

الإعلام وأثره في توجيه السلوك الإنساني (دراسة في علم الإجرام)

د. عبدالله علي المهدي

أستاذ القانون الجنائي المساعد – كلية العلوم الشرعية

والقانونية – الجامعة اليمنية

dr.abdullahmahdi@gmail.com

الملخص

3

الإنسان اجتماعي بطبعه لا يستطيع الانقطاع عن غيره من الناس؛ بل يتواصل معهم متأثراً بهم ومؤثراً فيهم.

وقد تمت دراسة هذا الموضوع وآلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- 1- بعض الرسائل الإعلامية - كما هو الحال في الأفلام - تجعل من المجرم بطلا يتغلب على رجال الشرطة وينجو من القبض عليه ومن معاقبته مما يدفع البعض إلى نهج سلوكه الإجرامي.
- 2 - أغلب وسائل الإعلام لا تلتزم الصدق في نقل المادة الإعلامية إلى الناس، وتنهج طرفاً ذات غاية سيئة مفسدة للعلاقات الاجتماعية بنشر الكراهية بين أبناء المجتمع الواحد، وإيجاد العلاقات المتسمة بالعنف والصراعات المدمرة للنسيج الاجتماعي.
- 3 - بعض وسائل الإعلام الغربية ومنها الصهيونية والمقلدة لها تقليداً أعمى تعتمد على نشر سلوكيات غير أخلاقية كالدعوة إلى الجنس غير المشروع (الإباحية) وأن سلوكيات كهذه هي المثالية للرفي والتقدم.
- 4 - بعض وسائل الإعلام تعتمد نشر الألعاب الإلكترونية المتسمة بالعنف فينشأ الشباب متعودين عليه وأنه الوسيلة الوحيدة لحل كل المشاكل.
- 5 - لعبت شبكة الإنترنت دوراً واسعاً في ارتكاب جرائم غسل الأموال، حيث سهلت لبعض نوابغ مستخدمي هذه الشبكة اختراق حسابات ومصارف ونقل مبالغ مالية إلى حساباتهم، والاعتداء على بيانات التجارة الإلكترونية، بإطلاق فيروسات لتدمير البيانات كلياً أو جزئياً.
- 6 - ضياع أوقات الشباب، وانخفاض مستوياتهم العلمية بسبب متابعتهم لما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي لساعات طوال وترك قراءة الكتب العلمية والمنهجية ومن ثم انخفاض تحصيلهم العلمي مما يدفعهم إلى اللجوء إلى الغش أثناء الامتحانات.
- 7 - تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على علاقات الصداقات بقطعها وعلى الترابط الأسري بإضعافه وتعرض مستخدمي الشبكة للنصب والاحتيال والتهديد والقرصنة.

Abstract:

People are social beings in nature and cannot live in isolation from other people, and rather they communicate with each other, influencing each other.

This study has led to the following conclusions:

1. Some media messages - as is the case with some movies - make the criminal a hero who overcomes the police and escapes arrest and punishment, leading some to follow such criminal behavior.
2. Most of the media do not adhere to honesty in conveying the information to the people, and pursue a path of very bad motives that corrupt social relations spreading hatred among people of the same community, creating violent conflicts and destructing the social fabric.
3. Some Western media and Zionist media and other media that blindly follow them deliberately spread unethical behaviors such as pornography portraying such behavior as ideal and liberal.
4. Some media deliberately publish violent electronic games which make young people grow up accustomed with violence as the only way to deal with problems they face.
5. Internet played a broad role in facilitating crimes of money laundering, making it easier for some of the geniuses users of the network to hack the accounts of banks and transfer money to their accounts, and to hack e-commerce data through launching viruses to steal or destroy data in whole or in part.
6. Social media networks cause young people to spend a lot of their time, which results in low education levels because they keep following those social networking sites for hours and abandon the scientific books and their school books, forcing them eventually to resort to cheating during examinations.
7. The impact of social networking sites on the friendships and relationships is bad leading in some cases to a cut between family members or weakening of relationships. Also people become in some cases victims of fraud and threats or piracy.

مقدمة:

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين محمد صلى الله عليه وعلى آله وأصحابه والتابعين، اللهم لا علم لي إلا ما علمتني، إنك أنت العليم الحكيم، وأرجو منك المعونة والتوفيق لإنجاز وإنجاح هذا البحث على أن يؤدي إلى إضافة لبنة يفاد منها في مجال علم الإجرام. أما بعد، فإنه قبل الدخول في موضوع البحث أجدني ملزماً بتوضيح أهمية موضوعه وأسباب اختياره ومنهجيته وخطته بصورة موجزة كما يلي:

أولاً - أهمية موضوع البحث: تتجلى أهمية هذا البحث فيما يلي:

1. إن الإنسان والجماعات الإنسانية على مختلف مبادئها وبيئاتها وأجناسها لا يمكنها الاستغناء عن التواصل فيما بينها بأي طريقة أو وسيلة لنقل أفكارها، ومشاعرها، وأخبارها، وتبادل المنافع المادية والمعنوية. وبدون التواصل بين المجتمعات لا يمكن أن تظهر الحضارات الإنسانية والثقافات المميزة لأي مجتمع، إضافة إلى لجوء الحكومات منذ نشأتها إلى التأثير في المحكومين عن طريق وسائل الاتصال المتاحة في كل عصر من العصور بغرض إضفاء هيبة على الحكام وكسب ولاء المحكومين لهم (□)، مما يؤكد أهمية التواصل في التأثير على الناس وتوجيه سلوكهم وفق هدف القائم بالاتصال.
2. ضرورة وسائل الإعلام للناس لتلبية حاجاتهم للمعرفة، والثقافة، والترفيه، وتمضية وقت الفراغ.
3. دور وسائل الإعلام في تنمية العقول بما تقدمه من معلومات وإرشادات متنوعة في مختلف المجالات قد تؤدي إلى تعزيز القيم والمعتقدات السائدة، أو تعديلها، كون وسائل الإعلام بمثابة سلاح ذي حدين: فتاك ومدمر إذا أسيء استخدامه، ونافع وبناء إذا أحسن استخدامه.
4. خطورة الإعلام بمختلف وسائله على السلوك الإنساني، حيث يمكن بهذه الوسائل المساهمة في قطع دابر الرذيلة والانحراف إن وجهت توجيهها حسناً، ومحاربة الفضيلة والاستقامة إذا أسيء ذلك التوجيه (بر).

(¹) د. علي عوجة: دراسات في العلاقات العامة والإعلام - عالم الكتب - القاهرة - 1985م - ص143 وما بعدها.

(²) أ.د. علي حسن عبدالله الشرعي: الباعث وأثره في المسؤولية الجنائية - دراسة مقارنة بأحكام الشريعة الإسلامية - الزهراء للإعلام العربي - 1406هـ - 1986م - ص116.

5. تطور تأثير وسائل الإعلام في السلوك الإنساني (□) من التأثير - في الماضي - عن طريق اللقاءات الفردية، والقصائد الشعرية، والخطب الوعظية إلى التأثير الواسع والكبير الناتج عن تطور هذه الوسائل في عصرنا هذا، حيث استخدمت المقالة المكتوبة، والكلمة المسموعة، والصورة العادية والملونة الناطقة والمتحركة والمستعمل في إخراجها فن خاص ذو تأثير كبير على الناس إيجابا وسلبا.

6. دور وسائل الإعلام المعادي المؤثر في الصراعات الفكرية، والسياسية والاقتصادية، والاجتماعية، لمحاولة إيجاد الفرقة بين أبناء الأمة الواحدة بغية السيطرة على أبنائها وخيراتها بعد الوصول إلى تنفيذ السياسة الاستعمارية المتمثلة في سياسة "فرق تسد".

7 - مما يزيد الأهمية لهذا البحث أن أغلب المادة الإعلامية ترسلها المجتمعات الغربية، وهي المجتمعات المادية الهادفة إلى نقل عاداتها وقيمتها إلى مجتمعات أخرى كمجتمعنا الإسلامي، وتغلغل هذه الإعلامية فيه، وتأثيرها في سلوك المستقبلين لها، والانبهار بقشور الحضارة الغربية مما يؤدي إلى الاغتراب، ورفض التراث الحضاري الأصيل، والسير في ركب التبعية لأعداء الأمة.

ثانيا - أسباب اختيار موضوع البحث: من أسباب اختياري لهذا الموضوع ما لوسائل الإعلام من أهمية كبيرة في التواصل بين الناس، وتأثيراتها الإيجابية النافعة، وتأثيراتها السلبية الضارة والمدمرة لأخلاقيات الناس وقيمهم، وإحساسي بضرورة المساهمة المتواضعة في توضيح وتبيين تأثيرات هذه الوسائل: الإيجابية منها للالتزام بها والسلبية للابتعاد عنها وهو ما يهدف إليه علم الإجرام من معرفة الأسباب والدوافع لارتكاب الجرائم ووضع المعالجات اللازمة للحد من تأثيرات تلك الأسباب والدوافع.

ثالثا - منهجية البحث: اتبعت في هذا البحث المنهج الوصفي التفسيري وهو المنهج المناسب للدراسات في علم الإجرام، حيث يعتمد هذا المنهج على البحث والتأمل والملاحظة والتجربة ومن ثم تحليل المعلومة وإبداء الرأي المناسب حيالها، والله أسأل التوفيق والمعونة لإنجاز هذا البحث.

رابعا - خطة البحث: قسمت هذا البحث بعد مقدمته إلى ثلاثة مباحث: تناولت في المبحث الأول: مفهوم الإعلام ووسائله وأنواعها، وفيه مطلبان خصصت الأول لمعنى الإعلام، وجعلت الثاني لمفهوم وسائل الإعلام

(¹) السلوك الإنساني هو "جميع النشاط الذي يصدر عن الإنسان"، والسلوك نشاط مركب يتضمن ثلاثة جوانب: الجانب المعرفي، والجانب الحركي، والجانب الانفعالي، وقد يكون السلوك الإنساني سلوكا حسنا وقد يكون سيئا، للمزيد راجع د. طلعت منصور وآخرون: أسس علم النفس العام - مكتبة الأنجلو المصرية - 1989م - ص8 و10.

وأواعها، وتناولت في المبحث الثاني: الإعلام الإسلامي وأثره، وفيه مطلبان: جعلت الأول لدراسة خصائص الإعلام الإسلامي، وجعلت الثاني خاصا بدراسة وسائل الإعلام الإسلامي وأثرها، كما تناولت في المبحث الثالث: الإعلام المعاصر وأثره، وفيه مطلبان، الأول حددته لأهمية الإعلام المعاصر والثاني خصصته لوسائل الأعلام المعاصرة وأثرها، ثم ختمت هذا المبحث بخاتمة اشتملت على النتائج التي توصلت إليها والتوصيات التي ارتأيتها.

المبحث الأول

مفهوم الإعلام ووسائله وأنواعها

تمهيد وتقسيم: في هذا المبحث سأتناول بالدراسة توضيح معنى الإعلام لغة ومعناه اصطلاحا، مع توضيح الفرق بين الإعلام وغيره وذلك في المطلب الأول، وأختتم دراسة هذا المبحث بالتطرق إلى مفهوم وسائل الإعلام وأنواعها في المطلب الثاني كما يلي:

المطلب الأول

معنى الإعلام

سأتناول في هذا المطلب توضيح معنى الإعلام لغة واصطلاحا، ومن ثم توضيح معنى الإعلام الإسلامي كما يلي:

الفرع الأول

معنى الإعلام لغة

الإعلام لغة مشتق من فعل "أعلم" الرباعي الماضي، ومضارعه "يعلم" والمصدر منه "إعلاما"، ومعنى أعلم أي قام بالإخبار لغيره، والثلاثي منه "علم" أي عرف وخبر (□)، ويجوز أن تقول: "علم الشيء" (بكسر اللام) بمعنى عرفه، ويقال استعلمه الخبر فأعلمه إياه (بر)، ولا يكون إلا بين طرفين يقوم أحدهما بالإعلام بالشيء ويتلقى الثاني ما أعلم به أي ما وصل إلى علمه.

(¹) جمال الدين محمد بن مكرم (ابن منظور): لسان العرب - دار صادر - ج10 - حرف العين - 2003م - ص264 - 266.

(²) محمد بن أبي بكر الرازي: مختار الصحاح - الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية - ط9 - القاهرة - 1962م - ص452.

الفرع الثاني

معنى الإعلام اصطلاحاً

الإعلام هو "الإخبار أو الإنباء" أي انتقال المعلومة بين الأفراد بواسطة فرد أو جماعة، ولقد جاء هذا التعريف في قاموس أوكسفورد وكاسل، ويركز هذا التعريف على انتشار وذيوع الرسالة الإعلامية (□).

ويلاحظ على هذا التعريف أنه يركز ويعبر عن النقل فقط للمعلومات دون التطرق إلى مثاليات الإعلام كالتحلي بالواقعية والصدق، وتوافق الإعلام مع قيم المجتمع وأفكاره.

ولذلك عرف البعض الإعلام بأنه "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 وميولهم (بر).

ويركز هذا التعريف على أن يكون الإعلام موضوعياً في التعبير عن ميول وعقول مستقبلية الرسالة الإعلامية، ومتوخياً الحقائق في نقل المعلومات إليهم حتى يتمكنوا من تكوين رأي صائب في الواقعة أو المشكلة التي تم نقل المعلومات إليهم حيالها.

كما يلاحظ على التعريفين السابقين أنهما لم يبيّنا أن الإعلام قد يعتمد على أهداف تحقق أغراضاً يسعى إلى تحقيقها الإعلاميون وقادتهم وفق معتقداتهم، وعقلياتهم وميولهم غير مبالين من عدم تطابق ذلك مع ميول ومعتقدات وعقليات الناس المستقبلين للرسائل الإعلامية الموجهة إليهم، فالواقع يوضح أن الإعلام يسعى إلى تغيير الحياة الاجتماعية، ومن ثم تغيير السلوك الإنساني. وفي إطار توضيح معنى الإعلام اصطلاحاً يتطلب الأمر توضيح معنى الإعلام الإسلامي أيضاً.

معنى الإعلام الإسلامي: هنالك تعاريف كثيرة لا يتسع المجال لتناولها في بحث كهذا، ولمحدودية فائدتها تناول البعض توضيح معنى الإعلام الإسلامي بقوله: "الإعلام الإسلامي هو عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي، وتؤدي جميع وظائفه المثلى: الإخبارية، والإرشادية، والترويحية على

(¹) محمد موفق الغلاييني: وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة - دار المنارة - جدة - ط1 - 1405هـ - 1985م - ص40.

(²) د. إبراهيم إمام: الإعلام والاتصال بالجماهير - مكتبة الأنجلو المصرية - طبعة ثالثة - 1984م - ص11.

ومحمد إبراهيم محمد إبراهيم: الجانب الإعلامي في خطب الرسول صلى الله عليه وآله وسلم - المكتب الإسلامي - بيروت - ومكتبة فرقد الخاني بالرياض - ط1 - 1406هـ - 1986م - ص21.

المستوى الوطني والدولي والعالمي، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها، وفي ما يصدر عنها من رسائل ومواد إعلامية، وثقافية، وترويجية، وتعتمد على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً، وتستخدم جميع وسائل أجهزة الإعلام المتخصصة والعامّة (□).

وعرف البعض الإعلام الإسلامي بأنه: "إعلاء كلمة الله في كل عصر بكافة وسائل الإتصال المناسبة لكل عصر، والتي لا تتناقض مع مقاصد الشريعة الإسلامية"، بمعنى آخر أن الإعلام الإسلامي غايته إعلاء كلمة الله، وعليه فإن هذا الإعلام يستخدم كل وسيلة للاتصال، ولا يقتصر على الوسائل القديمة فحسب كالخطب والمقابلات والدروس والرسائل، بل يجب أن يستخدم المذياع، والتلفزيون، والمسرح، والصحيفة والمجلة، وغيرها من وسائل الإعلام، على أن يكون الاستخدام راقياً وجذاباً" (بر).

وأخلص أخيراً إلى تعريف عام للإعلام، هو: الإعلام الحق هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعد الناس على معرفة الحقيقة التي يبتغيها الشارع تبارك وتعالى، وإقناع الناس بجعل سلوكهم متمشياً مع ما يريده الخالق منهم، ومستخدماً لذلك كل وسيلة إعلامية.

الفرع الثالث

الفرق بين الإعلام وغيره

إنه لكي يتضح معنى الإعلام بصورة أفضل، يتطلب الأمر توضيح الفرق بينه وبين كل من التعليم، والدعاية والإعلان.

أولاً - الفرق بين الإعلام والتعليم: يتفق الإعلام مع التعليم في جانب، ويختلفان في جانب آخر: فيتفقان في أن كلا منهما ينقل المعلومات إلى الغير، حيث أن كلا من الإعلامي والمعلم مرسل للمعلومات إلى المستقبل لها وهو متلقي الرسالة الإعلامية، ومتلقي التعلم أي طالب العلم، ويختلفان من حيث أن الإعلام لا يحتاج إلى التكرار، بينما التعليم يحتاج إلى التكرار (تر).

ثانياً - الفرق بين الإعلام والدعاية: الإعلام يزود الناس بالأخبار الصادقة، والمعلومات الصحيحة، ويقوم رجل الإعلام بشرحها وتفسيرها بغية التأثير في الناس، بينما الدعاية - في الغالب - تسعى إلى استهواء الناس،

(¹) محمود كرم سليمان: التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام نحو إعلام إسلامي متميز - دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع - المنصورة - ط1 - 1409هـ - 1989م - ص62.

(²) محمد موفق الغلاييني: مرجع سابق - ص46 وما بعدها.

(³) محمد موفق الغلاييني: وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة - مرجع سابق - ص40.

والتأثير في نفوسهم وعقولهم لغرض مشكوك فيه، وللدعاية دور وتأثير كبيران في تغيير مفاهيم الناس، وجعل سلوك الناس يسير وفق هدف الدعاية(□) كما أن الإعلام لا يعتمد على التكرار أساسا، بينما التكرار وسيلة من وسائل الدعاية (بر).

ثالثا - الفرق بين الإعلام والإعلان: الإعلام - كما سبق القول - هو نقل معلومات صادقة وصحيحة إلى الناس لمساعدتهم في تفهم الواقع والحقائق والافتناع بها في سلوكهم الإنساني.

أما الإعلان، فإنه أداة تجارية من جانب، وناشر ومؤصل لعادات فكرية جديدة، وتكون فترة الإعلان - في العادة - قصيرة، كما يعتمد الإعلان على المعلومات الصحيحة والكاذبة بعكس الإعلام الحق الذي يعتمد على الصدق، والإعلام لا يكرر عادة، بينما الإعلان يعاد ويكرر عدة مرات حتى يصبح جزءاً من مشاعر الإنسان مما يدفعه لشراء السلعة المعلن عنها إذا كان تجاريا، وقد يكتشف زيف الإعلان حينما يتضح له أن السلعة لا تتطابق مع ما أعلن عنها (تر).

المطلب الثاني

مفهوم وسائل الإعلام وأنواعها

سأتناول في هذا المطلب توضيح مفهوم وسائل الإعلام في فرع وأنواع الوسائل الإعلامية في فرع آخر كما يلي:

الفرع الأول

مفهوم وسائل الإعلام

وسائل الإعلام هي الوسائط والأدوات التي يستخدمها الإنسان للاتصال والتفاهم والتأثير في غيره من الناس.

والإعلام أساسا ظاهرة اجتماعية نشأت مع بدء الخليفة ووجود الإنسان على الأرض، وتأكيدا لكون الإعلام ظاهرة اجتماعية، وكون الإنسان اجتماعيا بطبعه، وأنه متطور أيضا فإن وسائل الإعلام قد تطورت وفقا لتطور المجتمعات الإنسانية نفسها، حيث انتقل الإعلام من مرحلة التبليغ الفردي من شخص إلى آخر إلى

(¹) د. عبداللطيف حمزة: الإعلام في صدر الإسلام - دار الفكر العربي - ط2 - 1978م - ص261 وما بعدها.

(²) مروان كجك: الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون - دار طيبة للنشر والتوزيع - ط2 - الرياض - 1408هـ - 1988م - ص149.

(³) مروان كجك: ذات المرجع والموضع.

مرحلة التبليغ المتبادل بين الجماعات المنظمة، ثم انتقل إلى مرحلة التبليغ الجماعي عبر وسائل الاتصال الجماهيرية مثل الصحافة والمطبوعات والإذاعات والتلفاز والسينما وغيرها (□).
ونظرا لأهمية الإعلام في حياة الإنسان، فإنه قد استخدم منذ القدم الوسائل المتاحة للتأثير والتأثر، حيث كل إنسان يحاول إقناع غيره بوجهة نظره.

الفرع الثاني

أنواع وسائل الإعلام

وسائل الإعلام على نوعين قديمة وحديثة: فالوسائل القديمة هي الوسائل الفطرية التي لم تستخدم الآلات كالخطابة، والشعر، والندوات، والأسواق، أما الوسائل الحديثة فهي التي تستخدم فيها الآلات المخترعة مثل الصحف والمجلات والإذاعة والقنوات الفضائية والسينما، والمسرح والإنترنت ووكالات الأنباء (بر).
وقد شمل الإعلام الحديث ما استجد وما كان موجودا قبل اختراع الآلات والأجهزة الحديثة، حيث طورها بالآلات والمعدات لقوة وسعة نشرها كما هو الحال في نشر الخطب والأشعار في الإذاعات والتلفزيونات والإنترنت وغيرها بصورة غير مباشرة، وكذلك سعة نشرها بصورة مباشرة كما هو الحال في استخدام مكبرات الصوت في الندوات والمهرجانات كي يصل الإعلام إلى جميع الحاضرين خاصة عند اجتماع أعداد كبيرة من الناس.

وسيتم تناول أنواع وسائل الإعلام الإسلامية ووسائل الإعلام المعاصرة وأثر كل منها بصورة موسعة في المبحثين الثاني والثالث.

المبحث الثاني

الإعلام الإسلامي وأثره

تمهيد: لكي تتم دراسة الإعلام الإسلامي وأثره في السلوك الإنساني، فإنه لا بد من التطرق إلى خصائص هذا الإعلام وهو ما سيتم تناوله في المطلب الأول - إن شاء الله - ومن ثم التطرق إلى وسائله وأثرها في السلوك الإنساني، وهي ما سأخصص لها المطلب الثاني من هذا المبحث، كما يلي:

(1) عثمان محمد نصر: علاقة الإعلام بالمسائل الأمنية في المجتمع العربي - المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض - مقالة بعنوان: دور الإعلام في ترويج الشائعات وسبل العلاج - 1988م - ص140.

(2) د. عبداللطيف حمزة: الإعلام في صدر الإسلام - مرجع سابق - ص14.

المطلب الأول

خصائص الإعلام الإسلامي

للإعلام الإسلامي خصائص متعددة، أتناولها بالدراسة في فروع خمسة: من حيث كونه هادفاً، وقائماً على الحجة والإقناع، وثبات مصدره، وقيامه على القدوة الحسنة، وأن كل فرد مسلم مكلف بالقيام بالعملية الإعلامية.

الفرع الأول

الإعلام الإسلامي هادف

للإعلام الإسلامي هدف يسعى إلى تحقيقه هو: "إعلاء كلمة الله" (□)، ولذلك فإن الإعلام لا يكون موصوفاً بأنه إسلامي ما لم يكن هذا هدفه، وأن يعمل بكل الوسائل القديمة، والحديثة المقروءة، والمسموعة، والمسموعة المرئية لتحقيق هذا الهدف. وكل المادة الإعلامية لا تخرج عن النطاق الإسلامي، بل تعمل ما فيه خير الإنسان، لا يناقض بعضه بعضاً، ولا يخرب برنامج -مثلاً- برنامجاً آخر.

ولذلك فإن الإعلام الإسلامي يقوم على الصدق الذي لا يعتريه كذب، والأمانة التي لا يخالطها غش، حيث يسعى هذا الإعلام إلى تثبيت الدين الحق، والخلق الفاضل، فيدعو إلى الفضيلة، وينفر من الرذيلة وعواقبها، أي أنه يدعو إلى مكارم الأخلاق، وإرشاد الناس إلى خيرهم ورخائهم (بر).

وأخيراً، فإنه لا يكفي أن يكون الإعلام الإسلامي هادفاً، بل يجب أن يكون قائماً على الحجة والإقناع وهو ما سأتناوله في الفرع التالي.

(1) د. راشد الراجح الشريف: دور الإعلام في توجيه الشباب - مقالة بعنوان: دور الإعلام في ترسيخ القيم الكبرى للمجتمع العربي والإعلامي - المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض - 1408هـ - ص21.

(2) الإعلام سواء كان إسلامياً أو غير إسلامي هادف، ولكن الهدف يختلف من إعلام إلى آخر.

وكل رسالة إعلامية لا بد وأن تكون هادفة إلى التأثير في الآخرين، ويؤكد ذلك أن مرسل الرسائل الإعلامية يختار نوعاً من الرسائل دون غيرها، وهذا يدل على وعيه بالرسالة المختارة التي تلعب دوراً في التأثير على سلوك الناس بطريقة محددة يريد بها المرسل. للمزيد أنظر: د. نبيل عارف الجردى: مقدمة في علم الاتصال - مكتبة الإمارات - العين - تنفيذ دار الجيل للطباعة والنشر - دمشق - ط3 - بدون تاريخ طبع - ص37.

وكل نص إعلامي لا يخلو من هدف: فالكتابات الإعلامية عندما يكتب واصفاً مظاهر الطبيعة مثلاً، لا يكون ذلك بغرض الوصف، ولكن لابد له من هدف يريد منه التأثير في الناس، وقد يتصور البعض أن ما ينشر من المواد الإعلامية كالأخبار ومواد الترفيه هو لمجرد العلم بالشئ وللفن والمتعة فحسب، ولكن الواقع يؤكد أن هنالك هدفاً خفياً من وراء هذا النشر يراد منه تقبل مستقبل الرسالة الإعلامية لموقف معين يريد به مرسل الرسالة الإعلامية. للمزيد أنظر: د. محمد حمد خضر: مطالعات في الإعلام - الطبعة الأولى - 1407هـ - 1987م - ص134 وما بعدها.

الفرع الثاني

قيامه على الحجة والإقناع

الإعلام الإسلامي لا يقوم على التظليل والخداع، وإنما يقوم على الإقناع والإقناع، حيث يشترط الاقتناع في قبول الإيمان بالإسلام، مما يدل على أنه يخاطب العقول بكل الوسائل حتى يصل إلى الإقناع (□)، أي أن هذا الإعلان يستخدم كل الوسائل المؤثرة والمقنعة مثل: الترغيب بالوعود الأخروية كالجنة وما فيها من النعيم المقيم، والترهيب بالوعيد كالنار وما فيها من العذاب الأليم، وذلك بغية إقناع الناس بالإسلام والسير وفق نهجه القويم، بمعنى آخر إن الإعلام الإسلامي - في محاولته التأثير على سلوك الناس عن طريق الإقناع - يعتمد على توضيح المنافع الدنيوية بالإضافة إلى الأخروية المترتبة على السلوك السوي، وتوضيح المخاطر والمضار التي تصيب الإنسان من السير في دروب الشر والرديلة.

والإعلام الإسلامي في محاولته التأثير على سلوك الناس عن طريق الإقناع بالحجة، فإنه يستغل كل الإمكانيات البيولوجية والنفسية في الإنسان لاستثارة قوى الخير الكامنة فيه وتوجيهها توجيهاً خيراً على الدوام (بر).

كما يعمل هذا الإعلام على إظهار ملكة التفكير لدى الإنسان إيماناً منه بأهمية العقل واحترام الإنسان، فيقوم على الإقناع المنطقي بعيداً عن إثارة الغرائز، والعواطف، والإنفعالات، وهذا هو عكس ما عليه الإعلام غير الإسلامي وهو ما سأطرق إليه عند الحديث عن الإعلام المعاصر - إن شاء الله في المبحث الثالث. ويعتمد الإعلام الإسلامي في إقناعه للناس على أقوى الأدلة الإسلامية وهي القرآن الكريم، والسنة المطهرة، وأقوال الصحابة رضوان الله عليهم، ويؤكد أسلوب الإقناع على ما يلي (تر):

1. روحانية العقيدة الإسلامية وجاذبيتها.

2. الموضوعات الإلهية والتشريعات التي يتناولها.

3. خلود المبادئ التي يدعو إليها.

(¹) د. نوال محمد عمر: دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية - مكتبة نهضة الشرق - جامعة القاهرة - 1984 م - ص 115.

(²) د. راشد الراجح الشريف: مقالة بعنوان "دور الإعلام في ترسيخ القيم الكبرى للمجتمع العربي الإسلامي" - في كتاب دور الإعلام في توجيه الشباب - المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب - الرياض - ط1 - 1408هـ - ص 21.

(³) د. نوال محمد عمر: دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية - مرجع سابق - ص 116.

وهذا يعني أن هذا الإعلام لا يتحقق دوره في الإقناع والتأثير في الناس ما لم يكن مستندا ومعتمدا على مصدر ثابت له أصوله، وقواعده، ومبادئه التي لا تتغير مع الزمن وفق الأهواء والرغبات، وهو ما سيتم توضيحه - إن شاء الله - في الفرع التالي.

الفرع الثالث

ثبات المصدر

يتسم الإعلام الإسلامي بثبات مصدره لأن مصدره القرآن والسنة واللذان يعتبران الأساس للدعوة الإسلامية التي تعني الإعلام الإسلامي، ولذلك، فإن الإعلام الإسلامي مهما استخدم من وسائل للنشر فإنه يلتزم بهذين المصدرين، ولا يتقيد هذا الإعلام باستخدام وسائل دون أخرى، وإنما يستخدم كل الوسائل الممكنة على أساس الالتزام بالحكمة والموعظة الحسنة وفقا لقول الله تعالى: {ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ...} (□).

ويأتي ثبات مصدر الإعلام الإسلامي من ثبات الأحكام والتعاليم والأداب والأخلاق، وعلى ذلك، فإن هذا الإعلام - بثبات مصدره - يكون أكثر نفعاً للإنسانية بكاملها إذا تم الإلتزام بتعاليم الكتاب والسنة في وسائل الإعلام المختلفة حتى تظهر ثمارها الطيبة، وتعم البشرية كلها لأن الإسلام لم ينزل خاصاً بقوم دون قوم ولا لبلد دون آخر، ولكنه دين الله للناس كافة، قال تعالى: {وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا...} (بر)، وقال تعالى: {وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ} (تر).

ويعني ثبات مصدر الإعلام الإسلامي ثبات العقيدة والشريعة الإسلامية بأخلاقها ومبادئها التي يحتاج إليها الإنسان في كل عصر وزمان، فعقيدة التوحيد يحتاجها البدوي كما يحتاجها المتعلم، كما أن الإنسان بحاجة إلى عبادات تطهره وتصله بالله والناس، بالإضافة إلى حاجته إلى الصدق والإخلاص والعدل، حيث لا غنى للإنسان عن هذه الأصول وغيرها في أي مكان وأي عصر (ير)، وهذا يؤكد أن للإعلام الإسلامي مصدراً ثابتاً وهو: الإسلام عقيدة وشريعة مهما تغيرت الأزمنة والأمكنة.

(1) سورة النحل، آية 125.

(2) سورة سبأ، آية 28.

(3) سورة الأنبياء، آية 107.

(4) رائد فهد عبدالعزيز حمد الدعيج: الأمن والإعلام في الدولة الإسلامية - المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب - الرياض - 1406 هـ - ص 204.

وما يجدر ذكره في هذا السياق أنه رغم ثبات الأصول والقواعد والمبادئ الإسلامية قد احتوت على عنصر المرونة والتغيير، ولكن في الجزئيات والتطبيقات العملية للمبادئ الكلية لا في المبادئ ذاتها، ولذلك فهي صالحة لكل زمان ومكان، وقد قيل عنها: "إنها رسالة لا تحتاج إلى تغيير كلمة وزيادة حرف، فهي منطبقة تمام الانطباق على القرن العشرين انطباقها على القرن السادس المسيحي"⁽¹⁾.

ومهما اتسم الإعلام الإسلامي بأنه ثابت، فإنه لا بد للقائم بهذا الإعلام أن يكون قدوة حسنة، ونموذجاً حياً وهو ما سيتم تناوله في الفرع التالي.

الفرع الرابع

القدوة الحسنة

تمثلت القدوة الحسنة للإعلام الإسلامي في شخصية الرسول محمد صلى الله عليه وآله وسلم، والتي كانت ذا أثر بالغ في الناس منذ بداية الدعوة الإسلامية وحتى عصرنا هذا، ولذلك، فإنه كلما كان صاحب الرسالة الإعلامية قدوة حسنة فإنه يكون قادراً على الإقناع والتأثير في الآخرين، فالاتصال الشخصي مثلاً لا يمكن له أن يؤدي دوره في التأثير ما لم يكن صاحبه قدوة حسنة يحتذى بها ومقتنعا بما ينادي به ويدعو إليه (بر)، وما لم يكن صاحبه كذلك، فإن أثره في الناس بسيط ومحدود، وقد يكون معدوماً، ولذلك فإن القرآن الكريم يمقت هذا النوع من الناس في قوله تعالى: {تَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ} (تر)، فمن لا يطابق قوله فعلة لا يكون قدوة حسنة للغير مؤثراً في سلوكهم.

ولقد كانت القدوة الحسنة لمن أنزل عليه الوحي بالقرآن والسنة وكبار صحابته أنموذجاً ونمطاً مثالياً مؤثرة إعلامياً ومساعدة على نشر الدين الإسلامي (ير). وقد أنزل الله آية تتلى إلى يوم القيامة تبين وتوضح القدوة الحسنة في الرسول صلى الله عليه وآله وسلم هي قوله تعالى: {لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ...} (سم)

(1) المرجع ذاته - ص 205.

(2) محمود كرم سليمان: التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - مرجع سابق - ص 132.

(3) سورة البقرة، آية 44.

(4) محمد إبراهيم محمد إبراهيم: الجانب الإعلامي في خطب الرسول صلى الله عليه وآله وسلم - مرجع سابق - ص 15.

(5) سورة الأحزاب، آية 21.

والأسوة الحسنة هي القدوة التي تؤثر في الآخرين، وتجعلهم يغيرون سلوكهم إلى السلوك الذي يتمشى مع سلوك المقتدى به.

والإعلام الإسلامي يعتمد على الصدق في القول والصفاء في النفس (□)، والسلوك الحسن المؤيد للقول، ومن ثم التأثير في الناس وتغيير سلوكهم نحو الأفضل، وهو ما ينطبق عليه القول: الكلمة التي تخرج من القلب تصل إلى القلب، والتي تخرج من اللسان لا تجاوز الأذان.

ولا يكون الإعلام إسلامياً ما لم يكن قدوة حسنة، أي أن يكون القائمون عليه أسوة خيرة للغير، وتؤخذ العبرة من المعلم الأول وهو سيد البشرية محمد صلى الله عليه وآله وسلم، حيث بدأ بتربية الدعاة تربية حسنة صارت مناراً يهتدى به ويقتدى، فتجسدت القدوة الحسنة في الصفوة الأولى ومن سار على دربهم فكانوا مشعلاً لنور الإسلام أضاء الطريق لناس كثيرين في مناطق كثيرة من العالم، وخير مثال لذلك القدوة الحسنة لتجار المسلمين الذين كانوا يتعاملون مع غير المسلمين ساهمت بشكل كبير ليس في سلوك الناس الذين تعاملوا معهم فحسب، وإنما أثرت هذه القدوة في معتقداتهم، فدخل منهم الكثير في الدين الإسلامي في إفريقيا وجنوب شرق آسيا نتيجة إعجابهم بصدق وأمانة ووفاء التجار المسلمين الذين كانوا قدوة حسنة ونموذجاً عملياً جسّد الإسلام في القول والسلوك استمال غير المسلمين للدخول فيه (بر).

ولكون الإعلام الإسلامي يتسم بالقدوة الحسنة، فإنه يجب على القائمين بهذا الإعلام، يتحلّى بالمثل العليا والأخلاقيات التي تجسّد الإسلام تجسيدا حيا كدليل عملي بأن الإسلام ليس مثاليات وإنما هو واقع عملي (تر) قادر على النهوض بالأمّة إلى مستويات راقية وسامية، وهو ما سيأتي بيانه في الفرع التالي

الفرع الخامس

كل فرد مسلم قائم بالإعلام

إنه ما دامت الدعوة الإسلامية تسعى إلى نشر الإسلام عقيدة وشريعة لإبلاغ العالم بالدين الإسلامي كونه عالمياً موجهاً إلى الناس كافة على مختلف العصور، ولكونه تاماً وكاملاً فمن الضروري وصول الدعوة إليه

(1) د. نوال محمد عمر: دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية - مرجع سابق - ص 121.

(2) هذه القدوة الحسنة تدحض ما قيل عن الإسلام كذبا وافتراءً بأنه انتشر بحد السيف، ولو كان كذلك ما بقي شخص يهودي أو نصراني على دينه وأنهم أُجبروا على الدخول في الإسلام، إلا أن الواقع أن الإسلام لم يجبر أحداً على الدخول فيه.

(3) د. راشد الراجح الشريف: مقالة بعنوان "دور الإعلام في ترسيخ القيم الكبرى للمجتمع العربي الإسلامي" - في كتاب دور الإعلام في توجيه الشباب - مرجع سابق - ص 21.

إلى كل الناس بشكل واجب وحتمي على كل مسلم (□) كل حسب قدرته وإمكانياته مستخدماً كل الوسائل المشروعة متبعاً في ذلك اللين، ومبتعداً عن الشدة والغلظة وفقاً لقول الله تعالى: {ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ...} (بر)، ولأمر النبي الشريف الخاص بإبلاغ الناس الإسلام، حيث قال صلى الله عليه وآله وسلم: ((بلغوا عني ولو آية)) (تر).

ورغم أن التكليف عام لكل مسلم، إلا أن ذلك لا يمنع من وجود متخصصين يقومون بأمر الدعوة إلى الله على بينة ودراية وبصيرة (بر)، قال تعالى: {وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ} (سم).

ويعتبر كل مسلم رقيباً على أي انحراف أو خروج عن المنهج الإسلامي حتى يسلم الناس من الشقاء والمتاعب التي يكابدونها خاصة في الآونة الأخيرة التي طغت فيها الحضارة المادية التي قصد بها إسعاد الناس، غير أنهم اكتتوا بناها لقيامها على أسس مغايرة للفطرة الإنسانية التي فطر الله الناس عليها، ولذلك فعلى كل مسلم أن يتحمل هذه المسؤولية بأمانة وجدارة حتى يعلم غير المسلمين دين الله الحق، وحتى يستمتعوا بظلاله وعدله.

ولكي يتم القيام بدور إعلام الناس بالإسلام بغية التأثير فيهم والتغيير في سلوكهم بما يتمشى مع منهج الله تعالى فلا بد من التطرق للوسائل اللازمة لهذا الإعلام، وهو ما سأتناوله في المطلب التالي.

المطلب الثاني

وسائل الإعلام الإسلامي وأثرها

الإعلام بشكل عام لا بد له من وسائل يستخدمها القائمون به حتى يتمكنوا من التأثير في الآخرين. والإعلام الإسلامي له وسائله التي استخدمها ولا يزال يستخدمها كالوسائل القديمة التي استخدمت في نشر

(¹) د. راشد الراجح الشريف: مقالة بعنوان "دور الإعلام في ترسيخ القيم الكبرى للمجتمع العربي المسلم" - في كتاب دور الإعلام في توجيه الشباب - مرجع سابق - ص 21.

(²) سورة النحل، آية 125.

(³) مجد الدين أبي السعادات المبارك بن محمد بن الأثير الجزري: جامع الأصول في أحاديث الرسول - الجزء الثاني - دار الفكر للطباعة والنشر - بيروت - ط2 - 1403 هـ - 1983 م - ص 19.

(⁴) دكتور راشد الراجح الشريف: دور الإعلام في توجيه الشباب - مرجع سابق - ص 21.

(⁵) سورة آل عمران، آية 104.

الإسلام قبل اختراع الآلات والوسائل الجديدة التي ظهرت نتيجة للتقدم العلمي وهي التي ساعدت على زيادة وسعة نشر الإعلام الإسلامي.

وسأتناول دراسة أهم وسائل الإعلام الإسلامي المستخدمة منذ بداية الدعوة الإسلامية في الفروع التالية، وتأجيل الحديث عن الوسائل الحديثة إلى المبحث الثالث الخاص بالإعلام المعاصر.

الفرع الأول

القرآن الكريم والأحاديث النبوية

أولاً - القرآن الكريم: يتميز القرآن الكريم بطابعه الإعلامي، حيث كانت أول كلمة فيه نزلت على الرسول محمد صلى الله عليه وآله وسلم الذي اختاره الله لإبلاغ الإسلام كافة هي كلمة "إقرأ" (□)، قال تعالى: { أَقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ * خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ * أَقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ * الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ * عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ } (بر)، وكلمة إقرأ وردت بصيغة الأمر للقراءة، كما ورد بعد ذلك ذكر للقلم الذي به يتعلم الإنسان عن طريق الكتابة وقراءة ما هو مكتوب، ويؤكد ذلك أنه لا غنى عنهما للمعرفة الإنسانية في التعلم والإعلام.

وإنه مما يؤكد الطابع الإعلامي للقرآن الكريم قول الله تعالى: { مَذَا بَلَغَ لِنَاسٍ وَلِيُذْذَرُوا بِهِ وَلِيَعْلَمُوا أَنَّمَا هُوَ إِلَهٌ وَاحِدٌ وَلِيَذَكَّرَ أُولُو الْأَلْبَابِ } (تر)، فقد دلت الآية السابقة أن القرآن بلاغ لجميع الخلق من الإنس والجن أنزل لتبليغهم بما فيه من العبر والعظات، وينصحون ويخوفون من عقاب الله، ولتتحققوا بما فيه من الدلائل الواضحة والبراهين القاطعة على أن الله واحد أحد فرد صمد، ويتعظ بهذا القرآن أصحاب العقول السليمة (ير).

والبلاغ لا بد أن يكون مبيناً، والبلاغ المبين له مقومات ثلاث هي: التوصيل، والتعريف، والإقناع، وكما أن القرآن بلاغ فهو نبأ عظيم، ويوضح ذلك قول الله تعالى: { قُلْ هُوَ نَبَأٌ عَظِيمٌ } (سم) وقوله: { وَلَقَدْ

(¹) هي أول كلمة في أول آية من الآيات الأولى في أول سورة نزلت من عند الله إلى من اختاره نبياً ورسولاً إلى الثقلين (الإنس والجن).

(²) سورة العلق الآيات 1 - 5.

(³) سورة إبراهيم آية 52.

(⁴) محمد علي الصابوني: صفوة التفاسير - دار القرآن الكريم - بيروت - ط4 - 1402هـ - 1981م - ص102.

(⁵) سورة ص آية 67.

جَاءَهُمْ مِنَ الْأَنْبَاءِ مَا فِيهِ مُرْدَجَرٌ ❖ حِكْمَةٌ بَالِغَةٌ فَمَا تُغْنِ النَّذْرُ { (□) }، ومما يوضح أن القرآن نباً عظيم أيضاً تسمية إحدى سوره بسورة النبا.

وحيث أن هذا القرآن آخر كتاب سماوي فهو آخر رسالة إعلامية سماوية من رب العالمين، وشامل في توجيهه إلى الناس كافة حتى تصل رسالة الإسلام الإعلامية إلى كل المخلوقين من البشر، وحتى لا يكون هنالك مجال يوم القيامة للإعتذار بعدم العلم، ولكي يتحقق ذلك فلا بد من توصيله إلى كل بقاع العالم باستخدام كافة الوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة.

ولقد استخدم القرآن الكريم البشارة والإنذار للتأثير في سلوك الإنسان لما لهما من الضعالية والتأثير في النفوس المستقبلية لرسالاته الإعلامية، قال تعالى: { فَأَتَمَّا يَسْرَنَاهُ بِلِسَانِكَ لِنُبَشِّرَ بِهِ الْمُتَّقِينَ وَنُنذِرَ بِهِ قَوْمًا لُدًّا } (بر)، وقوله تعالى: { إِنَّ الْأَبْرَارَ لَفِي نَعِيمٍ ❖ وَإِنَّ الْفُجَّارَ لَفِي جَحِيمٍ ❖ يَصْلَوْنَهَا يَوْمَ الدِّينِ ❖ وَمَا هُمْ عَنْهَا بِغَائِبِينَ ❖ وَمَا أَدْرَاكَ مَا يَوْمَ الدِّينِ ❖ ثُمَّ مَا أَدْرَاكَ مَا يَوْمَ الدِّينِ ❖ يَوْمَ لَا تَمْلِكُ نَفْسٌ لِنَفْسٍ شَيْئًا وَالْأَمْرُ يَوْمَئِذٍ لِلَّهِ } (تر).

وقد غير القرآن مسيرة البشرية من الضلال إلى الهدى، وأدى ذلك إلى التحول العجيب في نفوس الناس، ابتداءً من عهد نزوله على سيد البشرية وحتى يومنا هذا وسلوكياتهم من النقيض إلى النقيض، من احتقار البنات ووأدهن إلى الاهتمام بهن وتكريمهن، ومن عبادة الأوثان إلى عبادة الواحد الديان، كما وأن من يدخل الإسلام بعد الكفر في وقتنا هذا من أبناء البلدان الأجنبية يتغير سلوكهم تبعاً للدين الجديد الذي اعتنقوه ومقتنعين بأنهم ولدوا من جديد، ومستنكرين لسلوكهم السابق على دخولهم الإسلام.

ثانياً - الأحاديث النبوية:

تعتبر السنة النبوية المصدر الثاني بعد القرآن الكريم، وقد عرفها البعض بقوله: ما نقل عن النبي صلى الله عليه وآله وسلم من قول أو فعل أو تقرير (ير).

والسنة النبوية هي المؤكدة والمبينة والمفصلة لما جاء مجملاً في القرآن الكريم.

(1) سورة القمر آية 4 و5.

(2) سورة مريم آية 97.

(3) سورة الإنفطار من الآية 13 حتى آخر السورة.

(4) د. مصطفى السباعي: السنة ومكانتها في التشريع الإسلامي - المكتب الإسلامي - دار الوراق للنشر والتوزيع - ط2 - 2000م -

وقد كان سلوك الرسول صلى الله عليه وآله وسلم وتصرفاته القدوة الحسنة مما يعد ذلك وسيلة من وسائل الإعلام (□)، وذات تأثير كبير قال عنها البعض: تغني في ذاتها عن بذل الجهود الإعلامية في سبيل دعوة ينشرها الإعلاميون، أو فكرة يدعون إليها، أو عقيدة سياسية جديدة ينتشرون بها (بر). أما الأحاديث النبوية فبالإضافة إلى كونها تشريعا موحى به من عند الله تعالى، فإنها تحتوي على خصائص إعلامية يستفيد منها الإعلاميون.

وتؤثر الأحاديث النبوية تأثيرا كبيرا في سلوك المؤمنين من الناس لأنها أقوال من أرسله الله رحمة للعالمين موحة من عند الله إليه بالمعنى، وما اللفظ الذي جاء به الرسول صلى الله عليه وآله وسلم في الأحاديث النبوية إلا تعبير عن المعنى الموحى به، ويؤكد ذلك قول الله تعالى: {وَالنَّجْمِ إِذَا هَوَىٰ * مَا ضَلَّ صَاحِبُكُمْ وَمَا غَوَىٰ * وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ * إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ} (تر).

وتتجلى الأحاديث النبوية بالبلاغة والفصاحة، حيث لها القدرة على الدخول إلى أغوار النفوس الإنسانية والتأثير في السلوك الإنساني.

وقد ركزت الأحاديث النبوية على التأثير في سلوكيات الناس الفاسدة للبعد عنها، ومحبة للناس سلوكيات جديدة خيرا من السلوكيات القديمة.

فمن الأحاديث المحبذة لسلوكيات معينة قول الرسول صلى الله عليه وآله وسلم: ((إن الله يقول يوم القيامة: أين المتحابون بجلالي؟ اليوم أظلمهم في ظلي يوم لا ظل إلا ظلي)) (بر)، فقد دعا الحديث إلى سلوك يتسم بالمحبة في الله بين المؤمنين بدلا من سلوك الخصام والشقاق، وموعدا للمتحابين فيه بظلمهم يوم القيامة وهو اليوم الذي لا ظل فيه إلا ظله.

(1) محمد موفق الغلاييني: مرجع سابق - ص71.

(2) د. عبداللطيف حمزة: الإعلام في صدر الإسلام - مرجع سابق - ص65.

(3) سورة النجم الآيات الأربع الأول منها.

(4) مسلم بن الحجاج بن مسلم القشيري النيسابوري: صحيح مسلم بشرح النووي - ج16 - ط3 - دار إحياء التراث العربي - بيروت، لبنان

1404هـ - 1984م - ص123.

ومن هذه الأحاديث قوله صلى الله عليه وآله وسلم: ((لا تدخلون الجنة حتى تؤمنوا ولا تؤمنون حتى تحابوا، أولا أدلكم على شيء إذا فعلتموه تحاببتم، أفشوا السلام بينكم)) (1)، فقد دل هذا الحديث على أن دخول الجنة مرتبط بالإيمان، والإيمان مرتبط بالمحبة، كما دل على سلوك يؤدي إلى المحبة بين المسلمين المؤمنين ألا وهو إفشاء السلام بينهم.

والحديث ((المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضا، وشبك بين أصابعه)) (بر)، حيث يدعو الحديث إلى التعاطف والتكاتف بين المسلمين.

ومن الأحاديث النبوية التي نهت عن سلوكيات معينة قول الرسول صلى الله عليه وآله وسلم: ((لا تباغضوا، ولا تحاسدوا، ولا تدابروا، وكونوا عباد الله إخوانا، ولا يحل لمسلم أن يهجر أخاه فوق ثلاث)) (تر)، وقوله: ((سباب المسلم فسوق وقتاله كفر)) (ير)، فقد نهى الحديث الأول عن التباغض والتحاسد والتدابر والهجر بين المسلمين، كما اعتبر الحديث الثاني سباب المسلم لأخيه فسوقا، وقتاله كفرا، ويؤكد ذلك قول الرسول صلى الله عليه وآله وسلم في حديث آخر: ((إذا التقى المسلمان بسييفيهما فالقاتل والمقتول في النار)) فقال أبو بكر: يا رسول الله هذا القاتل فما ذنب المقتول؟ فقال رسول الله: ((إنه كان حريصا على قتل أخيه)) (سم)، أي أن نيته كانت متجهة وقاصده قتل صاحبه إلا أن صاحبه سبقه بقتله.

- (1) صحيح مسلم بشرح النووي: ج2 - ط3 - دار الفكر العربي للطباعة والنشر والتوزيع - بيروت، لبنان - 1398هـ - 1978م - ص35. وانظر الجامع الصحيح المسمى صحيح مسلم - م1 - ج1 - دار المعرفة - بيروت، لبنان - بدون تاريخ طبع - ص53.
- (2) أحمد بن علي بن حجر العسقلاني: فتح الباري شرح صحيح البخاري - كتاب الأدب - باب تعاون المؤمنين بعضهم بعضا - ج10 - دار المعرفة للطباعة والنشر - بيروت، لبنان - ص944. وانظر الجامع الصحيح المسمى صحيح مسلم - المرجع السابق - م4 - ج8 - ص20.
- (3) صحيح مسلم بشرح النووي - مرجع سابق - ص115.
- (4) مجد الدين أبي السعادات المبارك محمد بن الأثير الجزري: جامع الأصول في أحاديث الرسول - ج10 - مرجع سابق - ط2 - ص67.
- (5) محمد بن اسماعيل بن إبراهيم بن المغيرة بن بردويه البخاري وغيره: اللؤلؤ والمرجان، كتاب الفتن وأشراف الساعة - باب إذا تواجه المسلمان بسييفيهما - عيسى البابي الحلبي وشركاه - ص33. وورد هذا الحديث في سنن أبي داود سليمان بن الأشعث السجستاني الأزدي - دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع - م2 - ج4 - ص272.

الفرع الثاني

الاتصال الشخصي

هذا الاتصال أو هذه الوسيلة الاتصالية هي ما تسمى في الإعلام الحديث (اللقاء المواجهي) (□).

ولقد استخدم رسول الله صلى الله عليه وآله وسلم هذه الوسيلة الإعلامية الهامة بعد نزول الوحي عليه لأول مرة أي في المرحلة الأولى من الدعوة الإسلامية التي قام بنشرها عن طريق الاتصال الشخصي (الفردى)، حيث بدأ بزوجته خديجة فأسلمت، وواصل هذا الاتصال مع علي بن أبي طالب الذي انتهى بإسلامه، وكذلك وقع هذا الاتصال مع صديقه أبي بكر الذي أسلم وواصل أبو بكر الاتصال بغيره فأقنع العديد بترك ما كان عليه الآباء والأجداد من الشرك، والدخول في الدين الإسلامي الجديد أمثال: عثمان بن عفان، والزبير بن العوام، وعبدالرحمن بن عوف، وسعد بن أبي وقاص (بر).

وانتشر الإسلام بهذه الوسيلة في البداية لأنها كانت الوسيلة الوحيدة لإعلام الناس وإقناعهم بالدين الجديد.

يستطيع مرسل الإعلام بهذه الوسيلة انتقاء من يريد إبلاغه من الناس وإقناعه بما يريد سواء كان المتلقي للاتصال فرداً أو مجموعة من الأفراد، ومن ثم تغيير السلوك السابق إلى سلوك آخر. وتلعب هذه الوسيلة الإعلامية دوراً عظيماً في التأثير على سلوك الناس لكون الإعلام الشخصي أشد تأثيراً من بقية الوسائل الأخرى عندما تتوفر الثقة في القائم بهذا الاتصال، ولكونه يوفر فرصة للنقاش والحوار الذي يؤدي إلى الإقناع، ولما تمتاز به هذه الوسيلة من مرونة في طرح وجهات النظر (تر)، وتمكين المرسل إليه من الاستفسار عما غمض عليه ببسر وسهولة، كما تمكن المرسل من معرفة رد الفعل من المتلقي ومن ثم مواصلة الحوار بناءً على هذا الرد حتى الوصول إلى درجة الاقتناع، وتغيير السلوك القديم بسلوك جديد يريده المرسل وهو الناتج عن التأثير بالمادة الإعلامية التي تلقاها عبر الاتصال الشفهي.

ولم يكتف الرسول صلى الله عليه وآله وسلم على الاتصال الشخصي (المواجهي) في المحيط القريب منه وإنما وسعه للاتصال بأبناء مدينة يثرب عند وصولهم إلى مكة في موسم الحج (بر)، وأرسل الرسل بعد ذلك

(1) محمد إبراهيم محمد إبراهيم: الجانب الإعلامي في خطب الرسول صلى الله عليه وآله وسلم - مرجع سابق - ص 227.

(2) محمد موفق الغلاييني: وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة - مرجع سابق - ص 119.

(3) د. عبداللطيف حمزة: الإعلام في سطر الإسلام - مرجع سابق - ص 75.

(4) د. عبداللطيف حمزة: الإعلام في سطر الإسلام - مرجع سابق - ص 128 وما بعدها.

إلى قبائل الجزيرة العربية لإعلام الناس بالإسلام بوسيلة الاتصال الشخصي فأرسل معاذاً بن جبل، وأبا موسى الأشعري، وعلياً بن أبي طالب إلى اليمن (□).

وبالإضافة إلى وسيلة الاتصال الشخصي السالف ذكرها هنالك وسيلة إعلامية أخرى تتميز بالعلانية وسعة الانتشار هي الخطابة التي أتاولها بالدراسة في الفرع التالي.

الفرع الثالث

الخطابة

في هذا المطلب سأحدث عن وسيلة إعلامية أخرى هي الخطابة وهي وسيلة إعلامية يخاطب فيها المرسل عدداً محدوداً أو أعداداً كبيرة من الناس.

وتعتبر الخطابة فناً في مدى قدرة الخطيب على التأثير في السامعين وإقناعهم لإثارتهم وتحفيزهم حول موضوع معين، أو لتهديئة غضبهم، وتغيير وجهة نظرهم نحوه معتمداً على الأدلة والبراهين، وقوة أسلوبه، وفصاحة كلامه، ونبرات صوته في رفعه وخفضه، كما أن للخطابة قدرة فعالة في التأثير على السامعين بشكل يفوق الوسائل الأخرى الحديثة الناتجة عن الاختراع العلمي كالصحافة، والإذاعة، والتلفزيون، والسينما (بر) وغيرها، وذلك لأن المرسل والمرسل إليهم في مكان واحد يتحدث إليهم المرسل مباشرة، وهو بعكس الكاتب والصحفي الذين يجعلان من الكتاب والصحيفة واسطة بينهما وبين مستقبل الرسالة الإعلامية (تر).

وسوف أتناول الخطابة بالدراسة من حيث تأثيرها، وسمات الخطابة المؤثرة، ومدى تأثيرها مكتوبة أو مرتجلة، ومدى استخدام الخطابة كوسيلة إعلامية في الجاهلية وبعد ظهور الدعوة الإسلامية في البنود التالية:

أولاً - الخطبة المؤثرة:

تتميز الخطبة المؤثرة بأنها التي تشتمل على مقدمة، وصلب للموضوع، وخاتمة (بر).

(¹) د. محمد علي العويبي: الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق (دراسة إعلامية دينية سياسية) - عالم الكتب - ط2 - 1407هـ - 1987م - ص221.

(²) محمد إبراهيم محمد إبراهيم: الجانب الإعلامي في خطب الرسول صلى الله عليه وآله وسلم - مرجع سابق - ص14 وما بعدها.

(³) محمد موفق الغلاييني: وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة - مرجع سابق - ص112.

(⁴) محمد موفق الغلاييني: ذات المرجع والصفحة.

المقدمة: هي التي يتمكن الخطيب فيها من طرح لفظة لموضوع الخطبة حتى يشد المستمعين نحوه فيصغون إلى ما يقوله بعد ذلك.

الموضوع: وهو الجوهر والفكرة الأساسية للخطبة والتي يتمكن الخطيب البارع من التأثير في السامعين عن طريق الحجة والأدلة العقلية والنقلية التي يوردها.

الخاتمة: وهي التي يقوم فيها الخطيب بوضع خلاصة لموضوع الخطبة بعبارة موجزة كي تثبت في أذهان السامعين.

ولكي تكون الخطبة مؤثرة في الناس يلزم على الخطيب أن يبيّن الفائدة التي تعود عليهم من قيامهم بعمل معين، أو الضرر المترتب على إهمالهم له، وأن يجعلهم متفائلين غير متشائمين، محاولاً إدخال السرور عليهم، ويا حبذا أن يبدأ وينتهي خطبته بعبارة طيبة (□).

ثانياً - سمات الخطابة المؤثرة:

للخطابة المؤثرة - في الناس - بصورة أكبر سمات تتجلى في شجاعة الخطيب، وفصاحته، وسرعة البديهة لديه، وقوة ذاكرته، وإلقائه الجيد من حيث رفع الصوت وخفضه حسب الموقف، وكذا الحماسة التي يتطلبها الموقف للتأثير في السامعين (بر)، بالإضافة إلى مقدرة الخطيب على معرفة مدى تقبل السامعين لما يقول ومدى التأثير به، ومن ثم الاستزادة أو الإيجاز في الموضوع (تر).

ثالثاً - مدى تأثير الخطابة المكتوبة والمرتجلة:

الخطابة - كما سبق - هي مواجهة بين الخطيب وسامعيه سواء كانت مكتوبة أو مرتجلة يخاطب الخطيب الجاهل والمتعلم، البصير والأعمى، والكبير والصغير، ويؤثر في سامعيه بصورة أكبر من تأثير الكاتب رغم إعداد الكاتب لبحثه إعداداً كافياً وبتأني (ير)، وتأثير الخطبة المرتجلة أكبر من تأثير الخطبة المكتوبة لدى السامعين المشاهدين لأنها تحدث تفاعلاً مع حركات الخطيب المعبرة عن تأثره وانفعالاته (سم).

(1) ريل كارنجي ترجمة رمزي يسي وعزت فهيم صالح: التأثير في الجماهير عن طريق الخطابة - دار الفكر العربي - بدون تاريخ ومكان النشر - ص146 وما بعدها.

(2) محمد موفق الغلاييني: وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة - مرجع سابق - ص76 وما بعدها.

(3) محمد إبراهيم محمد إبراهيم: الجانب الإعلامي في خطب الرسول صلى الله عليه وآله وسلم - مرجع سابق - ص60.

(4) عبد الله شحاته: الدعوة الإسلامية والإعلام الديني - الهيئة المصرية العامة للكتاب - ط2 - 1986م - ص19.

(5) عبد الله شحاته: الدعوة الإسلامية والإعلام الديني - ذات المرجع والموضع.

(6) محمد إبراهيم محمد إبراهيم: الجانب الإعلامي في خطب الرسول صلى الله عليه وآله وسلم - مرجع سابق - ص377.

كما أن تأثير الخطبة المرتجلة أعمق من المكتوبة كونها تعالج مشاكل آنية، وتدلل مستقبلي الرسالة الإعلامية على الطريق السليم بينما تأثير الخطبة المكتوبة في سلوك الناس محدود خاصة إذا كتبت منذ فترة قد لا تصلح في وقت لاحق هو الوقت الذي تلقى فيه.

ولكي يكون لهذه الوسيلة الإعلامية (الخطابة) أثرها في السلوك الإنساني يجب أن يكون القائم بها قدوة حسنة غيره تتطابق أقواله مع أفعاله، قال تعالى: { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ - كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ } (□).

رابعا - الخطابة في الجاهلية:

لقد كانت الخطابة في العهد الجاهلي قبل الإسلام وسيلة إعلامية استخدمت للتأثير في الناس في محاولة لتغيير السلوك والمفاهيم، ومن الخطباء المؤثرين: (قس بن ساعدة الإيادي) الذي كان يخطب في شئون عدة ومنها ما يتعلق بالأمور الكونية، فقد كان يدعو الناس إلى التفكير والتأمل في الموت وما بعده (بر) بهدف إقناعهم بأن بعد الموت حياة، وسيحاسب الناس على أعمالهم، وما عليهم إلا ترك معتقدات الجاهلية التي كانت قائمة على إنكار البعث بعد الموت.

خامسا - الخطابة في الإسلام وأثرها:

لقد استخدمت هذه الوسيلة (الخطابة) لعدة أغراض هي الدعوة للناس إلى الدين الجديد، كما استخدمت الخطابة لإقناع الجيش الإسلامي باتباع سلوك معين يتمشى مع نهج الشريعة الإسلامية، وكذلك الامتناع عن اتباع سلوكيات معينة في التعامل مع الأعداء أثناء الحروب وبعدها.

فقد بدأ الرسول صلى الله عليه وآله وسلم إعلام الناس بالدين الجديد ودعوتهم للدخول فيه بوسيلة الإعلام الشخصية في اللقاءات والمحادثات السرية حتى نزل عليه قول الله تعالى: { وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ } (تر)، فعرف رسول الله أن ذلك أمر بتوسيع إعلام الناس، والانتقال من الإعلام السري إلى الإعلام العلني، وعليه فالأمر يتطلب استخدام وسيلة أخرى هي وسيلة الخطابة لإعلام الناس جهراً بما تتضمنه الدعوة الإسلامية بغية التأثير الجماعي كي يترك الناس السلوك الجاهلي ويميلون إلى السلوك الإسلامي.

(¹) سورة الصف، الآيتان 3.2.

(²) د. عبداللطيف حمزة: الإعلام في صدر الإسلام - مرجع سابق - ص 29.

(³) سورة الشعراء، آية 214.

وهناك علموا الغاية التي يريدها الرسول صلى الله عليه وآله وسلم وهي الإيمان بالله وحده لا شريك له وترك عبادة الأصنام والأوثان، وترك الفواحش والمنكرات، فكانت خطب الرسول الأولى وما تلتها من خطب حديث الناس، وكان لها الأثر الكبير (□).

كما استخدم الرسول صلى الله عليه وآله وسلم الخطابة في المسلمين لتغيير سلوك معين بعد وصول وفد هوازن قاصداً التأثير في الجيش الإسلامي لإرجاع السبي بعد انتصاره على هوازن قائلاً لهم: ((إن إخوانكم قد جاؤونا تائبين، وإني رأيت أن أرد عليهم سبيهم، فمن أحب منكم أن يطيب ذلك فليفعل))، فقال الناس: طيبنا ذلك (بر)، وتم إرجاع السبي بعد أن تأثر المسلمون بخطبة الرسول صلى الله عليه وآله وسلم.

وكان الرسول صلى الله عليه وآله وسلم يخطب في الجيوش الذين كان يبعثهم للتأثير فيهم ويقول لهم: ((بسم الله، وفي سبيل الله، وعلى ملة رسول الله، لا تغلوا، ولا تمثلوا، ولا تقتلوا وليداً))، حيث كان يوضح لهم بأن سلوكهم في الحرب يجب أن يكون وفق الشريعة الإسلامية، وأن لا يراق دم إلا دم من يتصدى لنشر الدعوة الإسلامية، أو يقاتل المسلمين، وأن لا يمثلوا ولا يقتلوا وليداً فقد يكون يوماً ما من جنود الإسلام (تر).

ولم يقف الإعلام الإسلامي عند الخطابة - في محاولة للتأثير في سلوك الناس - بل تجاوزه ليصل إلى أبعد مدى حتى يصل العلم بالإسلام إلى كل مكان، ومن أجل ذلك بعث الرسول صلى الله عليه وآله وسلم برسائل إلى الملوك والأمراء يدعوهم فيها إلى الإسلام وهو ما سيتم تناوله - إن شاء الله - في الفرع التالي:

الفرع الرابع

رسائل النبي

بعد أن استخدم الرسول صلى الله عليه وآله وسلم الوسائل الإعلامية السابق تناولها - وهي التي تعتبر آنذاك الإعلام الداخلي - فإنه أضاف إلى ذلك استخدام وسيلة أخرى كوسيلة للإعلام الخارجي لتوضيح الإسلام لدى العالم الخارجي أي خارج حدود الجزيرة العربية وهي وسيلة إرسال الرسائل مع رسل (مبعوثين) إلى ملوك وأمراء الدول المجاورة الموجودة آنذاك وقد سميت فيما بعد بالرسائل النبوية.

(¹) للمزيد يراجع د. عبداللطيف حمزة: الإعلام في سطر الإسلام - مرجع سابق - ص119.

(²) محمد إبراهيم محمد إبراهيم: الجانب الإعلامي في خطب الرسول صلى الله عليه وآله وسلم - مرجع سابق - ص233 وما بعدها.

(³) أحمد بن علي بن حجر العسقلاني: فتح الباري شرح صحيح البخاري - باب من ملك من العرب رقيقاً - الجزء الخامس - دار المعرفة للطباعة والنشر - بيروت - لبنان - ص169.

فقد أرسل النبي صلى الله عليه وآله وسلم رسائل إلى هرقل قيصر الروم وكسرى ملك الفرس، والمقوقس حاكم مصر، والنجاشي ملك الحبشة يدعوهم فيها إلى الإسلام (1).

الفرع الخامس

القصائد الشعرية

سنناول في هذا الفرع بالدراسة في بندين اثنين أخصص الأول لدور الشعر وأثره في العصر الجاهلي، وأخصص الثاني لدور الشعر وأثره بعد ظهور الإسلام كما يلي:

أولاً - دور الشعر وأثره في العصر الجاهلي:

كانت الحياة العربية قبل الإسلام تقوم على نظام القبيلة، وهي الوحدة السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، ولكل قبيلة شاعر يدافع عنها، وناطق باسمها، وناشر لمفاخرها ومحامدها، ومخوف لأعدائها عن طريق شعره الذي يتناقله الرواة (بر).

ولقد كان للشاعر دور كبير في سلوك الناس، فقصيد الشاعر الذي يمدح فيها قبيلته ويهجو غيرها تدفع قبيلته إلى التعالي على غيرها معتبرة نفسها خير القبل مما يزيد الخلافات والصراعات والحروب بينها، بل إن الشعر كان يلعب دوراً بارزاً في تحريض القبيلة على غيرها لمحاربتها ومغالبتها.

وما كانت القصائد الشعرية تتلى إلا بقصد التأثير في الناس فكراً وسلوكياً فتؤدي الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام الحديثة (تر).

وقد لعب الشعر الجاهلي دوراً إعلامياً مؤثراً - عند ظهور الدعوة الإسلامية - حيث قام بعض شعراء قريش وشعراء اليهود بالهجوم على نبي الإسلام وعلى الإسلام مما أدى إلى نفور بعض القبائل التي ما كانت تعرف عن الإسلام ونبيه إلا عن طريق هذه القصائد (ير).

ثانياً - دور الشعر وأثره بعد ظهور الإسلام:

(1) د. صالح ذياب هندي: أثر وسائل الإعلام على الطفل - ط1 - جمعية عمال المطابع التعاونية - عمان - 1990م - ص27.

(2) د. سامي مكّي العاني: الإسلام والشعر - عالم المعرفة - سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب - الكويت - شعبان - رمضان 1403هـ - الموافق يونيو (حزيران) 1983م - ص7.

(3) د. إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي - دار الفكر العربي - القاهرة - بدون تاريخ - ص82 وما بعدها.

(4) د. إبراهيم إمام: ذات المرجع والموضع.

ولم يقف الشعراء المسلمون مكتوفي الأيدي نحو القصائد التي كانت تهجو الإسلام ونبيه وإنما ردوا عليها - بكل قوة - بقصائد خير منها.

قبل الحديث عن دور الشعر وأثره بعد ظهور الإسلام أود التطرق إلى ما يقال - افتراءً - عن محاربة الإسلام للشعر، حيث أشاع بعض الباحثين بأن الشعر العربي بعد ظهور الإسلام ضعف ولم يهتم به كما كان عليه الحال قبل الإسلام (□)، خاصة بعد نزول قول الله تعالى: {وَالشُّعْرَاءُ يَتَّبِعُهُمُ الْغَاوُونَ} - أَلَمْ تَرَ أَنَّهُمْ فِي كُلِّ وَادٍ يَهِيمُونَ - وَأَنَّهُمْ يَقُولُونَ مَا لَا يَفْعَلُونَ - إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَذَكَرُوا اللَّهَ كَثِيرًا وَانْتَصَرُوا مِنْ بَعْدِ مَا ظَلَمُوا...} (بر)، ورأى البعض من المفترين أن المسلمين نظروا إلى الشعر بأنه باطل، ولكن الواقع ينفي هذه المقولة المفتراة لأن الآيات التي تحدثت عن الشعراء في سورة الشعراء لم يكن فيها نهي عن الشعر وعن استخدامه كوسيلة إعلامية، وما يستفاد هو عدم رضاء الله عن الشعراء الضالين لأن الشعر الجاهلي كان يركز على الهجاء والفخر والعصبية والهوى وهذه سلوكيات لا يقرها الإسلام، وما يريده الإسلام أن يسلك الناس مسالك تدعو إلى الإيمان بالله، وإصلاح ذات البين، وأن الناس سواسية كأسنان المشط لا فرق بينهم إلا بالتقوى لا بالأحساب والأنساب والجاه والمال، ويؤكد ذلك أنه لو كان الإسلام يمقت الشعر والشعراء ما استثنى الشعراء المؤمنين العاملين للصلوات الذاكرين الله كثيراً، بالإضافة إلى أنه كان لرسول الله صلى الله عليه وآله وسلم شعراء مثل حسان بن ثابت، وعبدالله بن رواحة، وكعب بن مالك، وقد انشغل الشعراء المسلمون في بداية الدعوة الإسلامية بالمشاركة في معارك الجهاد وقصائد شعرية للرد على الشعراء المعادين للدين الجديد.

وعليه فإن الإسلام لم ينه إلا عن لون معين من الشعر الجاهلي كالشعر الذي كان يهجو الإسلام ورسول الإسلام، أما الشعر الذي كان يدعو إلى الحق والعدل فقد شجعه الإسلام وزاده رقيماً مما قوى دوره وتأثيره وهو ما سيتضح في المبحث التالي.

(¹) د. سامي مكّي العاني: الإسلام والشعر - مرجع سابق - ص 23.

(²) سورة الشعراء، الآيات من 224 إلى آخر السورة.

المبحث الثالث

الإعلام المعاصر وأثره

تمهيد وتقسيم:

الإعلام المعاصر - كما سبق التنويه إليه - هو الإعلام الحديث الذي استخدمت فيه الآلات والمعدات المخترعة والتي ساعدت على اتساع نشر المواد الإعلامية إلى مناطق مختلفة من الأرض. ولقد كان الإعلام قبل ما يقرب من القرن مرادفاً للصحافة، أما الآن فقد صار يشمل مجالات عدة كالصحافة والإذاعة والتلفزيون (□) بالإضافة إلى الإنترنت. ولقد أصبح الإنسان الذي كان بحاجة إلى شهور أو سنين حتى يتمكن من الاتصال بغيره بعيد عنه يمكن له اليوم الاتصال بغيره في لحظات، سواء كان الاتصال مرئياً أو غير مرئي في أن واحد مهما بعدت المسافات بين المرسل والمستقبل، لأن ثورة الالكترونيات الحديثة جعلت الإعلام أكثر سرعة واتساعاً. وسأتناول هذا الموضوع في مطلبين أخصص أولهما لدراسة أهمية الإعلام المعاصر، وأخصص ثانيهما لدراسة وسائل الإعلام المعاصر وأثرها كما يلي:

المطلب الأول

أهمية الإعلام المعاصر

يطلق هذا العصر عصر الإعلام بسبب تأثيره واحتياج الناس إليه حتى أنه صار عالمنا المعاصر والإعلام صنوين متلازمين، بحيث لا يتصور أن يكون عالمنا هذا بدون إعلام لأن كرتنا الأرضية كأنها قرية واحدة (بر).

ولا يستغني الإنسان عن الإعلام ولذلك نجده منذ استيقاظه من النوم صباحاً حتى منامه مرى أخرى ليلاً يستخدم الإعلام عن طريق أي وسيلة من وسائله في منزله، أو في سيارته، أو في عمله متابعاً الأخبار المحلية والدولية والبرامج المتنوعة الأخرى.

ومما يزيد وضوح أهمية الإعلام في عصرنا هذا أن وسائله تعمل على ترسيخ القيم الاجتماعية أو تغييرها، كما تسهم في توجيه ظاهرة السلوك الإنساني وخاصة عند الأطفال الذين يعيشون مرحلة عمرية تتكون فيها

(1) د. نبيل عارف الجردى: مقدمة في علم الاتصال، مرجع سابق - ص 18.17.

(2) د. محمد حمد خضر: مطالعات في الإعلام - مرجع سابق - ص 127.

الشخصية، وتتأثر بما حولها نتيجة قلة خبراتها الاجتماعية، كما أن هذه المرحلة تتأثر بالمنبهات والمثيرات التي تشكل عادات ومعايير سلوكية (□).

إضافة إلى ما سبق فإن أهمية الإعلام تتجلى في دوره وتأثيره في حياة الناس وسلوكياتهم حيث يؤثر الإعلام تأثيراً كبيراً في بناء شخصية الفرد وشخصية المجتمع، فيقوم بصقل المواهب، وعرض الآراء، وتوجيه مسار التربية والثقافة.

المطلب الثاني

وسائل الإعلام المعاصرة وأثرها

إن وسائل الإعلام المعاصرة متعددة ومتنوعة: بعضها وسائل مقروءة وهي التي تشتمل على المطبوعات كالكتب والجرائد والمجلات والملصقات، وبعضها مسموعة مثل المذياع (الراديو) والتسجيلات الصوتية، وبعضها الآخر وسائل سمعية بصرية (مسموعة مقروءة) كالمرح والسينما والتلفاز وأفلام الفيديو والإنترنت.

وبناءً على ما سبق من تعدد وتنوع هذه الوسائل ونظراً لأن هذا البحث غير موسع فسأكتفي بدراسة أهم الوسائل المقروءة، والمسموعة، والمرئية المسموعة معاً وتأثيراتها في السلوك الإنساني في الفروع التالية:

الفرع الأول - الوسائل المقروءة وأثرها.

الفرع الثاني - الوسائل المسموعة وأثرها.

الفرع الثالث - الوسائل المسموعة والمقروءة وأثرها.

الفرع الأول

الوسائل المقروءة وأثرها

سأتطرق في هذا الفرع إلى أهم الوسائل المقروءة وهي الصحف والمجلات والكتب. ساد اعتقاد في عشرينات وثلاثينات القرن الماضي بأن وسائل الإعلام الجماهيرية ومنها الصحافة تؤثر تأثيراً كبيراً في توجيه سلوك الناس وقناعاتهم، إلا أن هذا الاعتقاد لم يتأكد وذلك عندما وقفت الصحف

(¹) عبدالرحمن جودت: صحيفة الحارس - مقالة بعنوان: ((الأطفال والوسائل الإعلامية)) - العدد 161 - تاريخ جماد الثاني 1413 هـ - 1992/12/21م - ص3.

الأمريكية ضد المرشح (فرانكلين روزفلت) كي لا يفوز ومع ذلك فاز في انتخابات الرئاسة الأمريكية (□)، ولكن الواقع يؤكد أن لوسائل الإعلام الجماهيرية ومنها الصحف والمجلات (بر) تأثيراً في سلوك الناس وقناعاتهم.

ومما يؤكد تأثير الصحافة بل وغيرها من وسائل الإعلام في السلوك الإنساني ما حدث بين وزير الدفاع الأمريكي (جيمس فورستال) وبين الصحف الأمريكية الواقعة تحت السيطرة الصهيونية في عهد الرئيس الأمريكي الأسبق (هاري ترومان) في أواخر الأربعينات من القرن السابق أثناء احتدام المواجهة العربية الاسرائيلية حيث قام الوزير المذكور بشن حملة هدفت إلى إبعاد تأثير اليهود في مواقف الحكومة الأمريكية حول قضية فلسطين كون التأثير اليهودي يهدد أمن أمريكا القومي فشنت الصحف الأمريكية (النيويورك تايمز) حملة من الافتراءات التي تلمز في شخصية الوزير وسلوكه الأخلاقي، ونتيجة لتأثر الوزير بما نشر من افتراءات ضده قدم استقالته من منصبه عام 1948م، بل إن تأثيره وصل إلى قيامه بوضع حد لحياته عندما شاهد مقالاً صحفياً اتهمه بتسلمه رشوة من بعض المصارف التي تمون شركات بتروولية عاملة في الشرق الأوسط (تر).

وبشكل عام فإنه نظراً لما للصحافة من أهمية في مجال الإعلام والتأثير في سلوك الناس فإن الصهيونية عملت ولا تزال تعمل للسيطرة على الصحف الدولية المشهورة كصحيفة التايمز كبرى الصحف البريطانية، ومجلة النيوز ويك الأمريكية، وصحيفة (نيوز أوف ذي ورلد) التي توزع نسخها بالملايين وتركز على نشر الجرائم والفضائح الجنسية بهدف إفساد أخلاق الناس (ير).

ومن الصحف صحف تهدف إلى انحراف الشبان والشابات وإصابتهم بالإنحلال الخلقي عن طريق نشر الصور شبه العارية ووضع أجمل صورة على غلاف الصحيفة للتأثير في نفسيات الشبان ومن ثم الانحراف

(¹) د. جيهان أحمد روشني: الأسس العلمية لنظرية الإعلام - دار الفكر العربي - القاهرة - بدون تاريخ - ص 568 وما بعدها.

(²) تمتاز المجلة عن الصحيفة بأنها (المجلة) تقدم المعلومات وتعرض الأحداث بتفصيل أكثر وتحليل أعمق، كما تمتاز الصحيفة بسرعة نقلها الأخبار بصورة أسرع من المجلة نتيجة صغر الفارق الزمني بين صدور عدد وآخر.

(³) زياد أبو غنيم: السيطرة الصهيونية على وسائل الإعلام العالمية - دار عمار - الأردن - ط2 - 1409هـ - 1989م - ص 159.

(⁴) د. إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي - مرجع سابق - ص 143 وما بعدها.

بسلوكياتهم بقصد ارتكاب الجرائم الخلقية بالإضافة إلى تأثر الفتيات المراهقات لتقليد هذه الصور بالتبرج والخلاعة (□).

ومما يؤسف له قيام صحف ومجلات عربية بتقليد صحف ومجلات غربية المتعلقة بأمور المرأة وذلك بنشر صور الأزياء وأخبار نجوم السينما والفتيات الجميلات وتكرار النشر للبعض كما كان يحصل بين فترة وأخرى النشر عن الأميرة ديانا أميرة ولز عن زوجها بالأمير تشارلز ولي عهد بريطانيا وحملها ووضعها، ثم انفصالها عن زوجها (بر).

وهناك من المجلات والصحف لا يقل تأثيرها عن الوسائل الإعلامية المرئية مثل التلفزيون والسينما والمسرح عندما يحتوي ما تنشره على صور تدعمه ليثبت في أذهان ونفوس الناس القارئ لها ويكون النشر مفصلاً عن الجرائم وكيفية ارتكابها مما يحفز الراغبين للقيام بارتكاب الجرائم، وهنا تكمن خطورة نشر كهذا (تر)، ويكون التأثير أشد على الشباب الذين تنقصهم التربية الحسنة، والذين يعيشون في جو أسري مفكك أو أسر منحرفة بكاملها أو بعض أفرادها حيث يسهل اندفاعهم لارتكاب الجرائم أيضاً (ير).

وبناءً على ما سبق فإنه يلزم على كل وسائل الإعلام الإسلامية أن تنهض بالمهمة الملقاة على عاتقها دفاعاً عن الأمة من الشر المحقق بها، وتوضيحاً للعالم غير المسلم محاسن الإسلام، وأنه النظام الذي يصلح للعالم كله لأنه النظام الذي ارتضاه خالق الأنام لكافة البشرية، وجعله النظام الخاتم حتى قيام الساعة.

ثانياً - الكتب وأثرها:

نظراً لأهمية تأثير الكتاب على قرائه وتغيير سلوكهم فإن النظم الشمولية مثل الاتحاد السوفيتي سابقاً والصين قد اهتمتا بنشره وإيجاد المكتبات التي تسهل للناس قراءة الكتب والاطلاع على ما تحويها من مضامين تهدف إلى اتباع سلوك معين ترغب فيه الدولة (سم).

(¹) محمد ثروت كبيرة: انحراف الشباب سلسلة أبحاث الدارسين الصادرة عن معهد الدراسات العليا لضباط الشرطة - القاهرة - بدون تاريخ - ص60.

(²) فؤاد سيد عبدالرحمن الرفاعي: حقيقة اليهود - دار القسام - 1406هـ - والمستشار الدكتور علي جريشة: نحو إعلام إسلامي إعلامنا إلى أين؟ - مكتبة وهبة - القاهرة - ط1 - 1409هـ - 1989م - ص123.

(³) د. علي حسن عبدالله الشريفي: الباعث وأثره في المسؤولية الجنائية - دراسة مقارنة بأحكام الشريعة الإسلامية - مرجع سابق - ص112. ، د. مأمون محمد سلامة: أصول علم الإجرام والعقاب - دار الفكر العربي - القاهرة - بدون تاريخ - ص256.

(⁴) د. علي حسن الشريفي: الباعث وأثره في المسؤولية الجنائية - مرجع سابق - ص114.

(⁵) محمد موفق الغلابيني: وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة - مرجع سابق - ص183.

ولقد كان ولا يزال للكتب الإسلامية وأهمها القرآن الكريم الأثر البالغ في تعريف غير المسلمين بالدين الإسلامي الحنيف ودخول أعداد كبيرة منهم في هذا الدين وتاركين سلوكياتهم الجاهلية، وملتزمين بالسلوك الإسلامي السوي، كما أنه قد تحقق نفع كبير بعد صدور توجيهات أمير المؤمنين عمر بن عبدالعزيز - رضي الله عنه - بكتابة السنة المطهرة، وما بذله علماء من جهود كبيرة لتمييز الحديث المقبول عن الحديث المردود، ثم ظهرت كتب تختص بالأحاديث الصحيحة كالجامع الصحيح للبخاري، وصحيح مسلم وغيرهما والتي كان لها - ولا يزال - أثر كبير في الحفاظ على تمسك المسلمين بعقيدتهم السمحة عقيدة التوحيد، وما يجدر ذكره هو ما لعبه الكتاب الإسلامي في أوائل القرن الماضي (القرن العشرين) وما قام به من دور في الحفاظ على الفكر الإسلامي رغم المحاربة الشديدة من أعداء الإسلام للحيلولة دون تمسك المسلمين بالفكر والنهج الإسلامي، وكان لظهوره وانتشاره بشكل كبير فضل كبير في تعزيز ثقة المسلمين بدينهم، ومن هذه الكتب كتب المرحومين: أبي الأعلى المودودي وسيد قطب التي ساهمت في محو الغزو الفكري الاستعماري لدى من قرأ هذه الكتب (□) ومقارعة الفساد الذي أوجده المستعمرون بين أبناء الأمة الإسلامية حقداً عليها كي لا تقوم لها قائمة وأن لا تطبق فيها الشريعة الإسلامية.

وكما أن للوسائل المقروءة دوراً في التأثير على سلوك الناس بمجرد قراءتها فإنها تتميز عن غيرها بالتركرار وإعادة مراجعة موضوعاتها وقراءتها أكثر من مرة وفي أي وقت يريده القارئ وذلك لإمكانية الاحتفاظ بالمادة الإعلامية المكتوبة، ولكنه لكي يحصل تأثير وتأثير أكبر من المادة المكتوبة يتطلب الأمر معرفة القراءة والكتابة (بر) أي العمل الجاد لمحو أمية الناس وقد سبق القرآن الكريم بتوضيح أهمية الاهتمام بالقراءة والكتابة حيث نزل ما يؤكد ذلك في الخمس الآيات الأولى نزولاً على النبي محمد صلى الله عليه وآله وسلم من سورة (العلق).

وكما تبين مما سبق تأثير الوسائل المكتوبة في السلوك الإنساني فإن للوسائل الإعلامية السمعية تأثيرها في هذا السلوك وهو ما سأتناوله في الفرع التالي:

(¹) ذات المرجع - ص184 وما بعدها.

(²) د. حامد عبدالسلام زهران: علم النفس الاجتماعي - عالم الكتب - ط4 - 1977م - ص306.

الفرع الثاني

الوسائل المسموعة وأثرها: الوسائل السمعية هي الوسائل التي تعتمد على حاسة واحدة هي حاسة السمع، وتمثل في المذياع (□)، والشريط المسموع (الكاسيت) وسأكتفي هنا بدراسة أهم هاتين الوسيلتين وهي وسيلة المذياع تاركاً الأخرى إلى حين إصدار كتاب لاحقاً إن شاء الله.

المذياع: بدأ البث الإذاعي لأول محطة إذاعية في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1920م، ومن ثم ظهر البث بصورة متوالية في دول أخرى، وحتى في عالمنا العربي، وهذا البث لا توقفه الفواصل الجغرافية، ولا الحواجز السياسية وراقبتها لأن موجات الأثير تنطلق إلى كل بقاع الكرة الأرضية بأسرع وقت وتدور على الأرض في ثمن ثانية، وعليه فإن هذا البث سلاح ذو حدين: سلاح خير إذا قام به أناس خيرون، وسلاح شر إذا قام به أناس شريرون، ونظراً لسرعة هذا البث ووصوله إلى كل مكان فهذا يعني وصوله إلى جميع الناس صغيرهم والكبير متعلمهم وجاهلهم، في منازلهم أو في خارجها، في إقامتهم أو أسفارهم (بر)، وساعد على ذلك رخص ثمن أجهزة الراديو وصغر حجمها (تر).

وتعتبر الإذاعة أهم مصدر للمعلومات المؤثرة على سلوك الناس خاصة البعيدين الذين لا تصل إليهم الوسائل الإعلامية الأخرى مثل الفلاحين، حيث تزودهم الإذاعات عبر أجهزة الراديو بالأخبار والمعلومات (ير)، وكذلك مختلف أنواع البرامج والتمثيلات مما تعد المصدر الأساسي لثقافتهم.

وقد صارت الإذاعة في الوقت الحاضر ذات تأثير بالغ في الناس الأقل حظاً في الثقافة والتعليم، والأقل في المستوى الاقتصادي والمعيشي نظراً لوجود أجهزة الراديو في أغلب البيوت والمطاعم والمقاهي والسيارات والبواخر(سم).

إن البث الإذاعي الذي ينقل بواسطة محطات الإذاعات ويصل إلى الناس عبر أجهزة الراديو ذو أثر بالغ في عدد كبير من الناس بسبب سهولة الاستعمال، ومدى الانتشار الواسع والمستمر من الصباح الباكر وحتى

(¹) أصل كلمة المذياع من ذاع الشيء يذيعه ذيوماً، وإذاعة الخير يعني إفضاءه ونشره على الناس. أنظر مختار الصحاح - مرجع سابق - ص 226، 125. كما ورد في اللغة بأن الرجل المشيع (المذياع) هو الذي لا يستطيع كتم أي خبر أي أنه يشيع وينشر كل خبر يرد إليه، للمزيد انظر: لسان العرب - ج8 - ص 191.

(²) محمد موفق الغلاييني: وسائل الاعلام وأثرها في وحدة الأمة - مرجع سابق - ص 146.

(³) د. نبيل عارف الجردي: مقدمة في علم الاتصال - مرجع سابق - ص 161 وما بعدها.

(⁴) د. أحمد بدر: الاتصال بالجماهير بين الإعلام والدعاية والتنمية - وكالة المطبوعات عبد الله حرمي - ط1 - الكويت - 1982م ص 356.

(⁵) د. نوال محمد عمر: دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية - مرجع سابق - ص 98.

آخر الليل، أي أن الناس يستيقظون على صوت المذياع، وينامون عليه، بالإضافة إلى سهولة وبساطة الانتقال من محطة إلى أخرى بمجرد إدارة مفتاح المحطات والاستماع إلى برامج مختلفة ومتنوعة لعدة محطات منها النافع ومنها الضار.

ويتبين من ذلك مدى التأثير سلباً أو إيجاباً على سلوك الإنسان، فكم هنالك من برامج دينية وأدبية وعلمية تساعد على تهذيب الإنسان وتعديل سلوكه إلى سلوك سوي، وكم هنالك من برامج تنشر عبر الأثير الصراعات الفكرية والتمثيلية الخليعة القائمة على الإفساد الخلقي مما تؤدي إلى انحراف بعض الناس وإيجاد الصراعات والمتناقضات داخل المجتمع الواحد وفق خطة ترسمها العقول الاستعمارية الأجنبية، وتنفذها الأيدي المحلية العميلة، ومن أمثلة ذلك التأثير ما حدث بالجزائر أثناء انتخاب الجزائريين ممثلهم في المجلس التشريعي وعندما أظهرت النتائج بأن جبهة الانقاذ هي التي ستفوز بأغلب المقاعد لعبت الإذاعات الاستعمارية (لندن - مونتكارلو - صوت أمريكا) دوراً كبيراً في التأثير على سلوك القادة الجزائريين بضرورة مسك الأمور، ونصحت الرئيس الجزائري بتقديم استقالته حتى تتاح الفرصة للقادة العسكريين مسك زمام السلطة، وتم ذلك فعلاً مما ترتب عليه دخول الجزائر في وضع لا تحسد عليه من اقتتال بين الإخوة وسفك للدماء، وكانت الجزائر في غنى عن هذا الصراع الدموي لولا تأثير الأعداء في سلوك القادة الجزائريين الذي أدى إلى فتح باب مسلسل الاغتيالات والاقتتال.

وحيث أن البث الإذاعي سهل وصوله إلى كل مكان من الأرض فإن المسلمين تقع عليهم مسئولية إبلاغ الناس كافة بالدين الإسلامي الحنيف بكل اللغات، وإعداد برامج إسلامية تساعد على تفهيم الإسلام لغير المسلمين وتثبيته لدى المسلمين، كما يتطلب الأمر العمل على تقوية البث الإذاعي حتى يصل فعلاً إلى كل مكان من المعمورة لتوضيح الدين الحق للناس جميعاً هذا الدين الذي ارتضاه الله لهم إخراجاً لهم من الجاهلية إلى الإسلام وتشريعاته في جميع شئون الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية حتى يصبح بالإمكان إقناع الغير بهذا الدين الإسلامي القويم.

الفرع الثالث

الوسائل المسموعة والمقروءة وأثرها

هذه الوسائل هي ما يطلق عليها الوسائل السمعية البصرية وهي التي تستخدم فيها حاستان هما حاستا السمع والبصر حتى يمكن معرفة المواد الإعلامية التي ترسل عبر هذه الوسائل المتمثلة في المسرح والسينما

والأفلام والتلفزيون والإنترنت وتأثيرها، وسأكتفي بدراسة التلفزيون والإنترنت كونهما أحدثها وأكثرها تأثيراً في وقتنا الحالي:

أولاً: التلفزيون وأثره: بدأ اختراع جهاز التلفزيون عام 1923م، وكان أول بث تلفزيوني منتظم في بريطانيا عام 1946م (□).

وقد نافس التلفزيون المسرح والسينما، وأنه رغم اشتراكه معهما قد استخدم الصوت والصورة والحركة غير أنه يتفوق عليهما من أنه يأتي ولا يؤتى إليه: فهو يأتي إلى الناس في بيوتهم الخاصة، وفي الأماكن العامة، ولكن المسرح والسينما لا بد من أن يأتي الناس إليهما، بالإضافة إلى أن جمهور التلفزيون أكبر من جمهور المسرح والسينما، وتسهل مشاهدة كل البرامج التي يبثها التلفزيون (بر) من قبل الصغار والكبار متعلمين وغير متعلمين، كما يتميز التلفزيون عن المسرح والسينما من أنه ينقل الأحداث أثناء أو عقب حدوثها بالإضافة إلى أنه وسيلة سهلة ورخيصة (تر).

ولكن التساؤل الذي يتبادر إلى الذهن حول هذا الجهاز الذي يعتبر أهم وسيلة إعلامية في الوقت الحاضر هو: ماذا عن البرامج التي يقدمها؟ وهل هي مجرد برامج ترفيهية؟ أم أنها تعود بالنفع أو الضرر على مشاهديها؟ وهل لها دور في توجيه السلوك الإنساني؟ وهو ما سأتناوله بالدراسة كما يلي:

أ - منافع التلفزيون:

ينظر كثير من الناس إلى التلفزيون بأنه وسيلة ترفيهية مسلية نظراً لما يشاهدونه في واقع الحال بدون النظر إلى ما ينجم عن هذه المشاهدة فيما بعد وما يعود على الناس من منافع ومضار مما ينشره التلفزيون من برامج.

1 - وإنه نظراً لأننا الآن بخصوص الحديث عن منافع التلفزيون فإن من مناعه نشر الأفلام والمسرحيات الواقعية الهادفة إلى معالجة المشاكل الاجتماعية وغيرها للوصول إلى حلول سليمة.

(¹) روجر مانفيل: الفلم والجمهور - ترجمة برامني منصور ويوسف عمون - دار الفكر العربي - بدون تاريخ ومكان طبع - ص177.

، ومحمد موفق الغلاييني: وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة - مرجع سابق - ص136.

(²) محمد ثروة كبيرة: انحرافات الشباب - مرجع سابق - ص137.

وروجر مانفيل: الفلم والجمهور - المرجع السابق - ص178.

(³) د. نوال محمد عمر: دور الإعلام الديني - ص390.

2 - كما أنه يتولى نشر البرامج التعليمية والتربوية حيث يعتبر التلفزيون قوة تعليمية عظيمة وتربوية كبيرة تشبه تأثير الأسرة والمدرسة (□)، فهناك بعض البرامج يغلب عليها الطابع العلمي أو الثقافي كالتدوات والبرامج التعليمية والأفلام العلمية التي تلعب دوراً كبيراً في تعليم وتوعية الناس أموراً كثيرة كانوا يجهلون منها مما يساعد على نشر الحركة التعليمية والثقافية بشكل واسع وسريع في نفس الوقت.

3 - يقدم التلفزيون التمثيليات والمسرحيات الهادفة إلى تحسين العلاقات الأسرية بين الناس بغية التغلب على الجوانب السلبية في هذه العلاقات والتأثير فيها نحو الجوانب الإيجابية كالعلاقة بين الآباء وأولادهم والرجال ونسائهم وغيرها من العلاقات الأسرية، فالفتيات والفتيان على سبيل المثال عندما يشاهدون تمثيلات أو مسرحيات غايتها تعليمهم الحياة الأسرية السعيدة والمستقرة وكيفية التعامل الجيد بين الزوج وزجته، وكيفية التفاهم الطيب في حالة حدوث أي خلاف بينهما فإنهم عندما يتزوجون يسلكون في تعاملهم سلوكاً متزناً مع بعضهم البعض وكأنهم كسبوا خبرة في حسن التعامل من خلال المشاهدات السالفة ذكرها (بر)، ومن ثم قدرة كل منهم على نقد نفسه إذا كان تعامله مع الطرف الآخر غير سليم.

4 - وأخيراً فإن الأطفال والكبار الأيمن يتعلمون أموراً كثيرة من التلفزيون مثل الحصيلة اللغوية، والأمور الصحية، وأنواع السلوك الحسن.

ب - مضار التلفزيون:

نظراً لأن التلفزيون يقدم صوراً حركية صوتية فإن المشاهد يتمكن من الإدراك الجيد لما ينشره التلفزيون لاستعماله حاستي السمع والبصر في وقت واحد، ومن هنا تظهر قدرة التلفزيون على التأثير في سلوك الناس المشاهدين له نفعاً وضراً، وحيث سبق الحديث عن منافعه فقد حان الوقت للحديث عن مضاره وهي كما يلي:

1 - المشاهدة المطولة لساعات عدة التي تصل إلى ساعات متأخرة من الليل تؤدي إلى عدم القدرة على الاستيقاظ المبكر لأداء صلاة الفجر وأعمال العمل الوظيفي.

(¹) د. محمد منير حجاب: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها - دار الفكر العربي للنشر والتوزيع - القاهرة - 2008م - ص229.
(²) د. فتح الباب عبدالحليم سيد، د. إبراهيم ميخائيل حفظ الله: الناس والتلفزيون - مكتبة الأنجلو المصرية - 1963م - ص85.

2 - إن نشر التليفزيون قيماً منحرفة، وأخلاقيات شاذة، ومبادئ معادية للمجتمع الذي ينتمي إليه المشاهد قد تؤدي إلى حصول حالة تشاؤم وإحساس بالضيق لدى هذا المشاهد نتيجة التناقض بين الواقع المعاش والمشاهد الخيالية التي يعرضها التليفزيون مما قد تؤدي أيضاً إلى تفكك أسري وتناقضات اجتماعية.

3 - إن المشاهدة للتليفزيون خاصة من قبل الشباب والمراهقين للرقصات الخليعة تثير لديهم الغرائز الجنسية وقد تدفع البعض منهم لارتكاب الجريمة لعدم قدرتهم على التمييز بين الواقع وبين الخيال المشاهد في شاشة التليفزيون(□).

4 - من البرامج المعروضة في التليفزيون برامج مشتملة على دعاية فيها إغراء وإثارة، وطابع غير أخلاقي تدفع إلى نشر الرذيلة والفحش (بر).

5 - تعتبر المناظر التليفزيونية التي تتسم بالعنف والتي يقصد بها المخرج شد انتباه المشاهدين ذات أثر بالغ خاصة على الصغار الذين يتصورون أن العنف هو الوسيلة لحل أي مشكلة لا سيما أن الصغار لديهم ظاهرة حب التقليد، ويؤكد ذلك قيام الأطفال في اليوم الثاني أثناء لعبهم في الشوارع بأعمال عنيفة تطبيقاً لما شاهدوه في الليلة الماضية كالمبارزة بالسيف وقد تحدث إصابات بينهم.

6 - عرض منظر اعتداء شخص على آخر وإظهار المخرج للمعتدي بمظهر البطل في فلم تليفزيوني وعدم اتخاذ عقوبة ضده يؤثر في سلوك الأولاد نحو العدوان اقتداءً بالمعتدي البطل في نظرهم، بينما لو أن المعتدي قد ظهر في الفلم بأنه قد عوقب فلن يقلده أي من المشاهدين، فيتعلمون السلوك السوي مبتعدين عن السلوك غير السوي لأنه معاقب عليه (تر).

7 - استخدام البث التليفزيوني لتحقيق أهداف دعائية تدعو إلى الكراهية وإيجاد الانقسامات (ير) داخل أي مجتمع يراد زعزاعته.

(1) د. فتح الباب عبدالحليم سيد، د. إبراهيم ميخائيل حفظ الله: الناس والتليفزيون - ذات المرجع - ص65.

، د. محمد منير حجاب: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها - مرجع سابق - ص229.

(2) أ.د. علي حسن الشريفي: الباعث وأثره في المسؤولية الجنائية - مرجع سابق - ص119.

، د. مأمون محمد سلامة: أصول علم الإجرام والعقاب - مرجع سابق - ص256.

(3) هيلد. ت. هيملوليت وآخرون: ترجمة أحمد سعيد عبدالحليم ومحمد شكري العدوي، مراجعة سعد لبيب: التليفزيون والطفل دراسة تجريبية لأثر التليفزيون على الطفل الجزء الأول - مؤسسة سجل العرب - 1967م - ص384 وما بعدها.

(4) د. إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي والتليفزيوني - دار الفكر العربي - ط2 - ص111.

8 - قيام الدول الكبرى بغزو العالم فكرياً عن طريق وسائل الإعلام ومنها البرامج الإذاعية والتلفزيونية ونشر أنماط جديدة من الحياة لتوجيه السلوك البشري في أي مجتمع يتفق مع ما تهدف إليه الدولة المرسله للمادة أو المواد الإعلامية(□).

9 - رغم أن التلفزيون يعتبر نافذة يطل منها الإنسان المشاهد على العالم الواسع المحيط به، ويتزود بالخبرات والتجارب، ومعرفة حياة الشعوب الأخرى غير أن القنوات الغربية تقوم بدور هام وخطير في التأثير على المشاهدين من غير الدول الغربية، حيث تركز على أنه للوصول إلى الرفاهية في الجوانب الاقتصادية، والاجتماعية فلا بد من اتباع السلوك الغربي والتخلي عن العقائد والعادات والقيم الأصيلة للبلدان المستهدفة من الرسالة الإعلامية ومحاولة هذه القنوات إخفاء ما يحمله السلوك الغربي من انحراف أخلاقي، بل تظهره بأنه النموذج السلوكي المتحضر الذي يلزم أن يقتدي به الآخرون.

ثانياً - الإنترنت وأثره: لقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف التسعينات من القرن الماضي نقلة نوعية وثورة في عالم الاتصال بين أفراد المجتمعات صغاراً وكباراً مما جعلهم يعيشون في ظل عالم افتراضي سيطر على معظم اهتماماتهم واستغرق أكثر أوقاتهم وذلك عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي وسأتناول هذا الموضوع من حيث التعاريف والمنافع والمضار كما يلي:

أ - تعاريف:

1 - تعريف الشبكات الاجتماعية: "مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر" وأيضاً تعرف بأنها "مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب Web 2 تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد - مدرسة - جامعة - شركة ...) ويتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد سواء كانوا أصدقاء متعارفين في الواقع أو أصدقاء تعارفوا من خلال

(¹) د. علي عجوة: دراسات في العلاقات العامة والإعلام - عالم الكتب - القاهرة - 1985م - ص149 وما بعدها.

السياقات الافتراضية(□)" كما تعرف بأنها: "عبارة عن شبكة الكترونية تسمح للمستخدم إنشاء موقع خاص به مع إمكانية ربطه بالمواقع الأخرى التابعة للأصدقاء من أجل التعرف عليهم ومعرفة هوياتهم وأخبارهم" (بر).

2 -تعريف المجتمع الافتراضي: يقصد بالمجتمع الافتراضي الوارد ذكره في التعريف الأول بأنه "تجمعات اجتماعية تشكلت من أفراد في أماكن متفرقة في أنحاء العالم يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك، ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات، ولكن عن بعد من خلال آلية اتصالية هي الإنترنت، حيث يشكل المجتمع الافتراضي مجال نمو الشبكات الاجتماعية، ويشكل الفضاء المعلوماتي Cyper space الحيز والإطار الذي يتم في سياقاته تجميع خيوط الشبكات الاجتماعية(تر).

ولقد كان أول ظهور هذه الشبكات في بداية التسعينات الميلادية في عام 1995م، وكان الهدف هو مساعدة الأصدقاء والزلاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتهم وفرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة للتواصل فيما بينهم إلكترونياً ثم توالى المواقع في الانتشار حتى صارت إلى أن شملت أعداداً هائلة على الكرة الأرضية (ير).

ب - منافع الإنترنت : للإنترنت منافع أتناول أهمها كما يلي:

1 - بث الحدث لحظة حدوثه ووصول هذا البث فوراً إلى مناطق مختلفة من العالم أدى إلى إلغاء الفاصل الزمني بين لحظة وقوع الحادث وبثه(سم).

(¹) د. م. صفا زمان - مقالة منشورة في موقع جمعية المهندسين الكويتية:

<http://kse.org.kw/A7-Mohandesoon/issue/113/article/365>

(²) <http://almasar.blogspot.com/p/blog-page-598.html>

وتطبيقاتها هي: الفيس بوك، وتويتر، واليوتيوب، المدونات، ومواقع الدردشة، والبريد الإلكتروني.

(³) مقالة بعنوان الشبكات الاجتماعية (Social Networks) تعريفها وتأثيرها وأنواعها نشرت في نفس الموقع السابق (موقع جمعية المهندسين الكويتية) - نفس المرجع.

(⁴) نفس الموقع السابق (موقع جمعية المهندسين الكويتية)

(⁵) آ. جميلة على رجا: مقالة بعنوان (المرأة، والإعلام، والعملة، والألفية الثالثة) - مجلة الثوابت - الجمهورية اليمنية - العدد 20 - إبريل - يونيو 2000م - ص103.

- 2 - ظهور مواقع الصحافة العالمية والعربية على شبكة الإنترنت وقراءة أي صحيفة أو موضوع يفضله المشاهد على شاشة الكمبيوتر، وقراءة النشرات الإخبارية، والبريد الإلكتروني، بالإضافة إلى الخدمات الإلكترونية التي تقدم للأطفال مثل: تدعيم الواجبات المنزلية بمصادر أخرى من خلال الشبكة (□).
- 3 - وجود مواقع جمع التبرعات لمساعدة من يقدم مشروعاً يريد القيام به ولكن ينقصه التمويل اللازم لإنجازه، فيقوم القائمون على المواقع بدراسة المشروع وفكرته ثم عرضه على المختصين، ومن أشهر تلك المواقع Causes, Kickstarter (بر).
- 4 - استقاء الأخبار من مواقع الأخبار الاجتماعية بدلاً من استقائها من قنوات الأخبار المتعارف عليها، حيث يقوم المستخدمون بإيجاد الأخبار المهمة ومتابعة كل حديث ذي أهمية عالمية فيقوم القراء بتقييمها ومعرفة ما إذا كانت مهمة ومن أهم المواقع مواقع الأخبار الاجتماعية (تر).
- 5 - الاستفادة من برامج الملاحظة الاجتماعية بالحصول على توجيه دقيق للمستخدم عند رغبته الوصول إلى مكان محدد، أو التنبيه بوجود مخاطر على الطريق أو حتى تغيير مسارات (ير).
- 6 - الاستفادة من مواقع التصوير والفن، حيث يمكن للمستخدم حفظ وتخزين وعرض الأعمال الفنية، ويتمكن الناس من رؤيتها وإبداء الإعجاب بها أو نقدها وبالإمكان بيع هذه الأعمال للغير والحصول على دخل مالي من هذه الأعمال (الصور أو الرسومات)(سم).
- 7 - الاستفادة من مواقع مشاركة المقاطع الصوتية والموسيقى، حيث يتمكن المبدعون في هذا الفن من نشر إبداعاتهم، ومن ثم التعرف على رأي الجمهور وتمنحهم فرصة استكشافها من قبل شركات الإنتاج الفني(شم).
- 8 - الاستفادة من مواقع الرأي والاستعراض مثل: استعراض السلع والأسئلة والأجوبة الاجتماعية كما يلي (له):

(¹) د. إبراهيم عبدالله المسلمي: الإعلام والمجتمع - دار الفكر العربي - ط2 - القاهرة - 2007م - ص464 وما بعدها.

(²) نشر موقع جمعية المهندسين الكويتية السابق ذكره بعنوان: الشبكات الاجتماعية تعريفها تأثيرها وأنواعها - ذات المرجع والموقع.

(³) ذات المرجع والموقع.

(⁴) ذات المرجع السابق والموقع.

(⁵) ذات المرجع السابق والموقع.

(⁶) ذات المرجع السابق والموقع.

(⁷) ذات المرجع السابق والموقع.

- استعراض السلع كأن تكون لديك رغبة في شراء سيارة أو جهاز كمبيوتر فتزور موقع الآراء لمعرفة رأي من سبق لهم شراء هذه السلعة أو تلك، ومعرفة جودة المنتج ومعرفة رأي خبراء في هذا المجال.

- الأسئلة والأجوبة الاجتماعية حيث يتم طرح أسئلة تدور في ذهن السائل فيتحصل على إجابات محددة لأسئلته عن طريق مختصين يضعون إجابات دقيقة قدر الإمكان.

9 -استفادة طلاب المدارس والجامعات والباحثين فيما يجدون فيها من معلومات منشورة في المواقع العلمية والثقافية وغيرها .

ج - مضار الإنترنت:

لقد كانت شبكة الإنترنت مقصورة على الجيش الأمريكي يستخدمها في الأغراض العسكرية ثم انتشرت بين دول العالم ووافق هذا الانتشار ظهور جرائم من نوع جديد وهي ما تسمى بالجرائم الإلكترونية التي تتطلب تشريعات أخرى غير التشريعات المألوفة (□)، وإنه بالرغم مما تقدمه شبكة الإنترنت من خدمات إعلامية واتصالية يستفيد منها الناس كبيرهم وصغيرهم إلا أن هنالك من الاستخدام السيء لهذه الشبكة كتبادل الصور الإباحية وتعمد إنتاجها وبنها عبر هذه الشبكة، ومنها صور ممارسة الجنس مع أطفال (دعارة الأطفال عبر الإنترنت) (بر)، واستخدام هذه الشبكة لغسيل الأموال عن طريق الحصول على أرقام واختراق حسابات بنكية، وغيرها من الجرائم، وسأتناول أهم مضار شبكة الإنترنت فيما يأتي:

1 - يمكن الإنترنت النوابغ المستخدمين له - كباراً كانوا أو صغاراً - من ارتكاب جرائم غسيل أموال عن طريق قيامهم باختراق حسابات ومصارف، أو عن طريق الاستيلاء على بطاقات الائتمان وتحويل أرصدة وحسابات، وتشفيز عملية التحويل عبر جهاز - مودم - أو عبر الإنترنت بحيث لا يمكن تتبعه أو معرفة مضمون العملية الإجرامية التي تمت (تر)، كما أنه قد يقوم بعض المغامرين الشباب

(¹) <http://almasar.blogspot.com/p/blog-page-598.html>

(²) د. إبراهيم عبدالله المسلمي: الإعلام والمجتمع - مرجع سابق - ص46 وما بعدها.

(³) د. عبدالفتاح بيومي حجازي: الأحداث والإنترنت - دراسة متعمقة عن أثر الإنترنت في انحراف الأحداث - دار الكتب القانونية - القاهرة - 2007م - ص85 وما بعدها.

المستخدمين للإنترنت بالاعتداء على بيانات التجارة الإلكترونية عن طريق إطلاق فيروس لتدمير البيانات تدميراً كلياً أو جزئياً(□).

كما يعتبر الإنترنت أحد أكبر الفرص لغسل الأموال نتيجة الغياب المطلق للعمليات التي يمكن تعقبها، ضف إلى ذلك النمو المتزايد للبرمجيات حيث تزيد من سرية التعاملات (بر)، نظراً لأن شبكة الإنترنت قد صارت سوقاً مفتوحاً للبيع والشراء.

2 - استخدام طلاب المدارس الفيس بوك والتويتر يسببان ضرراً بالغاً على مستويات القراءة والكتابة لديهم، ويجعلهم لا يقدمون على قراءة أي كتاب، بل ويعزفون عن الدراسة بسبب انشغالهم بمواقع التواصل وسلبيات هذا التواصل والقضايا التي لا ترتبط بالمنهج الدراسي لكل منهم (تر)، حيث يسهرن الساعات الطوال لمتابعة مواقع التواصل خاصة ليلاً وبالذات عن طريق الهواتف الذكية فلا يذهبون إلى المدارس، وإن ذهبوا فحضورهم إلى فصول الدراسة لا يفيدهم شيئاً لأن أجسادهم مرهقة لعدم حصولهم على النوم الكافي الذي يريح أجسامهم ويجعلهم قادرين على استيعاب شرح وتوضيح الأساتذة للمواد الدراسية.

كما أن قلة النوم الناتج عن استخدام الهواتف لما يعرض في المواقع وللقيام بالألعاب الإلكترونية قد سبب في انخفاض التحصيل الدراسي والتفوق لدى هؤلاء الطلاب كونهم يفضلون اللعب في المواقع الإلكترونية على مراجعة دروسهم واستذكارها (ير)، وعند الامتحانات قد يلجأون إلى الغش الحديث باستخدام هواتفهم النقالة، أو الغش التقليدي باستخدام الأوراق وغيرها.

(¹) ذات المرجع والموضوع وانظر موقع <http://almasar.blogspot.com/p/blog-page-598.html>

= المنشور فيه دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة المدارس والجامعات (سلبيات - حلول - مقترحات) للباحث عباس سبتي - ديسمبر 2013م.

(²) د. عبدالفتاح بيومي حجازي: المرجع السابق - ص100.

(³) عباس سبتي: ذات الموقع والموضع.

(⁴) ذات الموقع السابق والموضع.

- 3 - من الأحاديث التي تتم في غرف الدردشة عبر شبكة الإنترنت ما تعتبر رافداً لثقافة تعاطي وإدمان المخدرات، حيث يتعرض الحديث إلى أساليب زراعة المارجوانا ومعالجتها وتعاطيها، وإمكانية صناعتها في المنزل من الموز والفول السوداني وذلك استفادة من المعلومات الموجودة في بعض المواقع (□).
- 4 - ومن التأثيرات الضارة على سلوك الشباب مشاهدة صور غير أخلاقية وكذلك فيديوهات غير أخلاقية أيضاً، بالإضافة إلى إقامة علاقات مشبوهة مفسدة للأخلاق، ومتعارضة مع الدين والثقافة الإسلامية وتعمل على هدم قيم المجتمع (بر).
- 5 - ويرى علماء النفس أن مواقع التواصل الاجتماعي تحصل منها تأثيرات سلبية حيث أن استخدامها يؤدي إلى نوع من الإدمان الذي يقود إلى العزلة والانطواء كون المستخدم يتعامل مع عالم افتراضي، ومع أشخاص غير حقيقيين وكأنه يعيش مع عالم من الخيال والأحلام فيلجأ إلى عالم خاص به يحاول الارتقاء بالتطلعات والآمال (تر) لتتماشى مع عالم الخيال، وقد يلجأ إلى التوقف عن ممارسة الأنشطة الرياضية والاجتماعية.
- 6 - ومن مضاير شبكات التواصل الاجتماعي إرسال واستقبال صور مثيرة للجنس بواسطة الهواتف النقالة عبر مواقع التواصل أو البريد الإلكتروني أو عبر برنامج المراسلة السريعة وغرف الدردشة، حيث قد ترسل هذه الصور إلى أصدقاء وقد تصل إلى غيرهم فتحدث لأصحابها مشكلات (ير) وهذا الأمر لا يتطلب السكوت عنه بل لا بد للدول من مواجهة هذه الظاهرة بسن تشريعات تجعل هذه الأفعال جرائم وتضع لها عقوبات رادعة، خاصة أن بعض المواقع كاليوتيوب بها مقاطع فيديو فاضحة تعرض يومياً مما تؤثر على سلوك الناس خاصة الشباب منهم والتي قد تدفع إلى محاولة تطبيق ما يشاهدونه في المواقع في الواقع الحياتي مما يساعد على نشر الفساد في المجتمع نتيجة التأثير بأفكار وقيم مغايرة لقيم وأفكار المجتمع وتعاليم الدين الحنيف.

(¹) د. عبدالفتاح بيومي حجازي: المرجع السابق - ص112 - نقلًا عن د. ممدوح عبدالحميد عبدالملوك: جرائم استخدام الكمبيوتر وشبكة المعلومات العالمية - مكتبة دار الحقوق - الشارقة - الإمارات العربية المتحدة - 2001م - ص74.

(²) الموقع السابق - نفس الموضوع.

(³) جريدة كل الوطن السعودية: مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الشباب العربي سلباً وإيجاباً كل الوطن 2014/4/13.

الموقع: <http://www.ko/a/want.net/news/36/20>

(⁴) عباس سبتي: دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة المدارس والجامعات: سلبيات - حلول - مقترحات.

الموقع: http://almar.blogspot.com/p/blog-page_598.html

7 - إن الألعاب التي تعرض في أفلام الكمبيوتر الموصوفة بالعدوان والاعتداء على الخصم الوهمي بل والقضاء عليه تؤثر على الأطفال المشاهدين لهذه الألعاب ومن ثم محاولة التقليد، فقد يستخدم الأطفال الآلات الحادة للتغلب على خصم حقيقي زميل له وقد يقضي عليه محاكاة لما شاهد في أفلام الكمبيوتر، ومبتعداً عن الحل السلمي للخلاف بينه وبين زميله، ولذلك لا يصلح عرض أفلام توصف بالعنف على الأطفال حتى لا ينمو العنف لديهم مع نمو أجسامهم.

8 - مما يجدر ذكره في هذا المقام أن أمريكا تتحمل تبعات انحراف الشباب في العالم لأنها سمحت بطرح شبكة الإنترنت على مستوى العالم - بعد أن كان محصوراً عليها - ولها أهداف من ذلك منها السيطرة على الشعوب بعد انحراف شبابها، ولكن أمريكا اليوم تعاني هي نفسها من سلبيات هذه الشبكة (□). وعليه فإن الحكمة القائلة (يا حافر الحفرة وسع فكم من حافر أوقع في حفرته) تنطبق على أمريكا.

النتائج والتوصيات:

أولاً - النتائج: توصلت دراسة هذا البحث إلى النتائج التالية:

- 1 - بعض الرسائل الإعلامية - كما هو حاصل في الأفلام - تجعل من المجرم بطلاً يتغلب على رجال الشرطة وينجو من القبض عليه والتحقيق معه وبالتالي ينجو من معاقبته مما يدفع غير الأسوياء إلى نهج السلوك الإجرامي.
- 2 - أغلب وسائل الإعلام لا تلتزم الصدق في نقل المادة الإعلامية إلى الناس، وتنهج طريقاً غايتها سيئة ومفسدة للعلاقات الاجتماعية وذلك بتغذية الخلافات ونشر الكراهية بين أبناء المجتمع الواحد مما يؤدي إلى ظهور السلوكيات العنيفة والصراعات المدمرة للنسيج الاجتماعي.
- 3 - وسائل الإعلام الغربية - وبالذات الصهيونية، وكذلك بعض الوسائل الإعلامية المستغربة المقلدة تقليداً أعمى للوسائل الإعلامية الغربية - تعمل متعمدة على نشر السلوكيات غير الأخلاقية كالدعوة إلى الجنس غير المشروع (الإباحية) تقليداً للسلوك الغربي الحيواني الهابط، وتمجيد هذا السلوك بأنه السلوك المثالي للرفي والتقدم.

(¹) عباس سبتي: ذات الموضوع السابق المنشور في ديسمبر 2013م في الموقع:

[Http://almasar.blogspot.com/p/blog-page_598.html](http://almasar.blogspot.com/p/blog-page_598.html)

- 4 - بعض وسائل الإعلام تعتمد نشر الألعاب الإلكترونية المتسمة بالعنف، وبعض الأفلام القائمة على العنف والتي ينشأ الشباب متعودين بأن العنف هو الوسيلة الوحيدة لحل المشاكل.
- 5 - لعبت شبكة الإنترنت دوراً واسعاً في ارتكاب بعض الجرائم كجرائم غسل الأموال حيث سهلت لبعض نوابغ مستخدمي الشبكة من اختراق حسابات ومصارف، وكذلك الاعتماد على بيانات التجارة الإلكترونية بإطلاق فيروس لتدمير البيانات كلياً أو جزئياً.
- 6 - ضياع أوقات الشباب وانخفاض مستوياتهم العلمية بسبب متابعتهم لما ينشر في الفيسبوك والتويتير ساعات طوال عن طريق الهواتف الذكية، فلا يتحصلون على النوم الكافي ولا يقرأون الكتب بشكل عام والكتب المنهجية بشكل خاص، مما يترتب عليه انخفاض درجات الطلاب ومن ثم اللجوء إلى الغش التقليدي أو عبر الهواتف النقالة.
- 7 - مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على علاقات الصداقات بقطعها، وعلى الترابط الأسري، وعلى الحالة النفسية لمستخدميها، وتعرض المستخدمين لمشاكل كبيرة كالنصب، والاحتيال، والتسلط، والتهديد، والقرصنة.

ثانياً - التوصيات:

- 1 - يجب أن تكون نهاية المجرم - في الأفلام التي تتصف بالأعمال الإجرامية - وبالأعلى عليه كأن يقبض عليه ويحقق معه ويحاكم وينفذ الحكم عليه علنياً حتى يتحقق الردع العام لدى المشاهدين في عدم القيام بعمل إجرامي.
- 2 - أوصي الجهات المختصة بمنح التصريح لأي وسيلة إعلامية أن لا تمنح التصريح لمزاومتها العمل الإعلامي إلا بعد التزامها بأن تكون الرسالة الإعلامية قائمة على الصدق، ولا تعمل على الإفساد، وإيجاد الخلافات والصراعات والكراهية والعنف بين بني البشر، وأي وسيلة تخالف ذلك تحال إلى القضاء لصدور حكم بشأنها، وأوصي مجلس النواب بسن تشريع بذلك معتبراً الخروج على الالتزام جريمة، ويضع لها العقوبة المناسبة والرادعة.
- 3 - نظراً لصعوبة منع وصول المادة الإعلامية الفاسدة والمفسدة إلى الناس والتي قد تؤثر سلباً في سلوكياتهم وخاصة الشباب والشابات منهم فأوصي بتكاتف جهود أولياء الأمور والجهات المختصة بالوعظ والإرشاد وكل الدعاة وذوي العقول النيرة للتوعية المجتمعية بخطورة المادة الإعلامية التي

تنشرها الوسائل الإعلامية الضالة المضلة حتى يصل الجميع إلى القناعة الذاتية بهذه الخطورة وفهم الغاية الدنيئة التي تهدف إليها هذه الوسائل.

4 - أوصي وسائل الإعلام بما يأتي:

أ - أن تركز على تمجيد أبطال حقيقيين اشتهروا بأدوار إيجابية في أي من المجالات الاقتصادية والسياسية، والاجتماعية وغيرها والتأثير على الناس في تقليدهم باعتبارهم قدوة يحسن الاقتداء بهم.

ب - الاهتمام بكل ما من شأنه أن يولد الاحترام المتبادل بين الناس.

ج - الابتعاد عن عرض كل ما يدعو إلى السلوكيات الإنسانية المنحطة كالدعوة إلى الجنس غير المشروع، والانغماس في الملذات والمتع التي تهبط بالإنسان إلى المستوى الحيواني، والابتعاد أيضاً عن التقليد الأعمى للسلوك الغربي في عاداتهم وتقاليدهم.

د - الاهتمام بالتغذية المرتدة والتأثر بها، أي أن تستفيد وسائل الإعلام من الآراء المجتمعية حول الرسائل الإعلامية الصادرة إليهم من هذه الوسائل وإبراز وإظهار هذا التأثير.

هـ - القيام بإثراء وجدان الناس بالقيم الروحية، وتحقيق الجو الديمقراطي الذي يهيئ لنبوغ الطاقات الفكرية والابداعات النافعة لهم.

و - أن يتق الله كل مسلم مرسل للمادة الإعلامية من تأثيرها الضار على سلوك الناس، ويعلم بأن الله رقيب في الدنيا وحسيبه يوم القيامة.

5 - على أولياء الأمور القيام بواجبهم نحو أبنائهم أو إخوانهم في المراقبة الجادة حول تعليمهم القيم

الإسلامية الحقة وإقناعهم بعدم متابعة البرامج الهابطة والمفسدة سواء كانت تنشر عبر شاشات التلفاز أو عبر الإنترنت ضمن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وأن الجهات التي تقوم بنشر المادة الإعلامية الفاسدة تهدف إلى ضياعنا وإبعادنا عن الأخلاق الإسلامية الراقية والنافعة لنا في الدنيا والآخرة، كما يلزم على أولياء الأمور الاطلاع الكامل على ما تحويه هواتف الأبناء من رسائل وصور وأرقام وإفهامهم بضرورة الحياء والخوف من الله تعالى الذي يعلم السر وأخفى الذي هو الرقيب على الأعمال في الدنيا والحسيب والمعاقب يوم القيامة.

6 - قيام الدول التي تحس بمسئوليتها نحو أبنائها وتحافظ على تنشئتهم تنشئة حسنة نافعة غير ضارة بالاتفاق مع شركات الانترنت والاتصالات بحجب مواقع نشر السلوكيات التي تضر بالمجتمع وتفسد أخلاقه وتؤثر على علاقاته الطيبة مثل: نشر الأفلام أو الصور الجنسية، وكذلك أفلام العنف.

7 - قيام الدول بعمل تشريعات تجرم وتعاقب بعض التصرفات الضارة التي تتم عبر شبكة الإنترنت بالاستفادة من تشريعات بعض الدول السابقة في هذه التشريعات بعد أن اكتوت بنيران بعض استخدامات هذه الشبكة.

قائمة المراجع والمصادر: القرآن الكريم والسنة المطهرة :

1. د. إبراهيم إمام: الإعلام والاتصال بالجماهير - مكتبة الأنجلو المصرية - ط3 - 1984م.
2. د. إبراهيم إمام: أصول الإعلام الإسلامي - دار الفكر العربي - القاهرة - بدون تاريخ.
3. د. إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي والتلفزيوني - دار الفكر العربي - القاهرة - ط2.
4. د. إبراهيم عبدالله المسلمي: الإعلام والمجتمع - دار الفكر العربي - ط2 - القاهرة - 2007م.
5. د. أحمد بدر: الاتصال بالجماهير بين الإعلام والدعاية والتنمية - وكالة المطبوعات عبدالله حرمي - ط1 - الكويت - 1982م.
6. أحمد بن علي بن حجر العسقلاني: فتح الباري شرح صحيح البخاري - كتاب الأدب - باب تعاون المؤمنين بعضهم بعضاً - ج10 - دار المعرفة للطباعة والنشر - بيروت - باب من ملك من العرب رقيقاً - ج5.
7. جمال الدين محمد بن مكرم (ابن منظور): لسان العرب - دار صادر - ج10 - حرف العين - 2003م.
8. أ. جميلة علي رجاء: مقالة بعنوان (المرأة والإعلام والعولمة والألفية الثالثة) مجلة الجمهورية اليمنية - العدد 20 إبريل - يوليو 2000م.
9. د. جيهان أحمد روشتي: الأسس العلمية لنظرية الإعلام - دار الفكر العربي - القاهرة - بدون تاريخ.
10. د. حامد عبدالسلام زهران: علم النفس الاجتماعي - عالم الكتب - ط4 - 1977م.

11. رائد فهد عبدالعزيز حمد الدعيح: الأمن والإعلام في الدولة الإسلامية - المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب - الرياض - 1406هـ.
12. د. راشد الراجح الشريف: دور الإعلام في توجيه الشباب مقالة بعنوان دور الإعلام في ترسيخ القيم الكبرى للمجتمع العربي الإسلامي - المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب - ط1 - الرياض - 1408هـ.
13. روجر مانفيل: الفلم والجمهور - ترجمة برامني منصور ويوسف عمون - دار الفكر العربي - بدون تاريخ ومكان طبع.
14. ريل كافنجي: ترجمة رمزي يسي وعزت فهيم صالح: التأثير في الجماهير عن طريق الخطابة - دار الفكر العربي - بدون تاريخ ومكان النشر.
15. زياد أبو غنيمة: السيطرة الصهيونية على وسائل الإعلام العالمية - دار عمار - الأردن - ط2 - 1409هـ - 1989م.
16. د. سامي مكي العاني: الإسلام والشعر - عالم المعرفة - سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدر بالمجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب - الكويت - شعبان - رمضان - 1403هـ - الموافق يونيو (حزيران) 1983م.
17. سليمان بن الأشعث السجستاني الأزدي: سنن أبي داوود - دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع - م2 - ج4.
18. د. صالح ذياب هندي: أثر وسائل الإعلام على الطفل - جمعية عمال المطابع التعاونية - ط1 - عمان - 1990م.
19. طلعت منصور وآخرون: أسس علم النفس العام - مكتبة الأنجلو المصرية - 1989م.
20. عبدالرحمن جودت: صحيفة الحارس - مقالة بعنوان: الأطفال والوسائل الإعلامية - العدد 161 - جماد الثاني - 1413هـ - 12/12/1992م.
21. د. عبداللطيف حمزة: الإعلام في صدر الإسلام - دار الفكر العربي - ط2 - 1978م.
22. عبدالله شحاتة: الدعوة الإسلامية والإعلام الديني - الهيئة المصرية العامة للكتاب - ط2 - 1986م.

23. عثمان محمد نصر: علاقة الإعلام بالمسائل الأمنية في المجتمع العربي - المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب بالرياض مقالة بعنوان: دور الإعلام في ترويج الشائعات وسبل العلاج - 1988م.
24. علي جريشة: نحو إعلام إسلامي إعلامنا إلى أين ٩٩ - مكتبة وهبة - القاهرة - ط1 - 1409 هـ - 1989م.
25. أ. د. علي حسن عبدالله الشريفي: الباعث وأثره في المسئولية الجنائية - دراسة مقارنة بأحكام الشريعة الإسلامية - الزهراء للإعلام العربي - 1406 هـ - 1986م.
26. د. علي عجوة: دراسات في العلاقات العامة والإعلام - عالم الكتب - القاهرة - 1985م.
27. د. عبدالفتاح بيومي حجازي: الأحداث والإنترنت - دراسة متعمقة عن أثر الإنترنت في انحراف الأحداث - دار الكتب القانونية - القاهرة - 2007م.
28. محمد إبراهيم محمد إبراهيم: الجانب الإعلامي في خطب الرسول صلى الله عليه وآله وسلم - المكتب الإسلامي - بيروت - ومكتبة فرقد الخاني بالرياض - ط1 - 1406 هـ - 1986م.
29. د. مأمون محمد سلامة: أصول علم الإجرام والعقاب - دار الفكر العربي - القاهرة - بدون تاريخ.
30. محمد بن أبي بكر الرازي: مختار الصحاح - الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية - ط9 - القاهرة - 1962م.
31. د. محمد حمد خضر: مطالعات في الإعلام - ط1 - 1407 هـ - 1987م.
32. محمد ثروت كبيرة: انحراف الشباب سلسلة أبحاث الدارسين الصادرة عن معهد الدراسات العليا لضباط الشرطة - القاهرة - بدون تاريخ.
33. محمد علي الصابوني: صفوة التفاسير - دار القرآن الكريم - بيروت - ط4 - 1402 هـ - 1981م.
34. د. محمد علي العويني: الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق (دراسة إعلامية دينية سياسية) - عالم الكتب - ط2 - 1407 هـ - 1987م - ص221.
35. محمود كرم سليمان: التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام نحو إعلام إسلامي متميز - دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع - المنصورة - ط1 - 1409 هـ - 1989م.

36. مجد الدين أبي السعادات المبارك بن محمد بن الأثير الجزري: جامع الأصول في أحاديث الرسول - الجزء الثاني - دار الفكر للطباعة والنشر - بيروت - ط2 - 1403 هـ - 1983 م.
37. محمد موفق الغلاييني: وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة - دار المنارة - جدة - ط1 - 1405 هـ - 1985 م.
38. د. محمد منير حجاب: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها - دار الفكر العربي للنشر والتوزيع - القاهرة - 2008 م.
39. مروان كجك: الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون - دار طيبة للنشر والتوزيع - ط2 - الرياض - 1408 هـ - 1988 م.
40. د. مصطفى السباعي: السنة ومكانتها في التشريع الإسلامي - المكتب الإسلامي - دار الوراق للنشر والتوزيع - ط2 - 2000 م.
41. مسلم بن الحجاج بن مسلم القشيري النيسابوري: صحيح مسلم بشرح النووي - ج16 - ط3 - دار إحياء التراث العربي - بيروت - لبنان - 1404 هـ - 1984 م.
42. مسلم بن الحجاج بن مسلم القشيري النيسابوري: الجامع الصحيح المسمى صحيح مسلم - ج1 - دار المعرفة - بيروت، لبنان - بدون تاريخ طبع.
43. محمد بن اسماعيل بن ابراهيم بن المغيرة بن بردويه البخاري وغيره: اللؤلؤ والمرجان، كتاب الفتن وأشراف الساعة - باب إذا تواجه المسلمان بسيفيهما - عيسى البابي الحلبي وشركاه.
44. د. نبيل عارف الجردي: مقدمة في علم الاتصال - مكتبة الإمارات - العين - تنفيذ دار الجيل للطباعة والنشر - دمشق - ط3 - بدون تاريخ طبع.
45. د. نوال محمد عمر: دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية - مكتبة نهضة الشرق - جامعة القاهرة - 1984 م.
46. هيلد. ت. هيمولويت وآخرون: ترجمة أحمد سعيد عبدالحليم ومحمد شكري العدوي، مراجعة سعد لبيب: التلفزيون والطفل دراسة تجريبية لأثر التلفزيون على الطفل الجزء الأول - مؤسسة سجل العرب - 1967 م.

47. فؤاد سيد عبدالرحمن الرفاعي: حقيقة اليهود - دار القسام - 1406هـ - والمستشار الدكتور علي جريشة: نحو إعلام إسلامي إعلامنا إلى أين؟؟ - مكتبة وهبة - القاهرة - ط1 - 1409هـ - 1989م.
48. د. فتح الباب عبدالحليم سيد، د. إبراهيم ميخائيل حفظ الله: الناس والتلفزيون - مكتبة الأنجلو المصرية - 1963م.

مراجع الإنترنت:

1. د. م. صفاء زمان: مقالة منشورة في جمعية المهندسين الكويتية:
<http://kse.org.kw/A7-Mohandesoon/issue/113/article/365>
2. عباس سبتي: دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة المدارس والجامعات (سلبيات - حلول - مقترحات).
http://almar.blogspot.com/p/blog-page_598.html