

## خطوات وآليات بناء المؤسسات الإذاعية، إفريقيا نموذجاً

ورقة بحثية أعدها:

أ.د عوض إبراهيم عوض\*

### مقدمة:

اهتم الحادبون على مصلحة الإنسان الإفريقي من أبناء الإسلام بشأن إعادة بناء الإنسان الإفريقي وتربيته على النهج القويم بعد سنوات الاستعمار والقهر التي أكلت جسد القارة وشتت فكر أبنائها. ومن ذلك نبع الإحساس بأهمية تأسيس قنوات إعلامية بكل أرجاء القارة وضرورة استخدام هذه القنوات في تطوير الإنسان وبناء المجتمعات الفاضلة على جادة السلوك النابع من الإيمان بالله والاهتداء بروح الإيمان الطيبة. ووفقاً لهذا الطرح فقد كثر الحديث في الآونة الأخيرة عن دور الإعلام في العالم لاسيما بلاد المسلمين ومنها بلاد القارة الإفريقية في بلورة توجهات الأمم ومساراتها الفكرية والثقافية والاجتماعية في مجتمع القرن الحادي والعشرين وما يليه.

وقد ازدادت أهمية هذا الأمر لتزامنها مع محاولات توظيف قنوات الاتصال الحديثة لمرحلة إعادة البناء في ظل التسابق المحموم بين الأجهزة المختلفة في بلورة الواقع الدولي المعاصر. وقد اجتهد الكثيرون من أجل توظيف قنوات الاتصال لخلق واقع أفضل بعيداً عن الاستلاب والخوف والهيمنة أو طمس الهوية بحكم ما أفرزته توجهات العولمة

\* بروفيسور بكلية الإعلام جامعة إفريقيا العالمية، مدير إذاعة جامعة إفريقيا، نال درجة الدكتوراه الأولى في وسائل الاتصال الجماهيرية واللغويات، والدكتوراه الثانية في الإعلام الإسلامي، والدكتوراه الثالثة في العلوم السياسية.

وقيود النظام العالمي الجديد سواء في توجهاته الدولية أم الإقليمية أم المحلية. ولذلك تجيء هذه الورقة البحثية لتسهم مع غيرها في جهود الخيرين من أبناء الأمة في وضع أسس لتحقيق هذا الهدف الكبير.

وقد أثار الكثير من الحاديين على مصلحة الإعلام الإفريقي تساؤلاتٍ حول الدور السلبي الذي لعبه الإعلام في كثيرٍ من المراحل عندما أسيء استخدامه لبلورة أهدافٍ دينية أو قومية في بعض الدول. ولذلك رأى الباحث أن يغوص من خلال هذه الورقة البحثية في جذور القيم والأخلاقيات المتعلقة بالإعلام الإذاعي وغيره وتطبيقاتها على الواقع المعاصر لاسيما في البلاد الإسلامية عامةً والبلاد الإفريقية على وجه الخصوص.

#### الأهداف الإستراتيجية للإعلام المعاصر:

مما لا شك فيه أن وسائل الإعلام هي الأوعية التي تنقل ضوابط التربية بكل مضامينها إلى بني الإنسان. ولها من الخصائص ما جعلها لصيقة بالإنسان في كل زمان ومكان. ويظهر من خلال استقراء واقع الإعلام المعاصر دور التخطيط الإعلامي للبرمجة وأهميته القصوى لتحقيق الأهداف التي نرجوها من أي برمجة سواء كانت إذاعية أم تلفزيونية أو على أي وسيط من وسائط الإعلام الجماهيري. وقد بدأ استخدام هذا التخطيط مع مطلع عقد الخمسينيات في القرن العشرين، حيث وظفت معظم قنوات الإعلام في تلك الفترة أشخاصاً ذوي دراية بمعطيات التربية. وبرزت من خلال التجربة العديد من الأهداف الاستراتيجية لقنوات الإعلام التي يمكن أن نجملها فيما يلي.

- 1/ بناء الإنسان على نسقٍ متجدد ومفيد من خلال خلق المجتمع الفاضل.
- 2/ ربط أفراد الأمة بتراثهم وموروثاتهم الحضارية وعقيدتهم الإسلامية.
- 3/ خلق المزيد من قنوات التواصل بين الأفراد والمنظمات والشعوب الأخرى.
- 4/ تيسير المعلومات وبثها بين الناس لاسيما الشباب والأطفال.

5/ إعطاء اهتمام خاص بالمرأة لتأكيد فاعليتها ودورها الفاعل في المجتمع.

### النظام الإعلامي الإفريقي الجديد:

شهدت أروقة العالم خلال سنوات القرن العشرين الأخيرة حواراً مكثفاً حول أهمية الإعلام وارتباطه برفعي الأمم وتقدمها وانفتاحها على بعضها البعض، خصوصاً بعد اندلاع ثورة الاتصالات التي لم تترك ركناً من أركان الدنيا إلا وغزته. وقد انبثق مصطلح النظام الإعلامي العالمي الجديد نتيجة للحوار المستفيض بين دول الشمال الغنية ودول الجنوب الفقيرة. وتوصل الطرفان إلى حقيقة مفادها أن أوضاع الإعلام والاتصال لا يمكن أن تعيش وتتطور إلا في سياق متدرج يسبقه توحيد رؤى دول الجنوب والسعي لتحقيق قدر من التوافق بين الجنوب والجنوب.

ومن من خلال ذلك نبعت فكرة إيجاد مشروعات إقليمية تؤدي للنهوض بأوضاع الإعلام والاتصال في البلدان النامية وتحقيق الانسياب في المعلومات فيما بينها. ووفقاً لذلك سعت الدول الأعضاء في منظمة الوحدة الإفريقية لخلق قنوات للتواصل الإعلامي فيما بينها لتمكين من نقل الأخبار والمعلومات بينها وتوثيق قنوات الاتصال التي تربط أجزاء القارة بعضها ببعض وفي نفس الوقت تسهم في إقامة النظام العالمي الجديد الذي يعتمد على العدالة والحرية والمساواة والسلام والديمقراطية. وكل هذا الأمر كان لتحقيق الغرض الأسمى وهو تمكين إفريقيا من إسراع صوتها وأخبار شخصيتها القومية والثقافية عبر توافق متوازن في أقاليم العالم.

وشرعت الدول الإفريقية في الإعداد لمشروع ينطلق من خصوصيتها يؤدي لتجاوز مشاكلها التنموية والاقتصادية وتوظف لتحقيق إمكانات القنوات الإعلامية المتاحة وكل أساليب الاتصال التي استفادت منها دول المنظومة الغربية في السابق. وكان جزء من

الهدف أن تسخر دول القارة ما لديها من إمكانيات وكوادر بشرية من أجل التغلب على الإرث الاستعماري البغيض الذي أقعد مسيرتها لسنوات طويلة. ولا يتحقق هذا الانعتاق إلا باستخدام وسائل الإعلام الحديثة في حسم قضايا التباين والتمييز بين الأشقاء والتخبط السياسي والاجتماعي وتشتت الإرث الثقافي وغير ذلك من المعطيات التي أسهم المستعمرون في تعميقها بين الأشقاء. وبالطبع فقد وعى أبناء القارة الإفريقية خلال العقود الماضية بالدور الخطير للإعلام، وأدركوا تماماً أهمية الاتصال كعنصر مهم في التأثير على الرأي العام وبلورة الرأي المحلي والعالمي في كل معطيات الحياة.

وتشاء المقادير أن يكون كثيرٌ جداً من القادة الأفارقة قد عملوا في مجال الصحافة والإعلام خلال سنوات نضالهم ضد الاستعمار أو خلال تأهيلهم لأنفسهم لخوض المعارك السياسية إبان فترة الاستقلال. وسنقف على هذه الأدوار من خلال السطور القادمة عن الإعلام الإفريقي ولكن قبل الخوض فيها لا بد من تبيين الدور العظيم الذي لعبه المناضل والرئيس فيما بعد كوامي نكروما الذي دعا لإقامة وكالة أنباء غانا كوسيلة لا يرى أفضل منها لدعم الوحدة الإفريقية. والآن نبدأ الحديث عن الإعلام الإفريقي مستهلين بشمال القارة الإفريقية الذي تطور إعلامياً في مرحلة مبكرة قياساً ببقية دول غرب وجنوب وشرق القارة. وبالفعل تمت بلورة النظام الإعلامي الإفريقي الجديد في المؤتمر الذي انعقد بالقاهرة في عام 1987م. حيث صدر ما يسمى بإعلان القاهرة الذي جاءت ديباجته تنص على عدة نقاط بني عليها تصور ما يتضمنه النظام الإعلامي الإفريقي الجديد. ونصت الديباجة على أن المشروع تأسس على ما تنبه له الأعضاء المؤسسون لمنظمة الوحدة الإفريقية في عام 1963م من ضرورة أن يكون لإفريقيا لسان حالها وصوتها المعبر عنها والناطق باسمها، وأن تكون مهمة النظام الجديد هي التنوير والتعليم والتثقيف وتعزيز الهوية الإفريقية.

يستند مفهوم النظام الجديد للإعلام والاتصال في إفريقيا إلى الاهتمام العالمي بالعدالة الاجتماعية والاعتماد على الذات والحرية والتوازن في إعداد ونشر الأخبار والمعلومات فيما بين البلدان والشعوب. وهي مسائل لها تأثيرها المؤكد على التنمية الاجتماعية والاقتصادية وعلى النمو وأساليب حياة الأفراد ومستويات معيشتهم. كما أنها الوسيلة المثلى التي تؤكد التزام إفريقيا بالمساهمة في الجهود المبذولة من أجل إقامة نظام إعلامي عالمي جديد يهدف إلى تحقيق تدفق إعلامي أكثر توازناً وعدالة بانتهاج أسلوب الحوار وليس المواجهة وعن طريق التخطيط المدروس والعمل الجاد.

### مجلس وزراء الإعلام الإفريقي:

أقامت الدول الإفريقية مجلس وزراء الإعلام الأفارقة في عام 1977م ليقوم بتنمية العمل الإعلامي المشترك ويسهم في تنفيذ فكرة النظام الإعلامي الإفريقي. وقد انعقدت دورته الأولى في العاصمة اليوغندية كمبالا في ذلك العام 1977م. وأنشأت الدول الإفريقية لتنفيذ هذا الهدف عدة كيانات كان غرضها الأساسي هو تجسيد وحدة الصف الإفريقي بمختلف دوله في المجال الإعلامي. وانهقدت العديد من اللقاءات والمؤتمرات التي خرجت بقرارات مهمة وتوصيات ومشاريع عمل من أجل تحقيق هذه الوحدة والتناغم الإعلامي، ولكن وقف ضعف التمويل وسوء الأوضاع الاقتصادية بالإضافة للخلافات الكثيرة بين الدول الأعضاء حائلاً دون الوصول إلى تحقيق هذا الهدف المنشود. وتأكيداً لتصميم الأفارقة على تحقيق أهدافهم الوحدوية فقد أنشأوا جسماً مصاحباً هو المجلس الحكومي للإعلام والاتصال في إفريقيا. وهو يعد الجهاز التنفيذي الذي يتولى تسيير العمل في غياب مجلس وزراء الإعلام الأفارقة، ويتم تشكيل عضويته بالانتخاب بما في ذلك رئيس المجلس ومقرره.

## اتحاد الإذاعات الإفريقية URTNA:

نشأ اتحاد الإذاعات الإفريقية في مدينة لاجوس النيجيرية في عام 1962م ليضم أربع عشرة إذاعة إفريقية تمثل أربعة عشر دولة هي: مصر، والجزائر، وليبيا، والجابون، وغانا، وبوركينا فاسو، ومالاوي، وموريتانيا، والنيجر، ونيجيريا، والسنغال، وتنزانيا، وتوجو. وتقرر أن يجتمع أعضاء الاتحاد مرة في كل عام. وكان الهدف الأساسي من إنشائه هو التنسيق بين الإذاعات المسموعة والمرئية للدول الأعضاء فيما بينهم وبين المنظمات الدولية الأخرى. كما نص أمر تأسيسه على أن يتعاون مع اتحاد المواصلات الإفريقي PANAFTTEL. ومن خلال ذلك وضع الاتحاد العديد من المشروعات في مجال تطوير وتنمية الخدمات الإذاعية والتلفزيونية في الدول الإفريقية. ولكن مما يؤسف له أنه على الرغم من الجهود التي بذلها اتحاد هيئات الإذاعة والتلفزيون الإفريقية إلا أن الدول الإفريقية ظلت تعتمد لسنوات طويلة على استيراد البرامج والمعدات من خارج القارة لاسيما بريطانيا وألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية.

وعلى الرغم من أن اتحاد الإذاعة والتلفزيون الإفريقي كان من أوائل مشروعات التعاون الإقليمي في الدول النامية حيث سبق اتحاد الإذاعات الآسيوية (ABU) عام 1964م واتحاد الإذاعات العربية (ASBU) عام 1969م ومنظمة التلفزيون الأيبيرية الأمريكية عام 1971م إلا أنه لم يحقق تبادلاً يذكر في مجال البرامج الإذاعية والتلفزيونية بين الدول الإفريقية. كما أن معظم دول القارة تعتمد في تغطية الأقمار الصناعية على دول خارج إطار القارة لبث برامجها الإذاعية والتلفزيونية. وقد شعر بعضهم بخطورة هذا الأمر لأنه يشكل في نهاية المطاف تهديداً لسيادة واستقلال الدول الإفريقية لاسيما في المجال الثقافي والاجتماعي. ولذلك تداعى وزراء الإعلام والمواصلات الأفارقة للتفكير حول مشروع القمر الصناعي الإفريقي (راكسوم). وكان مولد أول وكالة أنباء إفريقية عرفت قبل

الاستقلال عن طريق الدول الأوربية المستعمرة، حيث أنشأت وكالات الأنباء الأوروبية أول فرع لها في المدن الإفريقية لخدمة إدارة الاحتلال. وفي جنوب إفريقيا لم تكتف رويتر بإنشاء مكتب لها إنما أسهمت في إنشاء وكالة الأنباء المركزية بجنوب إفريقيا التي كانت في منتصف الخمسينيات عبارة عن جمعية للصحافة أنشئت عام 1938م وأطلق عليها اسم Association South African. وقد قامت طوال حياتها بتزويد صحافة إفريقيا وروسيا ودول شرق إفريقيا بالأخبار المحلية والأجنبية. وهي بذلك تعد أقدم الوكالات المحلية في إفريقيا، وقد أنشئت في مدينة جوهانسبرج بإتحاد جنوب إفريقيا.

ومعظم الوكالات الإفريقية المحلية نشأت بعد الاستقلال في السبعينيات، حيث تنبتهت معظم دول القارة إلى أهمية وكالات الأنباء منذ وقت مبكر. وللوكالات دور مهم في التوعية الداخلية والإعلام الخارجي، حيث تقوم بنشر المعلومات الوافية عن الدولة وتصحيح الأخطاء التي تنشر عمداً أو دون قصد للنيل من كفاح الأمة في صراعها من أجل التقدم والتنمية. وتأتي أهداف وكالات الأنباء الإفريقية وفق الأنماط السائدة في كل العالم والمتمثلة في جمع الأخبار الداخلية وبحثها لوسائل الإعلام المحلية والمصالح الحكومية والمؤسسات التجارية والجهات التي ترغب في الحصول على هذا النوع من الخدمات. كما تستقبل أيضاً الأخبار العالمية وتعيد توزيعها على المشتركين في الداخل. وتهتم ببث الأخبار ونقل وجهات نظر الحكومات إلى العالم عبر وكالات الأنباء العالمية.

ونتيجة لتطور عمل الوكالات الإفريقية فقد حدث توسع كبير في مجال الخدمات الإعلامية بمعظم دول إفريقيا، مما حدا بهذه الوكالات لإنشاء أفرع لها في بعض المدن والمحافظات وقادها لتعيين مراسلين لها في العديد من البلدان. وظلت تتعاون مع الوكالات الأوروبية في ست عشرة دولة من خلال الإتحاد الأوروبي لوكالات الأنباء، وذلك بغرض

توسيع نطاق الاهتمام الخاص بها وزيادة حجم الأخبار المتعلقة بالمنطقة، وكذلك الأمر بالنسبة لوكالات الأنباء الآسيوية والوكالات العربية التي تربطها علاقات ومصالح مع الدول الإفريقية. ومن خلال تلك الروى نشأت العديد من الإذاعات في إفريقيا اخترنا منها على سبيل المثال:

#### **الإذاعة في جنوب إفريقيا:**

تطورت الخدمات الإذاعية في جنوب إفريقيا وازداد حجم البث الإذاعي بحلول عام 1996م. حيث أصبح عدد المحطات 40 محطة إذاعية متاحة للمستمعين في جوهانسبرج.

#### **الإذاعة في سيراليون:**

الإذاعة هي الأكثر شيوعاً بين وسائل الإعلام في سيراليون. حيث إن 85 ٪ من الأشخاص يمكنهم الحصول على الراديو و72 ٪ من الناس يمكنهم الاستماع إلى الراديو يومياً. وفي عام 2007م ازداد مستوى تغلغل الراديو في نسبة تتراوح بين 96 ٪ في المناطق الحضرية و65 ٪ في مناطق كايلاهون. وهكذا تتدرج النسبة بين المدن الرئيسة والمناطق الريفية. وتنتج المحطات الإذاعية برامج تخصص في معظمها لمعالجة المشاكل في سيراليون التي خلفتها الحرب الأهلية من خلال تشجيع السلام والمصالحة. ومحتوى الخدمات الإعلامية الأخرى يشمل برامج الأطفال والأخبار وبرامج ينتجها الصحفيون الشباب. ومعظم المحطات الإذاعية في سيراليون محطات شعبية. وجميع المدن الرئيسة في البلاد تشغل محطات إذاعة خاصة بها. وهناك انتشار للمحطات الإذاعية التجارية تواكبها محطات وطنية قليلة. وخدمات البث في سيراليون التي تعرف اختصاراً باسم: (SLBS) تعمل في ظل وزارة الإعلام التابعة للحكومة.



### الإذاعة في قامبيا:

تم إنشاء مبنى ضخمة للإذاعة والتلفزيون في قامبيا في شهر ديسمبر عام 1995م بتكليف من الحكومة للهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون والخدمات العامة (GRTS). وكانت قد أنشئت تحت مظلة شركة اتصالات قامبيا (Gamtel). وتم اختبار البث من جهاز للإرسال وضع على بعد 5 كيلومترات لتغطية منطقة بانجول الكبرى. وفي وقت لاحق تم إنشاء بضع محطات أقيمت في قرى بانسانغ سوما والداخلية لتحقيق تغطية وطنية واسعة. ورغم هذه الجهود إلا أن العديد من المناطق في قامبيا لاسيما المناطق التي تقع على ضفتي النهر لا تزال خارج نطاق البث. ومنذ لحظة تكليفها بالبث عملت GRTS كمحطة عامة للبرمجة هدفها خدمة الأهالي عموماً. وظلت تركز الغالبية العظمى من برامجها للأخبار وإعلانات الخدمات العامة، وبرامج التعليم، والترفيه، والبرامج الدينية. وهي تبث بجميع اللغات الأربعة الرئيسة في الدولة فضلاً عن اللغتين الإنجليزية والفرنسية. ويشاهد الأهالي أيضاً برامج القنوات الأجنبية المبنوثة إليهم من محطة البي بي سي البريطانية وسي إن إن الأمريكية ودويتشه فيلا الألمانية بالإضافة إلى برامج راديو فرنسا CFI التي تعرض بشكل منتظم ضمن جدول محطة GRTS .

### الإذاعة في مالي A. R. T. M:

أنشئت الإذاعة الوطنية لمالي في عام 1957م وهي محطة حكومية وتقدم برامجها باللغات (الفرنسية) وهي اللغة الرسمية لها والانجليزية وبامارا وهي اللغة الرئيسة في البلاد وفلاة وساركولي والطوارق وغيرها. ونظراً لانخفاض نسبة التعليم فإن الحكومة تعتمد عليها في توصيل المعلومات إلى المواطنين وتثقيفهم وتوجيههم أكثر من غيرها من الإذاعات. وكانت الإذاعة الوطنية في فتراتنا الأولى عبارة عن محطة إذاعية فقط تعرف باسم إذاعة مالي

Radio Mali واستمرت كذلك إلى العام 1982 م حيث أضيفت إليها محطة تلفزيونية فأصبحت (R. T. M). وفي عام 1988 م أجريت عليها تطورات جديدة من حيث المباني والآلات فسميت (O. R. T. M). وكانت هي الإذاعة الوحيدة في البلد في فترة الجمهورية الأولى إلى ما قبل نهاية الجمهورية الثانية بعدة سنوات، حيث نجد أن الإشارات الأولى إلى إنشاء فروع للإذاعة الوطنية قد بدأت منذ 7 فبراير 1978 م وذلك بتنفيذ برامج الإذاعة في التنمية الريفية في كاي Kayes.

### الإذاعة في جيبوتي:

ورثت جمهورية جيبوتي من الاستعمار إذاعة غير مواكبة مع متطلبات العصر الحديث أو العهد الجيبوتي لا تؤهلها إمكاناتها المادية والبشرية لأداء دورها المناط بها، نظرا لقلّة مثقفينها على مستوى الدولة إذ أن هؤلاء المثقفين لا يتجاوز مستواهم العالمي المرحلة الابتدائية أو المتوسطة. وكان يظهر هذا بصورة واضحة في صياغة المادة الإذاعية بحيث لا تتوافق مع متطلبات المرحلة الجديدة. وفي عام 1986 م قامت الحكومة بإنشاء شبكة الإذاعة يربط بالمديريات الداخلية، إلا أن كل هذه التحسينات التي باشرت الإذاعة والتي آلت إليها الاستوديوهات الموجودة ومعداتنا اللازمة وتجهيزاتها أصبح غير كاف وغير مواكب العملية والبرنامج الهائل الموجه لكل شرائح المجتمع المتعددة إذ لم تستطع سوى إنتاج و بث 20٪ من برامجها الموجهة للجمهور. وخلال هذه الفترة لم تتوقف مساعيها ومحاولاتها الرامية للاتصال مع الدول الشقيقة والصديقة والهيئات والمنظمات الدولية والإقليمية لأجل تطويرها وحصولها على التقنيات الحديثة التي تواكب وإمكان التدريب لطاقتها، بل في عام 1990 م أنشأت مركزاً لإنتاج البرامج الإذاعية مزوداً بأجهزة متطورة وحديثة وقامت الحكومة بتوظيف عمال دائمين ومؤقتين في الإذاعة ليواصلوا مسيرة العمل الإذاعي في جيبوتي.

### الإذاعة في جزر القمر:

نشأت الإذاعة القمرية على يد المستعمرين الفرنسيين لخدمة أغراضهم الاستعمارية. وما زالت الضغوط الفرنسية ممسكة بزمام الأمور في وسط المجتمع القمري، لذا ليس غريباً أن لا تحقق الإذاعة القمرية في بداياتها الغايات المنشودة للوطنيين في توطيد العلاقات القمرية العربية. ولكن سعت الجمهورية القمرية للانضمام إلى جامعة الدول العربية ليكون للجامعة دور فعال في تحريرها من قبضة الاستعمار التي مازالت تعاني منها لاسيما في المجال الإعلامي والصحافي. وكانت النتيجة أن نحج الوطنيون في تحقيق ذلك. حيث أدت الإذاعة القمرية باعتبارها إحدى أهم الوسائل الجماهيرية دوراً مهماً في توطيد العلاقات الدبلوماسية الشعبية بين مختلف الشعوب لاسيما بين جذر القمر والبلاد العربية، وذلك عندما اخترقت الإذاعة كل الحواجز ولعبت دورها المهم في تعزيز العلاقات القمرية العربية.

ومن خلال هذه النماذج البسيطة للإذاعات الإفريقية نلاحظ أن كثيراً منها قد وضعت لأنفسها سياسات إعلامية تترجم هوية الدولة، وفي كثيرٍ منها نجد الطابع الإسلامي قد طغى على غيره في البدان ذات الغالبية المسلمة. ومن خلال ذلك استطاعت الكثير منها أن تحقق أهدافاً تتماشى مع الروح التي دعونا لها منذ بداية هذه الورقة، وهي روح العقيدة السمحة التي تتمثل فيما يلي:

1/ نشر اللغة العربية بين مسلمي إفريقيا الذين يواظبون على الاستماع لهذه

الإذاعات.

2/ اجتذبت الإذاعات الإفريقية كثيراً من المستمعين على اعتبار أنها أسهل الطرق

وأقلها تكلفة بين قنوات الاتصال الجماهيرية الأخرى.

3/ برز الكثير من المساهمين في إنشاء القنوات الإعلامية بإفريقيا وهم من العرب والمسلمين الذين اقتنعوا بأهمية إنشاء القنوات الإعلامية لبلورة النواحي الثقافية والحضارية والدينية على وجهها الصحيح.

4/ ازدادت جرعات الثقافة الإسلامية من خلال هذه القنوات. وعرف الأفرقة الكثير عن العالم الإسلامي والعربي فكرة وحضارة وثقافة إيماناً منها بأهمية نشر تعاليم الإسلام خدمة لكتاب الله تعالى الذي نزل بلسان عربي مبين. ولكي ينجح الإعلام ويكون قادراً على استقطاب الناس وتربيتهم على الجادة يلزم لمن يتصدى لهذا الدور أن يلتزم في نفسه بالتعاليم التي يدعو إليها بغرض التأثير على مستمعيه ومشاهديه أو قارئيه بالشكل الذي يحقق له المصداقية والتقدير لدى جميع من يتعامل معه، وذلك على النسق التالي:

#### 1/ التزام الإعلام بالسلوك القويم:

وذلك يبدأ بمجاهدة النفس الأمانة بالسوء، والبعد بها عن مكاييد الشيطان. وفي ذلك يجب أن يكون الإعلامي ربانياً وقرانياً في خطابه ومعرفته وأسلوبه وسلوكه امتثالاً لقول الله تعالى: ﴿ مَا كَانَ لِبَشَرٍ أَنْ يُؤْتِيَهُ اللَّهُ الْكِتَابَ وَالْحُكْمَ وَالنُّبُوَّةَ ثُمَّ يَقُولَ لِلنَّاسِ كُونُوا عِبَادًا لِي مِنْ دُونِ اللَّهِ وَلَكِنْ كُونُوا رَبَّيْنَ بِمَا كُنْتُمْ تُعَلِّمُونَ الْكِتَابَ وَبِمَا كُنْتُمْ تَدْرُسُونَ ﴾<sup>1</sup>. والمقصود أن يكون الإعلاميون مدركين لأهمية وخطورة عملهم الذي يؤدونه ومنسويين إلى أهل الفضيلة وليس لأهل الرذيلة. والإعلامي عندما يتحلّى بفضائل الأخلاق

<sup>1</sup> قرآن كريم، سورة آل عمران، آية 79.

إنما يفعل ذلك كي يُصبح قُدوةً للآخرين في بيئته ويكسب جانب الناس الذين سيقلدونه لا محالة في معظم تصرفاته بحكم أنه معلم وقُدوة للآخرين<sup>1</sup>.

## 2/ إلمام الإعلاميين بثقافات وحضارات الآخرين:

لا بد لمن يتصدى لأمر الإعلام أن يتحلى بالمعرفة التامة لأسس وإفرازات الحضارات الإنسانية في مجملها. وفي هذا العصر يلزم إتقان معرفة الحضارة الغربية الرأسمالية بمفاهيمها المنافية لكثير من القيم الإنسانية وأنانياتها التي تختفي وراء المؤسسات والنظم والأفكار القائمة على العلمانية وإقصاء الدين عن حياة الناس السياسية والاقتصادية والثقافية والحضارية، وذلك بغرض تنفيذ معطيات هذه الحضارة عن علم ودراية بحكم أنها هي المُعترف بها الآن في معظم بقاع الأرض للظروف التي تعاشها بشرية اليوم. كما يجب تنفيذ المفاهيم التي غرستها النظرية الماركسية التي دعت وطبقت مفهوم الشيوعية والاشتراكية العلمية التي نبعث من قاعدة الإلحاد وإنكار الأديان، وحاربت القيم والمبادئ الأخلاقية التي وصفتها بأنها أفيون الشعوب، مما أسهم في تغيير الجماهير عن هذه القيم وتنمية الكراهية في النفوس حتى تضععت الماركسية.

## 3/ التأكيد على كرامة المرأة والإنسان عموماً في الإسلام:

ولا بد لمن يتصدى لأمر الإعلام رجلاً كان أو امرأة أن يؤكد للناس أن كرامة الإنسان وحرية الفردية من أهم الأمور التي أقرها الإسلام بنص القرآن الكريم: قَالَ تَعَالَى: ﴿لَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْوَبْرِ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلاً﴾<sup>2</sup>. والتكريم لبني آدم كان بالعلم والنطق واعتدال الخلق

<sup>1</sup> عوض إبراهيم عوض، (2009م)، أصول الفكر الاتصالي، دار الفكر، دمشق، ص 45.

<sup>2</sup> قرآن كريم، سورة الإسراء، آية 70.

وجمال الهيئة. ومنه أيضاً طهارة الإنسان بعد الموت التي أشارت إليها الآية الكريمة بعبارة (وحملناهم في البر) على الدواب والبحر على السفن، ورزقناهم من الطيبات وفضلناهم على كثير ممن خلقنا تفضيلاً. وقد جاءت كلمة مَنْ في الآية بمعنى مَا أو على بابها، وهي تشمل الملائكة، حيث المراد تفضيل الجنس ولا يلزم تفضيل أفراد قاطبةً إذ أن من المعروف بالضرورة أن الملائكة عليهم رضوان الله هم أفضل بصورة عامة من البشر غير الأنبياء.

وكرامة الإنسان تنبثق من الإيمان والإخلاص فيه حتى يحقق لذاته قيمةً أكبر من القيمة التي سبقت الإيمان. وتكون عزته كعزة الأنبياء بل وعزة الحق عزَّ وجل التي أشارت الآية الكريمة في سورة (المنافقون) حيث قَالَ تَعَالَى: ﴿يَقُولُونَ لَيْنَ رَجَعْنَا إِلَى الْمَدِينَةِ لِيُخْرِجَنَا الْأَعْرَابُ مِنْهَا الْأَذَلَّ وَلِلَّهِ الْعِزَّةُ وَلِرَسُولِهِ وَلِلْمُؤْمِنِينَ وَلَكِنَّ الْمُنَافِقِينَ لَا يَعْلَمُونَ﴾<sup>1</sup>. ومن خلال ما تقدم فقد يكون من الواجب على المؤسسات ذات السمة التربوية والإعلامية ومنها الإذاعات التي يقيمها الخيرون من المسلمين في قارة إفريقيا الاهتمام بما يلي:

1/ وضع خطط مدروسة ودقيقة لخلق عدد من المواقع الإعلامية ذات الجاذبية العالية والدقة في شكلها ومضمونها بعدد من اللغات العالمية لاسيما اللغات الأكثر انتشاراً وهي الإنجليزية والفرنسية والألمانية ثم الإسبانية والسواحيلية والهوسا والفولاني.

2/ حشد أقصى ما يمكن من الإمكانيات المادية والعلمية والفنية لا سيما ما أفرزته التقنيات الحديثة من أساليب متطورة واستخدام أمهر المبرمجين لتصميم هذه القنوات وما يتبعها من مواقع وانتقاء المواد المبتوثة خلالها بعناية فائقة.

3/ الاستفادة من العلماء العصريين في تغذية ومتابعة ما يبث عبر هذه البرامج التي يجب دراستها بعناية فائقة والرد على ما يعن من تساؤلات يوماً بيوم وساعةً بساعة.

<sup>1</sup> قرآن كريم، سورة المنافقون، آية 8.

- 4/ متابعة المواقع المشوهة لصورة الإسلام أو الفرد الإفريقي أو المرأة وتفنيدها ما يُبث من مواد بشكل مستمر بالرد عليها وتصحيح أخطائها وكشف حقائقها.
- 5/ استخدام كل ما يلزم من مواد توضيحية مثل الصور والخرائط واللوحات البيانية والأفلام والتسجيلات الصوتية والموسيقى وغيرها من المؤثرات والمجسمات التي تسهم في خلق الإبهار المطلوب والمباح لجعل هذه القنوات والمواقع جذابة وشهية وغير مملة.
- 6/ عمل إحصاءات دقيقة لمن يتابعون هذه المواد خاصةً بين الذين تستهدفهم الحملات الإعلامية ومتابعة ردود أفعالهم وتطور مفاهيمهم وإزالة أي شوائب أو تشويش يطرأ عليها من أي جهات مناوئة.

#### الاعتبارات الأخلاقية لإنتاج المواد الإذاعية:

- 1- الالتزام بالقيم الدينية والمثل الأخلاقية للمجتمع.
- 2- الالتزام بالدستور والقوانين والأنظمة النافذة والسياسة الإعلامية.
- 3- إخضاع المواد والبرامج الإعلامية للرقابة المسبقة (الإجازة) وللمؤسسة الحق في قبول أو رفض أي مادة أو مواد إعلامية دون إبداء الأسباب.
- 4- العلامات التجارية والأسماء الواردة في البرامج لاسيما الإعلانات يجب أن تكون صحيحة وغير وهمية وتتفق مع البيانات الثابتة في الوثائق الرسمية الصادرة عن الجهات المختصة.
- 5- العناصر الفنية للإنتاج والإخراج والمونتاج والمكساج يجب أن تكون متمشية مع السياسة الإعلامية للمؤسسة ومراعية للذوق العام والقيم والتقاليد الاجتماعية.
- 6- عدم التعرض للمصابين بعاهات خلقية أو عقلية أو نفسية بما يجرحهم وأمثالهم بسبب إصابتهم.

- 7- عدم تضمين البرامج أي عبارات خادشة للحياء أو مثيرة للنعرات القبلية.
- 8- الالتزام بمبادئ وأداب مزاوله المهنة والابتعاد عن كل أساليب ووسائل التنافس غير الشريف دون محاولة الإضرار بالغير.
- 9- الالتزام بمراعاة حقوق الملكية الفكرية والتجارية وفقاً للقوانين والأنظمة النافذة.

ومن خلال ما سبق فإن قواعد العمل الإعلامي تستدعى وجود معادلة حساسة بين متطلبات المحطة الإعلامية وبين المتلقين. ومن الصعوبة خداع المتلقي ولذلك يمكن أن تبث البرامج من منطلق المسؤولية الأخلاقية. وأن استخدام الأسلوب الأخلاقي في الترويج يجب أن ينسجم مع الأخلاق السائدة للمتلقين وهي تختلف من منطقة إلى أخرى.

#### أخلاقيات وسلبيات البرمجة في الراديو:

- [1] لا يحتوي الراديو على صور مرئية فلا يستخدم مواد مما لا يفهمه المستمع.
- [2] تستغل بعض البرامج مسرح الذهن استغلالاً فعالاً لخلق الصورة في ذهن المستمع (عندما تسمع صوت فتح علبة مشروب مثلج وصوت من يشربها مثلاً) مما يتطلب الإخراج المتميز والذي يحتاج بدوره إلى كاتب متميز ومحترف. وهذا بالطبع يزيد تكلفة الإخراج ولكنه أمر ضروري ومفيد على المدى البعيد.
- [3] قد تكون جماهير بعض الإذاعات متفرقة، وعلى سبيل المثال في السودان عدد كبير من إذاعات الـ FM بجانب المحطات الإذاعية الرئيسية، وجميعها تعمل في الفضاء على جذب اهتمام المستمعين. ولذلك إذا أراد المنتج أن يقدم برامج عن أمر يهم النساء بين سن 25 - 49 مثلاً فهذا الأمر يحتاج منه لشراء مواقع في أربع محطات على الأقل حتى يصل إلى جمهوره بشكل فعال، وهذا بالطبع يرفع تكلفة البرمجة.



### حرية التعبير في قنوات الإعلام:

لا شك أنَّ حرية التعبير هي مناط القيمة الحقيقية لقنوات الإعلام. والمادة الإعلامية مهما كانت لا تنمو في ظلَّ الكبت والرقابة الصارمة التي تفرضها بعضُ المؤسسات. لذلك تبقى حرية التعبير أكثرَ أهميةً في الأمور ذات الصلة بحياة الإنسان وفكره ومعتقداته. وهي تعنى بحق الفرد في اتخاذ الآراء التي يراها مناسبة دون تدخل من أحد كي يعبر عن رأيه بما يروق له. ويشمل هذا الحق البحث عن المعلومة بكل أشكالها ونقلها للآخرين دون قيود. وقد يكون ذلك شفاهةً أو كتابةً، سواءً في قالبٍ فني أم بأي أسلوبٍ يرضيه الإنسان في حدود الأدب والأخلاق والقيم. أما حرية الصحافة Freedom of Press فيمكن أن تتم قراءتها من ثلاث زوايا مختلفة هي:

- 1/ الغياب النسبي للقيود والمعوقات التي تأتي من قِبَل الحكومات.
- 2/ الغياب النسبي لجميع أشكال القيود الأخرى غير التي تفرضها الحكومات.
- 3/ وجود هذه الظروف الضرورية واللازمة للتأكيد على نشر الأفكار المختلفة بشكل نسبي للجمهور.

وإذا أضفنا إلى كل هذا الأساليب الحديثة التي أفرزتها شبكات الأقمار الصناعية التي غزت كل بقاع الأرضية نجد أن حرية التعبير وكثافتها قد أفرزت كثيراً من النتائج على النسق التالي:

- 1/ تقارب الشعوب فيما بينها.
- 2/ انتقال المعرفة المختلفة من جيل إلى جيل.
- 3/ انتقال الثقافات المختلفة من بلد إلى بلد.
- 4/ تطور الملكات الاستيعابية لدى معظم شعوب الأرض.

5/ التآلف مع التقنية الحديثة وما أفرزته المدنية الحاضرة.

6/ بروز مفاهيم جديدة لدى الشعوب في مجال الاقتصاد والسياسة والتربية.

7/ هيمنة العطاء الرسالي على كثير من الشعوب خصوصاً بالبلاد التي تربت في

كنف الفضيلة والدين.

8/ تطور مجالات الأدب، والدراما، والموسيقى، والغناء، والفنون التشكيلية.

### البيئة الإعلامية المطلوبة لإفريقيا:

وسط الغموض الذي يلف عالم اليوم ويسربل قنوات الإعلام عموماً تبرز التجربة الإعلامية الإفريقية المنشودة على نسق ما نشأ تحت ظل العقيدة الإسلامية لأنها تقوم على أساس إشاعة الفضيلة بين الناس وتنقية قنوات الإعلام مما لحق بها من شوائب التفسخ والغرض الواضح. والفضيلة كقيمة إنسانية أوسع من الحرية بكثير، حيث إنها تشملها بجانب مكارم الأخلاق والمنفعة العامة لبني الإنسان دون التمييز بينهم على أساس العرق أو اللون أو الدين أو المكانة<sup>1</sup> كما جاء في قول النبي ﷺ: {الْخَلْقُ عِيَالٌ اللهُ أَحَبُّهُمْ إِلَى اللهِ أَنْفَعُهُمْ لِعِيَالِهِ}<sup>2</sup>. وبالطبع فإن منهج الإسلام الإعلامي يقوم على قاعدة راسخة هي الفضيلة وخير البشرية مستنداً في ذلك على قَالَ تَعَالَى: ﴿ وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ

<sup>1</sup> مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، تأليف نخبة من المفكرين والكتاب، الطبعة الأولى، رجب 1411

هـ.

<sup>2</sup> أخرجه البزاز عن أنس والطبراني في أحد معاجمه عن ابن مسعود. وقال السيوطي في فيض القدير الجزء 3 صفحة 505 إنه حديث ضعيف.

بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا ﴿٥٣﴾<sup>1</sup>. وَقَالَ تَعَالَى: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَفُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾﴾<sup>2</sup>.

وحيث إنَّ قنوات الاتصال في الغرب قد نشأت على أساس حرية التعبير التي جاءت بها الدساتير وقامت على أساسها النظريات وافتقرت إليها نظرية السلطة في أوروبا والنظرية السوفيتية في روسيا الشيوعية وما دار في فلكتها، فإن الحرية في الإسلام حق أصيل للفرد لا يهبه أحد ولا ينزعه أحد، كما جاءت الإشارة في قول الحق سبحانه وتعالى: ﴿فَذَكِّرْ إِنَّمَا أَنْتَ مُذَكِّرٌ ﴿١١﴾ لَسْتَ عَلَيْهِمْ بِمُصَيِّرٍ ﴿٢٢﴾﴾<sup>3</sup>. وكان ضابطها الوحيد هو مراعاة الأخلاق وحرية الآخرين كما في قول النبي ﷺ: {الحياء من الإيمان}<sup>4</sup>، وقوله ﷺ: {إذا لم تَسْتَحِ فاصنع ما شئت}<sup>5</sup>.

وكأنها كان ضابط الحياء هو مراعاة شعور الآخرين، وهو القيد الوحيد الذي تقبله النفس البشرية لكبح جماح الحرية المفرطة. ولكل ما سبق تجيء أهمية التدقيق في سن القوانين المنظمة لعمل الإعلام في بلادنا. وبالطبع فإن الدول الغربية وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية قد لجأت قبلنا إلى سن العديد من القوانين لكبح جماح قنوات الإعلام ووضع كثير من الضوابط في ممارسة الحرية فظهرت القوانين التالية:

<sup>1</sup> قرآن كريم، سورة الإسراء: الآية 53.

<sup>2</sup> قرآن كريم، سورة الأحزاب: الآية 70.

<sup>3</sup> قرآن كريم، سورة الغاشية: الآية 21 - 22.

<sup>4</sup> أخرجه البخاري في كتاب الأنبياء ص 54، وفي كتابه الأدب ص 78، وأبو داؤد في الأدب ص 6، وابن ماجه في الزهد ص 17، ومالك في الموطأ سفر 46.

<sup>5</sup> أخرجه البخاري في كتاب الأنبياء ص 54، وفي كتابه الأدب ص 78، وأبو داؤد في الأدب ص 6، وابن ماجه في الزهد ص 17، ومالك في الموطأ سفر 46.

1 / قانون حقوق النشر والأداء العلني Copyright Law

2 / قانون الفتنة Seditio Law

3 / قانون إشانة السمعة Law of Libel<sup>1</sup>

وهذه القوانين وغيرها نريد لها أن تُنظم الحريات في كل المؤسسات الإعلامية الإفريقية سواء القائمة منها أم المنشودة في المستقبل. وذلك لأنهل حيثما طبقت تضمنت عقوبات رادعة لمن ينشر معلومات كاذبة أو ضارة أو مشينة لسمعة فرد أو جماعة أو مؤسسة. وكل ما يحتاجه المتضرر هو أن يُثبت أن هذه المعلومات المبتوثة عبر وسيلة الاتصال سواء المقروءة أم المسموعة أم المرئية قد أُعلنت لطرف ثالث هو المتلقي، وأنها ليست صحيحة، وأنها أدت إلى الإضرار بسمعة أو دخل الطرف الشاكي. وبمجرد أن تم تفعيل هذه القوانين من قِبَل أجهزة التشريع البرلمانية في الغرب توالى البلاغات التي طالبت الصحف والمجلات بأموال طائلة للتعويض عما نشرته في صفحاتها من عُثاثات وأكاذيب وأخبار ملفقة أو تنبع من غرضٍ سيء.

إذن لا بد من توخي الحذر الشديد حتى لا يقع الإعلام الإفريقي فيما وقعت فيه بلاد الغرب حيث ظلّ انفراط الأخلاق وعدم الحياء هو القاسم المشترك في خدمات العديد من الإذاعات والتلفزيونات والصحف والمجلات التي وجدت في الإثارة مادةً مربحةً لها، فظهرت العديد من المطبوعات التي تُسمى بالصحافة الصفراء Yellow Journalism وعلى رأسها مجلات Play Boy الجنسية وأشرطة الفيديو المسماة بالأفلام الزرقاء Blue Films. ولا شك أن الأجيال القادمة من أبناء القارة الإفريقية يحتاجون للفكّك من ربة التفسخ ومهالك الرذيلة والخنوع لشهوات النفس الأمارة والأكاذيب والتضليل من خلال قنوات الاتصال.

---

<sup>1</sup> Tom Crone, Law and the Media, Third Edition, 1995, Oxford, London

وهذا بالطبع لا تحققه القوانين وحدها وإنما لا بد من أن يسنده عملٌ وفكرٌ يستند على البُعد الروحي الأصيل القائم على أساس الحقيقة وليس الخداع. وهو الذي تحتاجه قارة إفريقيا ذات السمة المسلمة في معظمها. وذلك لأن ما يتيح لها الإسلام لا يتيح لها الأديان المطروحة الآن على الساحة سواء السماوية أم التي هي من صنع البشر. ولذلك فإن الإعلام الذي نريد بثه على أبناء أمتنا في إفريقيا أو آسيا أو حتى على أبناء البشرية قاطبةً في ظل الإسلام لا بد أن يلتزم بموجهات ومبادئ أساسية تتبلور فيما يلي:

1. الصدق في بث المعلومات امتثالاً لأوامر الله سبحانه وتعالى.
2. تنوير وتثقيف المتلقي من خلال المعلومة الموثقة.
3. الصراحة في طرح المواد الإعلامية بما لا يخدش الحياء.
4. التوافق مع معطيات العلوم الحديثة والتوفيق بينها وبين المفاهيم الدينية التي جاء بها النبي ﷺ.

5. مخاطبة العقل البشري وليس الغرائز الحسية.

6. احترام الرأي الآخر ومقارنته بالحجة والمنطق.

ولكن رغم هذا الحماس للقوانين والضوابط، ورغم ميلنا الشديد نحو تطبيق الأسس الإسلامية في قنواتنا الإعلامية الإفريقية إلا أننا لا بُدَّ أن نُقرَّ بأنَّ تجربة الإعلام في البلاد الإسلامية قد واكبتها العديد من النقائص والعيوب التي كادت أن تقعد بها عن أداء رسالتها المرجوة، ومن ذلك ما يلي:

- 1/ معظم الزعامات السياسية في العالم الإسلامي قد درجت على كبت حرية التعبير بدعوى الحفاظ على القيم الإسلامية. وفرضت هذه الزعامات أحاديةً في الرسالة الإعلامية والسياسية والتعليمية تراجع من خلالها الصوت الآخر.

2 / لم تُتَحَ لكثير من الناس المغلوبين على أمرهم فرص للتعبير عن أنفسهم من خلال قنوات الاتصال ما لم يكن حديثهم على وفاق مع طرح الحاكمين وقادة الأنظمة السياسية في كثير من البلدان.

3 / قلة القنوات الجادة والملتزمة قياساً لقنوات اللهو والمجون التي وجدت دعماً كبيراً من مصادر التمويل والمعلنين والمنتجين.

4 / سكوت الكثير من البراهجيين والعارفين عن انتقاد الأساليب الفاسدة التي برزت في مجتمعاتنا وأفسدت الحياة العامة بالرشاوى والمحسوبيات والردائل.

5 / ضمور الأداء والإخراج في البرامج الدينية التي لم يطورها القائمون عليها بالفنيات الحديثة فأصبحت غير جاذبة للمتلقين.

وبرز في كثير من القنوات في مجتمعاتنا الإسلامية أساليب غير لائقة من التجريح والتنفير وإصدار الأحكام الصارمة ضد الخصوم وكثير من الصراعات المذهبية التي كادت أن تفتك ببناء الأمة الواحدة. وقد طال هذا الأسلوب قنوات الاتصال الإلكترونية جميعاً بغض النظر عن مضمون رسالتها. ولم تضع هذه القنوات البديل المناسب، مما أدى إلى نفور الكثيرين من الحاديين على الأخلاق والقيم من وسائل الاتصال الحديثة. حتى أن بعضهم قد أطلق اسم (المفسديون) على التلفزيون<sup>1</sup> على أساس أنه من الأجهزة التي سلطها الكُفَّار لإفساد أخلاق المسلمين وهدم قيم الإسلام وتحطيم شبابهم. ورغم أننا قد نتفق مع بعض هذا الطرح إلا أننا نلوم الذين تجنبوا تقويم أساليب الإنتاج الحديثة، وقاطعوا حتى مصطلحات الاتصال المعروفة بدعوى أن الدين يرفضها بحكم أنه يقوم على أساس الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

---

<sup>1</sup> عبد الحميد كشك، حديث من القلب، 1980، دار الشعب القاهرة.

وبالطبع فإنَّ الإسلام لم ينكفئ على نفسه أو ينغلق في هذا الإطار الضيق من المعارف، وإنما فتح أبواب العلم مُشْرَعَةً إلى أن يرث الله الأرض ومن عليها مصداقاً لقول النبي ﷺ: {خذوا العلم من المهد إلى اللحد}، وقوله ﷺ: {أنتم أدرى بشؤون دنياكم}١. ولكل ما سبق يمكننا أن نخلص إلى جدولة التحديات والموجهات التي تنتظر البشرية جمعاء من خلال الإعلام الإسلامي، وهي تتمثل فيما يلي:

1. تأكيد حاكمية الإسلام وهيمنته على الأديان السابقة.
2. تأكيد وحدانية الله ورفض فكرة الثالوث المقدس.
3. تبيين أن الأديان التي يتمسح بها كثير من الشعوب الآن قد تحرفت وليست هي نفس الرسالة الإلهية.
4. دحض المفتريات التي نتجت عن موجة الإلحاد Atheism العالمية التي قادتها فرنسا وروسيا.
5. دحض الدعوات التي بثها أتباع الدارونية والهيبيية والفرودية والوجودية وأثبتت فشلها الذريع.
6. تفنيد ودحض الشكوك التي ظلت تساور الشباب حول مفهوم الدين والخالق واليوم الآخر.

<sup>1</sup> أورده عددٌ من الرواة ومنهم مسلم.

<sup>2</sup> جاء في باب عصمة رسول الله صلى الله عليه وسلم عن الخطأ فيما يبلغه عن الله سبحانه وتعالى. الحديث 2273 عن أنس رضي الله عنه أن النبي صلى الله عليه وسلم مرَّ بقوم يُلقحون النخل، فقال: (لو لم تفعلوا لصلح)، قال: فخرج شيصاً فمرَّ بهم فقال: (ما لنخلكم؟)، قالوا: (قلت كذا وكذا، قال: أنتم أعلم بأمر دنياكم). وفي رواية (أنتم أدرى بشؤون دنياكم). رواه أحمد في مسنده الجزء 3 صفحة 152.

7. طمأنة البشرية بقدسية القرآن الكريم وأنه رسالة الله سبحانه وتعالى للبشرية كافةً وليس لسكان الجزيرة العربية وحدهم.

8. الدعوة إلى حاكمية الأخلاق والمثل والقيم، وإعادة الثقة في صيرورتها، على عكس ما أشاعته المدنية الغربية، والتأكيد على أنها وحدها مناط التكليف والحساب يوم القيامة.

9. محاربة الإباحية والتفسخ الذي أدى إلى تفشي أمراض العصر الفتاكة مثل الإيدز، وأفضى إلى بروز ما سُمي بالأسرة ذات العائل الواحد Single Parent Family في المجتمعات الغربية.

10. تأكيد أن الإسلام لا يُحرِّم الترويح عن النفس، بل يعتبره عنصراً طبيعياً في حياة الإنسان.

11. رفض استغلال مفاتن المرأة واعتبارها جزءاً من الدعاية والإعلانات التجارية.

### مفهوم الأخلاق بين الإسلام والغرب:

هناك فارق كبير بين مفهوم الأخلاق لدى المسلمين ولدى الغربيين. وأول إشارات هذه الفوارق أن كلمة (أخلاق) في الإسلام لها مفهومٌ محوري نشأ مع النفس البشرية. حيث جاء مصدرها من الفعل الثلاثي (خَلَقَ) وهو يتكون من ثلاثة حروف هي: (الخاء واللام والقاف). ولو تتبعنا هذه الحروف الثلاثة نجد أنها هي مصدر الخَلْق وهو يعني الإنشاء والابتكار، ومنها كلمة خَالِقٌ وهو اللهُ سبحانه وتعالى الذي خلق الإنسان والأكوان وأبدعها في أحسن صورها، ومنها كلمة خلاق التي تُطلق على الإنسان المبدع تيمناً بالصفة الإلهية التي تعني كثير الخلق، ومنها كلمة خُلِقَ وهي تعني السلوك القويم لدى الإنسان الذي ارتبط بحسن التصرف حيث نقول (حُسْنُ الخُلُقِ)، ومنها كلمة الخَلْق وهم بنو الإنسان قاطبة من لدن آدم عليه السلام إلى آخر بشر يعيش على هذه البسيطة، ومنها جاءت عبارة الحديث النبوي الشريف: {الخَلْقُ عيالٌ اللهُ أحبُّهم إلى اللهُ أنفعهم لعياله}، ومنها كلمة (خَلَقَ) وهي



تعني الثوب الذي يرتديه الإنسان فيستره ويجمله بين الناس، ولا يستطيع إنسانٌ عاقلٌ أن يستغنيَ عن ثيابه إلا إذا كان به جنون أو خطل في عقله.

إذن فإن كلمة أخلاق قد نبعت من كل هذه المعطيات العظيمة التي لولاها لضاع الإنسان سدىً وأصبح كالحیوان الذي لا يعي. ولذلك ارتبطت الأخلاق في مضمونها الإسلامي بخلق الإنسان وعلاقته بخالقه العظيم جلّ جلاله. وهي بذلك أعمق بكثير من مفهوم الأخلاق عند الغربيين Ethics الذي برز من خلال الفلسفة الإغريقية التي نبعت بدورها من خلال تقسيم اليونانيين للعالم الفلسفي إلى ثلاثة أقسام وُضعت في نهايتها الأخلاق التي رمزوا لها بعبارة Ethos التي تعني التقاليد أو الروح التي تحكم الثقافة، وتحورت فيما بعد إلى Ethics<sup>1</sup>. وأهم ما وصل إليه الفيلسوف اليوناني أرسطو طاليس في هذا السياق هو اعتقاده بأن الإمساك بناصية السياسة والأخلاق يعتمد على تحقيق الاتصال الناجح بالجمهور، أي امتلاك القدرة على الإقناع من خلال المنطق والحجة<sup>2</sup>، وهي الأدوات التي لا بد أن نركز عليها في اعتبار الإعلام وسيلة إنسانية راقية لا بد من تنقيتها من اللا أخلاق وبنائها على أساس الفضيلة. وهذا الأمر يتسق تماماً مع دعوة النبي ﷺ الذي أنشأ إعلام الإسلام على أساس تهذيب السلوك وتحسين الأخلاق حيث طبق من خلاله قوله الشريف: {لِنَمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ}. والسلوك والأخلاق هما الرُكنان الأساسيان لرسالة الإعلام التي يجب أن تنبع من القيم الفاضلة ولا شيء سواها.

وإذا تجول الإنسان ببصره فيما حوله في عالم اليوم لأدرك أن العصر الذي نعيش فيه الآن هو عصر الاتصال، ولأدرك أن دراسة الاتصال وفنون الدعاية والإعلام أمر واجب لا

<sup>1</sup> Awad I Awad، (1999)، Communication Law and Ethics، Uni-vision، K.L.

<sup>2</sup> المرجع السابق، صفحة 49.

يقدم في ذلك إلا مكابر. ولأدرك وجوب التعامل مع الدراسات الدينية من زوايا أكثر دقة وشمولاً من خلال إفرازات الاتصال الحديث. وبإمعان النظر في المدارس التبشيرية المنتشرة حول العالم اليوم في شتى بقاع العالم يمكننا أن ندرك أنها قد برعت في تخريج المبشرين الدينيين وتخريج الدعاة من ذوي الفكر والدراية بمعطيات الإعلام الحديث. حتى أن أحد القساوسة المعاصرين قال: «لو بُعثَ السيدُ المسيحُ عليه السلام من جديدٍ لاختارَ لنفسه أن يكون صحفياً»<sup>1</sup>.

ولعل هذا القول قد ينبع من رؤية هذا القسيس لدور الأنبياء ودور الإعلام المعاصر. وهو دورٌ لا نشك أنه ينطبق على كل أنبياء الله عليهم صلوات الله وسلامه. ونبينا الكريم ﷺ جاء معلماً ومغيراً لحياة الناس من خلال الحث على العلم والمعرفة فقال: {طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ}،<sup>2</sup> وقال: {خُذُوا الْعِلْمَ مِنَ الْمَهْدِ إِلَى اللَّحْدِ}، وقال: {من سلك طريقاً يلتمس فيه علماً سهل الله له طريقاً إلى الجنة وإن الملائكة لتضع أجنحتها رضاً لطلاب العلم، وإن طالب العلم يستغفر له من في السماء والأرض حتى الحيتان في الماء، وإن فضل العالم على العابد كفضل القمر على سائر الكواكب، وإن العلماء ورثة الأنبياء لم يورثوا ديناراً ولا درهماً إنما ورثوا العلم فمن أخذه أخذ بحظ وافر}،<sup>3</sup> وقال: {خيركم من تعلم العلم وعلمه}، وقال عمر بن الخطاب ﷺ: (يا أيها الناس عليكم بالعلم فإن الله سبحانه رداء يجبه

---

1 عبد الله حسن، (1999م)، محاضرة غير منشورة، قاعة المحاضرات الكبرى بكلية معارف الوحي والعلوم الإنسانية، الجامعة الإسلامية العالمية، كوالالمبور، سبتمبر 1999م.

2 أخرجه ابن ماجة في (سنن ابن ماجة): المقدمة 17: الحديث رقم 224، ص 81.

3 أخرجه أبو داؤد في (سنن أبي داؤد): كتاب العلم، باب الحث على طلب العلم: الحديث رقم 364 من شرح السنة للبخاري، الجزء الأول، ص 276.

فمن طلب باباً في العلم رداه الله عز وجل بردائه<sup>1</sup>. وقال علي بن أبي طالب كرم الله وجهه:  
(العالم أفضل من الصائم القائم المجاهد)<sup>2</sup>.

وبهذه الأريحية في مجال العلم والتعلم بعث الله نبيه محمداً ﷺ في أمة ما كان له معها أي خيار غير أن يركز على قضية الإرشاد والاتصال بالناس وتوجيههم بكل أساليب الاتصال المتاحة. وكانت الأمة في ذلك الزمان مولعة إلى أبعد الحدود بأساليب الإعلام الذي برز من خلال قراءة الشعر والتفاخر والخطابة والاحتفالات والتجمعات الخطابية في أسواق العرب المختلفة، ومطارحة فحول الشعر، وتباهيهم بالقبيلة، وافتخارهم بالآباء والأجداد، وهجائهم لأعدائهم بأشد العبارات، وتناديهم للحرب، وغير ذلك من ضروب الإعلام الشفهي والمكتوب مما كان متاحاً آنذاك. ولا غرو أن الدين الذي جاء به قد بين له أن الوسيلة الإعلامية كانت سحراً في عهد موسى عليه السلام، وطباً في عهد عيسى عليه السلام، وتحولت إلى قرآن في عهده ﷺ.

#### التأثير المتبادل لأجهزة الإعلام:

لقد ظلت قنوات الاتصال تؤثر في بعضها بعضاً من خلال التنافس الذي أملاه دخول العديد من المستثمرين في الحقل الإعلامي. وهذه الظاهرة أغضبت كثيراً من التربويين حتى في الغرب نفسه لأنهم أحسوا بخطورتها على المواد التربوية التي لا تجد من يعلن من خلالها. أما الحال في المجتمعات المحافظة لا سيما تلك التي لا تملك فيها الدول أجهزة الإعلام فقد كان الأمر مختلفاً إلى حد كبير حيث إنها أفردت حيزاً أكبر في برامجها للمواد التربوية لا سيما تلك التي تتأطر بإطار الدين. ونتيجة لهذا ظهر التبادل المعرفي بين قنوات

1 عز الدين التميمي، بدر إسماعيل، (1985م)، نظرات في التربية الإسلامية، دار البشير للنشر والتوزيع، عمّان، ص 21

2 المصدر السابق، ص 21.

الاتصال. وكانت المرجعية في كثير من البلدان المحافظة هي وزارات الثقافة والإعلام أو وزارات الإرشاد أو التربية والتعليم أو مؤسسات التربية والإرشاد في هذه الدول. وقد نتج عن هذا الأمر تشابه المواد الإعلامية في كثير من القنوات التي لم تدرس الأمر بطريقة علمية. وأصبحت المواد المبتوثة في كثير من وسائل الإعلام أشبه بالدروس الملقاة على تلاميذ المدارس لأنها تنزع إلى روح الوعظ والإرشاد أكثر مما تنزع إلى الجذب والتفنن في أساليب الإخراج. ولذلك نفر الكثيرون من متابعتها. ولكن هذا بالطبع لا ينفي أن كثيراً من وسائل الإعلام قد اتجهت إلى الأساليب الحديثة لتغيير المفاهيم لدى متابعيها، رغم أن هذا التغيير يتباين من بيئة لأخرى ومادة لأخرى وقناة لأخرى. وليس خافياً ما تركته الكتب السماوية لاسيما القرآن في البشرية والذي تجلى في:

1/ خلوص النوايا نحو العمل.

2/ التكاتف والتعاون بين بني البشر.

3/ الخوف من الوقوع في مزالق الإثم والعدوان.

4/ الاهتمام المستمر بتلقي العلوم والمعارف.

5/ احترام القانون والامثال للأعراف الاجتماعية.

ولكن يبقى السؤال عن مدى فاعلية المواد الإعلامية المبتوثة عبر قنوات الاتصال

الجماعية حيث أفضى هذا التساؤل إلى بروز بعض المخاوف التي تجلت فيما يلي:

1/ هل القيم التي تبثها قنوات إعلامنا هي فعلاً قيم مفيدة وحقيقية وجاذبة

للمتلقي؟

2/ كيف نتعامل مع الفوارق المذهبية والفكرية من خلال المنظور الديني

والإعلامي؟

3 / كيف يمكن تجاوز عقبة الأيديولوجيات التي استفحل بروزها خلال القرن

العشرين وما تلاه؟

4 / كيف يمكن خلق الموازنة العادلة بين القيم المستمدة من الإرث والتراث

والقيم الوافدة من مجتمعات أخرى كالغرب مثلاً؟

5 / ما أساليب الوقاية الناجعة لتطعيم أبنائنا ضد التفسخ الأخلاقي التي أملت

روح التنافس المادي؟

وتبقى الحقيقة التي لا بد من استصحابها وهي أن القيم الأخلاقية لوسائل الاتصال

الجماهيرية لا تتحقق إلا إذا حرص القائمون على أمرها على الالتزام بما يلي:

### 1 / الصدق:

وهو يعني الدقة في المعلومات، وتوخي الحيلة والحذر في نقل أي كلمة أو حرف يخرج

للناس من خلال جهاز الإعلام. وهنا لا بد من التأكيد على الصدق ثم الصدق في نقل الخبر،

وذلك لأن الخبر الصادق هو الذي يُغير المجتمعات ويحدد مسارها، فضلاً عن أنه يقنع المتلقي

ويجعله لصيقاً بالقناة الإعلامية ومنسجماً مع ما تقدمه من معلومات ومتأثراً بنتائجها سواء

كانت إيجابية أم سلبية. ويمكن كشف الأكاذيب بسهولة ويسر كما حدث للعديد من قنوات

الاتصال التي حادت عن الصدق في خدماتها.

### 2 / التنافس الشريف:

هو التنافس الذي يقوم على احترام الحقيقة وتلبية حاجات المتلقين دون مزايا أو

استثمار رخيص لدوائر التنافس، وبهذا الشكل يعد مشروعاً إيجابياً يفضي إلي الخير. أما

التنافس القائم على أساس الربح المادي فقط دون مراعاة القيم والأخلاق فإنه لا يقود إلا إلى

التهلكة.

### 3/ تحقيق الرفاه الاجتماعي:

لا بد للإعلام أن يلعب دوراً ترفيهياً لدى المتلقين، وذلك يتفق مع حديث النبي ﷺ:  
{روحوا عن النفوس فإنها تصدأ}.

### 4/ إشاعة الثقافة بين الناس:

هذه قيمة أخلاقية وتربوية لا يستغني عنها أحد من بني الإنسان، حيث الحاجة للمعلومات تتزايد كلما يكبر الإنسان وتفتح مداركه وينخرط في مجتمعه الصغير أو الكبير. والقيد الوحيد الذي يضعه الإسلام على حرية العمل الإعلامي هو قيد الأخلاق الذي يستمد مقوماته من القيم الثابتة للدين. وهدف الإسلام من إقرار هذا المبدأ أن تكون الأخلاق هي سمة كل القائمين بالاتصال ومقدرتهم على العطاء بلا حدود، وتكريس إمكاناتهم ومواهبهم من أجل نشر وتدعيم القيم الفاضلة من ناحية، وتهيئة الظروف التي تجعل جمهور المستقبلين للرسالة الإعلامية يتلقونها دون تحفظ من ناحية أخرى. وهذا بالطبع يدعم ثقة الأفراد في أنفسهم وفي بعضهم البعض، ويجعلهم أقدر على الصمود ومقاومة التحديات التي تواجه المجتمع الإسلامي في كل عصر وأوان.

ومن خلال ما تقدم ظهرت معطيات عديدة تستحق الدراسة ويمكن إجمالها فيما يلي:

- 1/ وجود تيارات مخالفة للقيم والتقاليد التي تحدد معالم الهوية والشخصية الوطنية إلى جانب بروز تيارات أخرى تميزت باختلافها عن معالم وهوية المجتمع الإسلامي.
- 2/ إضعاف الانتماء إلى العقيدة والوطن والأمة والتراث الحضاري من حيث الوجدان والمزاج، وبروز ما يمكن أن نسميه الاستلاب الثقافي والاعتراب عن الهوية والفكر، مما أسهم في فقدان الثقة بالذات وعدم التزام الجماعة.

3 / الانبهار بالثقافة الغربية أدى إلى توقف كثير من الإبداعات والابتكارات والتجديد في إطار الثقافة الإسلامية. وأصبح تقليد النماذج الوافدة هو السمة الأبرز. ومن ثمّ أصبح التمييز واضحاً بين نضوج العطاء الثقافي القديم لدى المسلمين وتدهور عطاء الأجيال الحاضرة في كثير من ضروب المعرفة كالآداب والفنون بأشكالها المختلفة.

### حرية التعبير في الإعلام الإسلامي:

لقد شجع التطور الكمي والكيفي لقنوات الإعلام الجماهيرية في السنوات الأخيرة، فضلاً عن عنصر الحريات النسبية المتاحة في تطوير المضمون الذي تحمله رسالة الإعلام على جعل الرسالة الإعلامية أكثر جذباً من ذي قبل، وأكثر جرأة في طرح المواضيع الحساسة التي تهم الإنسان بغض النظر عن انتائاه الضيق أو الواسع. وإذا أضفنا إلى كل هذا التطور الأساليب الحديثة التي أفرزتها شبكات الأقمار الصناعية التي غزت كل بقاع الأرضية نجد أن النتيجة أصبحت كما يلي:

- 1 / تلاقح ثقافات الشعوب وتقاربها فيما بينها.
- 2 / انتقال المعرفة المختلفة من جيل إلى جيل.
- 3 / انتقال الثقافات المختلفة من بلد إلى آخر بشكل سلس ومريح.
- 4 / تطور الملكات الاستيعابية لدى معظم شعوب الأرض.
- 5 / التآلف مع التقنية الحديثة وما أفرزته المدنية الحاضرة.
- 6 / بروز مفاهيم جديدة لدى الشعوب في مجال الاقتصاد والسياسة والتربية.
- 7 / هيمنة العطاء الرسالي على كثير من الشعوب لا سيما التي تربت في كنف الفضيلة والدين.
- 8 / تطور مجالات الأدب، والدراما، والموسيقى، والغناء، والفنون التشكيلية.

والتزام الأخلاق في تقديم الخطاب الإعلامي لإفريقيا يفرض على الإعلاميين أن يستخدموا وسائل الإعلام وفقاً للنمط الذي أرساه النبي ﷺ من خلال إعلامه الذي برز عبر خطابة المنبر وأدب الرسائل ونمط السلوك اليومي الذي انبنى على التزام الأخلاق الإسلامية وأساليب التربية النبوية التي مارسها رسول الله ﷺ وأمر بها المسلمين حتى يكون لهم شأنٌ مغايرٌ للنصارى واليهود في بناء حضارتهم على أسسٍ راسخة وقواعد مميزة. وقد لخص أحدُ الباحثين<sup>1</sup> هذه الأسس في النقاط التالية:

- 1/ مخاطبة الناس على قدر عقولهم.
- 2/ التدرج في التعليم بشُعبيته الكمية والكيفية.
- 3/ رعاية الفروق الفردية والبيئية والنوعية.
- 4/ استخدام الوسائل المُعينة على التوضيح.
- 5/ تَحْيُرُ أحسنِ الأساليبِ وأرفقها بعقل المتلقي وقلبه وسمعه وبصره.
- 6/ استخدام الطريقة الاستنباطية لاستخراج الحقيقة العلمية المنشودة.

السمات المميزة للإعلام الراهن:

يتميز الإعلام في القرن الحادي والعشرين بعدة سمات تميزه عن الإعلام في الزمان القديم، ولذلك لا بد من توظيف هذه السمات والمزايا لخلق النتائج الأفضل وجذب المتلقين بصورة أكبر حتى تكتمل الرسالة المتوخى توصيلها إلى الناس. وتتلخص هذه السمات فيما يلي:

---

<sup>1</sup> عبد الله قاسم الوشلي، (1988م)، المسجد ودوره التعليمي عبر العصور من خلال الحلقات العلمية، الطبعة الأولى، مؤسسة الرسالة، بيروت، صفحة 29.



- 1/ ارتباط الإعلام بالجمهور من خلال الاتصال الهاتفي ومشاركة الأفراد في البرامج المختلفة.
- 2/ وجود التغذية الراجعة السريعة والآنية.
- 3/ المنافسة الشديدة والنقد المتواصل من قبل الجمهور.
- 4/ اعتماد المؤثرات الصوتية والبصرية وأساليب الإخراج الحديثة.

### توصيات ختامية:

وفي ختام هذه الورقة ومن خلال ما سبق من استعراض لأمر القيم وأخلاقيات مهنة الإعلام يكون لزاماً أن نوضح أن الإعلام في هذا العصر قد أصبح سيد المواقف، ولذلك لا بد من تقويمه بالشكل الأفضل حتى يقوم على أسس قوية تؤدي إلى نجاح رسالته وتفعيلها لخدمة الناس كافةً. ولذلك فلا بد من وضع بعض التوصيات التي يمكنها أن تسهم في جعل هذا الأمر أكثر فاعليةً وتأثيراً في المجتمع الإنساني المعاصر لاسيما في قارة إفريقيا التي تحتاج للكثير من المقومات، وهذه التوصيات تتمثل فيما يلي:

- 1/ النظر لقضايا الإعلام من زوايا جادة وليس من زاوية النظرة الضيقة التي تقصره على مجموعات صغيرة يتم من خلالها إقصاء التربويين والعلماء وذوي الفكر المستنير.
- 2/ ينبغي أن توضع خطة واضحة لتوجيه السياسة الإعلامية، على أن ترعى هذه الخطة جهات مختصة تشرك معها كل المتخصصين والمهتمين بأمر الإعلام والفكر والثقافة والتربية.
- 3/ تشجيع إنشاء الصحف والمجلات والقنوات الإذاعية والتلفزيونية التي تنشأ على نمط حديث يسهم في تحديث أساليب الإعلام والتفاعل مع المتلقين اعتماداً على ثوابت هذه المهنة الحساسة.

- 4/ تطويع المعطيات الثقافية كالفنون والآداب وغيرها لتسهم بدورها في تغيير سلوك الأفراد وفقاً لأهداف الشارح الإسلامي التي تتوخاها البرامج الإعلامية.
- 5/ التأكيد المستمر على تطوير أنماط البرامج والخدمات الإذاعية والإعلامية بالاستفادة من كل معطيات التقانة الحديثة وتوظيفها لتحقيق الغايات المرجوة من إنشاء الخدمة.
- 6/ الاهتمام بالدراسات والبحوث الميدانية التي تتصل بمجالات الإعلام المختلفة، والاستفادة من البحوث التي تجريها المؤسسات الإعلامية الأخرى ومراكز البحوث العلمية.
- 7/ لا بد من نشر الوعي الديني وتعميق الإيمان به بين قطاعات الشباب من خلال البرامج والصفحات المنشورة.

## المراجع :

- 1- القرآن الكريم .
- 2- البخاري في كتاب الأنبياء .
- 3- سنن ابن ماجة .
- 4- عبد الحميد كشك، حديث من القلب، 1980، دار الشعب القاهرة. عبد الله حسن، (1999م)، محاضرة غير منشورة، قاعة المحاضرات الكبرى بكلية معارف الوحي والعلوم الإنسانية، الجامعة الإسلامية العالمية، كوالالمبور، سبتمبر 1999م.
- 5- عبد الله قاسم الوشلي، (1988م)، المسجد ودوره التعليمي عبر العصور من خلال الحلقات العلمية، الطبعة الأولى، مؤسسة الرسالة، بيروت،
- 6- عوض إبراهيم عوض، (2009م)، أصول الفكر الاتصالي، دار الفكر، دمشق،.
- 7- كتاب العلم، باب الحث على طلب العلم عز الدين التميمي، بدر إسماعيل، (1985م)، نظرات في التربية الإسلامية، دار البشير للنشر والتوزيع، عَمَّان،
- 8- مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي، تأليف نخبة من المفكرين والكتاب، الطبعة الأولى، رجب 1411 هـ.
- 9- Tom Crone، Law and the Media، Third Edition، 1995، Oxford، London
- 10- Awad I Awad، (1999)، Communication Law and Ethics، Uni-vision، K.L.