

الإعلام الإسلامي الإلكتروني وضوابطه

إعداد: د. يوسف إسماعيل مكي فضل

أستاذ مساعد بكلية الدعوة الإسلامية

قسم الدعوة والثقافة الإسلامية

مقدمة:

الحمد لله الذي فطر عقول البشرية المتغايرة، وجعل النفوس برأيها على نقطة الرضى دائرة، أحمده على نعمه التي أوضحت ما أبهم وألبس، والحمد لله القائل ﴿ فَأَصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ ﴾^(١)، والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين.

إن التطور السريع الذي أحدثته ثورة التكنولوجيا والاتصال عامة وكان له نصيب أكبر بالإعلام ووسائله بصفة خاصة، حيث أصبحت هذه الكلمة أو المعلومة التي اصطلح عليها باسم الرسالة الإعلامية تنقل من شخص أو أشخاص إلى عالم متسع من المتلقين، ولكن بوسيلة جديدة وسريعة عبر الراديو والتلفاز والهاتف النقال حديثاً، والتي تنتقل موادها الإعلامية على أنظار الملايين عن طريق الوسائل المرئية الحديثة " فيس بوك، واتساب، اسكايب، وتانجو، وغيرها من الوسائط الإلكترونية المتعدد عبر الشبكة العنكبوتية -الانترنت-. مما جعل العملية الإعلامية تتحول شكلاً ومضموناً وهدفاً حيث لم تعد مجرد خبر ينقل أو تسلية في وقت فراغ، بل أصبحت تمثل نشاطاً هادفاً يسعى إلى العديد من الأهداف التي تتركز في معظمها على التأثير والإقناع بهدف أحداث التغيير والتحويل نحو أهداف ومبادئ وقيم يسعى إليها صاحب الرسالة ومرسلها، سواء كان ذلك في عالم القيم والمثل أو الاتجاهات و المبادئ و المذاهب، وبهدف استمالة المتلقي -السامع أو الرائي- واعتناقه لقيم ومبادئ صاحب الرسالة.

أسباب اختيار الموضوع:

- ١- عدم وجود الخبرة الكافية لاستخدام الوسائل الحديثة التي جعلت كل صغير وكبير ذا علم أو جاهل يبيث الاخبار عبر هذه الوسائل.
- ٢- توضيح طرق وقواعد لضبط العملية الإعلامية.
- ٣- بث الافكار الراشدة للإسلام والدعوة إليه.
- ٤- ضبط عملية الإعلام بضوابط واحكام حتى يستفاد من الخبر.

أهداف البحث:

- ١- بيان مفهوم الإعلام ومرادفاته كما جاء في القرآن الكريم.
- ٢- بيان أن الإعلام الإسلامي إعلام هادف وصادق.
- ٣- بيان أن العالم الإسلامي هو مجتمع تسامح وعدالة ورحمة وتكافل.
- ٤- توضيح المفاهيم والأفكار والبرامج الإعلامية الهادفة.
- ٥- توضيح الضوابط للعملية الإعلامية من صدق الخبر والمعلومة.
- ٦- تزويد الأمة بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنه رسوله ﷺ بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية متخصصة.

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في الإعلام الإسلامي الذي ينقل للأمة أحداث الحياة بكل جوانبها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية في إطار الالتزام بالإسلام في الأصول المنهجية والسياسات العامة، ويتخذ من الوسائل والأساليب ما يتناسب مع مقاصده الحسنة وغاياته السامية وأهدافه الخيرة وأهمها:

- ١- تصحيح مفاهيم الإعلام والدعوة إلى مبادئه السمحة، وقيمه الأصلية النافعة بطريقة علمية وعملية فنية، لتكون هذه القيم منهاج حياة كل مسلم
- ٢- مضامين ومحتويات رسائلها الإعلامية مهما اختلفت أشكالها وقوالبها

وتنوعت أساليبها ووسائلها، فهي مضامين صالحة لكل زمان وكل مكان تؤدي إلى النتائج المرجوة منها.

- ٣- الذود عن الإسلام والدفاع عنه ورد المعتدين .
- ٤- تثبيت العقيدة والشريعة معاً في عالم يموج بالمذاهب والأفكار.
- ٥- التأثير في سلوك الأمة.

مشكلة البحث:

- ١- إن انتشار الوسيلة والابحار المتراكمة والمغلوطة أحياناً يؤدي إلى الفتن.
- ٢- ما الوسيلة المشتركة بين كافة الناس لتوصيل الاخبار والإعلام؟
- ٣- ما الطرق الحديثة والجاذبة لتلقي المعلومة والخبر؟
- ٤- ما ايسر الطرق لجذب السامع ومتلقي الخبر؟

منهج البحث:

لقد اتبع الباحث المنهج الوصفي، و التحليلي في تحليل ما جاء من موضوع وفق تعاليم الإسلام.

هيكل البحث:

لقد قسمت هذا البحث إلى مقدمة وثلاثة مباحث وخاتمة وفهارس على النحو التالي:

المبحث الأول: مفهوم الإعلام الإسلامي والالكتروني.

المبحث الثاني: الوسائل الإعلامية الالكترونية.

المبحث الثالث: الضوابط الإعلامية الالكترونية.

الخاتمة وتشمل النتائج والتوصيات.

الهوامش. فهرس المصادر والمراجع.

مستخلص البحث

خلصت الدراسة التي جاء عنوانها الإعلام الإسلامي والالكتروني "المفهوم، الوسيلة، الضوابط" بمنهج دراسي تحليلي وصفي، بهدف توضيح الضوابط للعملية الإعلامية، وبيان أهمية الإعلام الإسلامي والإعلامي الالكتروني الهادف، وذلك من باب الذود عن الإسلام، في إطار الالتزام بالإسلام في الأصول المنهجية والسياسات العامة، وشملت الدراسة جانب من توضيح المفهوم العام للإعلام والإعلام الإسلامي والالكتروني، وتبيين الوسائل الإعلامية الالكترونية، والضوابط الإعلامية للنشر الالكتروني، وختمت بأهم نتائج منها أن التثيت والتروي والتحري في نقل ونشر الأخبار وذلك بما تسببه من أضرار بالمجتمع، وثبوت سلبيات بوسائل التواصل الاجتماعي وذلك لعدم التزامها بالضوابط الشرعية، ثم أوصت الدراسة بضرورة ضبط الإعلام في الدول الإسلامية في ضوء أحكام الإسلام وضوابطه، وزيادة الوعي بالأحكام الشرعية المتعلقة بالإعلام على اختلاف أشكاله وأنواعه، وتفعيل الأجهزة الرقابية على كافة الوسائل الإعلامية، ثم زيل البحث بأهم المراجع.

Abstract

The study, entitled "Islamic, electronic media" concept, means, controls, "concluded with an analytical and descriptive curriculum, in order to clarify the controls of the media process, and to show the importance of Islamic media and electronic purposeful, in order to defend Islam, within the framework of commitment to Islam in the methodological principles and public policies. The study included part of clarifying the general concept of media and Islamic and electronic media, and identifying electronic media, and media controls for electronic publishing. The study recommended the need to control the media in Islamic countries in the light of the provisions of Islam and its controls, and increase awareness of the legal provisions related to the media in all its forms and types, and activate the oversight bodies on all media outlets. Zell search top references

المبحث الأول مفهوم الإعلام الإسلامي

أولاً: تعريف الإعلام لغةً واصطلاحاً:

بالرجوع إلى قواميس اللغة العربية بحثاً عن معنى كلمة (الإعلام) بهذا المعنى اللفظي المستعمل الشائع لمدلول خاص معاصر نجد عناءً شديداً في الحصول على ذلك خاصة في مادة (ع ل م) فهو مصطلح قديم بالمعجم لمادة علم دخل لغتنا العربية دون أن تعرفه معاجمها وقواميسها بما نعرف له من دلالة ومعنى في حياتنا اليومية، وهو مستحدث تماماً، أشق لغة من (العلم) ومن إيصال المعلومة الصحيحة للناس.

إلا أنه وإن كانت تسميته قديمة مستحدثة في لغتنا العربية فهو من حيث كونه علماً أو فناً أو منهجاً ليس بالجديد علينا إنما هو جزء من وجودنا وحضارتنا وتراثنا، وهو في الوقت نفسه وبالمفهوم الذي نعرفه ونمارسه ليس جديداً على البشر كلهم.

والإعلام مصدر الفعل الرباعي أعلم، يقال: أعلمَ يُعلمُ إعلاماً.. وأعلمتهُ بالأمر: أبلغته إياه، وأطلعت عليه وهو نقيض الجهل، يقال: "استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه"^(٢)، وهو يشير إلى حصول حقيقة العلم، أي معرفته للمستعلم وهو المتلقي. والإعلام هو التبليغ، ويقال: بلغت القوم بلاغاً: أي أوصلتهم بالشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، ففي الحديث: "بلغوا عني ولو آية"^(٣)، وقال سيبويه: "وأعلمتُ: كأذنت"^(٤).

الإعلام اصطلاحاً:

تعددت التعريفات لمصطلح الإعلام من الناحية الاصطلاحية واختلفت في المضمون وفي الشمول وذلك لاختلاف التصورات وتباين الأفكار وتضاد الأهداف التي أنيطت بهذا العلم ووسائله المعاصرة الحديثة، ومن هذه التعريفات الكثيرة ما يلي:

١/ تعريف العالم الألماني توجروت عرفه بأنه: "التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت" أي أن الإعلام لا بد أن يكون صادقاً مجرداً من الميول والأهواء غير متحيز، قائماً على أساس التجربة الصادقة متمشياً مع الجمهور الذي يوجه إليه^(٥).

٢/ الإعلام هو "عملية تبادل المعلومات، والأخبار والأفكار ووجهات النظر"^(٦).

٣/ الإعلام هو "تلك العملية التي يتم من خلالها نقل الأخبار والمعلومات والأحداث بشكل موضوعي وحيادي لوضع الناس أمام حقيقة الحديث المنقول، فهو مرادف لنقل رسالة إخبارية فكلمة إعلام تفيد الأخبار كما تدل على معنى الاطلاع والتوصل والاتصال"^(٧).

٤/ الإعلام هو: "إعداد رسائل واقعية موحدة لتصل إلى أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيما بينهم من النواحي الاقتصادية والثقافية والسياسية في مناطق متفرقة ويعني بالرسائل الواقعية مجموعة الأخبار والمعلومات والتعليمات التي تدور حول الأحداث وتنشرها الصحف وتذيعها الإذاعة وبقية وسائل الإعلام"^(٨).

ثانياً: مفهوم الإعلام الإسلامي:

تعددت التعريفات عن الإعلام بصورة عامة وهي متفقة في تعريف الإعلام اللغوي والاصطلاحي، وتميزت بعض التعريفات الأخرى للتعريف الإسلامي والذي قد عرفه بعض الباحثون بالتعريفات التالية:

١. هو: "عرض جميع المواد الإعلامية من وجهة النظر الإسلامي"^(٩)
٢. هو: "تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله ﷺ بصورة مباشرة أو من خلال وسيلة إعلامية عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأى عام صائب يعنى بالحقائق الدينية وترجمتها في سلوكه ومعاملاته"^(١٠).
٣. هو: "إعلام عام غير متخصص لمجتمع مسلم أو دولة إسلامية أو حكومة إسلامية، لكن الواقع لمجتمعاتنا الإسلامية يحتم علينا القول

بأن الإعلام الإسلامي في ظروفنا المعاصرة هو صورة من صور الإعلام المتخصص، وهو الإعلام الديني^(١١).

٤. 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"^(١٢).

والناظر لهذه التعريفات يجدها لا تخرج عن مضمون الإعلام المختص للمجتمع المسلم بكل مكوناته . نجد المعنى يكتمل بصورة ذكر القرآن الكريم بمرادفات المعنى له بكثير من الآيات، ولم يرد لفظ الإعلام صريحاً في القرآن الكريم، وإنما ورد ما يقاربه من مفردات ومعاني، منها: (أذن، صدع، بلغ، أذاع، نبأ):

١. أذن : تقول العرب: "قد أذنتُ بهذا الأمر أي علمت. وأذنتي فلانُ أعلمني"^(١٣)، وفي هذا قال تعالى: ﴿ فَلَمَّا جَهَرَهُمْ بِجَهَارِهِمْ جَعَلَ السَّكَايَةَ فِي رِجْلِ أَخِيهِ ثُمَّ أَذَّنَ مُؤَذِّنٌ أَيَّتْهَا الْعِيرُ إِنَّكُمْ لَسَّرْتُمْ ﴿٧٠﴾ ﴾^(١٤) وقوله تعالى: ﴿ وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَىٰ كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَكَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ ﴿٣٧﴾ ﴾^(١٥)، ومن المعنى في الآيتين لكلمة أذن يأتي بمعنى نادى وأعلم.

٢. اصدع: صدعُ النبات الأرض صدعاً: شققها وظهر منها، وصدع الأمر وبه: بينه وجهر به ﴿ فَأَصْدَعُ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضُ عَنِ الْمُشْرِكِينَ ﴿١٤﴾ ﴾^(١٦) وهذا معنى إعلام الناس بالحق الذي يجب أن يلتزموا به، وإعلام بالباطل الذي يجب أن يبتعدوا عنه^(١٧).

٣. بلغ: أي بلغ الأمر وصل إلى غايته، وبلغ بلاغاً، كما ورد في قوله ﷺ: "بلغوا عني ولو آية"^(١٨)، فأعلم وأبلغ وبين وأوصل تعني إشاعة المعلومات وبتها وتعميمها ونشرها وإذاعتها على الناس^(١٩).

٤. نبأ: فالإنباء هو الإخبار لا سيما فيما كان فيه فائدة عظيمة، ﴿ قَالَ يَكَادُمُ أَنْبِيئُهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ ﴾

وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ ﴿٣٣﴾ وقوله تعالى: ﴿فَمَكَثَ غَيْرَ بَعِيدٍ فَقَالَ أَحَطْتُ بِمَا لَمْ تُحِطُ بِهِ وَجِئْتُكَ مِنْ سَبَإٍ بِنَاءٍ يُقِينِ ﴿٣٢﴾ (٢١)

٥. أذاع: وهو إظهار الشيء وإفشاؤه، وانتشاره، ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أذَاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْ لَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا﴾ (٢٢)

ثالثاً: مفهوم الإعلام الإلكتروني (Electronic media):

ومن هنا لا بد من ذكر تعريفين وهو الحاسب الآلي والشبكة العنكبوتية التي تستخدم من جانب الإعلاميين:

١. الكمبيوتر (الحاسب الآلي): هو "عبارة عن آلة إلكترونية تقوم بمعالجة البيانات وتخزينها واسترجاعها وإجراء العمليات الحسابية والمنطقية" (٢٣).
٢. الشبكة العنكبوتية (الانترنت): لفظ انترنت هو "اختصار لمصطلح "الشبكة الدولية" ويطلق عليها الشبكة العنكبوتية، والشبكة الأم، وشبكة الشبكات" وتتكون هذه الشبكة من المئات من أجهزة الكمبيوتر المرتبطة وتسمح بتداول ونقل البيانات والمعلومات من جهاز لآخر وهي اختصار لجملة International Network (٢٤).

يعتبر مفهوم الإعلام الإلكتروني مركب من شقين الجانب الإعلامي ثم الجانب التقني الحاسوبي والذي اشكاله متعددة ومتنوعة الاستخدام والمجالات، إذاً الإعلام الإلكتروني من ضمن المفاهيم التي جاءت بها ثورة التكنولوجيا الحديثة، والذي كانت له أيضاً تعريفات متعددة لكن المضمون بها واحد فمنها التعريفات التالية للمفهوم:

١. هو "عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي

في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف، ويمتاز عن الإعلام التقليدي بأنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة، وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدية، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر، وهو يعتمد بشكل رئيسي على الشبكة العنكبوتية -الإنترنت- التي تتيح للإعلاميين فرص كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة إلكترونية بحته دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية، كمحطات البث الإذاعي والتلفزيوني والمطابع وغيرها، بطرق تعتمد على الجمع بين النص والصوت والصورة، وترفع الحواجز بين المتلقي والمرسل^(٢٥).

٢. عرفه جونز (jones) هو "مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني أصبحت ممكنة باستخدام الكومبيوتر كمقابل للإعلام القديم الذي يشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو إلى حد ما وغيرها من الوسائل الساكنة"^(٢٦).

كما يعرف الإعلام الإلكتروني بأنه (الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي آلياً أو شبه آلي، في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصال والمعلومات كقوالب إعلامية غنية بإمكانها في الشكل والمضمون، كما إن الإعلام الإلكتروني هو الإشارات والمعلومات الصور والأصوات المكونة لمواد إعلامية بأشكالها المختلفة التي ترسل أو تستقبل عبر المجال الكهرومغناطيسي).

ومن تعدد التعريفات هذه تعددت الأسماء أيضاً، إذ يطلق عليه البعض تسمية "الإعلام الرقمي" فعرفه د. محمد عبد الحميد : (العملية الاجتماعية، التي يتم فيها الاتصال من بعد، بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها، لتحقيق

اهداف معينة) (٢٧).

كما يطلق عليه تسمية الإعلام التفاعلي فعرفه د. حسنين شفيق بأنه : (هو عملية الدمج الآني أو المتأني في اسلوب الاتصال والتواصل بين المرسل والمستقبل، تكون المادة أو الرسالة هي محور هذا الدمج بغرض توصيل الفكرة أو الاقناع بها، أو الاستدراك حولها، فالتفاعلية من أهم الخصائص التي اختص بها الإعلام الالكتروني بشكل مميز عن بقية وسائل الإعلام الاخرى لدرجة أن أطلق عليه الإعلام التفاعلي) (٢٨).

كما يطلق عليه إعلام الوسائط التشعبية أو الفائقة (hypermedia) ويشير المفهوم إلى أن مفهوم النص المترابط أو الفائق (hyper text) الذي يعد أساس التجول داخل شبكة الانترنت وشبكة الويب العالمية (www) على وجه الخصوص، لطبيعته المتشابكة وامكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات تشعبية كما يطلق على بعض تطبيقاته إعلام الوسائط المتعددة لوصف تقنيات الاجهزة والبرمجيات الحاسوبية كلها القادرة على عرض النص والصوت والصورة ما يلحق بها من تأثيرات سمعية وبصرية من الممكن ان تكون ثلاثية الابعاد، ضمن مخرجات موحدة) (٢٩).

وهو أيضاً الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال (online media) بالتركيز على تطبيقاته في الانترنت وغيره من الشبكات كما يطلق عليه تعبير الوسائط المسيربونية (cyber media) ويعني تعبير السايبرميديا العالم المصنوع من المعلومات الصرفة التي تأخذ - ليس فيزيائيا- شكل المادة، ويصف التعبير شكل وسائل التحكم الالكتروني التي حلت محل الأداء البشري، ولكنه يستخدم هنا لوصف فضاء المعلومات لشبكة الانترنت، كما يطلق عليه صفة إعلام المعلومات (info media) للدلالة على التزاوج داخله بين الكومبيوتر والاتصال، وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها، وأخيراً هناك من يطلق عليه تسمية الإعلام الجديد فقد وضعت كلية شريدان التكنولوجية

(Sheridan) تعريفاً علمياً للإعلام الإلكتروني بأنه : (كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم بشكل رقمي وتفاعلي، وهناك حالتين تميزان الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد، والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كألية رئيسية له في عملية الانتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه وهي أهم سماته)^(٣٠).

كما يطلق على الإعلام الإلكتروني بإعلام العولمة وهو إعلام يعرف على انه سلطة تكنولوجية ذات معلومات معقدة، لا تلتزم بالحدود الوطنية للدول، إنما تطرح حدوداً فضائية غير مرئية، ترسمها شبكات اتصالية معلوماتية على اسس سياسية واقتصادية وثقافية وفكرية، لتقديم عالماً من دون دولة ومن دون أمه ومن دون وطن. ومن هنا نجد أن مفهوم الإعلام الإلكتروني اقترن باستخدام الحواسيب والوسائط الرقمية المتعددة في الاتصال مما يؤكد ضرورة الاهتمام بالمستحدثات الرقمية وخصائصها وتأثيراتها في التطور المعاصر والحديث لتكنولوجيا الاتصال، إذ أن اختلاف التعاريف والمسميات تعكس تعدد وتنوع الخصائص التي تميز بها الإعلام الإلكتروني، وبذلك تعرف الباحثة الإعلام الإلكتروني من مجموعة من العناصر المشتركة بين التعاريف والتسميات السابقة كلها، هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف، ويشمل المعلومة والصوت والصورة عن طريق الدمج بين الوسائل الإعلامية جميعها التقليدية والإلكترونية في آن واحد من خلال استخدام الوسائط المتعددة، ويمتاز بالتفاعلية والدمج بين المرسل والمستقبل في ان واحد فضلاً عن التنوع وشمول المحتوى واستخدام النص الفائق والروابط التشعبية، إذ يقترن مفهوم الإعلام الإلكتروني باستخدام الحواسيب والوسائط الرقمية المتعددة في الاتصال ويمثل الانترنت ابرز ادواته.

المبحث الثاني: الوسائل الإعلامية الالكترونية

تعددت الوسائل الالكترونية في العصر الحاضر، وامتازت بالتجدد والتنوع المتسارع بين المقروء والمكتوب، والمشاهد والمستمع، فأصبحت عملية النشر الالكترونية من أسهل العمليات لعامة الناس وهي غير مضبوطة بمقياس معين لدى العامة، وهذا الشيوع وعدم المراقبة عليه تنجم عنه أخطاء باللفظ والنقل ومضمون المعنى، فلا بد من ضابط لهذا الأمر، فنجد الإسلام هو الذي يضبط هذه العملية بضوابطه الإيمانية إذا ما استخدمت عبر الوسيلة الناقلة لعملية الاتصال بالصورة الصحيحة، فالوسائل متعددة ونجد اليوم أهمها وأخطرها المحمولة والمتنقلة كالهاتف والكمبيوتر المحمول بأشكاله المتعددة.

ومما لا شك فيه أن الدعوة إلى الإسلام لا تقتصر على الرسل والأنبياء فقط، بل تمتد إلى الأشخاص العاديين في كل زمان ومكان بالتبليغ؛ قال سول الله ﷺ: (بلغوا عني ولو آية، وحدثوا عن بني إسرائيل ولا حرج، ومن كذب علي متعمداً، فليتبوأ مقعده من النار)^(٣١). فنجد أهم الوسائل التي ساعدت على نشر الإسلام في هذا العصر وسائل الإعلام بمختلف أقسامها، وخاصة مع ظهور التقنيات والتكنولوجيا الحديثة فأصبح الأمر أسهل من ذي قبل؛ حيث أصبح العالم قرية صغيرة يستطيع الشخص أن ينشر مقالاً في بلد ما ليقرأها شخص آخر في أقصى بلاد العالم، وبالتالي أصبح على الإعلامي الداعية الإسلامي عبء ثقيل في نشر الرسالة الإسلامية والدفاع عن الإسلام والتحقق فيما ينشر ويبلغ عبر الإعلام الجديد، والرد على كل من يحاولون تشويه الإسلام وإرساء صورة سلبية خاطئة عن الإسلام والمسلمين في العالم.

إن الداعية الإسلامي هو مكلف شرعاً بالدعوة إلى الله، كما يقول الدكتور عبد الكريم زيدان في تعريفه للداعية: هو "كل مسلم بالغ عاقل من هذه الأمة الإسلامية مكلف بهذا الواجب"^(٣٢) ويشير أيضاً عبد الكريم زيدان للأسلوب الذي يتخذه بالفض حيث قال "هي العلم الذي يتصل بكيفية

مباشرة التبليغ، وإزالة العوائق عنه. والمصادر الأساسية التي يستمد الداعية أساليب دعوته الحكيمة منها: هي كتاب الله، وسنة رسوله ﷺ، وسيرة السلف الصالح^(٣٣)، فلا تختص الدعوة بالعلماء فقط كما يفهم البعض، قال تعالى: ﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴾ (١٠٨) ^(٣٤). وكذلك الوسيلة المتبعة قد أوضحت قال تعالى: ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَحَدِّثْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾ (١٢٥) ^(٣٥).

وذكرنا أن الوسائل تعددت وتنوعت ما بين الوسيلة المقروءة والمكتوبة والثانية المسموعة والمشاهدة، وجميعها عبر الشبكة العنكبوتية الآن وتمتاز هذه الوسائل بعدة خصائص منها:

١. التفاعلية.
٢. التزامنية.
٣. المشاركة والانتشار.
٤. الحركة والمرونة.
٥. الكونية وتخطي حدود الزمان والمكان.
٦. اندماج الوسائط.
٧. زيادة الانتباه والتركيز نتيجة التفاعل.
٨. سهولة التخزين والحفظ والاسترجاع^(٣٦).

نماذج لهذه الوسائل المسموعة والمقروءة عبر الشبكة العنكبوتية - الانترنت- والتي لها واسع الانتشار التعامل بين عامة الناس والتي يمكن للداعي استغلالها بصورة هادفة للدعوة إلى الله تعالى وهي:

أولاً - الوسائل المقروءة :

١ - الكتاب: رغم انتشار الوسائل التعليمية بأشكالها المتنوعة، وتطورها، إلا أن الكتاب سيظل الأكثر استخداماً في حفظ ونقل المعارف والعلوم والمفاهيم والقيم. وأصبح نقله وتخزينه وقراءته بصوت اليكتروني بلغات متعددة الترجمة من وإلى اللغة الأم، وهذه القراءة تتم على الشبكة العنكبوتية كما يمكنك طباعته.

٢ - الصحيفة والمجلة: ويمكن تعريف الصحيفة بأنها : النافذة التي يرى منها الفرد العالم، وتدخل الصحف والمجلات العامة "الدعوية" أو "التجارية" ضمن الدوريات التي تمثل حلقة اتصال مهمة بين أفراد المجتمع بكل طبقاته، وتتميز: بالجدة، وسهولة الحصول عليها وتغيرت النسبة بعد شيوع شبكات التلفزة والانترنت التي طورت كثيراً من تقنيات الاعلان ونفقاته^(٣٧). ويمكن للقارئ مطالعة المجلة- أو الصحيفة في مختلف الأمكنة داخل بيته وخارجه، وليس فيها إكراه يمارس على المطالع ليقرأ الإعلام ومطالعة الإعلان وتكرار ذلك رهن إرادة من يقرأ المجلة أو يقبل عليها^(٣٨).

٣ - اللافتة: تعتمد على الجملة المعبرة الواضحة، وعادة ما تستخدم في عمليات الإرشاد والتوجيه؛ كأن تشير اللافتة إلى مكان مناسبة ما، ومن ذلك اللافتات التي توضع على أبواب المدارس التي توضح اسم المدرسة ومعلومات عنها، أو على المسجد تذكر بأهم الأذكار من السنة النبوية، وتتميز بسهولة نقلها من مكان إلى آخر بحسب الحاجة.

٤ - الملصقة: تظل الملصقة من الوسائل الإعلامية الفعالة والآن ترفق الملصقات الإليكترونية على الصفحات والمواقع الهامة والمنتديات للدعاية والإعلان عن منتج، ومن أهم شروط نجاح الملصقة :

❖ - وضوح الهدف وبساطة المضمون والتعبير.

❖ - الاتزان أي الانسجام بين محتويات الملصق.

- ❖ - التركيز على فكرة واحدة.
- ❖ - الاختصار في الكلمات المكتوبة والتركيز على الصورة المعبرة.
- ❖ - استخدام الألوان المفضة للانتباه.

٥ - **المطوية:** وتتميز المطوية بسهولة حملها وتوزيعها، إضافة إلى إمكانية طباعة كمية كبيرة منها بأرخص الأسعار، أما الجانب الإلكتروني ترسل كرسائل للمواقع والمنتديات أو عبر الهاتف التقليدي أو الذكي ليحمل فكره معينة ويمكن ان تستغل لنقل الدعوة الإسلامية.

٦ - **الشعار التربوي:** هو رمز لهدف نسعى إلى تحقيقه، وينبغي عند التفكير في رفع شعار ما، أو عند التخطيط لمشروع تربوي حسن اختيار التراكيب اللغوية، وشموليتها، وسلامتها من الأخطاء، إضافة إلى إمكانية تحقيق بنود ذلك الشعار، وهذا يتم أيضاً باقتصاص أو اقتباس من القرآن الكريم والسنة النبوية مثلاً على الهاتف الذكي يوجد تذكير بالصلاة على النبي ﷺ، والأعياد، والعبادات من صيام وزكاة وصدقه فهذا جانب يمكن استغلاله في الدعوة إلى الله تعالى.

ثانياً - وسائل مسموعة ومشاهدة:

١ - **الحاسب الآلي :** في الوقت الذي يلقي فيه موضوع تأثير التقنية المعاصرة على العملية التعليمية والتربوية اهتماماً عالمياً، فإن تأثير ظهور الحاسوب في التربية والتعليم أخذ أبعاداً جديدة وعناية خاصة وكذلك الجانب الدعوي، بالنظر لما يشكل من تغيير جذري في أساليب واستراتيجيات التعلم والدعوة، وقد بدأ الاهتمام بالحاسوب في أواخر الأربعينيات الميلادية، في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية إلى ان بلغ صورته الآن، فاصبح مرتبطاً بالشبكة العنكبوتية، وبه جميع أنواع المعارف، لا سيما الدعوة والمواقع الدعوية مثل موقع الرسول ﷺ الذي يعتبر حامل الرسالة الإسلام وغيره من المواقع المهمة.

٢- **التلفزيون التعليمي:** يرجع الفضل في اختراع التلفزيون إلى العالم

البريطاني جون بيرد الذي تمكن من إخراج فكرة التلفزيون من حيز النظريات والتجربة إلى الإنتاج الحي والفعلي حين استطاع عام ١٩٣٤م، نقل صورة باهتة لدمية ليطور ذلك إلى الإرسال والاستقبال الذي نعرفه الآن^(٣٩)، ويلعب التلفزيون دوراً حيوياً في مجالات الإعلام والاتصال الجماهيري لما يملكه من حاستي السمع والبصر في إبهار المشاهد، ولهذا فإنه يمكن أن يستثمر التلفزيون لتقديم المعلومات والأفكار والسلوكيات المرغوبة، وتشير الدراسات إلى أن الطفل على وجه الخصوص الذي تجاوز عمره سن الثالثة يقضي سُدس ساعات يقظته اليومية أمام شاشة التلفزيون، فإذا بلغ سن السادسة تكون المدة التي يقضيها في متابعة برامج التلفزيون معادلة لتلك المدة التي يقضيها في المدرسة^(٤٠). إن تعدد القنوات جعل فرصاً كبيرة لاختيار القناة الأفضل للمشاهدة^(٤١)، وهذا الإحصاء يحدد توجيه المادة المرادة.

لذلك يجب مراقبة الطفل والبرامج التي يحضرها فكما يأتي بالخير يجب أن يحذر شره، وأصبح التلفزيون الآن يبت عبث الشبكة العنكبوتية عبر مواقع خاصة به وكذلك له برامج تطبيقية تحمل على الهاتف الذكي.

٣ - **السينما:** تتشابه الأفلام السينمائية في بعض الصفات مع التلفزيون، وقد يعرض الفلم على التلفزيون، وكذلك توجد مواقع خاصة بأعمال السينما على الشبكة العنكبوتية، مثل موقع ايجي بست، وعرب وود وغيرها، لكن ما نحتاجه لتبليغ الرسالة موقع سينمائي يتحدث عن التاريخ الإسلامي عبر مسلسلات وأفلام، تعرض على مواقع خاصة بالشبكة العنكبوتية، وهي أيضاً متوفرة على الشبكة، مثل فلم الرسالة، وفلم عمر المختار، وفلم معركة القادسية، وقصة صلاح الدين الأيوبي.

٤ - **المسرح:** المسرحية عبارة عن قصة تمثيلية تعرض موضوعاً أو موقفاً من خلال حوار يدور بين شخصيات القصة، وتدور أحداثها عن طريق الصراع بين مواقف واتجاهات الشخصيات، ويتطور الموقف حتى يبلغ

ذروته، ثم ينتهي الأمر بانفراج الموقف والوصول إلى الحل المرغوب، فالمسرح أيضاً ينقل الأفكار والآراء ويوجد مسرح بمواد مسموعة ومصورة بالفيديو والصوت، ويتوفر على الشبكة العنكبوتية.

٥ - **الإذاعة:** هي الانتشار المنظم الموجه بواسطة جهاز الراديو، للمواد الإخبارية والثقافية والتعليمية، وتنبع أهمية الإذاعة من عدة خصائص منها: سرعة الانتشار- قدرتها على الجذب، استطاعتها تخطي حواجز المستمع إضافة إلى تخطيها الحدود الجغرافية والسياسية^(٤٢)، ويمكن فرض شروط معينة على الإعلام عن طريق الإذاعة تدعم جاذبيته وعنصر التشويق فيه ويدخل في ذلك الموسيقى المرافقة والعبارات المنمقة والطريقة والحوار بين الأشخاص.

ثالثاً: وسائل عملية:

١. **المعرض:** هو عبارة عن موقع مكاني خاص، يعرض من خلاله مختلف الإنتاج المتعلق بموضوع المعرض وأهدافه وأشكاله بطريقة منظمة متوازنة.

وتتلخص أهداف إقامة المعارض في: نشر وتبادل المعلومات والتعريف بالمنتج سواء للتسويق أو للتعريف أو خلق انطباع معين لدى الجمهور- بث روح التنافس الشريف اكتشاف المواهب والقدرات وتنميتها. وينبغي عند إقامة المعرض مراعاة التالي:

- ❖ - اختيار الموقع المناسب بحيث يسهل الوصول إليه.
- ❖ - يكون المكان مضيئاً وصحياً وفسيحاً.
- ❖ - تحديد الهدف من إقامة المعرض، والنتائج المرجوة من خلاله.
- ❖ - ضرورة مشاركة كل الطلاب في إقامة المعرض.
- ❖ - تقسيم المعرض إلى عدة أجنحة أو أقسام، حسب الهدف من إقامته.
- ❖ - تحديد التكاليف المادية والاحتياجات العامة من الكوادر، وتوزيع

الأدوار بينهم ، وهنا ينبغي إشراك القطاع الخاص في تمويل المعرض.

❖ - تحديد موعد افتتاح المعرض والشخصية التي ستفتحه (مسؤول تربوي) وأيام ووقت الزيارة، وإعداد مطوية تعبر عن المناسبة، وتوضح للزائر كل المعلومات حول المعرض ومحتوياته، وأوقات الزيارة.

ومن أنواع المعارض: المعارض العلمية، المعارض الأدبية والثقافية، المعارض التعريفية، المعارض الدينية،... الخ، وكل الجوانب السابقة الذكر توفرها الشبكة العنكبوتية وتوفر الوقت للمشاهدة وكذلك الانفاق الاقتصادي وحماية الحقوق.

٢. الزيارة: من أهم وسائل التواصل العملي والإنساني: الزيارات المتبادلة بين المدارس والمعلمين والطلاب، ولكي تحقق الزيارة أهدافها يجب مراعاة التالي:

- ❖ - تحديد الهدف من الزيارة.
- ❖ - إخبار الجهة أو الشخص المقصود قبل الموعد بوقت كاف.
- ❖ - اختيار مجموعة من الطلاب، وهنا قد يكونوا من الموهوبين أو المتفوقين أو ربما الكسالى وضعاف التحصيل العلمي بناء على الهدف العام من الزيارة.
- ❖ - تحرير الأسئلة والمحاور إن كانت الزيارة علمية أو تربوية أو كان لها علاقة بأي عمل إعلامي تربوي.
- ❖ - إعداد تقرير بعد الزيارة.

وتتنوع أهداف الزيارة، فمنها: الزيارة الإنسانية كزيارة مريض في المستشفى، ومنها: زيارة استكشافية: للاطلاع على تجربة معينة أو مشروع تعليمي معين وتكوين فكرة عامة حياله ومن ذلك: زيارة المتاحف والمراكز التعليمية، والزيارة العلمية: التي تبحث في العلوم وتعزز المعلومات وتنميتها، وقد تكون زيارة إعلامية صرفة لتسليط الضوء على منتج استهلاكي يفيد المنتج،

ومن ذلك دعوة المدارس لزيارة مصانع لأنواع المنتجات الاستهلاكية المختلفة، ومنها الزيارة التربوية كأن تتم زيارة قسم معين في الجامعة أو زيارة مدير التعليم. وأشير إلى ما جاء بالمبحث هذا ما قد أحدثته صور النشر الإلكتروني حيث أصبح كل ما ذكر سابقاً في وسائل الإعلام قد احدث تفاعلاً جديداً بواسطة المقاطع والأفلام التوثيقية الإلكترونيّة، ويمكننا أن نستخدم هذه المقاطع في الجانب الإيجابي لتبليغ رسالة الإسلام.

المبحث الثالث: الضوابط الإعلامية الالكترونية.

الإعلام عبارة عن رسالة فكرية، تحمل في طياتها مجموعة من المضامين والأهداف التي تعمل على إيصالها بوسائل الاتصال المختلفة إلكترونية كانت أم تقليدية، وحتى لا تخرج عن هدفها الإسلامي لا بد من وجود ضوابط لها وخاصة ان ثورة الاتصالات في تطور مستمر، ويتطور الأسلوب في النشر والتلقي للمعلومة بين صادقة ومكذبة بين هادفة وغير هادفة فلا بد من ضوابط لها وذلك وفق الكتاب والسنة تلك القوانين والآداب التي يجب على الإعلام أن يلتزم بها؛ حتى يصل إلى أفضل النتائج المرجوة، وتزداد هذه الضوابط أهمية في أوقات الأزمات والحروب، وتأتي أهمية هذه الضوابط، من كون الإعلام رسالةً وكلمةً، وهو فوق كل هذا أمانة يجب أن تؤدي، فالله تعالى يقول: ﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ٥٨ ﴾ يتأهلاً الذين آمنوا أطيعوا الله وأطيعوا الرسول وأولي الأمر منكم فإن نزعتم في شئ فردوه إلى الله والرسول إن كنتم تؤمنون بالله واليوم الآخر ذلك خير وأحسن تأويلاً ﴿ ٥٩ ﴾ (٤٣).

"ونلاحظ الأداء البياني في القرآن، في قوله ﴿ تُؤَدُّوا ﴾ هذه للجماعة أولاً- وهذا يعني أن كل واحد مطالب بالالتزام بهذا الحكم أولاً^(٤٤). وإذا التزم الإعلام بهذه الضوابط، استحق أن يكون كلمةً طيبةً قال تعالى: ﴿ أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ ﴿٤٤﴾ تُوِّقَ أَكْلُهَا كُلِّ حِينٍ يَا ذَنُوبِ رَبِّهَا وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿٤٥﴾ وَمَثَلُ كَلِمَةٍ خَبِيثَةٍ كَشَجَرَةٍ خَبِيثَةٍ اجْتُثَّتْ مِنْ فَوْقِ الْأَرْضِ مَا لَهَا مِنْ قَرَارٍ ﴿٤٦﴾ ﴾ (٤٥) ، "وحين نقارن الكلمة الخبيثة بالكلمة الطيبة، سنكتشف الفارق الشاسع، فالكلمة الخبيثة مجتثة من فوق الأرض إذن فالاجتثاث هو استئصال الشيء من أصله، وقلعه من جذوره، أما في المقابل في الشجرة الطيبة، فأصلها ثابت لا تخلخله ظروف أو أحداث، والكلمة الخبيثة بلا جذور؛ لأنها

مجتثه، وليس لها قرار تستقر فيه^(٤٦)، ونشير هنا إلى نقل الأخبار والتثبت منها خاصة تلك التي تنقل عبر الهاتف الجوال فهي سريعة الانتشار ولا تترك لصاحبها نوع من التحري والتدقيق في نقل الخبر قال تعالى:

﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنْ جَاءَكَ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنْ أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِمِجْهَلَةٍ فَنُصِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾^(٤٧)

أولاً: ضوابط المرسل:

المرسل في العملية الإعلامية: هو القائم بالاتصال، الذي يهدف للتأثير في الأفراد بما لديه من أفكار، يعبر عنها من خلال الوسائل الإعلامية الإقناعية، وفق منهج علمي مدروس ومخطط^(٤٨).

ونتيجة للدور الذي يقوم به الإعلامي لا بد من التثبت في نقل الخبر، وكان لزاماً عليهم أن يلتزموا بمجموعة من الضوابط والمعايير التي تحكم أداءهم، وقد تعرض القرآن الكريم لهذه الضوابط وتحدث عنها، ويمكن تفصيلها وبيانها فيما يلي:

١. التيقن من صدق المعلومات: قال تعالى: ﴿إِنْ جَاءَكَ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنْ﴾^(٤٩).
٢. الشهادة بالحق فيما ينفل من خبر: قال تعالى: ﴿شَهِدَ اللَّهُ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ وَالْمَلَائِكَةُ وَأُولُو الْعِلْمِ قَائِمًا بِالْقِسْطِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ﴾^(٥٠).
٣. عدم اتباع الهوى: ﴿فَلَا تَتَّبِعُوا الْهَوَىَٰ أَنْ تَعْدِلُوا وَإِنْ تَلَوُّهُ أَوْ تَعْرِضُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا﴾^(٥١).
٤. مخافة الله في هذه الضوابط: قال تعالى: ﴿وَإِنْ تَلَوُّهُ أَوْ تَعْرِضُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا﴾^(٥٢).
٥. الصدق في نقل المعلومات والحصول عليها: قال تعالى: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفُسًا أُنْقَاةً وَالَّذِينَ كَفَرُوا لَهُمْ قُلُوبٌ مُّسَدَّدَةٌ﴾^(٥٣).

ايضاً قال تعالى: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَجْتَبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا يَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢﴾﴾ (٥٤)

٦. عدم كتمان المعلومات عن الجمهور: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَأَهْتَدَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّاهُ لِلنَّاسِ فِي الْكِتَابِ أُولَٰئِكَ يَلْعَنُهُمُ اللَّهُ وَيَلْعَنُهُمُ اللَّعِينُونَ ﴿٥٥﴾﴾.

٧. الالتزام بالأخلاق الكريمة: قال تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٥٦﴾﴾.

٨. المعرفة الشاملة والإحاطة بالموضوع: ﴿وَعَلَّمَ ءَادَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَٰؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴿٥٧﴾﴾.

٩. الالتزام بما يقدم: ﴿قَالَ يَقَوْمِ أَرَأَيْتُمْ إِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ بَيِّنَةٍ مِّن رَّبِّي وَرَزَقْنِي مِنْهُ رِزْقًا حَسَنًا وَمَا أُرِيدُ أَنْ أُخَالِفَكُمْ إِلَىٰ مَا أَنهَيْتُمْ عَنْهُ إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتَطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ ﴿٥٨﴾﴾.

١٠. الفصاحة: قال تعالى: ﴿وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِّن لِّسَانِي ﴿٢٧﴾ يَقْفَهُوا قَوْلِي ﴿٢٨﴾﴾ (٥٩).

١١. السماح للآخرين بالحديث: قال تعالى: ﴿وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي خَلِيقٌ بَشَرًا

مِّن صَلْصَلٍ مِّنْ حَمَإٍ مَّسْنُونٍ ﴿٢٨﴾ فَإِذَا سَوَّيْتُهُ، وَنَفَخْتُ فِيهِ مِن رُّوحِي فَقَعُوا لَهُ سَاجِدِينَ ﴿٢٩﴾

فَسَجَدَ الْمَلَائِكَةُ كُلُّهُمْ أَجْمَعُونَ ﴿٣٠﴾ إِلَّا إِبْلِيسَ أَبَىٰ أَنْ يَكُونَ مَعَ السَّاجِدِينَ ﴿٣١﴾ قَالَ

يَتَّابِلِيسُ مَا لَكَ إِلَّا تَكُونَ مَعَ السَّاجِدِينَ ﴿٣٢﴾ قَالَ لَمْ أَكُن لِّأَسْجُدْ لِبَشَرٍ خَلَقْتَهُ مِن صَلْصَلٍ مِّنْ حَمَإٍ

مَّسْنُونٍ ﴿٣٣﴾ قَالَ فَخُذْ مِنْهَا فَإِنَّكَ رَاجِعٌ ﴿٣٤﴾ وَإِنَّ عَلَيْكَ اللَّعْنَةَ إِلَىٰ يَوْمِ الدِّينِ ﴿٣٥﴾ قَالَ رَبِّ

فَأَنْظِرْنِي إِلَىٰ يَوْمِ يُبْعَثُونَ ﴿٣٦﴾ قَالَ فَإِنَّكَ مِنَ الْمُنظَرِينَ ﴿٣٧﴾ إِلَىٰ يَوْمِ الْوَقْتِ الْمَعْلُومِ ﴿٣٨﴾ قَالَ رَبِّ بِمَا

أَغْوَيْنِي لِأَزَيِّنَ لَهُمْ فِي الْأَرْضِ وَلَاغْوِيَتَهُمْ أَجْمَعِينَ ﴿٣٨﴾ إِلَّا عِبَادَكَ مِنْهُمْ الْمُخْلِصِينَ ﴿٤٠﴾
 قَالَ هَذَا صِرَاطٌ عَلَيَّ مُسْتَقِيمٌ ﴿٤١﴾ إِنَّ عِبَادِي لَيْسَ لَكَ عَلَيْهِمْ سُلْطَانٌ إِلَّا مَنْ اتَّبَعَكَ مِنْ
 الْغَاوِينَ ﴿٤٢﴾ ﴿٦٠﴾، وهذا الحوار كفيلا بالاستماع للأخ كـيف وأن الله
 سبحانه وتعالى ترك إبليس يتحاور معه في هذه الآيات.

١٢. ملاءمة الصوت لحاجة السامع: قال تعالى: ﴿ وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَأَعْضُضْ

مِنْ صَوْتِكَ ۚ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ ﴾ ﴿٦١﴾ .

١٣. الإعراض عن الجاهلين: قال تعالى: ﴿ فَاصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ

﴿٦٤﴾ إِنَّا كُنِينَاكَ الْمُسْتَهْزِئِينَ ﴿٩٥﴾ الَّذِينَ يَجْعَلُونَ مَعَ اللَّهِ إِلَهًا آخَرَ فَسَوْفَ يَعْلَمُونَ ﴿٩٦﴾

وَلَقَدْ نَعَّمْنَاكَ بِمَا يَكْفُلُونَ ﴿١٧﴾ فَسَبِّحْ بِحَمْدِ رَبِّكَ وَكُنْ مِنَ السَّاجِدِينَ ﴿١٨﴾ وَأَعْبُدْ

رَبَّكَ حَتَّىٰ يَأْتِيَكَ الْيَقِينُ ﴿١٩﴾ ﴾ ﴿٦٢﴾

ثانياً: ضوابط الرسالة:

الرسالة: "هي مادة ثقافية، أو علمية، أو دينية، أو إخبارية، أو غير ذلك،
 اختارها المرسل للتعبير عن أهدافه؛ وهذا يمكن اعتبارها بأنها النتاج
 الفعلي المادي للوسيلة الإعلامية، سواء كانت كتابةً، أو رسماً، أو حديثاً،
 أو برنامجاً" ﴿٦٣﴾. والرسالة هي حوار يهدف للتأثير على المتلقي لها، قال

تعالى: ﴿ وَمِنْ آيَاتِهِ خَلْقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَخْلَفَ الْأَسْنِينَ كُمْ وَالْوَنُكُرُ ۚ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ

لِّلْعَالَمِينَ ﴾ ﴿٦٤﴾. فهذه الآية جاءت لتقرر مبادئ في علاقة المسلمين بغيرهم،

منها: مبدأ الاعتراف بالآخرين، مبدأ الحوار وأهميته، مبدأ استشراق

المستقبل في ظل علاقات إنسانية سامية ﴿٦٥﴾، وحتى تحقق الرسالة أثرها

وهدفها، كان لا بد من وجود مجموعة من المعايير والضوابط لها، "على

أن يصدر ذلك من قلب إعلامي مسلم ملتزم بأداب الإسلام قولاً عملاً" ﴿٦٦﴾

منها:

١. تحديد المصطلحات وتسمية الأشياء بمسمياتها.
٢. التزام طرق الإقناع الصحيحة.
٣. عرض الموضوع بكافة جوانبه.
٤. القول الحسن المتصف بالرفق واللين مع اليسر والسهولة.
٥. تجنب التحريف والسلامة من التناقض.
٦. وحدة الموضوع والتسلسل الفكري.
٧. البعد عن التعميم.
٨. تنسيق الحوادث وترك التفاصيل.
٩. التدرج والبدء بالأهم.
١٠. الصدق وعدم المبالغة في القسم.
١١. تنوع الأساليب المستخدمة.

ثالثاً: ضوابط الوسيلة:

تنوعت وسائل الإعلام وتعددت، ما بين وسائل بصرية: كالصحف، والمجلات، والمطبوعات، أو وسائل سمعية: كالخطابة، والإذاعة، والتسجيلات، أو وسائل سمعية بصرية: كالسينما، والتلفاز، والحواسيب "هاتف، كمبيوتر"، والمؤتمرات، وغيرها^(١٧). وأياً كان نوع هذه الوسائل، فهي قائمة لتحقيق أهداف معينة، ولا بد من ضابط ومنها:

١. أن تكون الحكمة من عملها واضحة محددة.
٢. عدم الانحراف عن الحق.
٣. الرقابة الدائمة على أعضائها.
٤. الانطلاق المتفق عليه والرجوع للمصادر الأصيلة عند الخلاف.
٥. العدل والإنصاف.
٦. تهيئة الظروف المناسبة.
٧. الثقة بالفكر الذي تحمله.
٨. إيصال الرسالة على أكمل وجه، والبعد عن الإكراه.
٩. الشورى والتعاون مع الغير.

رابعاً: ضوابط المتلقي:

المتلقي: هو "الشخص أو الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية، فهو يتلقى الرسالة الإعلامية، ويربط بينها وبين الواقع، وهو باختصار الهدف الذي تسعى الوسيلة الإعلامية والقائمون عليها إلى التأثير فيه"^(٦٨)، وحتى تقوم الوسيلة الإعلامية بتحقيق أهدافها المرجوة، والتأثير على المتلقي، لا بد من توافر مجموعة من الضوابط في هذا الجمهور، وهي:

١. اتباع الحق والإعراض عن المنكر وأهله.
٢. قبول المعروف والتعاطي معه بإيجابية.
٣. عدم الانخداع بكل ما يقدم.
٤. الانتقاء والاختيار من بين ما تعرضه وسائل الإعلام.
٥. عدم تهويل المعلومات المتلقاة.
٦. تجنب التعصب الأعمى.

ومن تلك الضوابط يمكن أن نسيطر على السلبيات التي انتابت الإعلام الجديد أو الإعلام الإلكتروني، الذي سادت في وسائله سلبيات عديده، وقد يصعب السيطرة عليها إذا لم تكن هناك ضوابط وقانون يحمي الأخلاق والقيم من الانهيار، فأصبحت الجرائم الإلكترونية عديدة ومتنوعة فأصبحت "النميمة، والسرققة، والزنا، والمخدرات والابتزاز، والإرهاب" وكل هذا وذاك بواسطة الإلكترونيات ويعرف ويروج له بواسطة التقنية الحديثة، فالعالم متسارع التطور وفي هذا التسارع تسود الممارسات السالبة لهذه التقنية.

فلا بد من إعلام يهدف لتوعية المجتمع حتى نحافظ على موروثاتنا ومعتقداتنا مع الاستفادة من هذه الوسائل والتقنية لبث التوعية والضوابط لها، مستخدمين التقنية الإلكترونية في توصيل ذلك للمجتمع بنفس التسارع الذي توصلنا به.

الخاتمة:

رغم الجهود الإعلامية الإسلامية وغيرها فإن الإعلام مازال يحتاج الكثير من الجهود للحد من الظواهر السالبة وضبط العملية الإعلامية الالكترونية، ولا بد من اغتنام المجال فيه لتحقيق نتائج مرجوة منه، وقد توصلت في ختام هذا البحث لبعض النتائج والتوصيات والتي أذكر منها:

أولاً: النتائج:

١. التثبت والتروي والتحري في نقل ونشر الاخبار وذلك بما تسببه من اضرار بالمجتمع، خاصة عبر اخبار الوسائط عبر الهاتف الذكي.
٢. كثرة البحوث والدراسات التأصيلية للإعلام الإسلامي ولكنها تفتقر لضوابط الإعلام الالكتروني وفق الضوابط والأسس الإسلامية والشرعية.
٣. يوجد اتفاق تام في الرسالة التي يقوم بها الإعلام عامة مع الضوابط الشرعية من الكتاب والسنة من صدق وأمانة .
٤. توجد سلبيات في النشر الالكتروني وخاصة عبر وسيلة البرامج الخدمية عبر الشبكة العنكبوتية -فيسبوك، واتساب- الذي تدار تغذيته عبر الأفراد لعدم التزامهم بالضوابط.
٥. الضوابط الحازمة للمطبوعات والمنشورات بتحديد المصادر الفاسدة والتحذير منها عبر الوسائل الإعلامية الالكترونية المختلفة بالشبكة العنكبوتية.

ثانياً: التوصيات:

- ١- إنشاء مركز إعلامي إسلامي ووكالة إعلامية إسلامية متخصصة بالنشر الالكتروني لتخرج جيل من الإعلاميين منضبطين بأحكام وقواعد الشريعة الإسلامية في هذا الجانب، قادرين على المنافسة والدعوة، ليمثلوا صورة حقيقية لمفهوم الإعلام الإسلامي.

- ٢- الاهتمام بالبرامج التي تقدم للأطفال خاصة في الأمور التي تتعلق بالعقيدة، ذلك لأن ما يراه الطفل ويسمعه يرسخ في ذهنه ويصعب تعديله.
- ٣- تفعيل أجهزة الرقابية على كافة الوسائل الإعلامية من أجل الوصول إلى إعلام نزيه خال من الانحرافات و ضبط التجاوزات وإحالة المخالفين إلى القضاء .
- ٤- زيادة الوعي بالأحكام الشرعية المتعلقة بالإعلام على اختلاف أشكاله وأنواعه وضوابطه وأهدافه من خلال تضمين هذه الموضوعات في المناهج الدراسية والمنابر الدعوية والوسائل الالكترونية لكافة المراحل العمرية لينشأ جيل واع بأحكام دينه.
- ٥- ضرورة ضبط الإعلام في الدول الإسلامية في ضوء أحكام الإسلام وضوابطه، وإعادة النظر فيما هو موجود في وقتنا الحاضر من ممارسات لا تنتمي لهذه الضوابط والأحكام.
- ٦- مخاطبة شعوب الثقافات الأخرى بلغاتهم من خلال إيجاد قنوات إعلامية بلغات عالمية مختلفة، بحيث يتولى العمل بها الشباب المسلم القادر على توجيه الرأي العام والدفاع عن قضايا الأمة.

المصادر والمراجع

١. الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية، د.محمد محمود مهدي، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٥م.
٢. إدارة الإعلام، علي عبد الفتاح، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، ٢٠١٦م.
٣. استراتيجية الإعلام الإسلامي، د. جمال النجار، القاهرة، النجار، ١٩٩٦م.
٤. أصول الدعوة، عبد الكريم زيدان، بغداد، ط٣، ١٩٧٥م.
٥. الإعلام الإسلامي المبادئ النظرية التطبيق، محمد منير حجاب، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط١، ٢٠٠٢م.
٦. الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، عبد الله قاسم الوشلي، اليمن، صنعاء، دار عمار، ط٢، ١٩٩٤م.
٧. الإعلام الإسلامي في مواجهة الغرب، محمود محمد عمارة، مصر، دار الكلمة للنشر والتوزيع، ط١، ١٤١٩هـ.
٨. الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية النظرية والتطبيق، أبحاث ووقائع اللقاء الثالث للندوة العالمية للشباب الإسلامي المنعقد في الرياض بتاريخ ٢٣ من شوال عام ١٣٩٦ هـ.. الموافق ١٦ من أكتوبر عام ١٩٧٦م.
٩. الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، د. محيي الدين عبد الحلیم، القاهرة، دار الخانجي للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٨٤م.
١٠. الإعلام الإسلامي، محي الدين عبد الحلیم، الأصول والقواعد والأهداف، مؤسسة اقرأ الخيرية، ١٩٩٢م.
١١. الإعلام التعاوني، بسام عبد الرحمن المشاقبة، عمان، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م.
١٢. إعلام الطفل، د محمد معوض، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩٤م.
١٣. الإعلام المعاصر وتحديات العولمة، مصطفى يوسف كافي، قسطنطينية، الجزائر، ط١، دمشق، ١٩٩٣م
١٤. الإعلام موقف، د. محمود محمد سفر، مطبعة تهامة، السعودية، ط١، ١٩٨٢م.
١٥. الإعلام والدعاية، وجيه الشيخ، دار جمال الجاسم المحمود، دمشق ٢٠٠٩م.
١٦. التصوير الإعلامي د. محمد سويلم، القاهرة : دار المعارف، ١٩٨٥م.
١٧. تفسير الشعراوي "الخواطر"، محمد متولي الشعراوي، القاهرة، مطابع أخبار اليوم، ١٩٩٧م.
١٨. تفعيل دور الإعلام المعاصر، محي الدين إسماعيل وآخرون، مرجع سابق، ص٣٣-٣٢.

١٩. تفعيل دور الإعلام المعاصر، محي الدين اسماعيل وآخرون، مصر الاسكندرية، دار التعليم الجامعي، ٢٠١٥م.
٢٠. جرائم الكمبيوتر والانترنت: د. محمد أمين الرومي، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، ٢٠٠٣م.
٢١. الحق في الاتصال: في حق الاتصال وارتباط بمفهوم الحرية والديمقراطية، راسم محمد الجمال، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس ١٩٩٤.
٢٢. صحيح البخاري
٢٣. فقه الحوار في ضوء السنة النبوية، أ.د. أحمد عبده عوض، مكتبة الملك فهد، ٢٠٠٨م.
٢٤. لسان العرب، ابن منظور، مادة بلغ، دار صادر بيروت، ط١، ١٩٩٠م.
٢٥. لسان العرب، ابن منظور، مادة علم، تنسيق وتعليق: علي شيري، دار إحياء التراث العربي، بيروت، الطبعة ط١، ١٨١١ م .
٢٦. المسؤولية الإعلامية في الإسلام، محي الدين عبد الحلیم، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط١، ١٩٨٣م.
٢٧. معجم مقاييس اللغة، أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا، دار الفكر، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، ط١ ١٩٧٩م.
٢٨. مقدمة في الحاسوب والانترنت، د.عد الله بن عبد العزيز الموسى، الرياض، ط٤، ٢٠٠٦م.
٢٩. وسائل الاتصال السياحي، د.نعيم الظاهر ود.عبد الجابر تيم، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠١م.
٣٠. الطريق إلى الإعلام الرقمي الجديد، ملخص البحث المقدم للمشاركة في مسابقة الألوكة الكبرى لتعزيز القيم والمبادئ والأخلاق، تاريخ الإضافة: ٢٦/٥/٢٠١٣م، متاح على الشبكة العنكبوتية موقع الألوكة : <https://www.alukah.net>
٣١. Steve Jons, Encyclopedia of new media, an Essential Reference to Communication and Technology. sage Publication. ٢٠٠٢. Page ٦.



الهوامش

- (١) سورة الحجر الآية: (٩٤).
- (٢) لسان العرب، ابن منظور، مادة علم، تنسيق وتعليق: علي شيري، دار إحياء التراث العربي، بيروت، الطبعة ط١، ١٨١١ م ، ج ٨ ، ص ١١١.
- (٣) الإعلام موقف، د. محمود محمد سفر، مطبعة تهامة، السعودية ، ط١، ١٩٨٢م، ص٢١.
- (٤) لسان العرب، مرجع سابق، ج ٩، ص ٣٧١.
- (٥) الإعلام التعاوني، بسام عبد الرحمن المشاقبة، الأردن، دار أسامة، ٢٠١٦م ، ص٣٣.
- (٦) الإعلام المعاصر وتحديات العولمة، مصطفى يوسف كافي، قسطنطينية، الجزائر، ط١، ص٢٣.
- (٧) الإعلام المعاصر وتحديات العولمة ، مصطفى يوسف كافي ، مرجع سابق ، نقلاً عن وجيه الشيخ ، الإعلام والدعاية، دمشق ١٩٩٣م، ص٤٨، دار جمال الجاسم المحمود، دمشق ٢٠٠٩م، ص١٣٢.
- (٨) الإعلام المعاصر وتحديات العولمة ، مصطفى يوسف كافي ، مرجع سابق، ص٢٤.
- (٩) الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية النظرية والتطبيق، أبحاث ووقائع اللقاء الثالث للندوة العالمية للشباب الإسلامي المنعقد في الرياض بتاريخ ٢٣ من شوال عام ١٣٩٦ هـ.، الموافق ١٦ من أكتوبر عام ١٩٧٦ م، ص ١٦٣.
- (١٠) الإعلام الإسلامي، محي الدين عبد الحلیم، الأصول والقواعد والأهداف، مؤسسة اقرأ الخيرية، ١٩٩٢، ص ٥٤.
- (١١) المسؤولية الإعلامية في الإسلام، محي الدين عبد الحلیم، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط١، ١٩٨٣م، ص ٣٦.
- (١٢) الإعلام الإسلامي المبادئ النظرية التطبيق، محمد منير حجاب، ط١، ٢٠٠٢، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص٢٤.
- (١٣) أنظر: معجم مقاييس اللغة، ص ٨٨.
- (١٤) سورة يوسف الآية : (٧٠) .
- (١٥) سورة الحج الآية: (٢٧).

- (١٦) سورة الحجر الآية: (٩٤).
- (١٧) الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، عبد الله قاسم الوشلي، اليمن، صنعاء، دار عمار، ط٢، ١٩٩٤م، ص ١٤.
- (١٨) البخاري، صحيح البخاري، كتاب أحاديث الأنبياء، حديث رقم (٣٤٦١)
- (١٩) انظر: لسان العرب، ابن منظور، مادة بلغ، دار صادر بيروت، ط١، ١٩٩٠م، ص٤١٩.
- (٢٠) سورة البقرة الآية : (٣٣).
- (٢١) سورة النمل الآية: (٢٢).
- (٢٢) سورة النساء: (٨٣).
- (٢٣) أنظر: مقدمة في الحاسوب والانترنت، د.عد الله بن عبد العزيز الموسى، الرياض، ط٤، ٢٠٠٦م، ص ٢.
- (٢٤) أنظر: جرائم الكمبيوتر والانترنت: د. محمد أمين الرومي، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، ٢٠٠٣م، ص١٢١.
- (٢٥) إدارة الإعلام، علي عبد الفتاح، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، ٢٠١٦م ص٨.
- (٢٦) Steve Jons, Encyclopedia of new media, an Essential Reference to Communication and Technology. sage Publication.٢٠٠٢. Page ٦.
- (٢٧) انظر: الحق في الاتصال: في حق الاتصال وارتباط بمفهوم الحرية والديمقراطية، راسم محمد الجمال، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس ١٩٩٤، ص ٨.
- (٢٨) إدارة الإعلام، مرجع سائق، ص٩.
- (٢٩) إدارة الإعلام، مرجع سابق، ص١٠.
- (٣٠) المرجع نفسه، ص١١.
- (٣١) أخرجه البخاري، كتاب أحاديث الأنبياء، باب ما ذكر عن بني إسرائيل، حديث رقم:(٣٢٩٢).
- (٣٢) أصول الدعوة، عبد الكريم زيدان، بغداد، ط٣، ١٩٧٥م، ص ٤٦٤
- (٣٣) المرجع نفسه، ص ٤٦٥ .

- (٣٤) سورة يوسف الآية : (١٠٨).
- (٣٥) سورة النحل: الآية : (١٢٥).
- (٣٦) أنظر: الطريق إلى الإعلام الرقمي الجديد، ملخص البحث المقدم للمشاركة في مسابقة الألوكة الكبرى لتعزيز القيم والمبادئ والأخلاق، تاريخ الإضافة: ٢٦/٥/٢٠١٣م، متاح على الشبكة العنكبوتية موقع الألوكة : <https://www.alukah.net>
- (٣٧) أنظر: تفعيل دور الإعلام المعاصر، محي الدين إسماعيل وآخرون، مصر الاسكندرية، دار التعليم الجامعي، ٢٠١٥م، ص٢٩.
- (٣٨) المرجع نفسه، ص٣٠.
- (٣٩) التصوير الإعلامي د. محمد نبهان سويلم، القاهرة: دار المعارف ١٩٩٥م، ص ١٢ .
- (٤٠) إعلام الطفل محمد معوض، القاهرة ، دار الفكر العربي، ١٩٩٤م ، ص ١٨ .
- (٤١) تفعيل دور الاعلام المعاصر، محي الدين إسماعيل وآخرون ، مرجع سابق ، ص٣٢-٣٣.
- (٤٢) أنظر: باب الإذاعة المدرسية،
- (٤٣) سورة النساء الآيتان: (٥٨ - ٥٩).
- (٤٤) تفسير الشعراوي، محمد متولي، ج٤، القاهرة، مطابع أخبار اليوم، ١٩٩٧م، ص٢٣٥٢.
- (٤٥) سورة إبراهيم: الآيتان: (٢٤ - ٢٦).
- (٤٦) تفسير الشعراوي، محمد متولي الشعراوي، مرجع سابق، ج ١٢، ص٧٥٠٩.
- (٤٧) سورة الحجرات الآية: (٦).
- (٤٨) أنظر: استراتيجية الإعلام الإسلامي، د. جمال النجار، القاهرة، النجار، ١٩٩٦م ص: ٧٦.
- (٤٩) سورة الحجرات الآية: (٦).
- (٥٠) سورة آل عمران الآية: (١٨).
- (٥١) سورة النساء الآية: (١٣٥).
- (٥٢) سورة النساء الآية: (١٣٥).

- (٥٣) سورة التوبة الآية: (١١٩).
- (٥٤) سورة الحجرات الآية: (١٢).
- (٥٥) سورة البقرة الآية: (١٥٩).
- (٥٦) سورة النحل الآية: (٩٠).
- (٥٧) سورة هود الآية: (٨٨).
- (٥٨) سورة البقرة الآية: (٣١).
- (٥٩) سورة طه الآيتان: (٢٧ - ٢٨).
- (٦٠) سورة الحجر الآيات: (٢٨ - ٤٢).
- (٦١) سورة لقمان الآية: (١٩).
- (٦٢) سورة الحجر الآيات: (٩٤ - ٩٩).
- (٦٣) انظر: استراتيجية الإعلام الإسلامي، د. جمال النجار، مرجع سابق، ص: ٧٩.
- (٦٤) سورة الروم الآية: (٢٢).
- (٦٥) انظر: فقه الحوار في ضوء السنة النبوية، أ.د. أحمد عبده عوض، ص: ٨.
- (٦٦) الإعلام الإسلامي في مواجهة الغرب، محمود محمد عمارة، مصر، دار الكلمة للنشر والتوزيع، ط١، ١٤١٩هـ، ص١٧٢-١٧٣.
- (٦٧) انظر: الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية، د.محمد محمود مهدي، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٥م (ص١٠٥)، ووسائل الاتصال السياحي، د.نعيم الظاهر ود.عبد الجابر تيم، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠١م، ص: (٥١).
- (٦٨) انظر: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، د. محيي الدين عبد الحلیم، القاهرة، دار الخانجي للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٨٤م، ص: ٥٦.