

**البحث العلمى فى مجال الإعلام الإسلامى
إشكالياته، ودوره الوظيفى**

دكتور / محمد عبد الحميد

من الحقائق المسلم بها أن الدين الإسلامي الحنيف جاء ليستوعب حضارة كل عصر وثقافته إلى يوم الدين، ويحدد للإنسانية أسلوب حياة يحقق لها الخير والرخاء. ويرسم للنشاط الإنسانى إتجاه الحركة وأهدافها، بما ينشر المودة والرحمة بين البشر جميعا فى إطار التعاون الصادق البناء لرفعة الأمة الإسلامية وعلو شأنها .

ونزل القرآن الكريم على محمد ﷺ ليبلغه إلى العالمين، جامعا لكل الأسس والقواعد والمبادئ التى ترسم للإنسانية طريق حياتها، فى علاقتها ببعضها وفى علاقاتها بكل المخلوقات، وكل ما سخره الله تعالى لخدمة الإنسانية ورفيها .

﴿ونزلنا عليك الكتاب تبيانا لكل شئى وهدى ورحمة وبشرى للمسلمين﴾ سورة النحل آية ٧٩
﴿ما فرطنا فى الكتاب من شئى﴾ الآية ٢٨ سورة الإنعام . ﴿ولقد ضربنا للناس فى هذا القرآن من كل مثل لعلمهم يتذكرون﴾ الآية ٢٧ سورة الزمر " وهذا ما دعا الكثير من علماء المسلمين إلى البحث والتقصى فى الإعجاز القرآنى الذى لم يفته صغيرة أو كبيرة إلا وأحصاها الله فى كتابه المبين . ومن الحقائق المسلم بها أيضا فى عصرنا هذا أن الإنسان فى العصر الحديث يعيش ثورة الاتصالات، وتحاصره من كل ناحية رسائل اتصالية من مختلف الجهات، بمختلف اللغات، ومختلف الأهداف، يتعرض لها نهارا وليلا، تحاول أن ترسم للإنسان المعاصر طريقا جديدا لحياته، وأسلوبا معاصرا لنشاطه وعلاقاته، يتفق مع ما تهدف إليه هذه الرسائل الاتصالية ومصادرها، ووصل الأمر إلى ذروته فى استخدام فنون الجذب والإثارة، التى اعتمدت على التقنيات الحديثة فى وسائل الاتصال الجماهيرى المتعددة.

ومن هنا كانت غيرة علماء المسلمين على الدين الحنيف، والإنسان المسلم. من أن يتعرض إلى هذا الحشد من الرسائل الاتصالية التى تستهدف عقل المسلم وفكره ووعيه فى محاولة للتزييف والتحريف والتشويه للحقائق الإيمانية الراسخة. فكانت المحاولات الجادة لإرساء معالم نظام إعلامى يدفع عن الإنسان المسلم هذه المحاولات، ويعمق عقيدته الدينية وإيمانه الراسخ .
وخلال عقدين من الزمان شهدنا صحوة دينية فى المجتمعات الإسلامية، تعددت الكتب والمؤلفات التى أعدها الخبراء والباحثون فى مجال الإعلام، يرسمون من خلالها السياسات والأهداف والوسائل والأساليب الخاصة بتوظيف وسائل الإعلام الحديثة فى خدمة الدعوة وترسيخ العقيدة الإسلامية. وأصبحت هذه الكتب والمؤلفات والبحوث نواة لعلوم مستقلة تربط الواقع الإعلامى بالدين الإسلامى، وتهدى القائمين بالإعلام إلى الطرق الصحيحة للممارسة المهنية فى هذا المجال.

ولذلك تأتى هذه الورقة البحثية محاولة لرسم الخطوط العامة لتوظيف المنهج العلمى فى

البحث والدراسة، وإرساء قواعده، لدعم الاتجاه العلمى فى دراسة الإعلام الإسلامى فى جوانبه النظرية والتطبيقية .

وتهدف هذه الورقة البحثية إلى الآتى :-

١ - مناقشة إشكاليات البحث العلمى فى مجال الإعلام الإسلامى .

٢ - تحديد وظائف البحث العلمى فى هذا المجال .

٣ - تحديد اتجاهات البحث العلمى بما يتفق مع المحددات الأساسية للتعريف بالإعلام الإسلامى.

واعتمد البحث فى هذه الورقة على مسح التراث العلمى الخاص بالإعلام الإسلامى، ومراجعة ما كتب فى هذا الموضوع، مراجعة نقدية موضوعية. تهدف إلى الإسهام المتواضع فى هذا المجال بما يدفع حركة البحث العلمى لتأصيل المعرفة النظرية والتطبيقية فى مجال الإعلام الإسلامى. والتي تعتبر البداية المنهجية لإرساء قواعد العلم ومناهجه .

أولا : إشكاليات البحث العلمى فى مجال الإعلام الإسلامى

يعتبر الإعلام بصفة عامة من العلوم الحديثة نسبيا، والذي لم يمر على إرساء قواعده أكثر من خمسة عقود تقريبا، مرت خلالها هذه القواعد بمراحل من البحث والتجريب واختبار العلاقات الخاصة به ويعناصره. حتى تمكن الخبراء والباحثون من إرساء نظرياته ومبادئه فى إطار العلوم الإنسانية والاجتماعية .

ولذلك تتميز أيضا التطبيقات الخاصة به فى مجال من المجالات بنفس هذا القدر من الحداثة النسبية. والإعلام الإسلامى يعتبر أيضا من العلوم الحديثة التى مازالت فى المرحلة الارتدادية، التى تتطلب توفير الحقائق والمعلومات التى تفيد فى صياغة العلاقات الفرضية كمدخل إلى تطوير المعرفة فى هذا العلم والارتقاء بأسسه ومبادئه. ويصبح النقد الذاتى فى مثل هذه المرحلة مطلبا أساسيا لتحقيق أكبر قدر من الاتفاق حول حدود المعرفة وتطبيقاتها فى هذا المجال وإذا ما استعرضنا الإطار العلمى الخاص بالإعلام الإسلامى يمكننا أن نقف على عدد من الصعوبات التى تمثل إشكاليات البحث العلمى فى هذا المجال وتتطلب دراستها والوصول إلى اتفاق أو حلول علمية بشأنها .

ومن هذه الإشكاليات ما يلى :

١ - عدم الاتفاق على تعريف موحد لمفهوم الإعلام الإسلامى .

وكان من الطبيعى أن يكون استخدام المصطلح فى إطار علاقته بالاتصال الجماهيرى، حيث ساد العرف الآن على استخدام مصطلح الإعلام بديلا عن مصطلح الاتصال Mass Communication أو الاتصال بالجماهير فى المنطقة العربية بأسرها. إلا أن هناك من التعريفات

ما تقف به عند حدود الوظيفة وتعرفه فى إطار وظيفة الإخبار والتبليغ " هذا بلاغ للناس ولينذروا به " الآية ٥٢ سورة إبراهيم، ﴿ يأيها الرسول بلغ ما أنزل إليك من ربك وإن لم تفعل فما بلغت رسالته ﴾ الآية ٦٧ سورة المائدة . وذلك خلال المرحلة الأولى من مراحل الدعوة الإسلامية (١) وكذلك يظهر مفهوم الوظيفة فى تعريفه بأنه بيان الحق وتزيينه للناس، بكل الطرق والأساليب والوسائل العلمية المشروعة مع كشف وجوه الباطل وتقبيحه بالطرق المشروعة ... (٢) وقام آخرون بتعريفه فى إطار الوظيفة أيضا، وهى وظيفة الإعلام إحدى وظائف الاتصال بال جماهير، وتكليف التعريف العام : وهو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التى تساعدهم على تكوين رأى صائب فى واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، أو هو التعبير الموضوعى لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها فى نفس الوقت (٣) فالإعلام الإسلامى بناء على هذا التكليف : هو تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامى المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة فى موضوع الرسالة التى يتناولها، وذلك بغية تكوين رأى عام صائب يعى الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها فى معتقداته وعباداته ومعاملاته (٤) . ويتجاوز التعريف من خلال الوظيفة، إلى اعتباره جهدا فنيا وعلميا مدروسا ومخططا ومستمرًا وصادقا من قبل قائم بالاتصال وذلك بغرض تكوين رأى عام صائب يعى الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها فى معتقداته وعباداته ومعاملاته (٥) ويفصل تحديد آخر للإعلام بين هذا المفهوم ومفهوم الدعوة والدعاية على أساس الأطوار التى مر بها الاتصال فى الإسلام، فكان المفهوم فى صدر الإسلام يرتبط بمفهوم الدعوة، ثم الجهود التى بذلها الخلفاء الراشدون بعد ذلك وهو طور الإعلام، ثم كانت الدعاية أيام الخلافة الإسلامية والممالك والإمارات . منذ بداية العصر الأموى إلى يومنا هذا (٦) .

ومن جانب آخر هناك تعريفات تجاوزت مفهوم الوظيفة الواحدة إلى تحديد الأدوار الوظيفية التى يقوم بها الإعلام الإسلامى باعتبارها من المهام الأساسية مثل الدعوة إلى التوحيد وتحرير العقيدة وتأكيد معنى الحرية والوحدة الإسلامية ودعم اللغة العربية الفصحى والتمسك بها فى الأداء الإعلامى أسلوبا ومضمونا، وبعث الفكر الإسلامى الأصيل التماسا لمنابعه الأصيلة فى القرآن والسنة، وبناء الثقافة العربية والحضارة الإسلامية من خلال وسائل الاتصال الشخصى والجمعى والجماهيرى (٧) .

وتعرض تعريف آخر إلى عناصر الاتصال الجماهيرى، من حيث كونه منهجا إسلاميا، يقوم به مسلمون عاملون بدينهم، ومتفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره

المتباينة، مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة، والقيم الأخلاقية والمبادئ والمثل، للمسلمين وغير المسلمين في كل زمان ومكان في إطار الموضوعية التامة، بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد، لإحداث التأثير المطلوب (٨) .

وهذه التعريفات التي ذكرناها على سبيل المثال، تعتبر اجتهادات مشكورة للإسهام في وضع الإطار النظري لمفهوم الإعلام الإسلامي، ولكنها تؤكد عدم الاتفاق - وليس الخلاف - على محددات واضحة للتعريف بهذا المفهوم .

ومما لاشك فيه أن الخطوة الأولى في ارتياد البحث العلمي تحتاج بالدرجة الأولى إلى تأكيد المعالم والمحددات الخاصة بالتعريفات، لتهدى الباحثين إلى الأطر الخاصة بالمشكلات العلمية في هذا المجال، وكذلك إلى القواعد الأصيلة للحقائق والمعلومات، والتي تسهم في تحديد إطار النتائج التي تفيد في تأهيل المعرفة العلمية في هذا المجال .

ومن خلال النظر إلى التعريفات المعاصرة للاتصال بالجمهور، والإعلام بوصفه مرادفا لها في النظرية والتطبيق - كما سبق أن أوضحنا، يمكن أن نحدد اتجاهين للتعريف يحددان المعالم الخاصة بتعريف الإعلام الإسلامي .

الأول : اعتبار الإعلام الإسلامي عملية اجتماعية تمس الحاجة إليها في المجتمع المسلم لتلبية الحاجات الاجتماعية والفردية والتي تتمثل في الوظائف التي يقوم بها الإعلام الإسلامي، من خلال التفاعل المستمر بين عناصر هذه العملية .

الثاني : اعتبار الإعلام الإسلامي نظاما اجتماعيا يضم عناصر متعددة تحدد معالم هذا النظام وتتفاعل مع بعضها في سبيل إرساء مبادئه وقواعده ويتفاعل أيضا مع النظم الاجتماعية الأخرى في المجتمع الإسلامي، يؤثر فيها ويتأثر بها .

والتقرير بأى من الاتجاهين أو أحدهما يعتبر المدخل السليم للنظرة العلمية إلى الإعلام الإسلامي وتطبيقاته في المجتمعات الإسلامية .

٢ - الاتجاه إلى البحوث النظرية وندرة البحوث التطبيقية والميدانية :

وإذا كانت البحوث النظرية يمكن أن تسهم في صياغة المعارف العلمية، وتوفر على الباحثين جهدا كبيرا في استعادة التراث، والاقتراب منه. فإنها لا تفي في توفير الحقائق العلمية التي تصل إليها التطبيقات العلمية وخصوصا في مجال الممارسة، والتي ترسم العلاقات المؤكدة بين حركة عناصر العملية الإعلامية والعلاقات بينها، وكذلك حركة العملية كلها في إطار السياق الاجتماعي الكلي .

ولعل الاتجاه إلى البحوث النظرية يرتبط إلى حد بعيد بجدة البحث العلمى فى هذا المجال، الذى يعتبر نسبيا فى المرحلة الارتياضية. إلا أن تطوير المعرفة يعتمد بالدرجة الأولى على نتائج البحوث التطبيقية التى تتفق وخصائص النظم والمجتمعات التى تعمل فيها و تتأثر بها وكذلك يرتبط أيضا بجدة أقسام الإعلام الإسلامى فى المجتمعات الإسلامية، وما يمكن أن تقوم به من أدوار فى دعم اتجاهات البحث العلمى فى هذا المجال، سواء لإعداد الباحثين أو الممارسين فى مجال الإعلام الإسلامى (٩) .

كما أن إسهامات كليات وأقسام الإعلام القائمة فى هذا المجال تعتبر محدودة جدا من خلال رسائل الماجستير والدكتوراه التى نوقشت فيها أو لم تناقش (١٠) بالإضافة إلى ندرة البحوث التى يمكن أن تقوم بدعمها الهيئات أو الجهات الرسمية أو غير الرسمية ذات الاهتمام بأمر الدعوة الإسلامية وانتشارها .

٣ - إغفال النظرة الكلية فى دراسة عملية الإعلام الإسلامى :

ذلك أن الكثير من البحوث والكتابات التى نشرت فى هذا المجال، اهتمت بعنصر واحد أو أكثر من خلال النظرة الجزئية، مثل تحليل المحتوى، أو دراسة القائم بالاتصال، لكنها لم تصل إلى الأهداف الكلية الخاصة برسم العلاقة بين هذه العناصر وبعضها، أو بين الإعلام الإسلامى كعملية أو ظاهرة اجتماعية وغيرها من الظواهر الاجتماعية .

والنظرة الكلية المستهدفة فى مثل هذه الدراسات هى التى تفيد فى تخطيط السياسات الإعلامية وتحديد الأهداف بما يتفق مع خصائص وسمات عناصر العملية أو الظاهرة، وعناصر أو سمات المجتمعات التى تعمل فى إطارها أو تدور فى فلكها .

وبجانب ذلك تساعد النظرة الكلية فى تعدد المداخل العلمية للدراسات والبحوث، التى تتكامل مع بعضها لإرساء قواعد العلم والمعرفة فى هذا المجال .

خاصة وأنه لا يمكن أن نغفل عمق العلاقة بين الإعلام كعلم إنسانى، والعلوم الإنسانية والاجتماعية الأخرى، مثل علم الاجتماع، وعلم النفس الاجتماعى، وعلم النفس، والتاريخ والجغرافيا، وعلم اللغة وغيرها من العلوم. بالإضافة إلى علوم التفسير والحديث والفقه ... وغيرها من العلوم الدينية. التى تكون فى مجموعها منظومة متكاملة من المعرفة تتكامل مع بعضها فى صياغة السلوك الإنسانى القويم فى إطار العملية الاتصالية كعملية اجتماعية فى المجتمع المسلم .

وما يفرضه ذلك من الضرورات الخاصة بعمق البحث والدراسة فى هذه العلوم الدينية والإنسانية والاجتماعية، حتى يمتلك الباحث القدرة على سير أغوار المشكلات العملية فى مجال

الإعلام الإسلامى ودراستها، والخروج بنتائج أو دلالات تتميز بالأصالة والجدة فى نفس الوقت وتثرى المعرفة العامة والمتخصصة فى هذا المجال .

٤ - المطابقة أو المشابهة بين المصطلحات والمفاهيم الحديثة، ومصادرها فى القرآن الكريم والحديث الشريف :

ولعل هذه السمة من السمات التى اهتمت بها العديد من الكتابات فى هذا المجال، باعتبارها مدخلا لتأكيد سبق القرآن الكريم والحديث الشريف فى استخدام هذه المصطلحات، مثل مفهوم الخبر والأخبار وما يقابله فى الآيات القرآنية مثل النبأ وتعدد الآيات التى ذكرت ذلك^(١١) . أو تأكيد المعانى الاتصالية فى نزول القرآن وتحديد العناصر الخاصة بنشر الدعوة، وكذلك مفهوم الدعاية فى صدر الإسلام وما يقابلها فى العصور الحديثة ... إلى آخره .

والسؤال الذى يطرح نفسه فى هذا المجال ما هى القيمة التى يمكن أن تضاف إلى الدين الإسلامى الحنيف بتقرير سبقه إلى استخدام هذه المصطلحات .

إن المحاذير التى ترتبط بهذه المحاولات متعددة، منها على سبيل المثال .

– إن تأكيد وجود هذه المصطلحات فى القرآن الكريم والحديث الشريف، يعنى غياب غيرها فيه. وهذا يمكن أن يؤخذ على الدين الإسلامى ولا يضيف إليه .

– تشويه المصطلحات المستخدمة فى العصر الحديث، مثل مفهوم الدعاية propaganda التى ارتبطت بالجهود التى تستهدف التأثير فى أفكار الغير بأى الوسائل، واستخدامها فى المجالات السياسية التى شوهت المصطلح وربطته بالأعمال غير المشروعة أكثر من المشروعة، وكذلك مفهوم العلاقات العامة Public Relations وربطه بالمصالح المادية، وما يمكن أن يؤثر على صورة المصطلح وتطبيقاته فى المجتمع المسلم .

– تأكيد تخلف العالم الإسلامى فى هذا المجال، حيث لم ينتبه إلى الإعجاز القرآنى إلا من خلال منبهات قدمها الغرب بعد أربعة عشر قرنا من الزمان .

الاقتراب الحذر لكثير من الباحثين إلى هذه المفاهيم وتطبيقاتها المعاصرة، عند ربطها بمصادرها بالقرآن الكريم والحديث الشريف، وذلك نظرا للنشويه والتحريف الذى يصيبها فى مجالات الممارسة العملية. ويؤدى إلى التشكيك فى قيمتها العلمية .

والحديث فى هذا المجال يطول عندما يتم الخلط بين الممارسة المهنية وما يتطلبه من مهارات شخصية ورؤيا ذاتية تضعها فى مجال الفنون بأنواعها، مثل الكتابة الصحفية ومقدمات وعناوين الأخبار ومحاولة استلهاها من السياق القرآنى الكريم الذى تظهر قدرته وعظمته فى

عرض الحقائق الكونية بالدرجة الأولى دون النزول إلى مستوى مهارات البشر التي تحتمل الاتفاق أو الاختلاف .

بل إن الباحث قد يؤكد تقدم الغرب في ذلك عندما يؤكد بعض المعانى والأفكار التي ساقها الباحثون والخبراء في مجالات الاتصال من قبل، من خلال آيات القرآن الكريم . مثل تقرير خصائص الصدق والموضوعية في كتابة الأخبار أو الأنباء ، وهي أمور لم يغفلها الفكر الغربى على سبيل المثال في تأكيد خصائص الأخبار وسماتها في الممارسة المهنية. على سبيل المثال. إن هذه الجهود تثير الحاجة إلى توجيهها نحو بناء النظم بالدرجة الأولى و التي تتمثل في قيام الفكرة والمبدأ ، والتنظيم وعلاقاته والاتفاق على المصطلحات والمفاهيم التي تتفق وطبيعة المجتمع الإسلامى، وكذلك الاجتهاد في وضع الأسس والقواعد والضوابط التي تنظم الممارسة والسلوك في إطار التعاليم الدينية الصحيحة. والتي تعتبر مدخلا للعديد من البحوث العلمية، التي يمكن توجيه نتائجها في دعم نظام متكامل للإعلام في المجتمعات المسلمة، بما يتفق مع الأطر المعاصرة التي لا يمكن تجاهلها، مثل تأثير التبادل الثقافى، وتأثير التقنيات المتقدمة في مجال الإعلام ووسائله .

ه - عدم كفاية المناهج الحالية في دراسة الإعلام الإسلامى :

وعلى الرغم من تعدد المناهج وأدوات البحث العلمى المستخدمة فى العلوم الاجتماعية والإنسانية، إلا أنه لا يمكن التقرير بقابليتها للتطبيق فى دراسة الإعلام الإسلامى وعناصره. وعلى سبيل المثال فإن تحليل المحتوى content analysis على الرغم من انتشاره وتطبيقه فى دراسة المحتوى الإعلامى، إلا أنه لا يصلح فى دراسة الخطاب الإسلامى الذى يعتمد على التواصل فى تقديم الفكرة والإقناع بها بينما يعتمد تحليل المحتوى مثلا على التجزئ والتشريح للمعالم الخاصة بالمحتوى وخصائصه للخروج باستدلالات عن بنائه وعلاقاته .

وكذلك أسلوب العينات Sanaples فى دراسة وثائق المحتوى، أو مفردات المتلقين، حيث لا يمكن أن تعطى صورة صادقة لعمق الفكرة وعرضها، أو عمق الإيمان لدى الأفراد الذى يمثل السمة الأساسية فى الفرد المسلم أحد عناصر العملية الإعلامية فى المجتمعات الإسلامية .

بالإضافة إلى تعارض مبدأ التجربة فى البحوث التجريبية experimental مع القيمة التي اختص الله الإنسان بها - " لقد خلقنا الإنسان فى أحسن تقويم " الآية (٤) سورة التين - وما يمكن أن يتعرض له من تأثير على قيمه ومبادئه لأغراض التجربة على سبيل المثال .

وهذا ما يدعو إلى ضرورة تضافر الجهود لتكييف المناهج الحالية أو استحداث مناهج وأدوات بحثية جديدة تتفق وخصائص العلم - الإعلام الإسلامى - الذى يتفق أيضا مع تعاليم

الدين الإسلامى وتطبيقاته فى المجتمعات المسلمة .

٦ - تأثير المناهج الدراسية على تطور البحث العلمى فى هذا المجال :

وإذا ما استثنينا قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر الذى يقبل طلابا من خريجي الثانوية الأزهرية، والذين اكتسبوا قدرا كبيرا من المعرفة فى العلوم الدينية . فإننا نجد هذا التأثير فى الأقسام الأخرى فى العالم العربى التى تقبل طلاب الثانوية العامة فى صفوفها، ثم تقدم له نفس عدد الساعات الدراسية التى تقدمها أقسام الإعلام فى غير الجامعات الإسلامية . وتقسم عدد هذه الساعات بين المتطلبات الخاصة بالعلوم الدينية، والمتطلبات الخاصة بعلوم الاتصال والإعلام . وعلى سبيل المثال فإن الطالب فى قسم الإعلام الإسلامى بكلية الدعوة جامعة أم القرى يدرس نفس عدد الساعات التى يدرسها الطالب بقسم الإعلام بجامعة الرياض أو جامعة الملك عبد العزيز ، فى الوقت الذى تمثل العلوم الدينية فى الأولى ٣٦ ٪ وعلوم الاتصال والإعلام ٣٦ ٪، بينما يدرس الطالب أكثر من ٧٥ ٪ من الساعات الدراسية فى علوم الاتصال والإعلام فى الجامعات الأخرى (١٢) .

وتكون النتيجة أن خريج أقسام الإعلام الإسلامى لا يصل بمستواه إلى مستوى الطالب فى الأقسام الأخرى . ولا يصل أيضا إلى مستوى طالب أقسام الدعوة، وتكون النتيجة هبوط المستوى فى هذا وذاك . وبالتالي لا يمتلك القدرات المطلوبة للممارسة العملية أو البحث العلمى . فيؤثر ذلك على تطور البحث العلمى فى مجال الإعلام الإسلامى الذى يجب أن يقوم على جهود خريجي أقسام الإعلام الإسلامى بالدرجة الأولى دون غيرهم .

وهذا ما يدعو إلى إعادة النظر فى المناهج الدراسية ومتطلباتها فى أقسام الإعلام الإسلامى فى الجامعات العربية، والاهتمام بإنشاء دراسات عليا فى الإعلام الإسلامى يكون طلابها من خريجي كليات العلوم الدينية وأقسامها فنطمئن بذلك إلى القدرات والمهارات الخاصة بالبحث العلمى نظرا لاكتساب الخريجين القدر المقبول من العلوم الدينية وعلوم الاتصال والإعلام، التى تساعد على دراسة الإعلام الإسلامى وتطبيقاته وبحوثه دراسة متكاملة .

وظائف البحث العلمى فى مجال الإعلام الإسلامى :

يرتبط بجدة المفهوم وحدائة تطبيقاته النسبية، ضرورة البحث عن الوظائف التى يمكن أن يقوم بها البحث العلمى فى هذا المجال، خارج دائرة الوظائف والأهداف التقليدية للبحث العلمى بصفة عامة - التى تتلخص فى التفسير والتعميم والتنبؤ - وذلك لطبيعة الأهداف المنتظرة من إقرار هذا المفهوم وتطبيقاته، والأخذ بأساليبه ووسائله لخدمة المجتمعات الإسلامية بصفة عامة، والدين الإسلامى بصفة خاصة .

ولذلك فإن البحث العلمى فى مجال الإعلام الإسلامى يجب أن تقتصر أدواره ووظائفه - بداية - بطبيعة الأهداف العامة للإعلام الإسلامى فى المجتمع، وطبيعة هذه المجتمعات ذاتها، ومراحل تطورها .

وإذا كان تجاوز إشكاليات البحث العلمى فى هذا المجال يعتبر مطلباً ضرورياً، فإن تطوير البحوث الإعلامية يمكن أن تقوم بدور رئيسى فى هذا المجال عند توجيهها لخدمة هذا الهدف العام. بحيث يمكن أن ترسى مناخاً علمياً سليماً لحركة البحث والدراسة التى ترتقى بالمفهوم وتطبيقاته .

وبجانب ذلك فإن طبيعة المفهوم وجدته، وطبيعة المجتمعات الإسلامية ودرجة نموها، يمكن أن يشير إلى أدوار عديدة للبحث العلمى فى هذا المجال يتصدرها الآتى :-

١ - توفير قاعدة معرفية واسعة، يمكن أن توجه الباحثين إلى الظواهر البحثية، واتجاهات البحث فيها، وطبيعة المناهج والأدوات التى تتفق مع طبيعة الإعلام الإسلامى وأهدافه . وإذا كان عدم الاتفاق على المفاهيم والمصطلحات يؤدى إلى غموض البيانات الخاصة بها، فإن هذا المجال من جانب آخر، نجده يفتقد فى التأصيل النظرى والممارسة العملية إلى قدر كبير من المعرفة الخاصة بالأصول النظرية ونتائج الممارسة العملية .

وحتى مع التسليم بوجود عدد محدود من البحوث الميدانية والتطبيقية، فإنها لم تستطع أن تتجاوز وصف الواقع الراهن، الذى يتسم بالدرجة الأولى بعدم كفاية البيانات والمعلومات المتاحة، بل أكثر من ذلك عدم وجود القواعد المعرفية التى يمكن أن تكون مصدراً لهذه البيانات والمعلومات، التى تعتبر المنهل الأساسى للبحث العلمى بصفة عامة .

وتقسيم البيانات المستهدفة فى هذا الإطار يمكن أن يرتبط بطبيعة النموذج الخاص بالإعلام الإسلامى، والذى يشمل البيئة والمجتمع الذى يعمل فيه، وخصائصه وسماته الاجتماعية والثقافية التى تميزه عن غيره من المجتمعات . وكذلك النظم السائدة فى هذه المجتمعات التى يمكن أن تؤثر وتتأثر بحركة عملية الإعلام الإسلامى، مثل النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتى يتأثر بها بناء النظام الإعلامى العام ، أو الإعلام الإسلامى بصفة خاصة .

بالإضافة إلى البيانات والمعلومات الخاصة بعناصر القائمين بالإعلام ومهاراتهم وثقافتهم واتجاهاتهم والتغير فى هذه الاتجاهات أو الثقافات . وكذلك خصائص جمهور المتلقين المستهدف بالعمل الإعلامى الإسلامى، الخصائص العامة والسكانية، وكذلك الخصائص الاجتماعية والثقافية، التى تقوم بدور كبير فى دعم الاتصال وتحقيق أهدافه، من خلال تأثيراتها فى الإطار

معرفى والإدراكى لهذا الجمهور .

ولذلك فإن البحوث التى تستهدف جمع المعلومات أو البيانات عن هذه العناصر، التى تمثل الحد الأدنى لعناصر النموذج الإعلامى الإسلامى، تعتبر من خصائص البحوث فى المراحل الارتياضية أو المبكرة للعلوم بصفة عامة . التى يجب أن تستهدف مبدئياً توفير قاعدة معرفية لإطار حركة العلم وتطبيقاته فى المجتمع .

٢ - الكشف عن الظاهرات العلمية فى مجال الإعلام الإسلامى، بوصفه نموذجاً حديث التطبيق فى المجتمعات الإسلامية، وبوصفه أيضاً نظاماً من نظم هذه المجتمعات . ولعل أبرز هذه الظاهرات قبول أو عدم قبول النظام والصعوبات التى تعترض تطبيقه فى المجتمع، أو تعميمه على المجتمعات الإسلامية، وظاهرة الإقبال أو العزوف عن التعرض إلى مفردات الإعلام الإسلامى وأسبابه ومشكلاته . ويدخل فى هذا الإطار التأثيرات الخاصة بالنظم السائدة فى المجتمعات الإسلامية وعلاقتها بالفكرة أو المبدأ أو المفهوم . باعتبار هذه الدراسات مدخلاً لهيئة المناخ الاجتماعى للتطبيق والتعميم .

٣ - الكشف عن الأنساق الاتصالية فى المجتمع، واتجاهاتها، وأنماطها، ووصف هذه الأنساق والاتجاهات والأنماط . بحيث يمكن رسم خريطة الاتصال فى المجتمع، وتحديد موقع الاتصال الجماهيرى ووسائله وتأثيراته .

وفى هذا المجال لا يمكن أن نغفل دور بحوث علم الاجتماع، وعلم النفس الاجتماعى فى المشاركة فى هذا الهدف. والتى يمكن أن تعتبر نتائجها مصدراً هاماً من مصادر البيانات والمعلومات فى هذا المجال .

والأدوار الثلاثة السابقة تمثل مطلباً هاماً فى رسم السياسات والتخطيط للإعلام الإسلامى، بناء على أسس علمية سليمة، تساعد على وضع عناصر النموذج الإعلامى فى موقعه الصحيح فى علاقتها ببعضها، وعلاقتها بالبناء الكلى للنموذج لتدفع حركته فى اتجاه تحقيق الأهداف المرسومة له فى المجتمعات المسلمة .

٤ - رصد التجارب والممارسات السابقة فى هذا المجال وتوصيفها وتقويمها، سواء فى المجتمع نفسه أو المجتمعات المشابهة . وتأمين هذه النتائج ومهارات الممارسة وربطها بالنظريات والأفكار القائمة فى العلوم الدينية والعلوم الإنسانية والاجتماعية . بحيث تعتبر نهجاً علمياً سليماً يسير عليه الإنسان المسلم معتمداً على الحقائق الإيمانية والعلمية فى تخطيط العمل الإعلامى وتقويم نتائجه .

بجانب التوثيق العلمى للمهارات والتجارب السابقة، وتصنيفها فى اتجاه من اتجاهات المعرفة

الإعلامية بأشكالها وفنونها . وذلك بعد مرور هذه المهارات والممارسات بمراحل الاختبار المختلفة التى تثبت صلاحيتها للتوثيق والتأهيل العلمى . وقبولها باعتبارها أنماطا للممارسة تقدم للدارسين أو الباحثين فى هذا المجال . وتعتبر التجارب السابقة تراثا لا يمكن إغفاله بأى دعوى . بل إن الاتجاه الصحيح فى هذه الحالة هو تناولها بالتقويم للاستفادة من إيجابياتها وتجاوز سلبياتها . خاصة وأن الإعلام الإسلامى مازال فى المرحلة الارتياضية التى تفرض الاستفادة من التجارب والدراسات السابقة .

ولعل الاتجاه إلى اعتبار الإعلام الإسلامى نمطا متخصصا من أنماط الإعلام العام (١٣) ، يدعو إلى الأخذ بالمبادئ والأسس العامة وتكييفها بما يتفق مع طبيعة التخصص واتجاهاته وأهدافه .

ويدخل فى مجال رصد التجارب والممارسات السابقة، الدراسات الفرعية الخاصة بحركة عناصر النموذج الإعلامى الإسلامى خلال هذه التجارب والممارسات السابقة وهى على سبيل المثال لا الحصر .

- رصد الأهداف الخاصة بالإعلام الإسلامى وسياساته فى المجتمعات ، أو المجتمع وتقويمها فى إطار الأهداف العامة للمجتمع، التى ترتبط بطبيعة النظام الاجتماعى الكلى أو النظم الفرعية السائدة .

- رصد اتجاهات الممارسة للقائمين بالإعلام فى هذا المجال، وتقويمها فى إطار الأسس العلمية والفنية السائدة، واتفاقها أو اختلافها مع الأسس والمعايير التى تؤكدتها التعاليم الدينية، والنظريات العلمية القائمة فى مجالات العلوم المختلفة ذات العلاقة بالإعلام الإسلامى .

- وصف المواد الإعلامية الإسلامية المنشورة أو المذاعة فى الوسائل الإعلامية العامة أو المتخصصة، وتقويم علاقاتها بالأهداف أو السياسات أو عناصر النموذج الإعلامى .

- وصف استجابات جمهور المتلقين للأفكار والموضوعات المنشورة أو المذاعة وقياس الأثر التراكمى للخطط والسياسات الإعلامية الإسلامية فى المجتمع . وتقدير العلاقات بين هذه الاستجابات والآثار ودرجاتها . وبين خصائص وسمات جمهور المتلقين .

- تقويم الخطط والسياسات والبرامج الإعلامية الإسلامية فى إطار ماتكشفت عنه الدراسات الخاصة بالعناصر السابقة فى علاقتها ببعضها .

٥ - تأصيل الأنوار التى يمكن أن يقوم بها الإعلام الإسلامى فى المجتمعات الإسلامية وغير الإسلامية . بالإضافة إلى الدور الرئيسى فى نشر الدعوة الإسلامية وتعميق الإيمان بالإسلام وتعاليمه، ودعم السلوك الإسلامى القويم .

فالمجتمعات الإسلامية فى مجموعها تنتمى إلى مجموعة الدول النامية، أو الآخذة فى النمو،

ويعتبر الإعلام أداة من أدوات التغيير فى هذه المجتمعات سواء بأدواره المستغلة فى هذا المجال، أو بأدواره المتعاونة مع غيره من الأدوات الأخرى فى مجالات التنمية المختلفة، مثل الاقتصاد والسياسة والتعليم والثقافة ... إلى آخره .

وإذا كان الإعلام يقوم بدوره فى دعم القيم والاتجاهات السائدة فى المجتمعات أكثر من قيامه فى المساعدة على التغيير أو التغيير . فإن المجتمعات الإسلامية تتميز باعتمادها الراسخ على تعاليم الدين الإسلامى الحنيف وقيمه ومبادئه، التى يتمسك بها الإنسان المسلم فى تنظيم حياته وتوجيه سلوكه. ولذلك فإن استلهاً هذه القيم والمبادئ ودعمها يعتبر الإطار العام فى توجيه حركة التنمية فى المجتمعات الإسلامية. والتى يمكن أن تسير فى اتجاهين أساسيين :

الأول : بناء الإنسان المسلم الواعى بحقائق دينه وتعاليمه ونظمه.

الثانى : تنظيم السلوك الإنسانى بما يتفق مع هذه الحقائق، وأهداف التنمية فيجد الإنسان المسلم فى هذه الحقائق سنداً للسلوك السليم الذى يحقق أهداف التنمية فى المجتمع. وذلك فى إطار علاقته مع الغير، ومع المجتمع وأهدافه .

والاتجاهان يعتبران أساس عملية التنمية فى المجتمعات فى مجالاتها المختلفة .

ويقوم البحث العلمى فى هذا المجال بتحديد الأهداف، وتوجيه حركة الباحثين إلى دراسة الظواهر والمشكلات المرتبطة بهذه الأهداف. ابتداءً من توفير المعلومات والبيانات، إلى رصد حركة الظواهر العلمية، وتفسيرها فى إطار الأهداف العامة للمجتمع المسلم النامى .

ويرتبط هذا الدور الوظيفى بالدور السابق الخاص برصد التجارب والممارسات السابقة وتوصيفها، حيث لا يتم نقل هذه التجارب دون اختبارها فى علاقتها بخصائص المجتمعات التى تمت فيها من خلال البحوث العلمية ومناهجها وأدواتها لتقرير الحقائق العلمية التى يمكن الأخذ بها، وتلك التى يمكن تجنبها أو أغفالها .

ويتأكد دور البحث العلمى فى هذا المجال فى تحديد المداخل المختلفة للإقناع والتأثير وتوجيه السلوك بما يتفق وخصائص المجتمعات وخصائص جمهور المتلقين. حيث أن الأمر فى الإطار العلمى - يتجاوز حدود النشر أو الإذاعة المجردة، ولكن الأمر يجب أن يكون بناء على تخطيط واع بالأسس الاجتماعية والنفسية للتأثير والإقناع فى إطار حركة الاتصال فى المجتمع. وهذه الأسس الاجتماعية والنفسية وما يرتبط بها من اتجاهات متعددة لاختيار الاستمالات والرموز الاتصالية، يتم تحديدها والكشف عنها واختبارها من خلال البحوث العلمية فى مجال الإعلام الإسلامى الذى يتسم بخصائصه وسماته المتميزة .

ونشير فى هذا المجال إلى أن هدف البحث العلمى فى مجال التنمية ليس تحديد الأدوار - أو الأهداف التنموية التى يقوم بها الإعلام الإسلامى مستقلا أو متعاوناً مع أوجه النشاط الأخرى فى المجتمع. ولكن الهدف من البحث العلمى يتمثل أساساً فى تحديد أسس وعوامل نجاح الإعلام الإسلامى فى قيامه بهذه الأدوار . الذى يجب أن يقوم على الدراسات العلمية المسبقة لخصائص المجتمعات وخصائص المتلقين، واختيار الرموز الاتصالية، وتخطيط النشر أو الإذاعة إلى آخره . التى تعتبر أساساً لتخطيط الحملات الإعلامية، وضماناً لنجاحها فى تحقيق أهدافها .

٦- ويضاف إلى الوظائف المذكورة، وظيفة اختبار مناهج وأدوات وأساليب البحث العلمى ووسائل جمع البيانات، وتقرير صلاحيتها للتعامل مع الظواهر العلمية فى مجال الإعلام الإسلامى بوصفه مجالاً علمياً ينفرد بعدد من الخصائص والسمات التى تميزه عن الإعلام العام فى إطاره العلمى، أو فى إطار الممارسة المهنية. وقد سبق أن أوضحنا أن بعضاً من المناهج والأدوات البحثية لا يمكن توظيفها بوضعها الراهن، دون النظر إليها من خلال طبيعة عملية الإعلام الإسلامى وخصوصية الخطاب الإسلامى، مثل تحليل محتوى مفردات النشر والإذاعة على سبيل المثال. كما أن دقة البحث وصدق الاستدلال تعتبر من العوامل التى يجب أن تتوفر فى الإجراءات المنهجية، دون اعتماد على إجراءات خاصة لتقريرها. مما يستدعى تطوير هذه الأدوات لتصبح ضمن الإجراءات الجبرية للمنهج العلمى، الذى يضمن دقة وصدق تعامل الباحثين مع الظواهر العلمية وحقائقها، خاصة إذا ما تعرض الفرد إلى الحقائق الإيمانية، والنصوص القرآنية، التى لا تحتمل انتظاراً للتأكد من صدق العمل أو ثبات إجراءاته ونتائجه.

كما أن اتجاهات التفسير لنصوص القرآن والحديث الشريف بين العلماء، تتطلب من الباحثين اقتراباً حذراً إلى هذه المواقع. حتى لا يتم الخلط بين اتجاهات التفسير واجتهادات العلماء فى هذا الشأن خلال العصور المختلفة، واجتهادات الباحثين الذين قد لا يكونون ارتفعوا إلى امتلاك القدرة العلمية على الاختيار والترجيح فى هذا المجال بشكل يوجه نتائج البحوث والدراسات العلمية منحنى معيناً يتفق مع اتجاه من اتجاهات التفسير. مما يؤدى إلى تحيز البحث والباحث فى دراسته فتؤثر فى الاعتماد على النتائج وتعميمها فى المجال العلمى للإعلام الإسلامى .

ولذلك تعتبر وظيفة اختبار مناهج وأدوات البحث العلمى وتقرير صلاحيتها للتطبيق فى البحث العلمى للإعلام الإسلامى مطلباً أولياً، للوصول بعد ذلك إلى اتفاق حول المناهج والأدوات الأكثر ملاءمة للتطبيق فى هذا المجال، أو اقتراح واستئارة مناهج وأدوات بحثية جديدة، أو تطوير المناهج والأدوات الحالية لتتفق وخصوصية البحث العلمى فى مجال الإعلام

الإسلامى وأهدافه .

اتجاهات البحث العلمى فى مجال الإعلام الإسلامى :

وبناء على الأدوار والوظائف السابقة للبحث العلمى فى مجال الإعلام الإسلامى وهى ليست على سبيل الحصر - يمكننا أن نحدد عددا من الاتجاهات للبحث العلمى، توجه الباحثين إلى دراسة الظواهر الخاصة بالإعلام الإسلامى فى اتجاه منها .

وهذه الاتجاهات - أو مداخل البحث العلمى - تمثل الخيارات المطروحة أمام الباحثين لدراسة المشكلات أو الظواهر العلمية، وتجب على السؤال الذى يطرحه الباحث منذ البداية، وهو . ماذا يدرس .. ؟

والإجابة على هذا السؤال لاتحددها الاتجاهات العلمية والفكرية للباحث بالدرجة الأولى، ولكن يضاف إلى ذلك أيضا حاجة مجال الإعلام الإسلامى إلى طرق أبواب جديدة للبحث والدراسة تفيد فى إثراء المعرفة العلمية ومناهجها فى هذا المجال . والتى تعتبر الوظيفة الأولى للبحث العلمى بصفة عامة .

ويحدد اتجاهات البحث الاتفاق أولا على عدد من الحقائق . وهى : -

١ - إنه لا يجب أن ينظر إلى الإعلام الإسلامى فى حدود الوظيفة المحدودة التى ارتبطت بالعديد من التعريفات، وهى نشر الدعوة الإسلامىة وتعميق الإيمان بالعقيدة الدينية فقط، ولكن يجب النظر إليه فى إطار منظور أوسع من البدائل التى تؤدى إلى نفس الهدف من خلال بناء الإنسان المسلم وتقرير سلوكه القويم فى علاقته بالمجتمع .

ولذلك يجب أن ينظر إلى الإعلام الإسلامى على أنه عملية اجتماعية متفاعلة ومستمرة، قبلها المجتمع لتحقيق حاجات اجتماعية وفردية فى إطار تعاليم الدين الإسلامى الحنيف ومبادئه .

٢ - إن هذه العملية هى عملية ديناميكية دافعة تعمل بتأثير حركة عناصرها، وتأثير العناصر الأخرى فى المجتمع، التى تتأثر بها أيضا .

وفى إطار هذه الحقائق يمكن أن نحدد عددا من الاتجاهات العلمية للبحث والدراسة فى هذا المجال، توجه الباحثين إلى الحقائق المستهدفة من البحث العلمى (١٤) .

أولا : الاتجاه الوظيفى :

وهو الاتجاه الخاص بدراسة وظائف الإعلام الإسلامى - بوصفه عملية اجتماعية - فى المجتمع - فى إطار الوظائف التقليدية للإعلام من جانب، وما يستهدفه من وظائف ترتبط بأهداف الدعوة ونشر العقيدة الإسلامىة من جانب آخر . ولا يقف الأمر بالبحث العلمى

عند رصد هذه الوظائف وتسجيلها، أو تطويع الوظائف التقليدية لتتفق مع طبيعة وحدود الدراسات الخاصة بالإعلام الإسلامى . ولكن يدخل فى هذا المجال أيضا .

- دراسة التوازن أو الاختلال فى تحقيق هذه الوظائف فى علاقتها ببعضها، أو فى علاقتها بالأهداف العامة أو السياسات العامة للإعلام الإسلامى .

- دراسة هذه الوظائف فى علاقتها بالحاجات الاجتماعية، والأدوار الخاصة بالإعلام الإسلامى فى المجتمعات الإسلامىة تبعا لتطورها أو درجة نموها.

- دراسة هذه الوظائف فى علاقتها بالحاجات الفردية لجمهور المتلقين، المستهدف لعملية الإعلام الإسلامىة .

وتعتبر عملية التقويم مطلبا هاما فى إطار هذا الاتجاه، لتقرير مدى إيجابية الإعلام الإسلامى وقيامه بدوره الوظيفى فى المجتمع .

ثانيا : الاتجاه الاجتماعى :

بجانب ما تفرضه الحقيقة الخاصة باعتبار الإعلام الإسلامى عملية اجتماعية، بجانب ما تفرضه هذه الحقيقة من ضرورة البحث فى الوظائف والأدوار الخاصة بالإعلام الإسلامى لتلبية الحاجات الاجتماعية والفردية. فإن هذه الحقيقة تفرض أيضا ضرورة الاتجاه إلى دراسة جمهور المتلقين بوصفهم أعضاء فى شبكات من الجماعات الأولية والثانوية التى تسهم فى بناء ثقافة المجتمع وتحديد اتجاهاته. ولذلك تعتبر دراسة الخصائص والسمات الاجتماعية لجمهور المتلقين مطلبا أيضا من مطالب الدراسة والبحث العلمى لاتفاقها مع مفهوم العملية الاجتماعية من جانب، واتفاقها مع الضرورات الخاصة ببناء الرسائل الاتصالية والإقناعية من جانب آخر .

وبالإضافة إلى ذلك تفرض حقيقة أخرى وجودها فى هذا المجال، وهى اعتبار الإعلام الإسلامى فى المجتمعات المسلمة نظاما اجتماعيا ذا بناءات وأفكار تتفق مع طبيعة هذه المجتمعات وعقيدها. وبالتالي يتأثر هذا النظام ويؤثر فى النظم الاجتماعية الأخرى التى تدور فى إطار السياق الاجتماعى العام للمجتمع. مما يحتم دراسة محددات النظام الإعلامى فى المجتمعات الإسلامىة المختلفة لأغراض الوصف والمقارنة . وكذلك دراسة هذا النظام فى علاقته بالنظم الاجتماعية الأخرى .

ثالثا : اتجاه الممارسة المهنية :

يعتبر العنصر الإنسانى أساس البناء المادى فى المفهوم المؤسسى institutional concept الذى يقوم بنشر الفكرة أو العقيدة أو الفلسفة الكامنة وراء قيام المؤسسات فى المجتمعات

المختلفة. وقيام الإعلام الإسلامى بوظائفه فى المجتمع يقتضى توافر العنصر الإنسانى الذى يقوم بتحقيق التواصل مع الآخرين فى العملية الإعلامية لتحقيق أهدافها . من خلال المهارات والممارسات المهنية المختلفة التى تتفق مع طبيعة الوسيلة الإعلامية .

وهذه الممارسات المهنية للقائمين بالإعلام بجانب أنها تتأثر بمستوى التعليم والتدريب، فإنها تتأثر أيضا بعوامل أخرى مضافة ذات علاقة بالمؤسسة الإعلامية مثل العوامل المادية والمعنوية التى تؤثر فى آراء هؤلاء الأفراد وعطائهم فى إطار العملية الإعلامية ولذلك فإن الإجابة على الأسئلة الخاصة بالقائم بالإعلام فى هذا المجال، وكيفية قيامه بدوره، والعوامل المؤثرة على قيامه بهذا الدور. تعتبر من الإجابات المستهدفة فى هذا الاتجاه ، سواء لأغراض الوصف أو المقارنة أو التقويم. وسواء كانت لدراسة هذه العناصر فى إطار العلاقات والتنظيم الداخلى للمؤسسات الإعلامية ، أو فى إطار العلاقات مع البيئة والمجتمع ككل .

تكامل اتجاهات البحث العلمى :

والتصنيف السابق لاتجاهات البحث العلمى فى مجال الإعلام الإسلامى، لا يعنى صياغة حدود مانعة بينها، ولكن لأغراض التعريف بهذه الاتجاهات وعناصر الدراسة فيها. ولكن التطبيق العلمى فى البحث والدراسة يتطلب تكاملا بين هذه الاتجاهات وبعضها فى دراسة الظاهرة العلمية فى مجال الإعلام الإسلامى. التى تفرض طبيعة الدراسة، دراستها فى حالتها الديناميكية وعلاقتها فى السياق الذى تعمل فيه لتحقيق الأهداف الكلية .

الخاتمة والتوصيات :

يعتبر البحث العلمى بصفة عامة هو الأداة العلمية لتأصيل الحقائق الخاصة بالعلوم وتفسير حركتها وعلاقتها، تمهيدا لصياغة النظريات الخاصة بهذه العلوم التى تحدد هذه العلاقات تحديدا نهائيا يتم تعميمه فى مجالات الدراسة والتطبيق .

ولذلك تظهر ضرورة الاهتمام بالبحث العلمى فى مجال الإعلام الإسلامى، بعد أن تزايد الاتجاه إلى تدريسه فى أقسام الإعلام بالمجتمعات الإسلامية باعتباره إطارا لعدد من العلوم التى تدخل فى دائرته، وتطبيقا لعدد من النظريات الخاصة. والتى تحتاج إلى تأصيل علمى للمعرفة العلمية الخاصة بهذا المجال .

ولذلك توصى هذه الدراسة بالآتى : -

١ - الاتفاق على محددات أساسية لتعريف الإعلام الإسلامى من خلال الاتجاهات المتعددة للتعريف، والجمع بينها فى تعريف شامل. يحدد إطار المعرفة العلمية، واتجاهات البحث العلمى

وأدواته فى هذا الإطار .

- ٢ - الاتجاه إلى التوسع فى البحوث التطبيقية التى تستهدف المعرفة المضافة إلى هذا المجال، وتأصيل الحقائق العلمية فى هذا المجال، وردها إلى المعايير والأسس العلمية السائدة فى مجالات العلوم الإنسانية والاجتماعية، بالإضافة إلى العلوم الدينية المنهل الأساسى لها .
- ٣ - دعم حركة البحث العلمى وتنشيطها، فى هذا المجال. باعتباره هدفا من أهداف المؤسسات العلمية والمهنية فى مجالات الإعلام الإسلامى . لتأكيد دوره الوظيفى فى المجتمع المسلم .
- ٤ - الدراسة المتعمقة لمناهج البحث العلمى وأدواته. لتقرير صلاحيتها للتطبيق فى مجال دراسات الإعلام الإسلامى، واستثارة الحافز إلى استحداث مناهج وأدوات جديدة تتفق مع طبيعة هذا المجال وخصائصه .
- وهذه التوصيات فى مجموعها تعتبر مطلبا ضروريا للنهوض بالعلم، والارتقاء بالمعرفة العلمية فى هذا المجال وتطبيقاتها .

والله الموفق

هوامش الدراسة

- (١) محمد عبدالقادر حاتم : الإعلام فى القرآن الكريم، القاهرة : مطابع الأهرام التجارية ١٩٨٥ ص ١٩٥ - ١٩٨ .
- (٢) عمارة نجيب : الإعلام فى ضوء الإسلام، الرياض : مكتبة المعارف ١٩٨٠ ص ١٧ .
- (٣) إبراهيم إمام : أصول الإعلام الإسلامى، القاهرة : دار الفكر العربى ١٩٨٥ ص ١٤ .
- (٤) محيى الدين عبدالحليم : الإعلام الإسلامى وتطبيقاته العملية، القاهرة : مكتبة الخانجى ١٩٨٠ ص ١٤٠ .
- (٥) منير حجاب : مبادئ الإعلام الإسلامى، الإسكندرية : المطبعة العصرية ١٩٨٢ ص ١٣٥ .
- (٦) عبداللطيف حمزة : الإعلام فى صدر الإسلام ط٢، القاهرة : دار الفكر العربى ١٩٧٨، ١٠٦-١٠٨ .
- (٧) إبراهيم إمام : الإعلام الإسلامى - المرحلة الشفهية، القاهرة : الأنجلو المصرية ١٩٨٠ ص ٤٨ .
- (٨) عبدالوهاب كحيل : الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامى، الرياض : عالم الكتب - مكتبة القدس ١٩٨٥ ص ٢٩ .
- (٩) يعتبر قسم الصحافة والإعلام بكلية اللغة العربية - جامعة الأزهر من أول الأقسام التى أنشأت لهذا الغرض فى العالم الإسلامى وتم القبول به اعتباراً من عام ١٩٧٦، وبالتالي لم يزد عمر أقدم هذه الأقسام عن ستة عشر عاماً .
- (١٠) على سبيل المثال لم تزد عدد الرسائل المسجلة فى الماجستير والدكتوراه بقسم الصحافة كلية الإعلام - جامعة القاهرة، والتى تتعرض لموضوعات الإعلام الإسلامى أو عناصره وبصفة خاصة المحتوى أو المضمون، لم تزد عن ٦٪ من مجموع الرسائل المسجلة حتى تاريخ إعداد هذا البحث .
- (١١) راجع بالتفصيل :
- سيد محمد ساداتى : أصول الإعلام الإسلامى وأسسها، الرياض : دار عالم الكتب ١٤٠٦ .
- محمد فريد عزت : دراسات فى فن التحرير الصحفى فى ضوء معالم قرآنية جده : دار الشروق، ١٩٨٤ .
- (١٢) لائحة الدراسة بأقسام الإعلام بكل من جامعات أم القرى، والرياض، وجامعة الملك عبدالعزيز.

(١٣) يرى الدكتور/ محمد سيد محمد أن الأصل في الإعلام الإسلامى أنه الإعلام العام غير المتخصص لمجتمع مسلم أو دولة مسلمة أو حكومة مسلمة .. ولكن الواقع المعاصر لمجتمعاتنا الإسلامية يحتم علينا القول بأن الإعلام الإسلامى فى ظروفنا المعاصرة هو صورة من صور الإعلام المتخصص وهو الإعلام الدينى،

راجع :

- محمد سيد محمد : المسئولية الإعلامية فى الإسلام، القاهرة : مكتبة الخانجى ١٩٨٣، ص٣٦
(١٤) للاستزادة فى موضوع المداخل الأساسية للبحث العلمى، راجع بالتفصيل :
محمد عبدالحميد: بحوث الصحافة، القاهرة : عالم الكتب ١٩٩٢، ص ٢٩ - ٥٦ .