في القول، أو التجاوز للحقيقة أو إخفاءها أو التغاضي عنها، باستثناء الظروف التي تمر بها الأوطان أوقات الحروب والأزمات، حفاظاً على الروح المعنوية، ودرءاً للحرب النفسية المعادية.

13. الإعلام في المنظور الإسلامي، يستهدف -أولاً وقبل كل شيء- بناء الإنسان، لأن الإنسان هو الهدف والغاية التي يتمحور حولها هذا الخلق، لعبادة الله على هذا الكوكب: ﴿وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ﴾⁽³²⁾. فالصلاة والزكاة، والعمل والطاقة البشرية كلها موظفة لتحقيق هذه الغاية التي من أجلها خلق الله الخلق.. وأي مساس بالإنسان يؤثر على عقله ووجدانه، ويبعده عن الطريق السوي الذي رسمه القرآن وأكده السنة، مرفوض شكلاً وموضوعاً، محكوم عليه بالبوار والانهيار. ذلك أن أي استثمار يغفل الإنسان ويتجاهل عقله، هو استثمار لا قيمة له ولا جدوى من ورائه، لأن هؤلاء البشر هم المكون الأساس في بناء الأمم، بسواعدهم تنهض، وبعقولهم يمكن الانتصار في المعارك، وتجاوز الصعاب، والتغلب على المشكلات، واقتحام التحديات، وبناء الحضارات.

14. يحفل المنهج الإسلامي في الإعلام، بالعلم والعلماء، ومن ثم فهو يشجع على إعداد الدراسات وإجراء البحوث العلمية في مختلف ميادين النشاط الإعلامي -ولا سيما بحوث الرأي العام- حتى يمكن إعداد الخطط العلمية التي تتوافق مع ظروف الجماهير المتلقية، وتناسب مع واقعهم الثقافي والاقتصادي والاجتماعي، وتلي

احتياجاتهم، وتتناول مشكلاتهم، بعد أن أصبحت بحوث الرأي العام هي المصايح التي يسترشد بها صناع القرار في وضع السياسات، ومواجهة الأزمات.. وبدون دراسة علمية دقيقة لاتجاهات الجماهير، فإن هذه الخطط والقرارات سوف تكون مجرد مُكاء وتصديّة، وقد لا تجد من يعبأ بها أو يهتم بمعطيائها، كما أن هذه البحوث تُسهّم في ظهور قيادات إسلامية ديمقراطية، وإبقاء هذه القيادات على صلة وثيقة بالجماهير.

15. يؤكد المنهج الإسلامي في الإعلام على أهمية الحفاظ على اللغة العربية، وتقويم اللسان العربي، وتصحيح الأخطاء التي ترتكب في حق هذه اللغة، وحماية الجماهير من الانحراف بها، وذلك من خلال حسن اختيار اللفظ والعبارة، وانتقاء الكلمات الصحيحة الدقيقة، والاهتمام بفن الإلقاء، والقدرة على النطق الصحيح، والحديث السليم، وترسيخ هذه العادة لدى الأطفال الذين يكتسبون عادات النطق وفن القول في أولى مراحل حياتهم. وتستطيع الإذاعة والتلفزيون -بصفة خاصة- الإسهام الفعال في هذا الصدد، لأن هاتين الوسيلتين يمكنهما القيام بدور المدرسة دون التقيّد بعدد محدد من التلاميذ.

16. تستطيع قنوات الاتصال تحقيق ديمقراطية المشاركة، من خلال تهيئة المناخ الصالح للحوار والمناقشة بين القيادات والقواعد، لمناقشة قضايا المجتمع، بهدف إزالة عملية التشويش والعقبات التي تقف في سبيل التفاهم، وتأمين حق الاتصال للأفراد، لمنع اللبس وسوء الفهم، عن طريق الشرح والتفسير وتبسيط الأفكار وتقديمها بطريقة جذابة ومفهومة، وإتاحة الفرصة للمعلومات لكي تنساب إلى الناس بسهولة ويسر، ودون معوقات.

17. تشير الشواهد العلمية والواقع الملموس إلى أن المنهج الإسلامي في الإعلام، يواجه صعوبات جمة في العمل به، نظراً للمعوقات الكثيرة والعوامل المتعددة التي تقف حجر عثرة في طريق تطبيقه -شأنه في ذلك شأن المنهج الإسلامي في الاقتصاد والتربية والأدب وغير ذلك من المناهج المختلفة التي تصوغ الفكر الإسلامي- فهذه المناهج لم تأخذ فرصتها بعد في الدراسة العلمية المتأنية، كما لم تأخذ سبيلها إلى التطبيق العملي، لاعتبارات سياسية أو أيديولوجية أو إدارية.

18. تتحمل الدول الإسلامية مسؤولية إحداث تغيير جذري في النظام الحالي الذي يحكم العلاقات الإعلامية بين الدول المتقدمة والدول الإسلامية، بحيث تكون علاقات محترمة وعادلة، تحقق الحد الأدنى لحقوق الإنسان في الاتصال، بدلاً من الهيمنة الفكرية التي تجعل فئة مهيمنة وأخرى خاضعة، مغلوبة على أمرها، وتحدث اختلالاً بيئياً في نشاط وملكية وسائل الاتصال وقنوات الفكر ومصادر المعلومات.

19. تتحمل أجهزة الدعوة والإعلام مسؤولية تزويد الجماهير المسلمة وغير المسلمة بمحقاق الدين الإسلامي، لحماية الرأي العام من أخطار الجهل به، والقضاء على المعتقدات الخاطئة والمفاهيم المغلوطة التي تسود أغلب دول العالم عن الإسلام والمسلمين.. كما تتحمل هذه الأجهزة مسؤولية الحفاظ على صورة الإسلام خارج ديار الإسلام، وتزويد الرأي العام العالمي بالرؤية الإسلامية الصحيحة للقضايا المعاصرة، وتعريفه

بموقف الإسلام من العقائد والأديان والمذاهب الأخرى، وتقديم البديل للمشكلات الدولية التي استعصت على الحل في المجتمعات الأخرى.

20. كشفت الدراسة عن أهمية استثمار معطيات التكنولوجيا المعاصرة في حقل الإعلام والمعلومات، وأهمية استثمار كافة الوسائل المتاحة، لتحقيق أوسع انتشار ممكن لدعوة الإسلام على هذا الكوكب الذي نعيش فيه، عبر وسائل الإعلام الحديثة والتقنيات المعاصرة، وإقامة مراكز نشطة للدعوة الإسلامية في الخارج، تظطلع بمهمة الإعلام عن الإسلام بمختلف الطرق والأساليب، من خلال إقامة جسور من التعاون، وتبادل المعلومات مع أجهزة الإعلام ومراكز المعلومات ووكالات الأنباء الدولية.

21. تؤكد المستجدات المعاصرة على الساحة الإعلامية، أهمية تأهيل كوادر من العناصر المسلمة والمؤيدة لقضايا الأمة في الداخل والخارج، وتكليفهم بالدعوة إلى الله والإعلام برسالته، نظراً لأن اختيار العناصر المؤمنة والقادرة على تبليغ الرسالة هو في الحقيقة البداية الصحيحة والركيزة الأساس لنجاح هذا العمل، ومن ثم يصبح من الأهمية بمكان تخلص هذه الأجهزة من العناصر المنافقة والضعيفة والمعرضة والكارهة للإسلام وأهله.

هوامش

- 1 د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي، ط2، 1978م، ص76.
- 2 د. إبراهيم بن أحمد الشمسي، الإعلام ودوره في الوقاية من الجريمة بين الإيجاب والسلب، 2003م، ص175
- 3 آلاء أحمد هشام/ مصباح عمار، الإعلام: مقوماته، ضوابطه، أساليبه في ضوء القرآن الكريم دراسة موضوعية، بحث الماجستير، الجامعة الإسلامية غزة، 2009م، المقدمة.
- 4 أحمد عبدالعزيز المبارك: أجهزة الإعلام ودورها في توجيه المجتمع، دائرة القضاء الشرعي، أبو ظبي، 1977م، ص67.
- 5 رشاد شحاتة أبو زيد: مسؤولية الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى، 1999م، ص8.
- 6 ابن منظور، لسان العرب . باب العين مع اللام والميم، طبعة دار المعارف، 4/ 3083 - إسحاق بن إبراهيم الفارابي، ديوان الأدب، مجمع اللغة العربية، القاهرة 1974م، ج2، ص330
- 7 رشاد أحمد عبد اللطيف: تنمية المجتمع وقضايا العالم التربوية، دار المعرفة الجامعية، ص135.
- 8 الفيروز آبادي، القاموس المحيط، فصل العين، باب الميم - والراغب الأصفهاني، مفردات غريب القرآن، دار الكتب العلمية بيروت، لبنان - مادة علم.
- 9 بطرس البستاني: محيط المحيط، مادة (علم)، ص639. وانظر لسان العرب مادة (علم)
- 10 إبراهيم إمام: الإعلام الإسلامي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1980م، ص14.
- 11 د إبراهيم الإمام، الإعلام الإسلامي، ص27. و- د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي، ط2، 1978م، ص75.
- 12 د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، ص76
- 13 د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، ص75
- 14 د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي، مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم: دراسة تحليلية لنصوص من كتاب الله. الرياض: دار عالم الكتب 1986م، ص17 و18.
- 15 عبد العزيز شرف: الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة: 1998م، ص17
- 16 إمام، إبراهيم، الإعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو المصرية، ط1، 1969، ص12؛ محي الدين عبد الحلیم: الإعلام الإسلامي: الأصول والقواعد والأهداف، مؤسسة اقرأ الخيرية، 1992م، ص54.
- 17 محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي: المبادئ، النظرية، التطبيق، ط1، 2002، دار الفجر، القاهرة، ص24.
- 18 صبيح، سعيد إسماعيل، الإعلام الإسلامي النظري في الميزان، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية 1997م، ص105
- 19 محمد محمد يونس: وظائف الإعلام الإسلامي، ورقة مقدمة إلى ندوة: "الإعلام الدولي وقضايا العالم الإسلامي"، القاهرة، نوفمبر 1998م، ص28-29.
- 20 محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي: المبادئ، النظرية، التطبيق، ص25
- 21 عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، بيروت، ط1، 1985م، ص29.
- 22 مستفاد بتصرف كبير وإعادة صياغة غالباً من إضاءات حول الإعلام الإسلامي للدكتور عبد القادر طاش. كتاب الأمة رقم28 مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، قطر 1411هـ، ص3-7، الإعلام الإسلامي في مواجهة

- الإعلام المعاصر للأستاذ عبد الله قاسم الوشلي، دار عمار للنشر، اليمن، صنعاء — الطبعة الثانية 1414هـ/1993م. ص 3 — 6.
- 23 أحمد محمد العسال: النظام الاقتصادي في الإسلام، مكتبة وهبة، القاهرة، 1977م، ص 145.
- 24 محمد منير سعد الدين: الإعلام قراءة في الإعلام المعاصر والإعلام الإسلامي، دارالمخروسة، بيروت، 1991م.
- 25 زغلول راغب النجار: أزمة التعليم المعاصر وحلولها الإسلامية، المعهد العالي للفكر الإسلامي، 1990م، ص 135.
- 26 عايد الشعراوي: تدوين الفكر الإعلامي في العالم، دار النهضة الإسلامية، بيروت، 1989م، ص 141.
- 27 علي جريشة: نحو إعلام إسلامي، مكتبة وهبة، القاهرة، 1989م، ص 87.
- 28 منير حجاب: نظريات الإعلام الإسلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية، 1982م، ص 39.
- 29 البقرة: 256
- 30 يوسف: 108
- 31 محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي: المبادئ، النظرية، التطبيق، 25 — 27
- 32 الذاريات: 56