

الإعلام النوعي

الدكتور/ رفعت عارف الضبع
مؤسس موسوعة علوم الإعلام النوعي
مستشار برلماني دولي
نقيب البروتوكول والإتيكيت العربي



من إصدارات مؤسسة الحسيني الثقافية



إصدارات دار الحسيني للطباعة والنشر والتوزيع

اسم الكتاب: الإعلام النوعي

اسم المؤلف: د. رفعت الصبيح

رقم الإيداع: 2019/ 19820 م

ترقيم دولي: 6-62-6663-977-978

حقوق الطباعة محفوظة للدار والمؤلف

لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو أي جزء منه أو تجزئته
في نطاق استعادة المعلومات أو نقله أي شكل من الأشكال
المعروفة حالياً أو التي ترد مستقبلاً دون إذن خطي مسبق
المراسلات:

دار الحسيني للطباعة والنشر والتوزيع

المقطم الهضبة الوسطى الحي الرابع منزل رقم 5275 شارع عماد مصطفى

موبايل: 01144059975 ت: 27304004

إهداء

إلى روح أمي الحبيبة رحمة الله عليه والمسلمين.
إلى روح أبي رحمة الله عليه والمسلمين.
إلى نجلي "محمد" وذريتي وآل الضبع بجمهورية مصر العربية وآل جهينة
والضبع الكرام وقبيلة جهينة بالمدنية النبوية المشرفة بالمملكة العربية
السعودية ومصر والعالم العربي إلى كل من علمني أو تعلم أو سيتعلم مني .
إلى كل باحث وإعلامي وتربوي واجتماعي ومتخصص وكاتب وناشر
ومؤلف إلى كل مؤثر في حاضرتنا ومستقبلنا.
إلى أمتنا الإسلامية والعربية العزيزة ،أهدى هذا الكتاب عسى أن يجعل الله
تعالى منه نبزاساً يضى لنا الطريق نحو مستقبل أفضل ،إن شاء الله وأن
يجعله في ميزان حسناتنا، وأن يغفر الله تعالى لنا ولموتانا وللمسلمين ذنوبنا
وأن يجمعنا مع الأنبياء والصديقين والشهداء جميعا بالفردوس الأعلى وأن
يحقق لنا السعادة في الدنيا والآخرة ، ونشكر كل من تعاون معي
في إعداد وإخراج وطبع ونشر هذا المؤلفوفي مقدمتهم مؤسسة
الحسيني الثقافية.

المؤلف

الفهرس

م	الموضوع	رقم الصفحة
1	المقدمة	6
2	الفصل الأول (التأصيل النظري للإعلام النوعي)	8
3	تعريف الإعلام النوعي	9
4	فلسفة الإعلام النوعي	10
5	أهداف الإعلام النوعي	10
6	أهمية الإعلام النوعي	11
7	خصائص الإعلام النوعي	13
9	مميزات الإعلام النوعي	14
10	علاقة الإعلام النوعي بالعلوم الإنسانية الأخرى	24
11	دور الدكتور رفعت عارف الضبع في تأسيس علوم الإعلام النوعي بالجهود الذاتية + شكل تخطيطي يوضح العلاقة بين القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة وفروع الإعلام النوعي	27
12	تاريخ الإعلام النوعي	34
15	الفصل الثاني (التوثيق الإسلامي للإعلام النوعي)	40
16	التوثيق القرآني للإعلام النوعي	44
17	أهمية الإعلام النوعي في القرآن الكريم	44
18	الضبط الاجتماعي والإعلام النوعي	47
19	خصائص الإعلام النوعي الإسلامي	48
20	الفصل الثالث مواصفات ومهارات الإعلامي النوعي من وجهة نظر المؤلف	81
38	المواصفات الخاصة بالمذيع ووظائفه	84
39	مواصفات ومهام المخرج	85
40	مواصفات ومهام المعد	88
41	مواصفات المشرف العلمي	89
42	مواصفات ومهام المصور	90
43	مهارات الإعلامي النوعي	91
44	الفصل الرابع (الاستراتيجية والتخطيط للإعلام النوعي)	111
45	استراتيجية الإعلام النوعي	116
46	التخطيط في المؤسسات الإعلامية النوعية	116
47	تعريف التخطيط النوعي	119
48	خطوات عملية للتخطيط في الإعلام النوعي	121
49	صفات الخطة الإعلامية النوعية	122
50	الدورة التليفزيون النوعية	122

146	124	الفصل الخامس (التدريب الإعلامي النوعي)	52
128	127	أهداف التدريب النوعي	53
130	128	وظائف التدريب النوعي	54
132	130	الفرق بين التدريب والتأهيل في الإعلام النوعي	55
133	132	أسس التدريب الإعلامي النوعي	56
134	133	المعوقات التي تواجه التدريب النوعي	57
137	134	أنواع التدريب النوعي	58
141	137	التأهيل الإعلامي النوعي	59
146	141	قطاع الإعلام النوعي	60
163	147	الفصل السادس (المشكلات التي تواجه الإعلام النوعي)	62
151	150	التدريب	63
151	151	اللوائح	64
151	151	المباني	65
156	151	التكامل بين الإعلام النوعي والمؤسسات الأخرى	68
161	156	دور الإعلام النوعي في التنمية	85
163	162	رؤية مستقبلية لخريجي شعب الإعلام النوعي	87
205	164	الفصل السابع (أخلاقيات الإعلام النوعي)	89
168	165	ميثاق الشرف للعاملين في الإعلام النوعي	90
197	169	قوانين الإعلام	91
205	198	دليل العمل الإنتاجي للتلفزيون النوعي	92
207	206	ملخص السيرة الذاتية للمؤلف	93
232	207	المراجع والمصادر	

مقدمة

الحمد لله الذي وفقني في إعداد هذا المؤلف الذي يعد الأول من نوعه لتأصيل علم جديد يسمى (الإعلام النوعي)، وهذا العلم ينطلق من القرآن الكريم والأديان السماوية والسنة النبوية الشريفة، وذلك بعد أن شاركت بجهود كبيرة في تأسيس بعض من كليات التربية النوعية تضم أقساما و شعبا علمية، للصحافة، والإذاعة، والإعلام النوعي، والمسرح كعلوم، جديدة لأول مرة على مستوى العالم وبالجهود الذاتية في مصر. بالإضافة إلى المشاركة في تأسيس بعض المعاهد والأكاديميات والجامعة الخاصة والصحف والمجلات والدوريات، والاستضافة بالبرامج التلفزيونية والإذاعية، والمشاركة في تدريب قيادات الإعلام وفي مجال الإتيكيت والبروتوكول والعلاقات العامة وبالمؤسسات السيادية الدولية وتحكيم المهرجانات الدولية وفي العمل الاجتماعي.

وأحسست أنه من الضروري أن أتوصل إلى تلك العلوم الجديدة بصفة عامة، وإلى علوم الإعلام النوعي بصفة خاصة، بعد أن اجتاحت العالم بعض المواد الإعلامية الهابطة، والتي انفلتت بعدم الالتزام بالتعاليم السماوية وبمواثيق الشرف الإعلامية والقوانين الدولية بعد أن أخذت بنشر الأكاذيب وإطلاق الشائعات المغرضة، والنيل من دعاة وقادة ورؤساء ورموز الدول العربية والإسلامية، وإحداث الفتن بين الناس وابتزاز بعض رجال الأعمال والمشاهير، وإحداث غزو ثقافي مدمر للمجتمعات الإسلامية والعربية، وعملت على قلب المفاهيم تحت دعاوى مزعومة بالتشدد بالمفهوم الخاطئ لمعنى الحرية. وإن كانت حرية الرأي والتعبير بريئة من هذا الأداء الكاذب، وكنتيجة لذلك قامت الحروب المدمرة بين الدول والأفراد، واجتياح المجتمعات بعض المشكلات الاجتماعية ونذكر منها: الأمية والإدمان والتطرف والتلوث والغش والتصدع الأسرى والطلاق والبطالة والإرهاب والكذب والسرقه والعنوسة والتجسس وعدم الانتماء والولاء. وأصبحت بعض المجتمعات تنن من صعوبة الحياة، بالإضافة إلى أن النظريات العلمية لعلم الإعلام العام لم تتمكن

من تحقيق فروضها بعد المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي طرأت على العالم، كما أن التقدم والتطور في وسائل الاتصالات قارب بين أطراف العالم الجغرافية. حتى أصبح العالم كله بمثابة قرية إلكترونية صغيرة تتقارب أطرافها بفعل سرعة الاتصالات الفضائية وتعددت وتخصصت وتنوعت الإذاعات ، كما ازداد عدد المشاهدين للقنوات الإعلامية النوعية المختلفة وقويت فاعلية الإعلام النوعي وتأثيره على الرأي العام، وأصبح للإعلام النوعي نفوذه الذي يمكنه من صناعة النجوم والأبطال ويمكنه أيضاً من إخفاق حكام وأحزاب ومؤسسات، وقد أصبح الإعلام النوعي الوسيلة التعليمية الأولى في بعض الدول.

ومن كل ما سبق كان من واجبي أن أشارك في التصدي لمشكلات المجتمع الدولي ككل وأن أشعر بالغيرة على مهنة الإعلام التي أتشرف بالعمل بها أحياناً، فاجتهدت للتوصل إلى علم الإعلام النوعي لتقديم إعلام صادق وهادف يشارك في علاج مشكلات المجتمع وينهض به ويتصدى للفلسفات المدمرة، ويهدف إلى تحصين المتلقي وتنقية الرسالة الإعلامية النوعية من الشوائب، وترسيخ الرسائل السماوية ومحاربة الرذيلة والدعوة إلى الفضيلة، وإعداد خريجين في تخصصات بنية جديدة للوفاء بحاجة المجتمعات العربية والإسلامية من تلك التخصصات وليعملوا على تحقيق الأهداف السليمة للإعلام النوعي، والعمل على رفاهية المجتمع وتحقيق الأمن والاطمئنان والمحبة والتعاون والسلام والسعادة والرفاهية لبني الإنسان. وهذا المؤلف يؤصل علماً جديداً يسمى بـ"الإعلام النوعي" من خلال التفسير المعتدل بما جاء بالقرآن الكريم والأحاديث القدسية والنبوية الشريفة، للتعامل مع التطورات العلمية والمتغيرات العالمية الحديثة، أي كل أركان العلم الجديد الذي يجسد مواثيق الشرف الإعلامية للإعلام النوعي.

إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتَطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ

الفصل الأول

التأصيل النظري للإعلام النوعي

مفهوم الإعلام النوعي

البداية الصحيحة لأي عمل علمي هي ضبط المصطلحات، لذا لابد في البداية من تعريف الإعلام النوعي: (تعريف د. رفعت الضبع)

هو أحد العلوم البينية الحديثة التي تتكامل مع العلوم الإنسانية وتنقل المعلومات النوعية المسموعة والمرئية والمكتوبة والمجسمة والتخيلية النقية لتحقيق الأهداف الإعلامية السليمة للمجتمع باستمرار من مكان أو زمان لآخر لتحقيق التنمية مثل القنوات والصحف والإذاعات والمواد الفيلمية والمسرحية الدينية والثقافية والرياضية والتعليمية والإخبارية والصحية

تعليق عام حول تعريف الإعلام النوعي:

1- مازال هناك غموض يحيط حول مفهوم الإعلام النوعي، ويرجع هذا الغموض إلى حداثة هذا العلم وينعكس هذا الغموض على اتجاهات البحث العلمي، وعلى مستقبل الخريجين وعلى الدارسين والباحثين فيه.

2- تشير بعض الدراسات السابقة التي اطلع عليها الباحث - إلى أن بعض الدول المتقدمة سبقت الدول النامية في استخدام مصطلح الإعلام النوعي، وأن ما أحرزته هذه الدول من تقدم لا يصح تعميمه في الدول النامية لأسباب تتعلق بالأيديولوجيات الثقافية والسياسية والدينية والتي تعاني من ظروف اقتصادية يجب أن تؤخذ في الاعتبار.

3- يشير تعريف الإعلام النوعي إلى ثمة علاقة متبادلة بين الإعلام النوعي والعلوم الأخرى، فالتعليم نمط مؤسسي من أنماط التربية يتم داخل مؤسسات رسمية تتخذ هذه العملية رسالة أساسية لها، ويتخذ منها المجتمع رسائل تكفل له إعداد النشء وفقاً لما يريده، بينما تتم التربية داخل تلك المؤسسات وخارجها، فالأسرة ودور العبادة ووسائل الإعلام والنوادي وغيرها، مؤسسات اجتماعية لها وظائفها المختلفة ويكتسب منها الإنسان كثيراً من ثقافته وجوانب شخصيته، ولذا فإن الإعلام النوعي يشمل

- البرامج التعليمية والتثقيفية والتدرسية والدينية بالقنوات الإعلامية النوعية المختلفة.
- القنوات التعليمية والثقافية والدينية التي تبث عبر شاشات الإعلام النوعي.
- البرامج الدينية والثقافية والتعليمية التي يمكن عرضها من خلال الشرائط المضغوطة عبر الحاسبات الآلية.
- الصحف النوعية المتخصصة
- المحطات والبرامج الإذاعية النوعية التخصصية

فلسفة الإعلام النوعي :

لكل وسيلة إعلامية نبراس تسير على خطاه خاصة إذا كانت هذه الوسيلة تخاطب جماهير عريضة ذات خصائص مختلفة سواء من الناحية الاجتماعية أو من الناحية العمرية ولذلك فالدور الذي يقوم به الإعلام النوعي مهم جداً، ولا يمكن أن يكون ذلك الدور عشوائياً بل يجب أن يكون قائماً على فلسفة واضحة ومحددة المعالم، ويمكن ذكر فلسفة الإعلام النوعي كالآتي:

- 1- الالتزام بكل القيم والتقاليد التي تحملها الرسالات السماوية.
- 2- العمل على تحصين وحماية المشاهدين المتلقين للمحتوى الإعلامي النوعي من كل ما يشوب ثقافتهم وقيمهم والعمل على تقديم كل ما هو صادق ومفيد وبناء داخل المجتمع.

أهداف الإعلام النوعي :

أبرز أهداف الإعلام النوعي:

- 1- تقديم الخدمة الإعلامية النوعية النقية بالكفاءة المطلوبة، بالشكل الذي يتماشى مع خدمة الجماهير وبما يحقق المصلحة القومية.
- 2- التأكيد على مبادئ دعم النظام الديمقراطي، وتحقيق الوحدة الوطنية، والسعي من أجل السلام الاجتماعي، والتأكيد على كرامة الشعب، وتحقيق مبدأ سيادة القانون.
- 3- العمل على زيادة الجرعة الثقافية المقدمة إلى جماهير المشاهدين وفي مختلف المجالات عن طريق:
 - أ) تقديم البرامج والكتابات الصحفية والأفلام والمسرحيات الدينية الهادفة.
 - ب) عرض البرامج الخاصة بأساليب التربية.
 - ج) بث البرامج الإعلامية الخاصة بتدعيم القيم والأخلاقيات السامية.
 - د) تقديم البرامج التعليمية التي تساهم في تبسيط العلوم ومساعدة الدارسين بالمراحل المختلفة.
 - هـ) تقديم البرامج العلمية في شتى مجالات العلوم.
- 4- تطوير الخدمة الإعلام النوعية المقدمة إلى جماهير المشاهدين بما يتماشى مع تطورات العصر التكنولوجية، واستخدام أحدث التقنيات التي من شأنها الارتقاء بمستوى الخدمة الإعلام النوعية وانتشارها.
- 5- العمل على تدعيم قيم الحق، والعدل، والمساواة، وإعلاء القيم الأخلاقية الرفيعة مع نبذ قيم العنف والجهل والتخلف، والبعد عن الشعوذة والدجل وغيرها من الأخلاقيات والسلوكيات السيئة التي من شأنها هدم التنمية داخل الوطن.
- 6- توثيق الروابط الإعلامية النوعية بين البلاد العربية والإسلامية والأجنبية.
- 7- تطوير الخدمات الإعلامية النوعية المقدمة إلى الجماهير في الخارج، والداخل ومساعدة المواطنين في الخارج على الارتباط ببلدهم من خلال القنوات الإعلامية التي تبث لهم.
- 8- الالتزام بالإدارة العلمية والاقتصادية لمختلف أجهزة ومرافق الإعلام النوعي، والعمل على النهوض المستمر بالمستوى الفني والمهني للقائمين بالخدمات الإعلامية النوعية.
- 9- تنقية الرسالة الإعلامية النوعية من الشوائب.
- 10- تحصين المتلقي للرسائل الإعلامية ضد الغزو الثقافي.

أهمية الإعلام النوعي :

- الإعلام النوعي أصبح ضرورة ملحة في الوقت الحالي، ومع وجود ما يطلق عليه اسم "السموات المفتوحة" والذي جعل ملايين الأحداث والأخبار والتداعيات تتدفق إلى البيوت من خلال أجهزة الإعلام النوعي، والأطباق الفضائية، وهذه المواد تدخل إلى البيوت دون استئذان ولقد ظهرت الحاجة إلى الإعلام النوعي، والذي له أهمية بالغة كالتالي:
- 1- محاولة صد البث التليفزيوني الوافد بما يحمل من قيم وعادات مغايرة للثقافة الشرقية الإسلامية، وذلك من خلال ما يقدم في الإعلام النوعي من مضامين، سواء كان ذلك من خلال البرامج أو الأعمال الدرامية والتي بدورها تجد طريقا أسرع إلى المشاهدين.
 - 2- أن الإعلام النوعي يدعم مبادئ التنمية بكافة جوانبها داخل المجتمع، سواء كانت تنمية بشرية أو اقتصادية، بالنسبة للأولى فيتم من خلال دعم القيم والأخلاقيات ونشر مبادئ حب العلم وتقديس قيمة العمل، والدعوة للتخلق بالأخلاق السامية، أما التنمية الاقتصادية، فيؤكد عليها الإعلام النوعي من خلال ما يقدم من محتويات تدعم التنمية بكافة جوانبها وفي شتى مجالاتها.

- 3- تتبع أهمية الإعلام النوعي من تقديره لقيمة العلم والمتعلمين وذلك من خلال ما يقدم من برامج ومواد تساهم في شرح وتبسيط المواد الدراسية للطلبة وهو بذلك يقلل من انتشار الدروس الخصوصية بين الطلبة.
- 4- إن الإعلام النوعي يرسم ملامح واضحة ومحددة للشخصية السوية المكافحة المتعلمة ويحاول تدعيم هذه الرؤية للمشاهدين.
- 5- إن الإعلام النوعي يرتقى بالمنتج الإعلامي وهذا بدوره يحقق السيادة والريادة للإعلام النقي كسلعة ورسالة.
- 6- إن الإعلام النوعي يقوم بتقديم العديد من المواد البرمجية التي تخاطب كل الفئات سواء كانت خاصة بالشباب أو الأطفال أو المرأة أو المسن أو المعوق وهي بذلك تحقق نوعاً من الترابط بين الجماهير ووسائل الإعلام النوعي.
- 7- الإعلام النوعي يستضيف العديد من العلماء والأدباء والمفكرين ليدلوا بدلوهم حيال القضايا والأحداث المختلفة وبذلك يساهم في تقديم رؤية واضحة علمية للجماهير حيال ما يدور حولهم من أحداث.
- 8- إن الإعلام النوعي يدعم العادات والتقاليد الشرقية والعربية ويساهم في الحفاظ على التراث الإنساني الأصيل.
- 9- إن الإعلام النوعي يفلتر المواد الإعلامية النوعية المقدمة من كل المصادر وينتقى منها ما يتناسب مع طبيعة المجتمع الذي يقدم إليه.
- 10- إن الإعلام النوعي يحافظ على الهوية الإسلامية والعربية للمشاهدين من خلال البرامج الدينية التي تنمى الثقافة الدينية للمشاهدين وتعمل على دمج الدين بالحياة بعيداً عن التطرف أو التعتن.
- 11- توفير الوقت والجهد والمال المبذول في العملية التربوية والتعليمية والصحية والتدريبية بالطريقة التقليدية من خلال المؤسسات ذات الجدران.

خصائص الإعلام النوعي :

شهد الإعلام في السنوات الأخيرة ثورة إعلامية واسعة النطاق، وأطلق العنان للعديد من التطورات التكنولوجية سواء كان في حقل الإعلام النوعي أو الاتصال، كما أعطى فرصة لاتساع الخيال لدى الإنسان ووسع مداركه من المحدود إلى اللامحدود سواء فيما يتعلق بشكل الاتصال أو مضمون الاتصال .

وبالرغم من اختلاف النظم السياسية والاقتصادية فإن المشاهد حتما يدفع ثمن مشاهدته لبرامج الإعلام النوعي خاصة في الدول الرأسمالية كأمریکا بعد أن أصبح التلفزيون الوسيلة التعليمية الأولى لها، حيث إن المشاهد لا يدفع من ماله مباشرة ولكن في الحقيقة أن المعلن يدفع تكاليف هذه البرامج عن طريق الإعلانات مدفوعة الثمن، أو البرامج المدعومة من اتجاه آخر حيث يحصل المعلن على تكاليف إعلاناته بأشكال مختلفة، إذاً فالمشترى يدفع ثمن الترفيه الذي يصله عن طريق

الإعلام النوعي، غير أن المبلغ الذي يدفعه بالتحديد غير معروف، حتى أنه لا يعرف أن يدفع ثمن الإعلانات من جيبه. طبقاً لرأى الدكتور إبراهيم إمام.

تساءل البعض عن إمكانية الجمع ما بين الميديا والمواطنة، وكان الجواب إيجابياً إذ أن وسائل الإعلام النوعي لا يمكنها التغاضي عن فكرة السوق والربح بسبب ارتئانها إلى إيرادات الإعلان مع الحفاظ على المواطنة.

وهي تخاطب الأفراد المتنوعين في أذواقهم وميولهم أكثر مما هي تخاطب الجمهور، من هنا يمكن للمرء أن يفكر بأن من مصلحة الإعلام النوعي الحفاظ على الفردانية وتنميتها أكثر منها تكوين مواطنين مجتمعين على ممارسات معينة. ومع ذلك فلا يمكن عدم الأخذ بالاعتبار الدور الكبير الذي يلعب كل من الإعلام النوعي في تدعيم بعض مقومات التربية الدينية وفي تغيير وجهة بعضها الآخر.

مميزات الإعلام النوعي:

1-التقارب الجغرافي بين الدول المختلفة :

إن الإعلام النوعي دوره ليس ترفيهياً فقط، ولكنه ينفرد بالتميز الساحق في نقل الأحداث مباشرة فور وقوعها، ومثال ذلك أنه في الليلة الواقعة ما بين 20 و 21 يوليو سنة 1969 نزل رجالن من طاقم مركبة الفضاء " أبوللو " الحادية عشر لأول مرة على سطح القمر، وقد تابع هذا المشهد على شاشة الإعلام النوعي تسع من كل عشرة عائلات أمريكية، وأكثر من خمسمائة مليون مشاهد في جميع أنحاء العالم، وكان كل واحد منهم يشعر بأن هذا الحدث خاص به هو شخصياً، وأن نظرات الجمهور الموجهة في آن واحد إلى نفس الصورة لا تقل أهمية عن عملية استكشاف الفضاء نفسها، حتى أصبح سكان الأرض جميعهم يشعرون بشعور واحد ويبادلون بعضهم البعض الإعجاب، حتى تحولت الفكرة الأرضية بفعل الإعلام النوعي إلى قرية عالمية كما تنبأ بذلك مارشال مالكوهان.

2-الاعتماد على الصورة النقية:

من طبيعة الإعلام النوعي أن تحتل الصورة المقام الأول قبل الصوت، فالصورة هي العنصر الأول والمنطلق الأساسي للعمل الإعلام النوعي لأن الأصل في الإعلام النوعي هو المرئيات وليس معنى ذلك أن الصوت ليس مهم في الإنتاج بل له أهميته القصوى إذ يعتبر من عناصر الإنتاج ويأتي في الدرجة الثانية لأن الصورة أساس الإعلام النوعي وأساس طبيعته فيأتي الصوت مصاحباً للصورة ليشرح ويفسر ويوضح مضمون ومغذى الصورة وقد يكون الصوت حواراً مسموعاً أو تعليقاً أو موسيقى تصويرية أو مؤثرات صوتية.

3-سرعة نقل الأحداث :

يتمتع الإعلام النوعي بالقدرة على نقل الصوت والصورة من مكان إلى مكان آخر، وذلك بواسطة عدة أجهزة إلكترونية، وتأخذ شكل موجات كهرومغناطيسية.

فلا يمكن أن ينسى 96% من جميع اللذين يمتلكون أجهزة تليفزيون في بيوتهم حادث اغتيال الرئيس الأمريكي " جون كيندي " وجنازته بين عصر يوم الجمعة 22 من نوفمبر ويوم الاثنين 25 نوفمبر سنة 1963، وفي السبعينيات شاهد ما يزيد على مائة مليون أمريكي على الهواء مباشرة التحقيقات التي أجريت في الفضائح المرتبطة بقضية " ووترجيت " والتي قدم بسببها الرئيس الأمريكي نيكسون استقالته، وحديثاً لا يمكن لأي عين رأت تفجيرات 11 سبتمبر أن تنسى، منظر الطائرات وهي تخرق المباني الأمريكية الشاهقة مخلفة آلاف الضحايا .

وبهذه الخاصية تميز الإعلام النوعي بأثره الواضح على حياة الشعوب والأفراد حتى بات حدثاً اجتماعياً هاماً له خطورته في عالمنا المعاصر. ومن أهم خصائص ومميزات وسائل الإعلام النوعي.

4- قدرته على جمع شمل الأسرة :

حول شاشات التلفزيون، مثلاً، ليطوف بهم في كل مكان، ويقدم لهم المشاهد المتكاملة في منازلهم دون تعب أو عناء معتمداً في ذلك على الصورة والحركة واللون والصوت، حتى أصبح العالم على اتساعه قرية صغيرة أو قرية زجاجية صغيرة يشاهد بعضها الآخر .

5- المساهمة في التعليم والتنشئة والتثقيف:

فمثلاً للتلفزيون النوعي دوره المهم في التعليم والتنشئة الاجتماعية والتنمية الوطنية لو أحسن استغلاله، فإن له من السطوة والسلطان ما يجعل جميع أفراد الأسرة على اختلاف ثقافتهم وتباين أعمارهم يلتفون حوله الساعات الطوال. وكل واحد منهم ينظر إليه نظرة من لا يعلم إلى من يعلم. وللتدليل على أهمية دور الإعلام النوعي في التعليم والتنشئة الاجتماعية نذكر مقولة "شارل ديغول" الرئيس الفرنسي الأسبق " أعطني هذه الشاشة الصغيرة وأنا أغير الشعب الفرنسي" حسبما قال الأستاذان خليل صابات وجمال عبد العظيم.

حيث إن التلفزيون والإذاعة النوعية يمكن أن يقدمنا نماذج حول حل المشكلات وكيفية تعاطي المواطنين مع القضايا التي تواجههم وخصوصاً في البرامج التي تعطي الفرصة للناس لعرض المشكلة ومساعدتهم على الوصول إلى حل.

إن تعميم ثقافة القانون والتقريب في المسافة ما بين المواطنين والقائمين على تطبيق القانون يساعد كثيراً على التربية على المواطنة. ولا شك بأن المواطن يشعر بالقوة حينما يتيقن من وجود تلفزيون إلى جانبه عند الضرورة يستطيع من خلالهما مخاطبة الرأي العام ، وذلك وفقاً لرأى الأستاذ يوسف مرزوق.

ونزيد على ذلك بأن كاميرا التلفزيون النوعي لها العديد من الإمكانيات حيث إنها تمتلك القدرة على تحديد ما يراد تقديمه بواسطتها، وذلك بواسطة لقطات متعددة الأحجام، وهذا بدوره يعطي فرصة واسعة لتقديم العديد من الانفعالات الواضحة، وبذلك يتمتع المشاهد بوجهات نظر مختلفة بواسطة وضوح الصورة وتمتعها بالقدرة على جذب الانتباه، إضافة إلى قدرتها على نقل ما يسمى الحركة المطلقة وعرض القصص بشكل فني ملون، كل تلك المميزات سهلت للتلفزيون أن يصبح وسيلة مهمة للثقافة والتوعية إضافة إلى كونه وسيلة مهمة للتسلية والترفيه.

6- نشر الثقافة القانونية :

يلاحظ حالياً تزايد توجه التلفزيون والإذاعة النوعية نحو البرامج الحوارية ذات الطابع السياسي عموماً والتي يمكن للأفراد أن يتعرفوا من خلالها على بعض جوانب الشأن العام في بلادهم، ولكن يصعب إدراج مثل هذه البرامج في عداد التربية المدنية ذلك أن هذه البرامج نفسها لا تخلو من وجهة نظر سياسة فئوية وليس همها محاكمة ما يجري من فساد على ضوء القانون العام. بل على ضوء ما ترى الوسيلة الإعلام النوعية أنه مناسب، ولكن هي في النهاية تعرض وجهة نظر حيال الفساد، وبالتالي تعطي فرصة للمشاهد للتعمق في تفاصيل القضية المطروحة، ومعرفة الحل القانوني له، وتنمية إحساسه بأن هناك رقيباً يمكن يواجهه أي فساد مهما علا وتجرس.

7- القدرة على الشرح والتفسير من خلال الرسومات والصور:

من أهم ما يميز الإعلام النوعي كما سبق الإشارة أنه يعتمد بشكل أساسي على خاصية النقل الحي للأحداث الذي يشمل الصوت والصورة، وذلك له أهمية بالغة حيث إنه أحد أهم عوامل جذب انتباه المشاهد، إضافة إلى القدرة التعبيرية الهائلة التي يتميز بها النقل الحي الكامل التفاصيل للأحداث الخاصة في ظل المعرفة المسبقة بأن الرؤية أساس قوى لإقناع الفرد Seeing inbelieving على اعتبار أن حاسة البصر إحدى أهم حواس الإنسان.

ويعتبر الإعلام النوعي من أكثر وسائل الإعلام إيضاحاً وقدرة على التفسير والتوضيح لما يتميز به من خاصية الجمع بين الصورة المقترنة والمدعمة بالصوت في مشاهد واقعية قريبة من مدارك الإنسان، لأنها تتضمن إشراك حاستي السمع والبصر اللتين عن طريقهما يحصل الفرد العادي

على معظم معارفه وخبراته، وكذلك تعتبر الصورة الحية أقوى تأثيراً من الكلمة المكتوبة أو المسموعة نظراً لاستخدام أكثر من حاسة في تلقيها.

8- استخدام الألوان :

ومن مميزات الإعلام النوعي كذلك استخدام الألوان التي تساعد في استيعاب المعلومات واستيعابها، وبالتالي يحيل الإعلام النوعي المعلومات والأفكار المجردة إلى صور حية قابلة للفهم والإدراك، وتعطى إحساساً بالألفة وتزيد من المشاركة التي يتيحها الإعلام النوعي لمشاهديه.

9- تنمية القدرة على التفكير :

إن العلاقة بين ما بين الإعلام النوعي والأخلاق كانت دوماً مثار نقاش، ووجود شرعية لأخلاقيات الإعلام النوعي تسعى إلى وضع عدد من القواعد يشير إلى حساسية هذه المسألة، خصوصاً أن من شروط العملية الإعلامية النوعية نفسها التضخيم والتغطية والمواربة. ومن بين المسائل الأخلاقية التي لا تثير الكثير من الاحتجاج اختراق الإعلام الواقع لخصوصية البشر. وذلك على الرغم من اعتراف الإعلام العام بمخالفته للأصول المدنية بالإضافة إلى برامج العنف والجنس. التي تخالف أهداف الإعلام النوعي الجديد .

وبالطبع فإن تقديم المسلسلات ذات المواضيع الاجتماعية التي تقدم نماذج معينة للسلوك الأخلاقي تساعد إلى حد ما في تعلم هذا السلوك لدى الشخص ذوي الاستعداد المسبق، لذلك تكونت لديه آلية التفكير الأخلاقي في منزله ومدرسته. ولقد دأب الإعلام النوعي خصوصاً في أول قيامه على تدبيج رسائل أخلاقية ووضع نفسه مقام المعلم أو الأب، غير أن الدراسات تشير إلى نوع من الرابط بين السلوك الأخلاقي ومشاهدة الإعلام النوعي .

10- القدرة على جذب المشاهد:

للتلفزيون النوعي فاعلية فريدة من حيث إتاحة المشاركة لمشاهديه لأنه من الوسائل التي تعتمد على حاستي السمع والبصر، لذلك فهو يستحوذ على اهتمام كامل من جانب الجماهير أكثر من الوسائل الأخرى خاصة الأطفال، والاختلاف بين التلفزيون النوعي والراديو هو اختلاف في طبيعة الاهتمام والتركيز أثناء التعرض، فالتلفزيون النوعي يتطلب انتباهاً أكبر من الراديو لأنه يحتاج إلى حاستي السمع والبصر، فلا يستطيع المشاهد أن يفعل شيئاً آخر وهو يشاهد التلفزيون النوعي، وهو يندمج تماماً في المشاهدة لأن مضمون التلفزيون النوعي محدد، وليس مضموناً مجرداً، فالمشاهد يشاهد ويسمع بينما مستمع الراديو يتيح الفرصة لخياله للانطلاق، ولهذا فإن التلفزيون النوعي أكثر قوة في جذب المشاهدين وقتاً أطول ويحتاج إلى انتباه أكثر.

11- التأثير في المشاهد :

يرى الدكتور محمد عوض إن عملية التأثير على الرأي العام كانت من أوائل العمليات المصاحبة للعمل الإعلام العام، ويفضل بعض الباحثين التكلم عن محور التفكير النقدي من قبل الإعلام العام وليس تدعيمه وخصوصاً عندما تكون الوسيلة الإعلامية مرتبطة للإعلان الذي يقوم على فكرة التلاعب الذهني نفسه، ويمكن القول بدون تردد إن تنمية مهارات المناعة ضد التلاعب الذهني ليست من أهداف الإعلام النوعي، ولكن يستخدم الصدق لإقناع الجمهور .

12- تدعيم القدرة على علاج المشكلات :

ولنأخذ التلفزيون النوعي مثلاً، وبالرغم من أن التلفزيون آخر المواليد في سلالة وسائل الاتصال من حيث النشأة إلا أنه استطاع أن يحقق تطوراً تكنولوجيا ملحوظاً، ويثير الجدل والمناقشات أكثر مما أثارت وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى عند بدء ظهورها، وما كان " نيوكولاسي جونسون " الرئيس السابق للجنة المواصلات الاتحادية في الولايات المتحدة مغالياً عندما علق على التلفزيون النوعي قائلاً: " إن كل ما تفعله، وكل ما نمثله، كل ما يشغل بالنا، إنما يتأثر بالتلفزيون " ، كما جاء في مؤلف أوين راكد.

13- تدريب المشاهد على المهارات الاجتماعية :

تشكل ثقافة الإعلام النوعي بذاتها مؤشراً جيداً في الانفتاح على الآخرين والتعلم من تجاربهم، فالبرامج الأجنبية الدرامية والفنية تلك التي تستضيف أشخاصاً من ثقافات أخرى أو تعرض لتجارب شخصية في مجتمعات مختلفة ، تشكل كلها مناسبات هامة للتفاعل، وبالتأكيد كلما كانت البرامج المعروضة مقدمة على قاعدة الاحترام، قربها ذلك أكثر من المتلقين.

بل إن عالماً من علماء التاريخ الأمريكي.. هو " دنيال بورستن " استخدم عبارة شديدة الحدة في وصف التلفزيون، في حياة الأمة الأمريكية فقال: " إن التلفزيون إدمان لا يقارن إلا بالحياة نفسها".

ومضى هذا العالم يشرح رأيه فقال : " وإذا كان جهاز التلفزيون مغلقاً، بدأ الأمريكيون يشعرون بأن قد فاتهم ما يحدث فعلاً وحقاً.. وإذا كان من البداية أنه خير للمرء أن يكون حياً من أن يكون ميتاً، فقد صار من البداية أنه خير للمرء أن يكون حياً من أن يكون ميتاً، فقد صار من البداية أن خيراً للمرء أن يشاهد شيئاً من ألا يشاهد شيئاً".

14-تعليم المشاهد التخطيط للمستقبل :

إن إشراك المواطنين في عمليات التفكير بالشأن العام في البرامج الحوارية ذات الطابع العام. من قبيل تطبيق القوانين أو مناقشة قضايا لها علاقة بتغير الحكم تشعر المواطنين بأنهم مشاركون في ما يصاغ وليس الأمر مفروضاً عليهم، وشعور المواطن بأنه جزء مما يجري ينمى لديه الإحساس بالمسؤولية والتمسك بالصياغات الجماعية التي تنتج في إدارة شؤون المجتمع.

ويأتي ذلك من خلال عرض البرامج الإخبارية والتي تتوجه إلى السمع والبصر معاً بعرضهما الوثائق التي تنقل مباشرة صور الأحداث وقد تم التوصل إلى أن 80% من مشاهدي الأفلام الإخبارية راضون عنها، ولكن 20% فقط هم الذين يستفيدون منها أو يحصلون منها على معلومات. لذا فإن الفيلم الإخباري يجب أن لا يركز فقط على الحركة، ويقدم تتابعا سريعاً من ألقطات ترضى العين ولا تتفق مع مضمون النص المصاحب للفيلم، بل لابد أن تحكي صورة الفيلم الإخباري ما يقوله الناس ويجب أن يهتم المسؤولون ليس فقط بالأحداث السطحية بل أيضاً بالخلفيات التاريخية والسياسية والاقتصادية لكل حدث من الأحداث ليصبح لها معنى ومغزى عند المشاهد، فيتحقق للجمهور المشاهد الرضا والاستفادة معا من البرامج الإخبارية.

15-تحقيق النمو الشامل المتكامل:

إن للإعلام النوعي دوراً حيويًا ومهماً في نشر الثقافة المتكاملة، وخاصة في ظل الانفتاح الإعلامي ووجود المزيد من الأشكال البرامجية التي تعطى الفرصة لعرض المزيد من وجهات النظر المختلفة، وانطلاقاً من هذا يمكن اعتبار الإعلام النوعي أحد الأركان التي تساهم في بناء التربية للأفراد وإيجاد نوع من الترابط بينهم وبين وطنهم، خاصة في المجتمعات النامية في ظل تفشي وباء الأمية والأمية النوعية بين عدد كبير من المواطنين.

وتزداد فعالية هذا الدور في حال توافر شروط معينة وأهمها التفاعلية ما بين المتلقي والوسيلة الإعلامية النوعية، فالمعرفة لا تصبح فعالة إلا إذا ربطت بالحاجات المباشرة للمتلقين. والشرط الثاني هو تقديم نماذج مدنية صادقة وملتزمة بقيم المشاركة والالتزام لا أن تقوم هذه التربية على التلقين والوقاية.

وليست توجيه المواطن صفة فطرية في الفرد وإنما يجري تعلمها في مختلف تجارب الحياة. ووسائل الإعلام النوعي اليوم تنافس الأهل والمعلمين في أدوارهم المختلفة وفي أحيان كثيرة تتفوق عليهم لذا فالمطلوب من هذه الوسائل توسيع أفق دورها. وإذا كان الربح التجاري أمراً لا يمكن التغاضي عنه فإنه ينبغي على العاملين في الإعلام النوعي التحسس بالدور الكبير المنتظر منه المطلوب التحول من النظر إلى المتلقي كمستهلك فحسب إلى التفاعل معه كمواطن حر ومسئول .

16- تنمية قيم الولاء والانتماء:

وهذا يقودنا بدوره إلى تحديد دور الإعلام النوعي في عملية التنمية السياسية. فالإعلام النوعي بحكم طبيعته وتأثيره القوي على المشاهد فهو يعتبر من المصادر الأساسية التي يحصل منها الفرد على معلوماته السياسية، وإدراك الموضوعات السياسية، ويلعب دوراً في عملية التوعية السياسية وله القدرة على توسيع الآفاق وتركيز الانتباه على المشكلات السياسية، كما أنه يسهم في زيادة ألوان الطموح الشخصي وخلق المناخ الإعلامي الذي تثار فيه عملية التنمية.

وكل هذا من جانب - ومن جانب آخر فإن الإعلام النوعي يستخدم كقناة للتعبير السياسي ونشر آراء وأفكار القابضين على السلطة والتأثير على الجمهور لتشكيل الرأي العام وفق الهدف المطلوب، وبالتالي من خلال تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات والحقائق، ولذلك فإن الإعلام النوعي يساعد على تكوين رأى عام صائب.

إذن وطبقاً لما سبق فترى الدكتور جيهان رشتي، أن التلفزيون وفي إطار رسالته فإنه يقوم بخلق شعور بالانتماء للوطن، وهذا الشعور كفيل بتحويل الاهتمام من المجال المحلي إلى الاهتمامات القومية، وذلك عن طريق ما ينشره من قيم ثقافية وفكرية وحضارية. ويمكن للنظم السياسية خاصة الديمقراطية أن تجعل من التلفزيون قناة لتقديم الحلول المقترحة لتصفية الصراع السياسي بين الأطراف المختلفة والانتهاز إلى التوافق وظهور القرار السياسي الموحد الذي يمثل وجهة نظر الأطراف المتصارعة جميعها أو رأى الأغلبية، كما أن التلفزيون ووفقاً لدوره في المجال السياسي فإنه يقوم بدور هام في عملية التنشئة السياسية، ونقل قرارات الصفوة السياسية إلى الجماهير، ونقل رد فعل الجماهير إلى الصفوة وهذا بدوره يؤكد قيم الثقافة السياسية السائدة ودفع الجماهير للاهتمام بالشئون السياسية وخطط التنمية.

ومن الملاحظ أن وظائف وإمكانيات الإعلام النوعي لا تقتصر على الحقل السياسي، بل من الممكن أن تتطرق وتتشعب إلى طرق أخرى، فله القدرة على الإعلام أو الأخبار والتوجيه والتنقيف والتعليم والتحذير.

17- الدعوة إلى الفضيلة :

ويقوم الإعلام النوعي كغيره من وسائل الاتصال الجماهيري بوظيفة الدعوة والتي تتجه إلى العقل في إعلانه عن المبادئ السامية والتعبير عن العقائد والأفكار، ولذلك ارتبط مفهومها بالحقائق الدينية والأفكار الإصلاحية التي تتجاوز مجرد تغير اتجاه إلى التمسك بهذه الحقائق واعتبارها مرشداً للسلوك الإنساني ودليلاً لتقويمه . وتلك من صميم خصائص الإعلام النوعي في المجتمعات النامية خاصة الإسلامية منها لأن أجهزة الإعلام النوعي في تلك البلدان تعتبر أجهزة لها خصوصيتها ودورها المتميز في تحول الدعوة للعقائد والأفكار والمبادئ السامية.

18- قدرة الإعلام النوعي على الدعاية :

ويقوم الإعلام النوعي كغيره من وسائل الاتصال الجماهيري بوظيفة الدعاية وهي وظيفة تبلورت من خلال استخدام وسائل الإعلام النوعي في تحقيقها خلال الفترة بين الحربين العالميتين وما بعدهما خلال الحرب الباردة، وتستهدف الدعاية استمالة الجماهير إلى الأهداف أو الاتجاهات أو الآراء بصدق بشكل.

حيث يعرف جوزف كوبلز بأنها ليس للدعاية طريقة أساسية ، وأن لها هدفاً وهو إخضاع الجمهور، وتعد كل الوسائل التي تخدم هذا الهدف وسائل جيدة.

وهذا بدوره يعطى لوسائل الإعلام النوعي الخصائص الآتية :

- يختص الإعلام النوعي بتناوله للتخصصات مثل القنوات الدينية والثقافية والرياضية والتعليمية والإخبارية والصحية والفنية.
- أنه أقرب وسيلة للاتصال الموجه فهو يجمع بين الرؤية والصوت والحركة واللون، بل يتفوق على الاتصال الموجه في أنه تكبير الأشياء الثابتة.

- يقدم الإعلام النوعي المادة التليفزيونية النوعية فور حدوثها، بحيث لا تمر فترة زمنية بين وقوع الحدث وتقديمه.
- يعرض الإعلام النوعي كوسيلة للإعلان كل كلمة في النسخة الإعلانية بصدق، ويسمح بأساليب متعددة للتقديم.
- الإعلام النوعي وسيلة قوية يمكن بواسطتها الوصول إلى جميع المواطنين.

التكامل بين علوم الإعلام النوعي والعلوم الإنسانية الأخرى :

يوجد تكامل بين علوم الإعلام النوعي وغيرها من العلوم الأخرى حيث إنه علم أصبح موسوعة مستقلة بذاتها ورغم ذلك يوجد ترابط بين علوم الإعلام النوعي والعلوم الأخرى ومنها.

- علاقة بالإعلام العام.
- علاقة بالتربية والتعليم.
- علاقة بعلم النفس .
- علاقة بعلم الاجتماع.
- علاقة بالخدمة الاجتماعية.
- علاقة بالأديان السماوية.

أولاً: التكامل بين الإعلام النوعي بالإعلام العام :

يعرف الإعلام النوعي بأنه (النقل الحر والموضوعي للأخبار والمعلومات بإحدى وسائل الإعلام النوعي. أو أنه نقل الأخبار والوقائع بصورة صحيحة).

ويعد الإعلام النوعي بصفة عامة منهجاً وعملية تقوم على هدف التنوير والتثقيف والتعليم والإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تخاطب عقول الأفراد لترفع من مستواهم وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة.

ويرى إبراهيم إمام أن الخبر هو نشر الأخبار والمعلومات والأداء على الجماهير، فالإعلام العام يساهم في خدمة الإعلام النوعي بما يقدمه من معلومات وأخبار عن الحقائق والوقائع وبذلك تساهم هذه المعلومات الصادقة في التثقيف والتنوير. كما استفاد الإعلام النوعي من نظريات ومفاهيم وخصائص ونتائج وتوصيات بحوث الإعلام العام.

ثانياً: التكامل بين الإعلام النوعي والتربية والتعليم:

تبرز أهمية الإعلام النوعي في مجال تعليم الكبار من الحاجة المستمرة لتحديد المعارف المهنية لمواكبة التطورات العلمية التي تزداد كل يوم في كل التخصصات وحاجة الكبار لمتابعة هذه التطورات. من خلال القنوات والإذاعات والصحف التعليمية ، كما أن تعليم الكبار له دور هام في مساعدة الأطفال الذين تركوا الدراسة إذا رغبوا في العودة في مرحلة تالية.

ثالثاً: التكامل بين الإعلام النوعي وعلم النفس:

هناك علاقة وثيقة بين كلا العلمين حيث يساهم علم النفس وخاصة علم نفس النمو في معرفة مطالب النمو ومعايرة التي يرجع إليها في تقييم نمو الطالب. حيث يهتم علم النفس بالدافعية وموضوعات، مثل الذكاء والقدرات وهذا يفيد الإعلام النوعي لتركيزه على الجوانب المرتبطة بالذكاء والقدرات لدى الطلاب. فكل من الإعلام النوعي وعلم النفس يهدف إلى هدف أساسي هو التعليم.

رابعاً : التكامل بين الإعلام النوعي وعلم الاجتماع :

يعتبر علم الاجتماع أحد العلوم الأساسية فيما يتعلق بالقيم والتقاليد والمعايير الاجتماعية والتنشئة الاجتماعية فعلم الاجتماع يجتمع فروعها المختلفة (ثقافي - ديني - جنائي....) فيمكن أن يستفيد منها الإعلام النوعي وذلك من خلال التعرف على السلوك الاجتماعي للطلاب والتعرف على الجماعة وديناميتها وبنائها.

- التعرف على العلاقات الاجتماعية بين أفرادها.
- طبيعة التفاعل الاجتماعي ودمج الطلاب في خبرة الحياة الواقعية.
- تنمية المهارات الفنية المختلفة لدى أعضاء الجماعة سواء كانت جماعة (إذاعة - صحافة - مكتبة).

خامساً : التكامل بين الإعلام النوعي بالخدمة الاجتماعية :

- يمكن أن تسهم الخدمة الاجتماعية في خدمة الإعلام النوعي وذلك من خلال:
- التعرف على مداخل التدخل المهني مع الأفراد أو الجماعات أو المجتمعات التي يتعاملون معها.
- إجراء البحوث التقييمية.
- تصميم برامج الدعاية الاجتماعية.
- دراسة المشكلات التي يعاني منها المجتمع.
- توفير الخدمات التي تساعد أفراد المجتمع ليصبحوا أكثر قدرة على التحكم في شؤونهم الذاتية والاجتماعية فكل من العلمين يهدف إلى خدمة الإنسان والسعي إلى مواجهة مشكلاته، وذلك من تكامل الإعلام النوعي مع الخدمة الاجتماعية في تقديم النماذج الملائمة للمستوى الاجتماعي والاقتصادي لأفراد المجتمع والتعرف على أسباب هذه المشكلات ووضع الخطط الملائمة التي تؤدي في النهاية إلى حل هذه المشكلات والمواجهة الفعالة لها. فالإعلام النوعي بكل ما لديه من أدوات ووسائل سمعية - بصرية - يمكن أن يكون أداة فعالة لمواجهة المشكلات التي يعاني منها المجتمع.

العوامل التي أدت إلى ظهور علم الإعلام النوعي:

1- تصادم الحضارات:

في عالمنا هذا تتحدد القيم الإنسانية بينما تختلف العادات والتقاليد الاجتماعية وتتفق الحضارات تارة وتتصادم تارة أخرى ويرجع ذلك إلى اختلاف الوازع الديني فالذين يتمسكون بالرسالات السماوية عن يقين وحق، لن يضلوا أبداً ولكن جميع المشكلات تأتي ممن يحرفون تعاليم السماء أو يتطرفون في تفسيرها وفقاً لتحقيق مصالحهم الشخصية من منافع سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية على حساب الرسالات السماوية وتطورت وسائل الاتصال والتي جمعت بين الدولة والمجتمعات حتى أصبح العالم أشبه بقرية إلكترونية صغيرة يمكن التنقل من مكان إلى آخر في وقت قليل.

2- المتغيرات العالمية:

وقد طرأت مستجدات على المجتمع منها: انهيار المعسكر الشيوعي وتفكك الاتحاد السوفيتي إلى دوليات صغيرة، وظهور الولايات المتحدة الأمريكية باعتبارها أكبر قوة عسكرية في العالم، وزيادة الصراع الفلسطيني - الإسرائيلي، والحرب العراقية - الإيرانية، والغزو العراقي للكويت، والحرب الأمريكية - الأفغانية، وغزو دول التحالف للعراق، وظهور الاتحاد الأوروبي كقوة اقتصادية وسياسية موحدة، والتقدم الصناعي لليابان والصين وكوريا الجنوبية والشمالية، وإنشاء مجلس التعاون الخليجي، وزيادة أعداد السكان، وزيادة الطلب على المياه الصالحة للشرب والري، وحاجة المجتمع إلى الغذاء النقي السليم، وزيادة الطلب على التعليم والتقدم الهائل في المخترعات العلمية الحديثة،

واكتشاف الخريطة الجينية للإنسان، واكتشاف مقاييس علمية جديدة، وتعرض المجتمعات إلى كوارث طبيعية مثل الزلازل والرياح والفيضانات، وانتشار حيوانات وحشرات ضارة بالإنسان، والثورة التكنولوجية، وانتشار الإنسان الآلي، وحرية التجارة العالمية بعد اتفاقية الجات، واستخدامات بعض الدول للطاقة النووية في مجال السلم والحرب وانتشار الإرهاب وزيادة المشكلات الأسرية.

3- نظام التعليم في الدول النامية:

أصبح التعليم يحتاج إلى ميزانية كبيرة نظراً لتطور نظم التعليم في العالم الأمر الذي يشكل عبئاً اقتصادياً كبيراً على ميزانية الدولة ، وكان من الواجب أن نفكر في طريقة جديدة ومتطورة للتعليم ، أهم خصائصها أن تكون قليلة التكاليف وتوفر الوقت والجهد والمال للمتعلم وتقدم تعليمًا يتماشى مع التقدم الهائل في نظم التعليم العالمية وخاصة أن التعليم هو أساس التنمية في أي مجتمع والتنافس والصراع العالمي الآن في التعليم بعد أن أصبحت قضية تطوير التعليم قضية أمن قومي .

كما أن النظام التعليمي في الدول النامية والذي يركز على التعليم النظامي من خلال المؤسسات ذات الجدران المدرسة، والمعهد، والجامعة يسير بسرعة بطيئة جداً لا تتناسب مع سرعة التطوير الكبيرة التي تسير بها جميع دول العالم المتقدم في مجال التعليم بالإضافة إلى التكلفة المالية الكبيرة التي تحتاجها مؤسسات التعليم النظامي من معامل وورش والتي وصلت إلى المليارات من العملات المختلفة، فليس لنا منطلق أهم من تطوير وتوظيف التكنولوجيا في تحقيق التنمية حتى تساهم ركب الحضارة والتقديم العلمي الذي يليق بمكانة الدول العربية مهبط الأديان السماوية ومهد الحضارات الإنسانية في العالم والتوصل إلى أساليب وأنماط متقدمة والاستثمار الأمثل للبث الإعلامي النوعي الفضائي والتقدم التكنولوجي في تطوير نظم التعليم في هذه الدول حتى تحقق التنمية الاجتماعية للمواطن العربي ونقضى على الأمية والتخلف لبناء أمة عربية والفكر الجديد والأمل المنشود.

4- تطور وسائل الاتصال :

سهولة الاتصال بين أفراد العالم باستخدام المخترعات العلمية الحديثة أدت إلى اختلاط الثقافات بعضها ببعض رغم اختلافها في المناطق وتأثرت بعض الثقافات بالأخرى من خلال الاتصال الشخصي المباشر أو عن طريق وسائل وأجهزة الإعلام المختلفة وازدادت سرعة الاتصالات بعد استخدام الأقمار الصناعية في البث الفضائي الإعلام النوعي وكانت نتيجة لذلك تصادم الثقافات والتي نتج عنها العديد من المشكلات الاجتماعية نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

(1) مشكلة الأمية الأبجدية والوظيفية بأنواعها المتعددة.

(2) مشكلة التلوث بأنواعها (السمعي والبصري - البيئي - الاجتماعي)

(3) مشكلة التصدع الاجتماعي للأسرة.

(4) مشكلة الطلاق المبكر.

- (5) مشكلة العنوسة بين النساء والرجال.
- (6) مشكلة البطالة والبطالة المقنعة.
- (7) مشكلة الإدمان إلى تعاطي المخدرات.
- (8) مشكلة التطرف الديني.
- (9) مشكلة الإرهاب.
- (10) مشكلة البطالة.
- (11) مشكلة ضعف الوازع الديني.
- (12) مشكلات التخلف الثقافي والحضاري والتعليمي.
- (13) مشكلة الصراع والهيمنة الاستعمارية على بعض الدول.
- (14) مشكلة معدل الزيادة في عدد السكان لا يتناسب تناسباً طردياً مع معدل زيادة الموارد. في بعض الدول العربية النامية مع ظهور الظلم بين الناس
- (15) ظهور بعض الأمراض المدمرة للإنسان والحيوانات والطيور.
- (16) ظهور مشكلة السرقات الاقتصادية والأدبية والعلمية والفكرية.
- (17) مشكلة التجسس وعدم الولاء والانتماء الوطني.

وقد تسبب ظهور تلك المشكلات في انتشار الفقر والجهل والمرض، وإلى زيادة حالات الانتحار بين الأفراد، وانخفاض متوسط الدخل وتفكك النسيج الاجتماعي لبعض الأسر، وانتشار قيم اجتماعية سلبية وظهور تقاليد اجتماعية ضارة بالمجتمع، وتغيرت الخريطة السياسية والاقتصادية والاجتماعية العالمية، وأصبح المجتمع يعاني من القلق وعدم الاطمئنان على مستقبله ومستقبل الأجيال القادمة.

5- قدم نظريات الإعلام:

ظهرت نظريات الإعلام العام منذ سنوات طويلة وكانت هذه النظريات تحقق أهدافاً مجتمعية في فترة زمنية معينة من أجل الوفاء بحاجات المجتمع خلال تلك الفترة، ولو تفقدنا العلماء الذين أسسوا هذه النظريات لوجدنا أن بعضهم لا يدين بأي دين سماوي وفاقد الشيء لا يعطيه، فمن الصعب أن تقدم للإنسانية قيماً سماوية في نظرياتهم، كما أن المجتمع الإنساني تغيرت ظروفه ومتطلباته تغيراً كبيراً وسريعاً وأصبح هذه النظريات لا تتناسب مع تلك المتغيرات العالمية وبالتالي عجزت تلك النظريات عن التناغم مع المرحلة الحاضر والحد من المشكلات.

6- ظهور العلوم البيئية للوفاء بحاجة المجتمع:

ظهرت في الآونة الأخيرة العلوم البيئية مثل الهندسة الوراثية والهندسة الطبية وزراعة الأعضاء والتخصصات الجديدة والدقيقة مثل جراحة قلب الأطفال وجراحة التجميل وجراحة المناظير والعلاج بالليزر وهذه التخصصات تفي بحاجة المجتمع من التخصصات لتحقيق التنمية الشاملة المتوازنة في المجتمع. وهي تجمع بين أكثر من تخصص يحتاجه المجتمع وأرى أن مزج الإعلام النوعي بالعلوم الإنسانية الأخرى، كعلوم جديدة المجتمع في حاجة كبرى إليه.

الخلاصة :

يرى البعض أن الإعلام العام بنظرياته ووسائله المختلفة شارك بقصد أو بغير قصد في تصادم الحضارات المختلفة مثل القنوات الفضائية والصحافة الصفراء والمسرحيات المغلقة والأفلام الهابطة وأصبح المجتمع في حاجة كبيرة إلى الإتيان بعلم جديد يتلافى تلك السلبيات وتحقق التناغم من متطلبات العصر ويحيى القيم السماوية ويحصن المواطن المتلقي للرسالة الإعلامية النوعية. ويعمل على تنقية الرسائل الإعلامية النوعية من الشوائب (وما كان لله دام واتصل وما كان لغير الله انقطع وانفصل.)

عاش المؤلف د رفعت الضبع كما هو مبين من سيرته العلمية والاجتماعية والتليفزيونية فترة الحرية الإعلامية والتي شجعت على الإبداع والابتكار والعمل الذي دفعه إلى التوصل إلى التوصية التي أذن الله تعالى بها لعلم الإعلام النوعي بأن يظهر إلى عالم الوجود كعلم جديد له فلسفة وأهداف وفوائد للمجتمع.

1- الدور البحثي لمؤسس العلم : (الدكتور رفعت عارف الضبع)

التوصية باستحداث علوم الإعلام النوعي المتخصص ومنها علم الإعلام النوعي:

ومشاركة من مؤسس هذا العلم لتحقيق التنمية بالمجتمع وحمايته توصل المؤلف إلي التوصية رقم 27 داخل رسالة الماجستير التي أعدها عام 1987م ونوقشت عام 1989م بجامعة عين شمس تحت إشراف أساتذة أفاضل (باستحداث علم جديد يسمى الإعلام النوعي) يضم موسوعة الإعلام النوعي وبقية الفروع الأخرى للإعلام النوعي، وقد تم إلقاء الضوء على هذه التوصية من خلال معظم أجهزة الإعلام العربية فقد بثها التليفزيون المصري وعلقت عليها الصحف المصرية والعالمية وتناولها المتخصصون والخبراء النقاد بالتحليل وأبدا غالبيتهم التأييد التام لهذه الفكرة الجديدة والمفيدة للإنسانية باعتبارها ثورة إعلامية جديدة وظهور علوم نوعية حديثة تحصن المشاهد وتنشر القيم الإسلامية .

2- دور الأستاذ الدكتور الوزير أحمد فتحي سرور في تأسيس العلم:

عرض المؤلف التوصية على الأستاذ الدكتور/أحمد فتحي سرور أستاذ القانون بجامعة القاهرة ووزير التعليم فكرة تأسيس شعب وأقسام علمية داخل كلية التربية النوعية وقد شجع تنفيذ تلك التوصية وعرض الموضوع ضمن إنشاء كليات التربية النوعية على المجلس الأعلى للجامعات.

وقد اعتذر المجلس عن تنفيذ التوصية نظراً لعدم توافر الاعتمادات المالية وتم السعي لتطبيق فكرة إنشاء كليات التربية النوعية تضم أقساماً عملية من بينها الإعلام التربوي وتكنولوجيا التعليم والاقتصاد المنزلي والتربية الفنية والتربية الموسيقية ورياض الأطفال بالجهود الحكومية . وتم السعي لإنشاء بعض كليات التربية النوعية بالمشاركة الشعبية وبالجهود الذاتية التطوعية في التمويل كأول تجربة لإنشاء كليات للتربية النوعية بالجهود الذاتية. وقد كتب الله تعالى لهذه الفكرة النجاح الباهر وتم تأسيس العديد من كليات التربية النوعية بالجهود الذاتية. وتم إنشاء العديد من كليات للتربية النوعية تضم شعباً للصحافة والإذاعة والإعلام النوعي والمسرح وصل عددها عشرون كلية بالجهود الشعبية وتبرعت وزارة التربية والتعليم بالمقرات. وانتشرت كليات التربية النوعية في الجمهورية وتم استحداث شعب وأقسام علمية ببعض الدول العربية للإعلام النوعي ولقد حققت هذه الكليات أهدافها في توفير المتخصصين اللازمين لبرامج التنمية على مستوى المنطقة العربية.

القرآن الكريم والسنة النبوية المشرفة

الإعلام النوعي

[illegible]

الإتكية والبروتوكول والمراسم والعلاقات العامة	المسرح النوعي	السينما النوعية	التلفزيون النوعي	الخبر النوعي	الإذاعة النوعية	الصحافة النوعية
---	---------------	-----------------	---------------------	--------------	-----------------	-----------------

شكل خطي يوضح العلاقة بين القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة والتلفزيون النوعي وفروع الإعلام النوعي

مكونات الإعلام النوعي:-

يتكون الإعلام النوعي من عدة فروع وتلك الفروع أصبحت علوم بينية مستقلة تتكامل مع العلوم الإنسانية الأخرى وهذا هو الاتجاه العالمي الحديث لتحقيق تكامل العلوم والتصدي لمشكلات المجتمع وتحقيق التنمية الشاملة كما هو موضح بالرسم الكروي السابق وتشمل تلك الموسوعة على العلوم التالي :-

أولاً:- الإعلام التعليمي تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام التعليمي وهو علم يربط بين علمي التعليم والإعلام وهو عملية نقل المعلومات التعليمية الصادقة من مكان أو زمان لآخر لتحقيق التنمية ويكون من الصحافة التعليمية والتلفزيون التعليمي والسينما التعليمية والمسرح التعليمي .

ثانياً:- الإعلام البرلماني تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام البرلماني وهو أحد العلوم البينية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والبرلمان وهي عملية نقل المعلومات البرلمانية الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة البرلمانية والإذاعة البرلمانية والتلفزيون البرلماني والسينما البرلمانية والمسرح البرلماني.

ثالثاً : الإعلام الثقافي تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام الثقافي وهو أحد العلوم البينية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والثقافة وهي عملية نقل المعلومات الثقافية الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة الثقافية والإذاعة الثقافية والتلفزيون الثقافي والسينما الثقافية والمسرح الثقافي.

رابعاً:- إعلام المعوقين تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام المعوقين وهو أحد العلوم البينية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام وإعلام المعوقين وهي عملية نقل المعلومات للمعوقين الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من صحافة المعوقين وإذاعة المعوقين والتلفزيون المعوقين والسينما المعوقين والمسرح المعوقين.

خامساً: - الإعلام الإلكتروني تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام الإلكتروني وهو أحد العلوم البينية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والإعلام الإلكتروني وهو عملية نقل المعلومات الإلكترونية الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة الإلكترونية والإذاعة الإلكترونية والتلفزيون الإلكتروني والسينما الإلكترونية والمسرح الإلكتروني.

سادساً:- الإعلام الاجتماعي تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام الاجتماعي وهو أحد العلوم البينية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والاجتماع وهي عملية نقل المعلومات الاجتماعية الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة الاجتماعية والإذاعة الاجتماعية والتلفزيون الاجتماعي والسينما الاجتماعية والمسرح الاجتماعي.

سابعاً :- إعلام النساء تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام النسائي وهو أحد العلوم البينية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام وما يهم المرأة وهي عملية نقل المعلومات الصادقة التي تهم المرأة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة النسائية والإذاعة النسائية والتلفزيون النسائي والسينما النسائية والمسرح النسائي.

ثامناً :- الإعلام الرياضي تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام الرياضي وهو أحد العلوم البينية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والرياضة وهي عملية نقل المعلومات الرياضية الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة الرياضية والإذاعة الرياضية والتلفزيون الرياضي والسينما الرياضية والمسرح الرياضية.

تاسعاً :- إعلام الطفل تعريف الدكتور رفعت الضبع لإعلام الطفل وهو أحد العلوم البينية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام وما يهم الطفل وهي عملية نقل المعلومات الصادقة التي تهم الطفل من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من صحافة الأطفال وإذاعة الأطفال وتلفزيون الأطفال وسينما الأطفال ومسرح الطفل.

عاشراً:- الإعلام الصناعي تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام الصناعي وهو أحد العلوم البينية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والصناعة وهي عملية نقل المعلومات الصناعية

الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة الصناعية والإذاعة الصناعية والتلفزيون الصناعي والسينما الصناعية والمسرح الصناعي.

الحادي عشر:- إعلام المسن تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام المسن وهو أحد العلوم البيئية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام وما يهم المسن وهي عملية نقل المعلومات الصادقة التي تهم المسن من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من صحافة المسنة وإذاعة المسنة وتلفزيون المسن والسينما المسن ومسرح المسن.

الثاني عشر:- الإعلام البيئي تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام البيئي وهو أحد العلوم البيئية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والبيئة وهي عملية نقل المعلومات البيئية الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة البيئية والإذاعة البيئية والتلفزيون البيئي والسينما البيئية والمسرح البيئي.

الثالث عشر:- الإعلام الأمني تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام الأمني وهو أحد العلوم البيئية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والإعلام الأمني وهي عملية نقل المعلومات الأمنية الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة الأمنية والإذاعة الأمنية والتلفزيون الأمني والسينما الأمنية والمسرح الأمني.

الرابع عشر:- الإعلام الديني تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام الديني وهو أحد العلوم البيئية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والدين وهي عملية نقل المعلومات الدينية الصادقة بالتفسير المعتدل من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة الدينية والإذاعة الدينية والتلفزيون الديني والسينما الدينية والمسرح الديني.

الخامس عشر :- الإعلام الزراعي تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام الزراعي وهو أحد العلوم البيئية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والزراعة وهي عملية نقل المعلومات الزراعية الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة الزراعية والإذاعة الزراعية والتلفزيون الزراعي والسينما الزراعية والمسرح الزراعي.

السادس عشر :- الإعلام الدبلوماسي تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام الدبلوماسي وهو أحد العلوم البيئية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والدبلوماسية وهي عملية نقل المعلومات الدبلوماسية الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة الدبلوماسية والإذاعة الدبلوماسية والتلفزيون الدبلوماسي والسينما الدبلوماسية والمسرح الدبلوماسي.

السابع عشر :- الإعلام الفني تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام الفني وهو أحد العلوم البيئية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والفن وهي عملية نقل المعلومات الفنية الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة الفنية والإذاعة الفنية والتلفزيون الفني والسينما الفنية والمسرح الفني.

الثامن عشر :- الإعلام الطبي تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام الطبي وهو أحد العلوم البيئية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والطب وهي عملية نقل المعلومات الطبية الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة الطبية والإذاعة الطبية والتلفزيون الطبي والسينما الطبية والمسرح الطبي.

التاسع عشر: الإعلام السياسي تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام السياسي وهو أحد العلوم البينية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والسياسة وهي عملية نقل المعلومات السياسية الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة السياسية والإذاعة السياسية والتلفزيون السياسي والسينما السياسية والمسرح السياسي.

العشرون :- الإعلام الاقتصادي تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام الاقتصادي وهو أحد العلوم البينية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والاقتصاد وهي عملية نقل المعلومات الاقتصادية الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة الاقتصادية والإذاعة الاقتصادية والتلفزيون الاقتصادي والسينما الاقتصادية والمسرح الاقتصادي.

الواحد والعشرون :- الإعلام التجاري تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام التجاري وهو أحد العلوم البينية والحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والتجارة وهي عملية نقل المعلومات التجارية الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة التجارية والإذاعة التجارية والتلفزيون التجاري والسينما التجارية والمسرح التجاري.

الثاني والعشرون :- الإعلام التنموي تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلام التنموي وهو أحد العلوم البينية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والتنمية وهي عملية نقل المعلومات التنموية الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة التنموية والإذاعة التنموية والتلفزيون التنموي والسينما التنموية والمسرح التنموي.

الثالث والعشرون :- الإعلان النوعي تعريف الدكتور رفعت الضبع للإعلان النوعي وهو أحد العلوم البينية الحديثة الذي يحقق التكامل بين علمي الإعلام والإعلان النوعي وهي عملية نقل المعلومات الإعلانية الصادقة من مكان وزمان لآخر لتحقيق أهداف التنمية ويتكون من الصحافة الإعلانية والإذاعة الإعلانية والتلفزيون الإعلاني والسينما الإعلانية والمسرح الإعلاني.

ملحوظة هامة

قد نجد أن تلك الفروع المكونة من ثلاثة وعشرين فرعاً هي الموسوعة العالمية الجديدة لعلوم الإعلام النوعي ينطلقون جميعاً من القرآن الكريم والأحاديث القدسية والأحاديث النبوية الشريفة والقياس والإجماع ونتائج البحوث والدراسات العلمية ويتشابهون في التعريف والفلسفة والأهداف والخصائص والأغراض وتحقيق التنمية نظراً لأنهم ينتمون إلى أب واحد وهو الإعلام النوعي لكنهم يتباينون في مجالات العمل الذي يتكامل مع العلوم الإنسانية الأخرى وهذه العلوم النوعية كانت تستخدم في السابق كمصطلحات فقط ولكن عندما أراد الله وأذن ووفق الله تعالى الدكتور رفعت الضبع في تأسيس وتأسيس تلك العلوم النوعية الجديدة المتخصصة والمتعاونة لخدمة الإنسان .

ثالثاً: تاريخ الإعلام النوعي

ارتبط تاريخ تأسيس وظهور علم الإعلام النوعي بتاريخ إنشاء كليات التربية النوعية.

وكان التوسع في إنشاء كليات تربية نوعية جديدة ورياض أطفال أمراً تفرضه الضرورة إذا أن إعداد المعلم والأخصائي يتطلب أنشطة وبرامج يحقق لمن يقومون بها القدرة على العمل والدراسة ويساعد ذلك على إنماء وتطوير العملية التعليمية. ويتطلب إعداد المعلم والأخصائي إعداداً أكاديمياً إعداداً مهنيّاً، وثقافياً، وذلك بهدف توفير المتطلبات الأساسية للطالب. فبدأت كليات التربية النوعية في إعداد نوعيات معينة من المعلمين والأخصائيين لمجالات معينة تتضمن التربية الموسيقية والتربية الفنية والاقتصاد المنزلي وتكنولوجيا التعليم، والإعلام النوعي ورياض الأطفال. وعلى الرغم من أن كليات التربية النوعية قامت على إلغاء دور المعلمين والمعلمات وشاركتها مبانها غير الملائمة وبالطبع فإن هذه المباني تخلو من المدرجات الملائمة والورش والمعامل الخاصة بالتربية الفنية والاقتصاد المنزلي والأدوات المناسبة لشعبة الموسيقى فقد تغلبت هذه الكليات على مشكلة الإمكانيات المادية مستغلة في ذلك التبرعات التي كانت تمثل عبئاً على أولياء الأمور.

تأسيس شعب وأقسام علمية للإعلام التربوي وكليات التربية النوعية بالجهود الذاتية والتي شارك في تأسيسها الدكتور رفعت الضبع

تلخصت فكرة الإنشاء في إلغاء دور المعلمين والمعلمات في مصر واستثمار مباني هذه الدور في إنشاء كليات إعداد المعلم تسمى بكليات التربية النوعية وكليات أخرى تسمى بكليات رياض الأطفال تابعة لوزارة التعليم العالي وتم بعون الله تعالى تنفيذ الفكرة على النحو التالي:

(1) بعد إغلاق مكتب تنسيق القبول بالجامعات والمعاهد العليا يتم الإعلان من خلال وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة عن فتح باب القبول تلك الكليات لجميع الناجحين بالثانوية العامة بقسميها العلمي والأدبي أو ما يعادلها. بحد أدنى 50% من مجموع درجات الثانوية العامة وما يعادلها في هذه الفترة لم تفتح الجامعات الخاصة بمصر

(2) يتم إنشاء مكتب تنسيق داخل هذه الكليات.

(3) يتم عمل اختبارات للتأكد من اللياقة الطبية واللغوية والتأكد من وجود المهارات التلفزيونية بالنسبة لشعبة الإعلام التربوي والمهارات الفنية بالنسبة لشعبتي التربية الفنية والتربية الموسيقية ومهارة استخدام الحاسب الآلي بالنسبة لشعبة تكنولوجيا التعليم ومهارات الاقتصاد المنزلي بالنسبة لشعبة الاقتصاد المنزلي. ومهارات أخرى خاصة بكليات رياض الأطفال

(4) يتم إعلان نتيجة القبول خلال الأسبوع الأول من شهر أكتوبر من العام الدراسي وتعلن الكليات عن فتح باب القبول للتبرعات من المرشحين للقبول والذين اجتازوا الاختبارات المطلوبة وكان أولياء الأمور يسارعون بالتبرعات المادية أو العينية بإحضار أساسيات لكلية وأجهزة ومعدات ومعامل للغات والحاسبات الآلية وماكينات للنسيج ومختبرات للمعامل ومقاعد ويوجد بعض شعب أنشئت بالجهود الحكومية فقط ولكن سنتناول الحديث عن الكليات التي شاركت في تأسيسها بالجهود الذاتية مضافاً إلى الجهود الحكومية كما أن شعب الإعلام لم تبدأ مع بداية افتتاح كليات التربية النوعية جميعها بل بعض كليات بدأ الدراسة بها بجميع الشعب وكليات أخرى لم تبدأ بالإعلام النوعي .

(5) مدينة أشمون التجربة الأولى للجهود الذاتية وصدر القرار باتسائها في 1989/3/24م

كلف الدكتور/أحمد فتحي سرور وزير التعليم الدكتور على الفيومي الأستاذ بجامعة عين شمس آنذاك ليصبح أول عميداً لكلية التربية النوعية بأشمون وفقاً للقرار الوزاري رقم 1168 في 1989/10/24م وشرفت. بصحبته إلي مقابلة محافظ المنوفية الأستاذ الدكتور يحي حسن في هذه الفترة والذي اصطحبنا مع مساعديه للبحث عن أفضل مقر لكلية الجديدة وتم زيارة العديد من المقار وأخيراً تم الاتفاق على أن تكون مدرسة التجارة الثانوية بأشمون هي المقر لإنشاء أول كلية للتربية النوعية بمحافظة المنوفية، وكنت أوصل العمل مع الدكتور العميد حتى وصلت ساعات العمل إلى عشرين ساعة يومياً وذلك بدون أي أجر أو

مرتّب بما في ذلك العطلات الرسمية. والشئ الجميل أن جميع قيادات المنوفية السياسيين والبرلمانيين والتنفيذيين تعاونوا معنا، علماً بأن هذه الكلية كانت آنذاك تقبل جميع أبناء المحافظات ولا تقتصر على أبناء محافظة المنوفية وتم جمع التبرعات وتجهيز المبنى وشراء مقر لإنشاء أول مدينة جامعية للطلبة بأشمون. واشترينا مساحة كبيرة من الأراضي مجاورة لكلية وتم قبول ما يقرب من ألف طالب من بين 3 آلاف طالب تقدموا للكلية الأمر الذي يوضح الإقبال الكبير على التعليم العالي بصفة عام والتعليم النوعي الجديد بصفة خاصة. وكان أغلب المقبولين في شعبة الإعلام التربوي وتم الاستعانة بالخبراء من الزملاء بأجهزة الإعلام للتدريس بشعبة الإعلام التربوي نظراً لعدم وجود متخصصين في هذا العلم الحديث وقوبلت فكرة إنشاء هذه الكلية بارتياح كبير من جهة النقاد والمسؤولين والمهتمين بالتعليم العالي الجديد في مصر، الأمر الذي شجع وزير التعليم العالي إلي تعميم الفكرة في جميع محافظات الجمهورية وذلك لسد حاجة المجتمع المصري والعربي من التخصصات النوعية الجديدة (الإعلام النوعي، تكنولوجيا التعليم، التربية الفنية والموسيقية والاقتصاد المنزلي).

محافظة الدقهلية هي الكلية الثانية (المنصورة وميت غمر ومنيه النصر) وتاريخ الإنشاء في 1990/8/11م .

وقد توجهت إلي مقابلة السيد اللواء/محمد حسين مدين محافظ الدقهلية آنذاك والذي استقبلني بالترحاب ورحب بالفكرة وعلي الفور تم عقد اجتماع للمجلس التنفيذي والمجلس الشعبي المحلي وأعضاء مجلسي الشعب والشورى وخبراء التعليم العالي والتربية والتعليم بمحافظة الدقهلية وقمت بعرض فكرة إنشاء كلية للتربية النوعية بالجهود الذاتية بمحافظة الدقهلية. وفوجئت بأن أعضاء الاجتماع رفضوا جمع التبرعات المادية والعينية لإنشاء هذه الكلية، وهنا تم التفكير على الفور في الخروج من هذا المأزق وأصدر الدكتور/أحمد فتحي سرور وزير التعليم قراراً بجعل كليات التربية النوعية كليات إقليمية وبناء على هذا القرار فإن أبناء محافظة الدقهلية لا يكون لهم مكان داخل كليات التربية النوعية. وكان معنا خبير التعليم العالي السيد/عثمان دراز والذي أصبح أمين المجلس الأعلى لكليات التربية النوعية بعد ذلك وبعد إعلان القرار الوزاري سارع أولياء الأمور ومعهم المرشحون لعضوية مجلس الشعب أثناء هذا التوقيت إلي وزير التعليم طلباً منه إنشاء كلية التربية النوعية ودعم الفكرة الأستاذ الدكتور/حسن محمد حسان أستاذي الجليل. والذي عُين أول عميد لكلية التربية النوعية بالمنصورة وتم افتتاح ثلاث كليات للتربية النوعية بمحافظة الدقهلية تمت جميعها بالجهود الذاتية وكانت كل واحدة منهم تضم شعباً وأقساماً للإعلام التربوي بها عدد من أساتذة الإعلام العام المنتدبين مع عدد من الخبراء في مجال الإعلام وعدد كبير من الدارسين وتم إنشاء مجلس أعلى يضم هذه الكليات وتم تعييني مقررًا له.

كلية التربية النوعية بطنطا أنشئت في 1989/5/25م

بالرغم من أن كلية التربية النوعية بطنطا بدأت الدراسة بها في جميع الشعب الأخرى الاقتصار المنزلي والتربية الفنية والتربية الموسيقية وأخيراً تكنولوجيا التعليم إلا أن شعب وأقسام الإعلام التربوي تأخرت في التأسيس لأسباب عديدة إلي أن أذن الله تعالى لشعبة وقسم الإعلام التربوي أن يبدأ ولكن كانت بداية بجهود حكومية دعمتها جهود محافظة الغربية وكان إقبال الدارسين على هذا الشعب كثيراً جداً ثم تضاعف بعد ذلك.

كلية التربية النوعية ببناها تاريخ إنشائها 1990/8/11م

وكانت بها شُعبة الإعلام التربوي والتي اعتمدت على التبرعات المادية من المواطنين وقبلت عدداً كبيراً جداً من الدارسين في شُعبة الإعلام التربوي واعتمدت أيضاً على الندب في عملية التدريس بالشُعبة من أستاذة الإعلام والتربية وخبراء في الإعلام والتعليم.

كلية التربية النوعية بدمياط أنشئت في 1990/8/11م
وضمت شُعب الإعلام التربوي والتربية الرياضية والاقتصاد المنزلي والتربية الفنية.

5- كلية التربية النوعية ببور سعيد أنشأت في 1990/8/11م
وضمت شُعب الإعلام التربوي والتربية الرياضية والاقتصاد المنزلي

6- كلية التربية النوعية بالزقازيق أنشئت في 1991/3/13م
وضمت شُعبة الإعلام التربوي بالإضافة إلى الأقسام التقليدية الأخرى.

7- كلية التربية النوعية بكفر الشيخ أنشئت في 1991/10/15م
وتضم شُعب وأقسام علمية للإعلام التربوي والأقسام التقليدية الأخرى .

المشكلات التي واجهت تأسيس شُعب وأقسام علمية للإعلام التربوي (كأحد روافد الإعلام النوعي المتخصص) :

- عدم وضوح مفهوم الإعلام التربوي لدى البعض.
 - غموض مستقبل العمل لخريجي شُعب الإعلام التربوي لدى البعض.
 - عدم قناعة البعض بدور الجهود الذاتية في تمويل التعليم العالي.
 - البعض من النقاد يرفض كل ما هو جديد لعدم إلمامه به ومعرفة جدواه المستقبلية.
 - ندرة المتخصصين من أستاذة الإعلام التربوي على مستوى العالم العربي.
 - قلة الخبراء في الإعلام التربوي على مستوى العالم العربي.
 - عدم توافر بعثات علمية لتخريج أعضاء هيئة التدريس في الإعلام التربوي.
 - لا يوجد ميزانيات مالية ضمن خطة الدولة لتأسيس شُعب إعلام تربوي بالجهود الحكومية فقط.
 - لا توجد مقار تناسب نوعية الدراسة بالإعلام النوعي .
- 10- افتقار الشُعب العلمية للإعلام التربوي إلى معامل ومطابع واستوديوهات وصحف لتدريب الدارسين آنذاك.**

الفصل الثاني

التوثيق الإسلامي للإعلام النوعي

- 1- المنهج القرآني
- 2- التوثيق القرآني للإعلام النوعي
- 3- بعض النظريات التي أثرت سلباً على الإنسان
- 4- مبادئ الإعلان النوعي في القرآن الكريم
- 5- خصائص الإعلام النوعي الإسلامي

تمهيد :

القرآن الكريم يعد منهجاً إعلامياً تربوياً حيث أنه إعلام رباني من أهم خصائصه : أنه يدل الناس إلى الله وعلى طريق معرفته وبهيئ النفس البشرية وأبعادها المختلفة لكي تتمثل أحوالها وسلوكها جمال وجلال الخالق سبحانه وتعالى ولأن الربانية تصور اعتقادي موحى به من الله سبحانه وتعالى ومحصور في هذا المصور لا يستخدمه غيره وعمل الإنسان هنا التلقي والإدراك والتكيف والتطبيق في الحياة البشرية ، وهو المنهج الوحيد المبرأ من نتائج الهوى الإنساني والضعف الإنساني والرغبة الإنسانية في النفع الذاتي فهو كتاب لا يأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه تنزيل من حكيم حميد، وكذلك منهج القرآن يجعل كمال الإنسان مرتبطاً بإيمانه بالله تعالى مهما كان وضعه ومهما كانت درجته أو علمه قال تعالى : (من يعمل صالحاً من ذكراً أو أنثى وهو مؤمن فلنحيينه حياة طيبة وليجزينهم أجرهم بأحسن ما كانوا يعملون).

وكذلك المنهج القرآني يقوى الصلة بين الإنسان وخالقه جل وعلا فهو يطالب المؤمن بأن يظهر في قوله وفعله آثار العقيدة فالمؤمن الحق متى اعتقد وأيقن أن خالقه قادر كانت النتيجة العملية لهذه العقيدة أن يتوكل على الله.

كذلك فإن المتلقي للإعلام القرآني يقرأ أو يسمع رسالة إلهية تدعم الحياة في القلب والحركة في الصدر واليقظة في الملكات فيكون الإنسان حياً في الظاهر وحياً في الباطن تتصل حياته الخارجية بحياته الروحية وحياته الروحية بحياته الخارجية وتتبادلان التأثير في توجيه سلوكياته ويوضحها بقلبه الطاهر في إسلام وجهه إلى الله وهو محسن فهو يعبد الله عالماً بأن الله يراه فتتم المراد فيه ظاهراً وباطناً وهذا هو مقام الإحسان أن يعبد المسلم الله تعالى كأنه يراه فإن لم يكن يراه فإن الله يراه وهذا المقام من أعلى مقامات الإيمان وبذلك يصنع الحياة بأحسن صنعة (صِبْغَةَ اللَّهِ وَمَنْ أَحْسَنُ مِنَ اللَّهِ صِبْغَةً) (سورة البقرة الآية 138) خلقنا الله وطبعنا عليها (أَلَا يَعْلَمُ مَنْ خَلَقَ وَهُوَ اللَّطِيفُ الْخَبِيرُ) (سورة الملك: 14).

وللمنهج القرآني محوران هما :

المنهج العقائدي - المنهج الأخلاقي

أولاً : المنهج العقائدي :

القرآن الكريم ملئ بالآيات التي تأمرنا بهذه القضية الأولى التي هي محور ارتكازه ألا وهي قضية الإيمان بالله جل وعلا.

قال تعالى : (أَمَّا الرَّسُولُ بِمَا أُنْزِلَ إِلَيْهِ مِنْ رَبِّهِ وَالْمُؤْمِنُونَ كُلٌّ آمَنَ بِاللَّهِ وَمَلَأَتْهُ وَكُتِبَ وَرُسُلِهِ لَا نُفَرِّقُ بَيْنَ أَحَدٍ مِنْ رُسُلِهِ) (سورة البقرة الآية 285)

وقال صلى الله عليه وسلم في حديث سيدنا جبريل عليه السلام حينما سأله ما الإيمان : (قال أن تؤمن بالله وملائكته وكتبه ورسله واليوم الآخر وأن تؤمن بالقدر خيره وشره) فهذا الحديث وهذه الآية أجابت عن سؤال يطرح وهو ما الإيمان، ما تعريف الإيمان. وهذه الإجابات في القرآن الكريم عن أسئلة عقائدية في غاية الأهمية، منها على سبيل المثال لا الحصر :

1-من الله ؟

يرد ربنا جل وعلا يقول (اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْحَيُّ الْقَيُّومُ لَا تَأْخُذُهُ سِنَّةٌ وَلَا نَوْمٌ لَهُ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ) (سورة البقرة الآية 255).

(هُوَ اللَّهُ الَّذِي لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ عَالِمُ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ هُوَ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ * هُوَ اللَّهُ الَّذِي لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْمَلِكُ الْقُدُّوسُ السَّلَامُ الْمُؤْمِنُ الْمُهِمِّنُ الْعَزِيزُ الْجَبَّارُ الْمُتَكَبِّرُ سُبْحَانَ اللَّهِ عَمَّا يُشْرِكُونَ). (سورة: الحشر 23-22)

(قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ (1) اللَّهُ الصَّمَدُ (2) لَمْ يَلِدْ وَلَمْ يُولَدْ (3) وَلَمْ يَكُنْ لَهُ كُفُوًا أَحَدٌ (4))
(سورة الإخلاص)

فأعظم منهج للتعريف بالله هو منهج القرآن الكريم – فالقرآن له أسلوبه الفذ الفريد في مخاطبة كل إنسان على ظهر الأرض بما لديه من ملكات وعقل فهو يخاطب رائد الفضاء وعالم الذرة والأمي الذي لا يقرأ ولا يكتب وساكن الصحراء والفلاح. ولهذا المنهج القرآني القويم العديد من الروافد التي من الممكن أن ينفذ إليها المسلمون سواء كان ذلك بشكل مباشر عن طريق القرآن والسنة أو بشكل غير مباشر عن طريق الالتزام بتعاليمه وقيمه التي يدعو إليها ومحاولة تدعيم هذه القيم في كافة الأجيال وبيث ذلك من خلال قنوات متعددة لعل أهمها الإعلام النوعي حيث إنه وسيط إعلامي له العديد من القيم والأخلاقيات والمبادئ التي يسعى إلى تدعيمها تجاه المشاهد الذي يتأثر بكل ما هو صالح أو طالح.

ونظراً لأهمية الإعلام النوعي كان لزاماً علينا أن نوضح التوثيق القرآني له كالاتي:
إن القرآن الكريم هو الكتاب والمنهج الواضح الذي وجد لكافة البشرية بسخاء ورقى وعظمة وشمول، ولأن القرآن هو دستور البشرية عامة وكافة المسلمين خاصة فيجب أن تسخر كافة آليات البشرية لخدمة ونشر هذا المنهج الرباني العظيم، وأن يكون هو المرجع لكافة المؤسسات الإعلام النوعية خاصة " الإعلام النوعي " وخاصة إن كان الإعلام النوعي يسعى إلى استيفاء أهدافه وقواعده من هذا المنهج القرآن وليس الأمر قاصراً على المنهج القرآني، ولكن أيضاً السنة النبوية الشريفة التي جعلت لهدى البشر وتسير كافة حياتهم فلم يترك النبي صلى الله عليه وسلم صغيرة ولا كبيرة إلا وتعرض لها وذلك في سياق حديثنا عن الإعلام النوعي كان لزاماً علينا الربط بين الإعلام النوعي كفكر جديد له قواعده وأسس التي وضعها مؤسس العلم وبين أن القرآن والسنة النبوية الشريفة كأحد أهم المنابع التي من الممكن أن نستقى منها مبادئنا وأسسنا خاصة أنها مناهج وأسس حياته جعلت لسعادة وهدى البشرية كلها.

التوثيق القرآني للإعلام النوعي

وبالنسبة للتأصيل والتوثيق القرآني للإعلام النوعي فهو يتجلى في عدة مواطن في القرآن الكريم والسنة النبوية بالنظر إليه على أنه الإعلام النوعي النقي الذي يسعى إلى بث القيم والأخلاقيات ويرتفع عن كل ما هو مغرض وخبيث، وسوف يتضح ذلك بجلاء خلال الصفحات القادمة عن طريق الربط بين مصطلح الإعلام النوعي والعديد من القيم والأخلاقيات مثل الصدق، الدقة، وعدم الافتراء على الناس الخ..

الأساليب القرآنية التي يجب أن يلتزم بها الإعلام النوعي :

- 1- اليسر والسهولة ومخاطبة كل العقول.
 - 2- الحوار بأسلوب يقدر كرامة الإنسان وحرية وعقله.
 - 3- تقدير عقل الإنسان وحرية في الاختيار، وإدانة الجمود.
- ومن هنا أمكن التوصل إلى عدة مبادئ مهمة يجب أن يلتزم بها الإعلام النوعي كأساس يتأصل عليه وهي :
- 1- الحقائق المدعمة.
 - 2- التجرد من الذاتية، والصدق والأمانة، والتعبير عن الجمهور الذي يوجه إليه الإعلام النوعي.

أهمية الإعلام النوعي في القرآن الكريم

إن الدراسات في هذا المجال تكاد تكون منعدمة، وتناولنا لهذا الموضوع غرض في أرض بكر لم تطأها الأقدام ولم يترك بصماته عليها أحد.

القائمون على الإعلام النوعي الحديث يطبقون منذ وقت طويل أحدث الأساليب النفسية للتأثير على الرأي العام، مستفيدين في ذلك من آخر منجزات ثورة الاتصال بال جماهير Masscommunication التي تتيح لهم وضع خطط إعلامية ودعائية للطفل منذ ولادته وحتى يبلغ سن العشرين ويشارك في انتخاب رئيس البلاد.

والشباب في مراحل تفتحهم الأولى فريسة نموذجية للوقوع في حبال الإعلام العام الدعائي والثقافي والسياسي. وفي تقرير عن أثر الإعلام العام على الطفل في المجتمع الأمريكي نشرته مجلة Harvard Education Review الرسمية تبين أن الإعلام العام يؤثر في سلوك الأطفال واتجاهاتهم بنسبة 85% ويقلل من تسامحهم وصبرهم وإطاعتهم للقوانين ويقوى من ميولهم للعدوان. ومن ثم فالإعلام النوعي الذي يتبع المنهج الإسلامي وسيلتنا لمجابهة هذا الطوفان الذي يهدد أجيالاً بما يحمل من خطط دعائية تؤثر على السواء لدى الطفل والراشد معاً، وتبرز هنا أهمية الإعلام النوعي الإسلامي ، وذلك لأن الإعلام العام وليد للمناهج البشرية الوضعية تلك التي على طول فترتها الزمنية بين الناس، إلا أنها لم تستطع أن توجد الإنسان الذي زكت نفسه وسمت أخلاقه واستقامت أفعاله وعلت همته أي الإنسان الصالح.

وسوف نستعرض هنا لبعض النظريات العلمية التي أثرت بالسلب على بعض القيم الإنسانية :
أ- نظرية القومية :

التي جعلت الوطنية أعلى ما في الكون والهدف الأصلي.

ب- نظرية التطور :

التي جعلت الإنسان متناسلاً من الحيوان والصورة المتطورة للفرد.

ج - نظرية الجبلة :

التي افترضت للإنسان نفس الطباع التي توجد في البهائم، وجعلت طبيعة الإنسان تتضمن الطباع الحيوانية.

د- نظرية الجنسية :

التي اعترفت بحسب الجنس وعاطفة الهوى في كل قسم من أقسام تحت الشعور.

هـ - نظرية الاشتراكية :

التي جعلت الإنسان آلة مصنوعة من المادة... حيث إن طبيعته تتغير بتغير الأحوال المادية. إنها نظريات تدميرية وكانت النتيجة فساد الإعلام العام المروج لها، فما قام على باطل فهو باطل وبذلك كان من نتائج الإعلام العام بها والدعاية التي سخرت لها أن:

- احتل الدين السياسي مكان الدين الحقيقي.
- أصبح أصل الإنسان بهيمياً بعد أن كان روحياً.
- غيرت الرقة في الطبيعة الإنسانية وتغلبت الطبيعة الحيوانية.
- حل التطور والاندفاع الجنسي محل العفة والشرف.

حطمت قسوة الاشتراكية (زجاجة الإنسان الروحية) فسار إنسان هذا العصر مخلوقاً غريباً يتبحر في مواجهة المثالية. ولذلك لجأ الإعلام النوعي إلى القرآن الكريم والأديان السماوية والسنة المحمدية والأحاديث القدسية الشريفة لكي يستقي منه مبادئه والسعي إلى:

- يدل الناس على صبغة الله.
- يهيئ النفس البشرية وأبعادها المختلفة لكي تتمثل أحوالها وسلوكها جمال وجلال الخالق سبحانه وتعالى.

- لأن " الربانية تصور اعتقادي موحى به من الله سبحانه، ومحصور في هذا المصور لا يستمد من غيره وعمل الإنسان هنا التلقي والإدراك والتكيف به وتطبيق مقتضياته في الحياة البشرية.
- إنه المنهج الوحيد المبرراً من نتائج الهوى الإنساني والضعف والرغبة الإنسانية في النفع الذاتي.
- أنه يجعل كمال الإنسان مرتبطاً بإيمانه بالله تعالى " مَنْ عَمَلَ صَالِحًا مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أَنْثَى وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّه حَيَاةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ (97) (سورة النحل 97)
- تقوية الصلة بين وجدان الإنسان والخالق جل وعلا بمطالبتة المؤمنين بأن يظهروا في أقوالهم وأفعالهم آثار العقيدة، فالمؤمن متى اعتقد أن خالقه قادر، كانت النتيجة العملية لهذه العقيدة أن يتوكل على الله. " قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ (162) لَا شَرِيكَ لَهُ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ (163) (الأنعام الآية 162-163) وهو ما نعرفه إعلامياً بوسواس القدرة الشاملة.
- صبغة الله ومن أحسن من الله صبغة ونحن له عابدون

الضبط الاجتماعي والإعلام النوعي :

إضافة إلى ما سبق فإن القرآن الكريم يساهم في تحقيق الضبط الاجتماعي وذلك من خلال الإعلام النوعي الذي يعد الضبط الاجتماعي أحد أهم أهدافه ويتم تحقيق الضبط الاجتماعي عن طريق الإقناع، وهذا يقتضى أن تكون وسائل الإعلام النوعي مدركة لوظيفتها، وأن تلمس السبل الراقية التي تؤكد احترام إنسانية الفرد وتقدير حسه الاجتماعي تقديرًا واعياً.

وكذلك الاستشهاد بما ورد بالقرآن الكريم والأديان السماوية كلها والسنة النبوية الشريفة لتأكيد ذلك.

ومن هنا يؤكد دائماً ضرورة أن تكون وسائل الإعلام النوعي مكملة لرسالة التربية والتي تتضمن تأكيد احترام قدرات الفرد، وغرس الثقة بين الإنسان وأخيه الإنسان، ذلك أن السلوك " اختياري" في بعض جوانبه. من هنا يلزم أن يكون السبيل إليه مبنياً على الإقناع بالدرجة الأولى.

وحرصاً على تحقيق الضبط الاجتماعي يسعى الإعلام النوعي إلى تحقيق عدة مبادئ يرسخ عليها

المجتمع المسلم

منها ما تؤكد عليه الآية الكريمة: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ) (سورة الحجرات:6) وبالنظر إلى الإعلام النوعي نجد أنه قائم على هذه الآية الكريمة فلا بد من وضوح المصدر الذي يتلقى عنه المؤمنون. وجاء هذا النداء ليبين للمؤمنين كيف يتلقون الأنباء وكيف يتصرفون بها ويقرر ضرورة التثبت من مصدرها ويخصص الفاسق لأنه مظنة الكذب وحتى لا يشيع الكذب بين المسلمين في كل ما ينقله أفرادها من أنباء فيقع ما يشبه الشلل في معلوماتها، فالأصل في المؤمنين أن يكونوا موقع ثقة الناس وأن تكون أنبأؤهم مصدقة وأما الفاسق فهو موضع الشك حتى يثبت خبره ، ومدلول الآية يتضمن موضع التمهيص والتثبیت من خبر الفاسق وأما الصالح فيؤخذ بخبره لأن الأصل الثقة في المسلمين جميعاً وخبر الفاسق.

الارتقاء بجميع مجالات المعرفة الإنسانية لمواكبة مسيرة الحضارة العالمية في عصر أصبح الصراع فيه بين الأمم صراعاً حضارياً وعلمياً قبل أن يكون صراعاً عسكرياً تقليدياً.

ولن يتحقق ذلك إلا من خلال السيطرة على وسائل وأساليب الاتصال الحديثة وتطويعها لخدمة الإعلام النوعي الإسلامي لتحقيق أهدافه.

خصائص الإعلام النوعي الإسلامي :

ينفرد الإعلام النوعي الإسلامي ببعض الخصائص والسمات التي لا تشاركه فيها أية وسيلة إعلامية أخرى وأهم هذه الخصائص هي : الصدق، الواقعية، المرونة، الشمولية .
أولاً : الصدق :

قال الله تعالى في كتابه الكريم " وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ " (الحج:30) فالدين الإسلامي لا يقر الكذب.

فالصدق هو منهج الإسلام في كافة أطواره، فالقرآن الكريم حق جاء بالحق من الحق سبحانه وتعالى والرسول الكريم صلى الله عليه وسلم أرسل إلى الناس بالحق مصداقاً لما بين يديه في سابق الرسالات الإلهية.

وفي آية أخرى نهى القرآن الكريم عن الكذب ولعن الله الكاذبين كما في سورة النحل: (إِنَّ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ لَا يَهْدِيهِمُ اللَّهُ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ (104) إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ) (سورة النحل الآية 104، 105)
وفي الحديث الشريف: "آية المنافق ثلاث: إذا حدث كذب وإذا وعد أخلف وإذا أؤتمن خان".
ويتمثل الصدق في ثلاث مجالات هي :

(أ) صدق الإعلام النوعي. (ب) صدق الكلمة. (ج) صدق الحكم.

باب الصدق :

قال الله تعالى : (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ (119)) (سورة التوبة الآية 119)

وقال تعالى : (وَالصَّادِقِينَ وَالصَّادِقَاتِ) (سورة الأحزاب الآية 35) وقال تعالى : (فَلَوْ صَدَقُوا اللَّهَ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ (21)) (سورة محمد 21)

الشرح :

الصدق : معناه مطابقة الإعلام النوعي الواقع، هذا في الأصل. ويكون في الإخبار فإذا أخبرت بشيء وكان خبرك مطابقاً للواقع قيل إنه صدق مثل أن تقول عن هذا اليوم: اليوم يوم الأحد فهذا خبر صدق، وإذا قلت : اليوم يوم الاثنين فهذا خبر كذب.

فالإعلام النوعي إن وافق الواقع فصدق وإلا فكذب. وكما يكون الصدق في الأقوال فهو في الأفعال وهو أن يكون الإنسان باطنه موافقاً لظاهره بحيث إذا عمل عملاً يكون موفقاً لما في قلبه. فالمرائي مثلاً ليس بصادق لأنه يظهر للناس بأنه من العابدين وليس كذلك والمشارك مع الله ليس بصادق لأنه يظهر بأنه موحد وليس كذلك.

والمنافق ليس بصادق لأنه يظهر الإيمان وليس بمؤمن. والمبتدع ليس بصادق لأنه يظهر الاتباع للرسول عليه الصلاة والسلام وليس بمتبع.

المهم أن الصدق مطابقة الإعلام النوعي للواقع وهو من سمات المؤمنين وهو أيضاً أحد أهم المبادئ التي يقوم عليها الإعلام النوعي.

ثم ذكر آيات في ذلك. فقال : وقول الله تعالى : (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ (119)) (سورة التوبة 119) هذه الآية نزلت بعد ذكر قصة الثلاثة الذين خلفوا عن غزوة تبوك ومنهم كعب بن مالك الذي سنذكر حديثه إن شاء الله.

كان هؤلاء الثلاثة حين رجع النبي صلى الله عليه وسلم من غزوة تبوك، وكانوا قد تخلفوا عنها بلا عذر وأخبروا الرسول عليه الصلاة والسلام بأنهم لا عذر لهم فخلفهم أي : تركهم.

فمعنى : (وعلى الثلاثة الذين خلفوا) أي : تركوا فلم يبيت في شأنهم لأن المنافقين لما قدم الرسول عليه الصلاة والسلام من غزوة تبوك جاءوا إليه يعتذرون إليه ويحلفون بالله إنهم معذرون وفيه أنزل الله هذه الآية : (سَيَخْلِفُونَ بِاللَّهِ لَكُمْ إِذَا انْقَلَبْتُمْ إِلَيْهِمْ لَتُغَرِّضُوا عَنْهُمْ فَأَعْرِضُوا

عَنْهُمْ إِنَّهُمْ رَجِسٌ وَمَآوَاهُمْ جَهَنَّمُ جَزَاءً بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ (95) يَخْلِفُونَ لَكُمْ لِتَرْضَوْا عَنْهُمْ فَإِنْ تَرْضَوْا عَنْهُمْ فَإِنَّ اللَّهَ لَا يَرْضَىٰ عَنِ الْقَوْمِ الْفَاسِقِينَ (96) (سورة التوبة الآية 95، 96)

أما هؤلاء الثلاثة فصدقوا الرسول عليه الصلاة والسلام، وأخبروه بأنهم ليس لهم عذر. فأرجأهم الرسول عليه الصلاة والسلام خمسين ليلة حتى ضاقت عليهم الأرض بما رحبت وضاقت عليهم أنفسهم وظنوا أن لا ملجأ من الله إلا إليه ثم نزل الله توبته عليهم.

ثم قال بعد ذلك : (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ (119)) (سورة التوبة الآية 119)

فأمر الله تعالى المؤمنين بأن يتقوا الله وأن يكونوا مع الصادقين لا مع الكاذبين. وقال الله تعالى : (والصادقين والصادقات) (سورة الأحزاب الآية 35)، هذه في جملة الآية الطويلة التي في سورة الأحزاب وهي : (إن المسلمين والمسلمات والمؤمنين والمؤمنات) إلى أن قال : (والصادقين والصادقات) إلى قوله: (أعد الله لهم مغفرة وأجرًا عظيمًا) (سورة الأحزاب الآية 35) فذكر الله الصادقين والصادقات في مقام الثناء وفيما لهم من الأجر العظيم.

وقال تعالى : (فلو صدقوا الله لكان خيراً لهم) أي : لو عاملوا الله بالصدق لكان خيراً لهم ولكن عاملوا الله بالكذب فنافقوا وأظهروا خلاف ما في قلوبهم وعاملوا النبي صلى الله عليه وسلم بالكذب فأظهروا أنهم متبعون له وهم مخالفون له. فلو صدقوا الله بقلوبهم وأعمالهم وأقوالهم لكان خيراً لهم ولكنهم كذبوا الله فكان شراً لهم.

قال الله تعالى : (ليجزى الله الصادقين بصدقهم ويعذب المنفقين إن شاء أو يتوب عليهم). فدل ذلك على أن الصدق أمره عظيم وأنه محل للجزاء من الله تعالى. إذن علينا أن نصدق وعلينا أن نكون صادقين وعلينا أن نكون صرحاء وعلينا أن لا نخفي الأمر عن غيرنا مدهانة أو مراء.

كثير من الناس إذا حدث عن شيء فعله، وكان لا يدرى فعله أم لا.. ؟ فإنه يكذب ويقول : ما فعلت !

لماذا ؟ أتستحي من الخلق وتبارز الخالق بالكذب ؟ قل الصدق ولا يهكم أحد وأنت إذا عودت نفسك الصدق فإنك في المستقبل سوف تصلح حالك أما إذا أخبرت بالكذب وسوف تكتم عن الناس وتكذب عليهم فإنك سوف تستمر في غيك ولكن إذا صدقت فإنك تعدل مسيرك ومنهاجك. فعليك بالصدق فيما لك وفيما عليك حتى تكون مع الصادقين الذين أمرك الله أن تكون معهم.

صدق الإعلام النوعي:

يعيش الإنسان اليوم في قلق وحيرة من الكم الهائل من المعلومات والأخبار التي تنقلها إليه وسائل الإعلام العام كل دقيقة من كافة أرجاء العالم ومصدر الحيرة هنا أن جزءاً كبيراً من تلك المعلومات والأخبار يتناقض تناقضاً كاملاً مع البعض الآخر! فأَيُّ المعلومات يصدق وأي الأخبار يتقبل! ولكن الأمر يختلف تماماً في الإعلام النوعي الإسلامي فقد أخبرنا القرآن الكريم – بصدق – عن كل ما اختلف فيه كتاب التاريخ من أحداث تاريخية هامة كقصة " مريم" العذراء، وأهل الكهف وفرعون وموسى وقصة الإسراء والمعراج.. ولم لا فالكلام كلام الله وهو أصدق المتكلمين ورسوله الصادق الأمين.. ولذلك فإن الناس كافة والمسلمين خاصة يعلمون أن الصدق سمة أساسية في الإسلام : عقيدة ونظرية وخلقاً وسلوكاً وهذا ما يسعى الإعلام النوعي إلى تدعيمه.

صدق الكلمة في الإعلام النوعي:

لم يخص الإسلام على استخدام الكلمة الصادقة الطيبة فحسب بل إن الإسلام يعتبر الكلمة الطيبة صدقة.

فالكلمة في الإعلام النوعي قاطعة صريحة في معناها وفي مبناها تحمل معنى واحداً فهي ليست كالكلمات المستخدمة في حقل الإعلام العام اليوم تحمل الكثير من المعاني وتضمن اللمز أو التلميح وتعتمد على فهم ما بين السطور وما تحت الحروف.

صدق الحكم في الإعلام النوعي:

الإعلام النوعي يرمى إلى تطبيق شريعة الله فالإعلام النوعي الإسلامي يتجه نحو الهداية لا التضليل، يعنى كلمة الله، ولا يهدف إلى إعلاء نظام بشرى معين. وهناك العديد من الأحاديث النبوية التي تدعو إلى الصدق وينطبق الكلام بالطبع على الصدق في الإعلام النوعي.

وأما الأحاديث :

فالأول : عن ابن مسعود رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم : (إن الصدق يهدي إلى البر وإن البر يهدي إلى الجنة، وإن الرجل ليصدق حتى يكتب عند الله صديقاً، وإن الكذب يهدي إلى الفجور، وإن الفجور يهدي إلى النار، وإن الرجل ليكذب حتى يكتب عند الله كذاباً) متفق عليه.

الشرح : (13)

قوله : (عليكم بالصدق).. أي : الزموا الصدق والصدق مطابقة الإعلام النوعي للواقع. وفي حديث كعب وصاحبيه ما يدل على فضيلة الصدق وحسن عاقبته وأن الصادق هو الذي له العاقبة والكاذب هو الذي يكون عمله هباء. ولهذا يذكر أن بعض العامة قال : إن الكذب ينجي فقال له أخوه : الصدق أنجي وأنجي. وهذا صحيح. واعلم أن الإعلام النوعي يكون باللسان ويكون بالأركان. أما باللسان : فهو القول، وأما بالأركان : فهو الفعل، ولكن يكون الكذب بالفعل! إذا فعل الإنسان خلاف ما يبطن فهذا قد كذب بفعله، فالمناقض مثلاً : كاذب لأنه يظهر للناس أنه مؤمن يصلي مع الناس ويصوم مع الناس ويتصدق ولكنه بخيل. وربما يحج فمن رأى أفعاله حكم عليه بالصلاح، ولكن هذه الأفعال لا تبني عما في الباطن فهي كذب.

ولهذا نقول : الصدق يكون باللسان وبالأركان. فمتى طابق الإعلام النوعي الواقع فهو صدق وهذا باللسان، ومتى طابقت أعمال الجوارح ما في القلب فهي صدق وهذا صدق بالأقوال. ثم إن النبي عليه الصلاة والسلام عندما أمر بالصدق بين عاقبته فقال : (إن الصدق يهدي إلى البر وإن البر يهدي إلى الجنة) البر كثرة الخير ومنه من أسماء الله البر أي : كثير الخير والإحسان عز وجل.

والبر من نتائج الصدق وقوله : (وإن البر يهدي إلى الجنة) فصاحب البر – نسأل الله أن يجعلنا وإياكم منهم – يهديه بره إلى الجنة والجنة غاية كل مطلب. ولهذا يؤمر الإنسان أن يسأل الله الجنة ويستعيز به من النار (فَمَنْ زُحِرَ عَنِ النَّارِ وَأُدْخِلَ الْجَنَّةَ فَقَدْ فَازَ وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا مَتَاعُ الْغُرُورِ (185)) (سورة آل عمران الآية 185).

وقوله صلى الله عليه وسلم (إن الرجل ليصدق حتى يكتب عند الله صديقاً) وفي رواية : (ولا يزال الرجل يصدق ويتحرى الصدق حتى يكتب عند الله صديقاً) الصديق في المرتبة الثانية من الخلق من الذين أنعم الله عليهم كما قال الله سبحانه وتعالى : (وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَالرَّسُولَ فَأُولَئِكَ مَعَ الَّذِينَ أَنْعَمَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ مِنَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ وَالصَّالِحِينَ وَحَسُنَ أُولَئِكَ رَفِيقًا (69)) (سورة النساء الآية 69).

فالرجل الذي يتحرى الصدق يكتب عند الله صديقاً ومعلوم أن الصديقية درجة عظيمة لا ينالها إلا أفاض من الناس.

وتكون في الرجال وتكون في النساء، قال الله تعالى : (مَا الْمَسِيحُ ابْنُ مَرْيَمَ إِلَّا رَسُولٌ قَدْ خَلَتْ مِنْ قَبْلِهِ الرُّسُلُ وَأُمُّهُ صِدِّيقَةٌ) (سورة المائدة الآية 75).

وأفضل الصديقين على الإطلاق أصدقهم، وهو أبو بكر الصديق رضي الله عنه، عبد الله بن عثمان بن أبي قحافة الذي استجاب للنبي صلى الله عليه وسلم حين دعاه إلى الإسلام ولم يحصل عنده أي تردد وأي توقف بمجرد ما دعاه الرسول صلى الله عليه وسلم للإسلام أسلم. وصدق النبي صلى الله عليه وسلم حين كذبه قومه، وصدقه حين تحدث عن الإسراء والمعراج وكذبه الناس وقالوا : كيف تذهب يا محمد من مكة إلى البيت المقدس وترجع في ليلة واحدة ؟ ثم تقول : إنك صعدت إلى السماء هذا لا يمكن !

ثم ذهبوا إلى أبي بكر وقالوا له : أما تسمع ما يقول صاحبك قال : ماذا قال ؟ قالوا : إنه قال كذا وكذا قال : (إن كان قد قال ذلك فقد صدق) فمنذ ذلك اليوم سمي الصديق رضي الله عنه، وأما الكذب فإنه قال : (وإياكم والكذب) : (إياكم) للتحذير أي احذروا الكذب، وهو الإخبار بما يخالف الواقع سواء كان بالقول أو بالفعل. فإذا قال قائل : ما اليوم ؟ فقلت : اليوم يوم الخميس، أو يوم الثلاثاء فكذب لأنه لا يطابق الواقع، لأن اليوم كان الأربعاء. والمنافق كاذب لأن ظاهره يدل على أنه مسلم وهو كافر فهو كاذب بفعله. وقوله : (إن الكذب يهدي إلى الفجور)، الفجور : الخروج عن طاعة الله لأن الإنسان يفسق ويتعدى طوره ويخرج عن طاعة الله إلى معصيته وأعظم الفجور الكفر.

فإن الكفرة فجرة كما قال الله تعالى: (أُولَئِكَ هُمُ الْكَافِرَةُ الْفَجَرَةُ (42)) (سورة عبس الآية 42) .. وقال تعالى : (كَلَّا إِنَّ كِتَابَ الْفُجَّارِ لَفِي سَجِّينَ (7) وَمَا أَدْرَاكَ مَا سَجِّينٌ (8) كِتَابٌ مَرْقُومٌ (9) وَيَلْ يَوْمَئِذٍ لِّلْمُكَذِّبِينَ (10) الَّذِينَ يَكْذِبُونَ بَيَّومَ الدِّينِ (11)) (سورة المطففين الآية من 7-11) . وقال تعالى : (وَإِنَّ الْفُجَّارَ لَفِي جَحِيمٍ (14)) (سورة الانفطار الآية 14) فالكذب يهدي إلى الفجور والفجور يهدي إلى النار، وقوله : (وإن الرجل ليكذب) وفي لفظ : (لا يزال الرجل يكذب ويتحرى الكذب حتى يكتب عند الله كذابا).

والكذب من الأمور المحرمة، بل قال بعض العلماء : إنه من كبائر الذنوب لأن الرسول صلى الله عليه وسلم توعده بأنه يكتب عند الله كذاباً.

ومن أعظم الكذب : ما يفعله الناس اليوم يأتي بالمقالة كاذبا لكن من أجل أن يضحك الناس وقد جاء في الحديث الوعيد على هذا، فقال الرسول عليه الصلاة والسلام. (ويل لمن حدث فكذب ليضحك به القوم ويل له ثم ويل له).

وهذا وعيد على أمر سهل عند كثير من الناس فالكذب كله حرام، وكله يهدي إلى الفجور، ولا يستثنى منه شيء.

ورد في الحديث أنه يستثنى من ذلك ثلاثة أشياء في الحرب، والإصلاح بين الناس وحديث المرأة زوجها وحديثه إياها.

وكل هذه المعاني والقيم التي تدعم الكذب تعد أبجديات يقوم عليها الإعلام النوعي حتى يرقى بمستوى ما يقدم وأيضاً يرتقى بمستوى المشاهد الذي يطالع برامجه وهذا الفرق بينه وبين وسائل الإعلام العام الأخرى.

الواقعية في الإعلام النوعي :

والمقصود بالواقعية ليس الأمر الواقع، فالإعلام النوعي الإسلامي ليس خاضعاً لما يريده الناس ولكنه ملتزم بما جاء به شرع الله، فالواقعية تعني احتياج الإنسان بحكم تكوينه الفطري لشرع الله، وتعني إمكان تحقيق هذا الشرع في حياة الناس إذا ما اتجهوا إلى الله قولاً وفعلاً فخصيصة الواقعية في الإعلام النوعي الإسلامي منبثقة من الواقعية باعتبارها إحدى الخصائص العامة للإسلام وإحدى خصائص الفقه الإسلامي الذي ينتمي إليه الإعلام النوعي. فالواقعية الإسلامية هي واقعية ملائمة تتلاءم مع حقيقة الإنسان في حياته العقلية والوجدانية والجسدية، فالنظرة الإسلامية في الإعلام النوعي ليست استعلاء فوق الواقع وليست مفرطة في المثالية بل هي ممكنة التطبيق بعموميتها وجزئياتها. ودليل ذلك أن الله يغفر للإنسان ما يشاء من الخطايا، فالإسلام لا يغلق الباب

أمام المسلم حتى ولو أخطأ وباب التوبة مفتوح على مصراعيه دائماً بحيث يعود الإنسان بعد التوبة إلى الطريق السليم وإلى فطرته التي خلقه الله عليها.

فالإعلام النوعي الإسلامي يسعى إلى التأثير الخير في الإنسان وتنمية فطرته السليمة ومواجهة واقعه. وهذا ما يسعى الإعلام النوعي إلى تدعيمه وتعميقه في نفوس المشاهدين وأيضاً يعرض الواقع كما هو دون أن يكون هناك تحريف.

الشمولية في الإعلام النوعي:

إذا كان الإسلام هو دين كل الإنسانية فإن الإعلام النوعي يشمل بميدانه كل العالم، والشمولية لا تعنى فقط هذا الامتداد في المكان ليستوعب الدنيا كلها وهذا الامتداد في الزمان ليحتوى البشرية في كل أجيالها.

بل هو أيضاً منهج شمولي تتعدد زوايا الرؤية فيه لتشمل الإنسان في حياته العقلية وحياته الوجدانية وحياته الجسدية، ومن هنا كانت النظرة الصحيحة للإعلام الإسلامي لا تنحصر في المعلومة الدينية التي تقدم من وسائل الإعلام العام المقروءة والمسموعة والمرئية تلك نظرة ضيقة تعزل الدين عن الحياة، بل إن الإعلام النوعي الإسلامي منهج متكامل منبسط من كل مادة إعلامية توجهها الأجهزة الإعلامية النوعية كوسائل إلى الناس كافة ويتم ذلك التخطيط الإسلامي للإعلام النوعي الواعي المدروس طبقاً للأصول الإعلامية النوعية الإسلامية. ولذلك سعى الإعلام النوعي لتحقيق هذا الغرض أيضاً بكافة المواد التي تقدم فيه وعلى أشكال مختلفة.

إن الإعلام النوعي يحظى بالعديد من المبادئ الإسلامية المهمة التي يسعى إلى تحقيقها والتحلي بها وهذه المبادئ مقتبسة من القرآن والسنة النبوية الشريفة ويمكن التطرق إليها كالآتي:

-البعد عن اقتحام خصوصيات الآخرين من أجل تحقيق سبق إعلامي أو شهرة على حساب خصوصيات الناس.

وجاء ذلك في القرآن الكريم ونوضحه فيما يلي :

ستر عورات المسلمين والنهي عن إشاعتها لغير ضرورة

قال الله تعالى : (إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ (19)) (سورة النور الآية 19) ويمكن شرح ذلك كالآتي:

باب ستر عورات المسلمين والنهي عن إشاعتها، العورة هنا هي العورة المعنوية، لأن العورة نوعان : عورة حسية وعورة معنوية.

العورة الحسية : هي ما يحرم النظر إليه كالقبل والدبر، وما أشبه ذلك مما هو معروف في الفقه.

والعورة المعنوية : وهي العيب والسوء الخلقي أو العملي.

ولا شك أن الإنسان كما وصفه الله عز وجل في قوله : (إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا (72)) (سورة الأحزاب الآية 72).

فالإنسان موصوف بهذين الوصفين : الظلم والجهل، فإما أن يرتكب الخطأ عن عمد فيكون ظالماً، وإما أن يرتكب الخطأ عن جهل فيكون جهولاً، هذه حال الإنسان إلا من عصم الله عز وجل ووقفه للعلم والعدل، فإنه يمشى بالحق ويهدى إلى الحق.

وإذا كان الإنسان من طبيعته التقصير والنقص والعيب، فإن الواجب على المسلم نحو أخيه أن يستر عورته ولا يشيعها إلا من ضرورة، فإذا دعت الضرورة إلى ذلك فلا بد منه، ولكن بدون ضرورة فالأولى والأفضل أن يستر عورة أخيه، لأن الإنسان بشر ربما يخطئ عن شهوة – يعنى عن إرادة

سينة أو عن شبهة، حيث يشتبه عليه الحق فيقول بالباطل أو يعمل به. والمؤمن مأمور بأن يستر عورة أخيه.

هـب أنك رأيت رجلاً على كذب وغش في البيع والشراء، فلا تفضحه بين الناس، بل انصحه واستر عليه، فإن توفّق واهتدى وترك ما هو عليه كان ذلك هو المراد وإلا وجب عليك أن تبين أمره للناس لئلا يغتروا به.

وهب أنك وجدت إنساناً مبتلى بالنظر إلى النساء ولا يغض بصره، فاستره، وانصحه وبين له أن هذا سهم من سهام إبليس، لأن النظر – والعياذ بالله – سهم من سهام إبليس يصيب به قلب العبد، فإن كان عنده مناعة اعتصم بالله من هذا السهم الذي ألقاه الشيطان في قلبه وإن لم يكن عنده مناعة أصابه السهم، وتدرج به إلى أن يصل إلى الفحشاء والمنكر والعياذ بالله. فما دام الستر ممكناً، ولم يكن في الكشف عن عورة أخيك مصلحة راجحة أو ضرورة ملحة، فاستره ولا تفضحه.

ثم استدلل المؤلف رحمه الله بقول الله تعالى : (إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ (19)) (سورة النور الآية 19)

هؤلاء الذين يحبون أن تشيع الفاحشة، فكيف بمن أشاع الفاحشة والعياذ بالله ؟ !
ولمحة شيوخ الفاحشة في الذين آمنوا معنيان :

المعنى الأول : محبة شيوخ الفاحشة في المجتمع المسلم، ومن ذلك من ييثون الأفلام الخليعة والصحف الخبيثة الداعرة، فإن هؤلاء لا شك أنهم يحبون أن تشيع الفاحشة في المجتمع المسلم، ويريدون أن يفتنوا المسلم في دينه بسبب ما يشاع من هذه المجلات الخليعة الفاسدة والأفلام الخليعة الفاسدة أو ما أشبه ذلك.

وكذلك تمكين هؤلاء مع القدرة على منعهم، داخل في محبة أن تشيع الفاحشة في الذين آمنوا فالذي يقدر على منع هذه المجلات وهذه الأفلام الخليعة، ويمكن من شيوعها في المجتمع المسلم فهو ممن يحب أن تشيع الفاحشة في الذين آمنوا (لهم عذاب أليم في الدنيا والآخرة) أي : عذاب مؤلم في الدنيا والآخرة.

المعنى الثاني : محبة أن تشيع الفاحشة في شخص معين، وليس في المجتمع الإسلامي كله، فهذا أيضاً له عذاب أليم في الدنيا والآخرة، فمن أحب أن تشيع الفاحشة في زيد من الناس لسبب ما، هذا أيضاً له عذاب أليم في الدنيا والآخرة، لا سيما فيمن نزلت الآية في سياق الدفع عنه، وهي أم المؤمنين عائشة رضي الله عنها.

لأن هذه الآية في سياق آيات الإفك، والإفك هو الكذب الذي افتراه من يكرهون النبي – صلى الله عليه وسلم – ومن يحبون أن يتدنس فراشه، ومن يحبون أن يعير بأهله، من المنافقين وأمثالهم. فقد أشاع المنافقون هذه القضية لا كراهة لعائشة رضي الله عنها لذاتها، فإنهم يكرهون كل المؤمنين، وإنما بغضاً لرسول الله صلى الله عليه وسلم ومحبة لإيذائه والانتقام منه، قاتلهم الله أنى يؤفكون!

ولكن الله تعالى أنزل في هذه القصة عشر آيات من القرآن الكريم ابتدأها بقوله : (إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَكُمْ بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ مِنْهُمْ مَا اكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ (11)) (سورة النور الآية 11).

والذي تولى كبره هو رأس المنافقين عبد الله بن أبي المنافق، فإنه هو الذي كان يشيع الإعلام العام. لكنه خبيث لا يشيعه بلفظ صريح فيقول مثلاً إن فلاناً زنى بفلانة، لكنه يشيع ذلك بالتعريض والتلميح، لأن المنافقين جبنا يتسترون ولا يصرحون بما في نفوسهم، فيقول صلى الله عليه وسلم

(وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ (11) لَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بِأَنْفُسِهِمْ خَيْرًا وَقَالُوا هَذَا إِفْكٌ مُبِينٌ (12)) (سورة النور الآية 11-12).

وفي هذا توبيخ من الله عز وجل للذين تكلموا في هذا الأمر، يقول : هلا إذ سمعتموه ظن المؤمنون والمؤمنات بأنفسهم خيراً، وذلك أن أم المؤمنين أمهم فكيف يظنون بها ما لا يليق، وكان الواجب عليهم لما سمعوا هذا الإعلام العام أن يظنوا بأنفسهم خيراً ويتبرعوا منه وممن قاله.
(لَوْلَا جَاءُوا عَلَيْهِ بِأَرْبَعَةِ شُهَدَاءَ فَإِذْ لَمْ يَأْتُوا بِالشُّهَدَاءِ فَأُولَئِكَ عِنْدَ اللَّهِ هُمُ الْكَاذِبُونَ (13)) (سورة النور الآية 13) يعنى هلا جاءوا عليه بأربعة شهداء يشهدون على هذا الأمر.

(فإذا لم يأتوا بالشهداء فأولئك عند الله هم الكاذبون) ولو صدقوا ولهذا لو أن شخصاً شاهد إنساناً يزني، وجاء إلى القاضي وقال : أنا أشهد أن فلاناً يزني، قلنا: هات أربعة شهود ، فإذا لم يأت بأربعة شهود جلدناه ثمانين جلدة، فإن جاء برجل ثان معه، جلدناهما كل واحد ثمانين جلدة، وثالث وأيضاً نجلد كل واحد منهم ثمانين جلدة.

مثلاً : لو جاءنا ثلاثة يشهدون بأنهم رأوا فلاناً يزني بفلانة، ولم يثبت ذلك، فإننا نجلد كل واحد منهم ثمانين جلدة، ولهذا قال تعالى : **(لَوْلَا جَاءُوا عَلَيْهِ بِأَرْبَعَةِ شُهَدَاءَ فَإِذْ لَمْ يَأْتُوا بِالشُّهَدَاءِ فَأُولَئِكَ عِنْدَ اللَّهِ هُمُ الْكَاذِبُونَ (13) وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ لَمَسَّكُمْ فِي مَا أَفَضْتُمْ فِيهِ عَذَابٌ عَظِيمٌ (14))** (سورة النور الآية 13، 14).

ولولا الفضل والرحمة من الله لأصابكم فيما أفضتم فيه العقاب المذكور، وفي قوله : (أفضتم فيه) دليل على أن الحديث انتشر وفاض واستفاض واشتهر، لأنه أمر جلل عظيم خطير، والعادة جرت بأن الأمور الكبيرة تنتشر بسرعة وتملأ البيوت، وتملأ الأفواه والأذان.

(وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ لَمَسَّكُمْ فِي مَا أَفَضْتُمْ فِيهِ عَذَابٌ عَظِيمٌ (14) إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ (15)) (سورة النور الآية 14، 15).

(إذ تلقونه بألسنتكم) من غير روية، ومن غير بينة، ومن غير يقين، (وتقولون بأفواهكم ما ليس لكم به علم وتحسبونه هينا وهو عند الله عظيم) لأنه قذف لأطهر امرأة على وجه الأرض، وهي وصاحباتها زوجات رسول الله فالأمر صعب وعظيم.

وفي ذلك أيضاً تعريض (من المنافقين) برسول الله صلى الله عليه وسلم، لأن الله تعالى يقول : **(الْخَبِيثَاتُ لِلْخَبِيثِينَ وَالْخَبِيثُونَ لِلْخَبِيثَاتِ وَالطَّيِّبَاتُ لِلطَّيِّبِينَ وَالطَّيِّبُونَ لِلطَّيِّبَاتِ أُولَئِكَ مُبَرَّءُونَ مِمَّا يَقُولُونَ لَهُمْ مَغْفِرَةٌ وَرِزْقٌ كَرِيمٌ (26))** (سورة النور الآية 26)

ومن هنا يتضح أهمية الإعلام النوعي النقي الذي ينوء بنفسه عن التشهير بالأبرياء من أجل سبق إعلامي أو مكسب مادي وهو أمر أصبح عادياً في عصر الفضائيات المفتوحة التي أباحت إذاعة ونشر محارم الناس وأدق أسرارهم حتى إنهم دخلوا إلى غرف نومهم تحت مسمى الحرية في التعبير وكل ذلك بعيد عن الإعلام النوعي.

ولقد ترفع الإعلام النوعي عن كل هذه الممارسات لما فيها من ذنب عظيم من الله حيث يقول تعالى : (وتحسبونه هينا وهو عند الله عظيم)، ثم قال تعالى : (ولولا إذ سمعتموه) يعنى إذا سمعتموه **(وَلَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ قُلْتُمْ مَا يَكُونُ لَنَا أَنْ نَتَكَلَّمَ بِهَذَا سُبْحَانَكَ هَذَا بُهْتَانٌ عَظِيمٌ (16))** (سورة النور الآية 16).

وهذا هو الواجب عليك، أن تنزه الله أن يقع مثل هذا من زوج النبي صلى الله عليه وسلم، ولهذا قال (سبحانك هذا بهتان عظيم).

وتأمل كيف جاءت هذه الكلمة التي تتضمن تنزيه الله عز وجل، إذ أنه لا يليق بحكمه الله ورحمته وفضله وإحسان أن يقع مثل هذا من زوج رسول الله صلى الله عليه وسلم ثم قال تعالى: **(يَعْظُمُ اللَّهُ أَنْ تَعُودُوا لِمِثْلِهِ أَبَدًا إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ (17))** (سورة النور 17) يعني لا تعودوا لمثل هذا أبداً إن كنتم مؤمنين.

ثم قال تعالى : (ويبين الله لكم الآيات والله عليم حكيم) (سورة النور الآية 18) والحمد لله بيانه، ولهذا أجمع العلماء على أن من رمى أم المؤمنين عائشة رضي الله عنها بما جاء في حديث الإفك فإنه كافر مرتد، كافر كالذي يسجد للصنم، فإن تاب، وإلا قتل كفراً لأنه كذب القرآن، ولأنه منتقص لرسول الله صلى الله عليه وسلم.

كل من رمى زوجة من زوجات الرسول بما برأ الله منه عائشة فإنه يكون كافراً مرتداً، يجب أن يستتاب فإن تاب وإلا قتل بالسيف، وألقيت جيفته في حفرة من الأرض، بدون تغسيل ولا تكفين ولا صلاة، لأن الأمر خطير.

ثم قال عز وجل : (إن الذين يحبون أن تشيع الفاحشة في الذين ءامنوا لهم عذاب أليم في الدنيا والآخرة والله يعلم وأنتم لا تعلمون * ولولا فضل الله عليكم ورحمته وأن الله رءوف رحيم)

وسبق أن أشرنا إلى ثلاثة من الصحابة الذين تورطوا في هذه القضية، وهم : حسان بن ثابت رضي الله عنه، ومسطح بن أثاثه – وهو ابن خالة أبي بكر – وحمنة بنت جحش أخت زينب بنت جحش، وزينب بنت جحش زوج الرسول – عليه الصلاة والسلام – وضرة عائشة، ومع ذلك حماها الله، لكن أختها تورطت، ولما أنزل الله براءتها أمر النبي صلى الله عليه وسلم أن يحد هؤلاء الثلاث حد القذف، فجلد كل واحد منهم ثمانين جلدة.

ومن هنا يتضح لنا أهمية الإعلام النوعي للمجتمع العربي المسلم وهو الإعلام النوعي القائم على تدعيم العديد من القيم والأخلاقيات الدينية والتي ليس لها مصدر إلا القرآن والسنة النبوية الشريفة لذلك فهو يرقى ويرفع عن باقي وسائل الإعلام العام الأخرى نظراً لمرجعياته الدينية القوية (القرآن والسنة).

والمتمم في بحر القرآن والسنة يجد أن هناك العديد من الكنوز الإسلامية التي يعتبرها الإعلام النوعي مصدراً له. ولعل من أهم هذه القيم قيمة البرتوكول أو الإتيكيت الإسلامي والتي يدعو إليها العديد من البرامج الإعلامية النوعية مثل برامج الأسرة والمجتمع الخاصة بأهمية قيمة الاستئذان والتأكيد عليها كقيمة من قيم الإتيكيت الإسلامي ومثال ذلك :

قال الله تعالى : **(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ بُيُوتِكُمْ حَتَّى تَسْتَأْذِنُوا وَتُسَلِّمُوا عَلَى أَهْلِهَا ذَلِكَ خَيْرٌ لَكُمْ لَعَلَّكُمْ تُذَكَّرُونَ (27))** (سورة النور الآية 27).

وقال تعالى : **(وَإِذَا بَلَغَ الْأَطْفَالُ مِنْكُمُ الْحُلُمَ فَلْيَسْتَأْذِنُوا كَمَا اسْتَأْذَنَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ (59))** (سورة النور الآية 59).

وعن أبي موسى الأشعري رضي الله عنه قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : (الاستئذان ثلاث، فإن أذن لك وإلا فارجع).

وعن سهل بن سعد رضي الله عنه قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : (إنما جعل الاستئذان من أجل البصر).

وعن ربعي بن حراش قال : حدثنا رجل من بني عامر أنه استأذن على النبي صلى الله عليه وسلم وهو من بيت فقال : أألج ؟ فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم لخادمه : (اخرج إلى هذا فعلمه الاستئذان، فقل له قل : السلام عليكم أأدخل؟) فسمعه الرجل فقال : السلام عليكم أأدخل ؟ فأذن له النبي صلى الله عليه وسلم فدخل.

وعن كعدة بن الحنبل رضي الله عنه قال : أتيت النبي صلى الله عليه وسلم فدخلت عليه ولم أسلم فقال النبي صلى الله عليه وسلم : "ارجع فقل : السلام عليكم أأدخل؟" قال النووي في رياض

الصالحين أن الاستئذان : يعنى طلب : يعنى طلب الإذن أن تطلب من صاحب البيت أن يأذن لك في الدخول فإن أذن لك فادخل، وإن لم يأذن لك فلا تدخل حتى لو قال لك بصراحة : ارجع، فارجع كما قال الله تعالى : (وَإِنْ قِيلَ لَكُمْ ارْجِعُوا فَارْجِعُوا هُوَ أَزْكَى لَكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ (28)) (سورة النور الآية 28).

وأنت يا صاحب البيت لا تستحي أن تقول : ارجع، وأنت أيها المستأذن لا تغضب عليه إذا قال لك ارجع، لأن الإنسان قد يكون في حاجة، وقد يكون غير مستعد لاستقبال الناس، فلا يمكن أن تلجئه وتخرجه، وإذا رجعت بعد أن قال لك : ارجع فإن الله يقول أن ذلك هو أزكى لك (فارجعوا هو أزكى لكم) أي : أزكى لقلوبكم وأطهر. وذكر المؤلف رحمه الله آيتين من كتاب الله : الآية الأولى : وقد سبق الكلام عليها – وهي قوله تعالى : (يأيها الذين آمنوا لا تدخلوا بيوتاً غير بيوتكم حتى تستأنسوا) (سورة النور).

وتفيد بأن معنى الاستئناس يعنى أن تستأذنوا، أو أن تعلموا علم اليقين أن صاحبكم مستعد لدخولكم، ومن ذلك : إذا واعدك الإنسان قال لك مثلاً : انتني بعد صلاة الظهر، فإذا وجدت الباب مفتوحاً فهو إذن. فأنت إذا أتيت لا حاجة لأن تستأذن، لأن صاحب البيت قال لك : انتني في الموعد المحدد، فإذا وجدت الباب مفتوحاً فهذا إذن، فالإذن لا فرق بين أن يكون سابقاً أو لاحقاً، ما دم قد علمت أن الرجل لم يفتح بابه إلا من أجل أن تدخل، وبينك وبينه موعد فادخل، ولكن لا بأس – بل الأولى بلا شك – أن تسلم عند الدخول لو لم يكن في ذلك إلا أن تحصل أجر السلام وثوابه والدعاء من أخيك حيث يقول لك : وعليك السلام.

أما الآية الثانية : فهي قوله تعالى : (وإذا بلغ الأطفال منكم الحلم ليستأذنوا كما استأذن الذين من قبلهم).

إذا بلغوا الحلم يعنى : بلغوا بالإنزال، لكن كنى عنه بالحلم، لأن الغالب أن الإنسان لا يخرج منه المنى أول ما يخرج إلا بالاحتلام، وإن كان بعض الناس يبلغ بدون احتلام لكن الغالب أنه يحتلم، فإذا بلغ الطفل الحلم فإنه لا يدخل البيت إلا باستئذان، أما قيل ذلك فأمره هين، لكن هناك ثلاث عورات لابد من الاستئذان فيها (يأيها الذين آمنوا ليستأذنكم الذين ملكت أيمانكم والذين لم يبلغوا الحلم منكم ثلاث مرات)

الأولى : (من قبل صلاة الفجر).

والثانية : (وحيث تضعوا ثيابكم من الظهيرة).

والثالثة : (ومن بعد صلاة العشاء).

والحاصل : أنه إذا بلغ الطفل الحلم فلا يدخل البيت إلا باستئذان، وإذا اطلع على عورات النساء وصار يتكلم فيهن وينظر إليهن بشهوة، فإنه يجب أن تستتر عنه المرأة – ولو لم يتم له إلا عشر سنوات.

عن أنس رضي الله عنه في حديثه المشهور في الإسراء قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : " ثم صعد بي جبريل إلى السماء الدنيا فاستفتح. فقيل : من هذا؟ قال: جبريل. قيل : ومن معك ؟ قال : محمد. ثم صعد إلى السماء الثانية، والثالثة، والرابعة، وسأثرهن، ويقال في باب كل سماء : من هذا ؟ فيقول: جبريل ".

وعن أبي ذر رضي الله عنه قال : خرجت ليلة من الليالي فإذا رسول الله صلى الله عليه وسلم يمشى وحده، فجعلت أمشى في ظل القمر فالتفت فرأني فقال: " من هذا؟ " فقلت : أبو ذر.

وعن أم هاني رضي الله عنها قالت : أتيت النبي صلى الله عليه وسلم وهو يغتسل وفاطمة تستره فقال : " من هذه ؟ " فقلت : أنا أم هاني.

وعن جابر رضي الله عنه قال : أتيت النبي صلى الله عليه وسلم فدققت الباب فقال : " من ذا ؟ " فقلت : أنا. فقال : " أنا أنا ! " كأنه كرهها.

من خلال استعراض الأحاديث والآيات القرآنية السابقة يتضح لنا أهمية القرآن والسنة كأحد أهم الأسس والأركان التي يقوم عليها الإعلام النوعي، ولا نكون مبالغين أن الإعلام النوعي إذا أراد النجاح فإن خريطته يجب أن تقتبس من القرآن الكريم والسنة ومثال ذلك الآيات والأحاديث السابقة.

كيف يفعل ذلك في الإعلام النوعي

بالنظر إلى الإعلام النوعي بوجه عام إلى البرامج المقدمة إلى الأسرة والطفل بوجه خاص نجد أن هذه الآيات والأحاديث في غاية الأهمية لأن كل ما جاءت به هذه الآيات من قيم وأخلاقيات يجب أن يعرفها الطفل من خلال البرامج المقدمة له، وأيضاً إلى الأسرة من خلال المواد التي تحتاجها.

ومنها التعارف والمودة بين الناس :

عن أبي الخطاب قتادة قال : قلت لأنس رضي الله عنه : أكانت المصافحة في أصحاب رسول الله صلى الله عليه وسلم ؟ قال : نعم. (رواه البخاري)
وعن أنس رضي الله عنه قال : لما جاء أهل اليمن قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : " قد جاءكم أهل اليمن، وهم أول من جاء بالمصافحة"
وعن البراء رضي الله عنه قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: " ما من مسلمين يلتقيان فيتصافحان إلا غفر لهما قبل أن يفترقا "
وعن أنس رضي الله عنه قال : قال رجل : يا رسول الله، الرجل منا يلقى أخاه أو صديقه أينحني له ؟ قال " لا " قال : أفيلتزمه ويقبله ؟ قال : " لا " قال : فيأخذ بيده ويصافحه ؟ قال : " نعم "

المصافحة – فهل يسن للرجل إذا لقي أخاه أن يصافحه ؟ والجواب : نعم يسن له ذلك، لأن هذا من آداب الصحابة رضي الله عنهم كما سأل قتادة أنس بن مالك رضي الله عنه : هل كانت المصافحة في أصحاب النبي صلى الله عليه وسلم ؟ قال: نعم ويصافحه باليد اليمنى، وإذا حصل ذلك فإنه يغفر لهما قبل أن يفترقا، وهذا يدل على فضيلة المصافحة إذا لاقاه، وهذا إذا كان لاقاه ليتحدث معه أو ما أشبه ذلك، أما مجرد الملاقاة في السوق، فيكفي أن يسلم عليه، وإذا كانت تقف إليه دائماً وتحدث إليه بشيء فصافحه. ثم ينبغي أن نعرف أن بعض الناس إذا سلم من الصلاة إذا كانت فرضاً صافح أخاه وأحياناً يقول له : " تقبل الله " أو " قبول.. قبول" وهذا من البدع، فما كان الصحابة يفعلون هذا، وإنما يكفي أن يسلم المصلي عن يمينه وعن يساره " السلام عليكم ورحمة الله ".

قيمة نشر الحب والألفة بين الجماهير المتلقية

لعل أهم هدف من أهداف الإعلام النوعي هي نشر الحب والألف والتآخي بين كل الناس، بل هو هدف عام يسعى إليه العالم كله في ظل طغيان المادية وانتشار الفردية وقيم الانعزال خاصة في العالمين العربي والإسلامي حيث باتت البرامج الإعلامية النوعية تدعو إلى وحدة الصف والتآخي والوحدة ولن يتأتى ذلك إلا من خلال التقارب الاجتماعي بين الأفراد وأول هذه الخطوات تبدأ من نشر السلام والتقارب بين الأفراد وذلك ما دعا إليه القرآن والسنة.

المصداقية في الإعلام النوعي

لعل المصداقية وموضوعية ما يقال في الإعلام النوعي عنصر مهم جداً من عناصر ربط المشاهد بما يقدم له من محتوى إعلامي وإيجاد جسور قوية من الثقة المتبادلة بين المرسل (الإعلام النوعي) والمستقبل (الجمهور) وإذا تكونت هذه الجسور أصبح التأثير أقوى وردود الفعل أعمق ولن يتأتى ذلك إلا من خلال البعد عن الكذب والتلوين وعدم الموضوعية في المضامين التي تقدم من قبل الإعلام العام إلى المتلقي وهذا ما أكد عليه القرآن الكريم والحديث الشريف في العديد من المواضع كالآتي :

قال الله تعالى : (وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا (36)) (سورة الإسراء الآية : 36).

وقال تعالى: (مَا يَلْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ (18)) (سورة ق الآية 18) والكذب هو أن يخبر الإنسان بخلاف الواقع، فيقول : حصل كذا وهو كاذب، أو قال فلان كذا، وهو كاذب وما أشبه ذلك، فهو الإخبار بخلاف الواقع.

واعلم أن الكذب أنواع :

النوع الأول : الكذب على الله ورسوله وهذا أعظم أنواع الكذب، لقول الله تعالى : (فَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَى عَلَى اللَّهِ كَذِبًا لِيُضِلَّ النَّاسَ بِغَيْرِ عِلْمٍ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ (144)) (سورة الأنعام الآية : 144)

واللام في قوله : (ليضل الناس بغير علم) اللام لام العاقبة وليست لام التعليل، فهي كقوله تعالى في موسى عليه السلام (فَأَلْتَقِطْهُ أَلْ فِرْعَوْنَ لِيَكُونَ لَهُمْ عَدُوًّا وَحَزَنًا) (سورة القصص الآية 8).

وهم ما التقطوه لهذا ولكن الله تعالى جعل العاقبة أن كان لهم عدواً وحزناً، وهكذا من افتري على الله كذباً، فإنه بافترائه يضل الناس بغير علم. والافتراء على الله نوعان:

النوع الأول : أن يقول : قال الله كذا، وهو يكذب، يكذب على الله، والله لم يقل شيئاً.

النوع الثاني : أن يفسر كلام الله بغير ما أراد الله، لأن المقصود من الكلام معناه، فإذا قال : أراد الله بكذا كذا وكذا، فهو كاذب على الله، شاهد على الله بما لا يريد الله عز وجل، لكن الثاني إذا كان عن اجتهاد وأخطأ في تفسير الآية، فإن الله تعالى يعفو عنه، لأن الله قال : (وَمَا جَعَلْ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ) (سورة الحج الآية 78)

وقال : (لا يكلف الله نفساً إلا وسعها) (سورة البقرة الآية 286)

وأما إذا تعدد أن يفسر كلام الله بغير ما أراد اتباعاً لهواه، أو إرضاء لمصالحه، أو ما أشبه ذلك، فإنه كاذب على الله عز وجل.

وهكذا من بعده الكذب على رسول الله صلى الله عليه وسلم بأن يقول : قال رسول الله كذا، ولم يقله لكن كذب عليه، وكذلك أيضاً إذا فسر حديث رسول الله صلى الله عليه وسلم بغير معناه فقد كذب على رسول الله صلى الله عليه وسلم وقد قال النبي صلى الله عليه وسلم : (من كذب على متعمداً فليتبوأ مقعده من النار) المعنى : أن من كذب على النبي صلى الله عليه وسلم متعمداً قد تبوأ مقعده من النار وسكن في مقعده من النار – والعياذ بالله – فهذان النوعان من الكذب هما أشد أنواع الكذب : الكذب على الله والكذب على رسول الله صلى الله عليه وسلم.

أما النوع الثاني من الكذب : فهو الكذب على الناس، والكذب على الناس نوعان أيضاً : كذب يظهر الإنسان فيه أنه من أهل الخير والصلاح والتقوى والإيمان وهو ليس كذلك، بل هو من أهل الكفر والطغيان – والعياذ بالله – فهذا هو النفاق، النفاق الأكبر الذين قال الله فيهم (وَمِنَ النَّاسِ مَنْ يَقُولُ آمَنَّا بِاللَّهِ وَبِالْيَوْمِ الْآخِرِ وَمَا هُمْ بِمُؤْمِنِينَ (8)) (سورة البقرة الآية 8)

لكنهم يقولون بالسنتهم ويحلفون على الكذب وهم يعلمون، وشواهد ذلك في القرآن والسنة كثيرة، إنهم – أعنى المنافقين – أهل الكذب يكذبون على الناس في دعوى الإيمان وهم كاذبون، وانظر إلى قول الله تعالى في سورة المنافقين حيث صدر هذه السورة ببيان كذبهم حيث قال تعالى : (إِذَا جَاءَكَ الْمُنَافِقُونَ قَالُوا نَشْهَدُ إِنَّكَ لَرَسُولُ اللَّهِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ إِنَّكَ لَرَسُولُهُ وَاللَّهُ يَشْهَدُ إِنَّ الْمُنَافِقِينَ

لَكَاذِبُونَ (1) (سورة المنافقون الآية 1)

أكدوا هذه الجملة بكم مؤكد، بثلاث مؤكدات (نشهد)، (إن)، (اللام) ثلاثة مؤكدات، يؤكدون أنهم يشهدون أن محمداً رسول الله، فقال الله تعالى : (والله يعلم إنك لرسوله والله يشهد إن المنفقين لكاذبون) (سورة المنافقون الآية 1)

وفي قولهم (قالوا نشهد إنك لرسول الله) هذا أيضاً من أنواع الكذب وهو أشد أنواع الكذب على الناس، لأن فاعله والعياذ بالله منافق.

والنوع الثاني من الكذب : هو الكذب في الحديث بين الناس الجاري بين الناس، يقول قلت لفلان كذا وهو لم يقله، قال فلان كذا وهو لم يقله، جاء فلان وهو لم يأت، وهكذا، هذا أيضاً محرم ومن علامات النفاق كما قال النبي صلى الله عليه وسلم (آية المنافق ثلاث : إذا حدث كذب)

ومن الأدلة على تحريم الكذب منها قوله تعالى : **(وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا (36))** (الإسراء:36)، (ولا تقف)

أي لا تتبع ما ليس لك به علم (إن السمع والبصر والفؤاد كل أولئك كان عنه مسئولا) وإذا كان هذا نهياً عما لم تحط به علماً، فما بالك بما أحطت به علماً وأخبرت بخلافه ؟ يكون هذا أشد وأعظم، وبهذا نعرف أن الإنسان إذا تكلم بكلام، فلما أن يكون قد أحاط به علماً، فكلامه هذا مباح في الأصل ما لم يجر إلى مفسدة، الثاني : أن يقف ما يعلم أن الأمر بخلافه، فهذا كذب واضح وصریح، والثالث : أن يقف ما لم يحط به علماً ولا يعلم أن الأمر بخلافه، فهذا منهي عنه (ولا تقف ما ليس لك به علم) فينهى أن يتكلم الإنسان في حالين، في الحالة الأولى: أن يعلم أن الأمر بخلاف ما يتكلم به، والحالة الثانية : أن يتكلم في أمر لا يعلمه، هذا كله منهي عنه أما إذا تكلم بما يعلم، فهذا أمر لا بأس به.

وذكر الآية الأخرى : (ما يلفظ من قول إلا لديه رقيب عتيد)، (من قول) نكرة في سياق ماذا ؟ في سياق النفي، ومؤكد عمومها بـ " من " (ما يلفظ من قول إلا لديه رقيب عتيد) أي قول تقوله عندك رقيب عتيد يعني حاضر يراقب يكتب ما تقول : (إذ يتلقى المتلقيان عن اليمين وعن الشمال قعيد * ما يلفظ من قول إلا لديه رقيب عتيد)، (أم يحسبون أنا لا نسمع سرهم ونجوهم بلى) يعني نسمع سرهم ونجواهم (ورسلنا لديهم يكتبون).

ما أعظم الأمر، كل كلمة تخرج منك تكتب وسوف تلقى ذلك يوم القيامة، كما قال الله تعالى : **(وَكُلَّ إِنْسَانٍ أَلْزَمْنَاهُ طَائِرَهُ فِي عُنُقِهِ وَنُخْرِجُ لَهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ كِتَابًا يَلْقَاهُ مَنشُورًا (13) اقْرَأْ كِتَابَكَ كَفَىٰ بِنَفْسِكَ الْيَوْمَ حَسِيبًا (14))** (الإسراء:13-14)

أنت حسيب نفسك، قال بعض السلف: والله لقد أنصفك من جعلك حسيباً على نفسك. والحاصل: أن الله يقول: (ما يلفظ من قول إلا لديه رقيب عتيد) هذا الرقيب العتيد أي الحاضر يكتب كل شيء، كل قولك، سواء كان لك أو عليك، أو من اللغو الذي ليس لك ولا عليك، وقد قال الرسول صلى الله عليه وسلم : " من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليقل خيراً أو ليصمت " نسأل الله أن يعيننا وإياكم على أنفسنا، وأن يوفقنا إلى ما يحبه ويرضاه من القول والعمل.

وبذلك يتضح أهمية ضبط الكلام والتصريحات التي نراها الآن عبر الفضائيات وهي مليئة بالافتراءات والكذب وتلتهب بالكثير من المهاترات التي تمس أبرياء وتضر العديد من القطاعات خاصة الشباب والمراهقين الذين يتأثرون بكل هذه الكلمات، التي لا يكون لها أساس من الصحة وإذا روعي هذا المبدأ وهو عدم الكذب فإن ذلك سيرقى الإعلام النوعي بأهداف الإعلام النوعي وهو عدم الكذب.

عدم إيذاء الجماهير :

لعل من أهم قيم ودعائم الإعلام النوعي هو عدم تعريض الجماهير للإيذاء سواء كان ذلك إيذاء نفسي أو إيذاء معنوي أو إيذاء محسوس ويمكن أن نسوق العديد من الأمثلة التي تؤكد على ذلك الكلام وهي كالآتي :

1- الأفلام والدراما الخليعة الغير هادفة والتي تعد أحد أهم معاول هدم القيم والأخلاقيات الإسلامية والتي تؤدي بدورها إلى تسفيه الذوق العام. وتضليل الشباب وإبعادهم عن قيم البناء والكفاح والنجاح.

2- الكليبات الخليعة أحد أهم عناصر الإيذاء التي تثبت بشكل متواصل عبر شاشات الإعلام العام سواء كان ذلك في فقرات منفصلة أو كان ذلك من خلال قنوات خاصة بهذه الأغاني الهابطة الخالية من أي قيمة تربوية أو مضمون أو معنى هادف يمكن أن يستفيد منه المشاهد.

3- أضف إلى ذلك البرامج غير الهادفة والتي لا تقدم إلا من أجل تحقيق مكاسب مادية سواء كان ذلك عن طريق المسابقات أو الاتصالات والتي لا غاية لها إلا استنزاف أموال الجماهير تحت مسمى الكسب السريع وذلك من خلال الاتصال الهاتفي أو الرسائل القصيرة (sms) وهي ذات أخطار كبيرة جداً على المشاهد والمجتمع وتؤدي إلى إيذاء مادي ومعنوي، وبذلك نكون قد عرضنا لبعض جوانب الإيذاء التي من الممكن أن يتعرض لها المشاهد والتي تؤدي بدورها إلى دمار المجتمع والتي يترفع عنها الإعلام النوعي، وذلك لأنه يستعير قيمه وأفكاره من القرآن الكريم والسنة النبوية والتي نهت بدورها عن الإيذاء في السطور التالية:

قال الله تعالى : **(وَالَّذِينَ يُؤْذُونَ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ بَغَيْرِ مَا اكْتَسَبُوا فَقَدْ احْتَمَلُوا بُهْتَانًا وَإِثْمًا مُبِينًا (58))** (سورة الأحزاب الآية 58)

وعن عبد الله بن عمرو بن العاص رضي الله عنهما قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : (المسلم من سلم المسلمون من لسانه ويده، والمهاجر من هجر ما نهى الله عنه) وعنه رضي الله عنه قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : " من أحب أن يزحزح عن النار ويدخل الجنة فلتأته منيته وهو يؤمن بالله واليوم الآخر، وليأت إلى الناس الذي يحب أن يؤتى إليه " وعن تحريم الإيذاء بغير حق، والإيذاء يشمل الإيذاء بالقول، والإيذاء بالفعل، والإيذاء بالترك. أما الإيذاء بالقول : فأمن يسمع أخاه كلاماً يتأذى به وإن لم يضره، فإن ضره كان أشد إثمًا مما يحدث في الفضائيات من الأغاني والكلمات الهابطة.

والإيذاء بالفعل : أن يضايقه في مكانه، في جلوسه، في طريقه، وما أشبه ذلك. والإيذاء بالترك : أن يترك شيئاً يختار منه أخوه المسلم فيتأذى به، وإن كان لابد، كل هذا محرم وعليه هذا الوعيد الشديد، وهو قول الله تعالى: (والذين يؤذون المؤمنين والمؤمنات بغير ما اكتسبوا فقد احتملوا بهتانا وإثما مبينا)، (احتملوا) يعني تحملوا على أنفسهم البهتان وهو الكذب، والإثم المبين وهو العقوبة العظيمة، نسأل الله العافية.

المسلم من سلم المسلمون من لسانه فلا يلعنهم ولا يسبهم، ولا يشتمهم ولا يغتابهم ولا ينم فيهم، كل آفات اللسان المتعلقة بالخلق قد كفها، فسلم الناس منه، وسلم المسلمون من يده أيضاً، لا يعتدي عليهم بضرب ولا سرقة ولا إفساد مال ولا غير ذلك، هذا هو المسلم وهذا ليس المراد بذلك إنه ليس هناك مسلم سواه، ولكن المعنى أن هذا من الإسلام، وإلا فإن المسلم من استسلم لله تعالى ظاهراً وباطناً، لكن أحياناً يأتي مثل هذا التعبير من أجل الحث على هذا العمل وإن كان يوجد سواه.

" والمهاجر من هجر ما نهى الله عنه ". ومعلوم أن المهاجر من خرج من بلد الكفر إلى بلد الإسلام ليقيم دينه، لكن تأتي الهجرة بمعنى آخر وهي أن يهجر الإنسان ما نهى الله عنه فلا يقول قولاً محرماً، ولا يفعل فعلاً محرماً، ولا يترك واجباً، بل يقوم بالواجب ويدع المحرم، هذا المهاجر، لأنه هجر ما نهى الله عنه.

أما الحديث الثاني : فهو قول النبي صلى الله عليه وسلم : " من أحب أن يزحزح عن النار، ويدخل الجنة، فلتأته منيته، وهو يؤمن بالله واليوم الآخر، وليأت إلى الناس ما يحب أن يؤتى إليه "، فقله : "

من أحب " هذا الاستفهام للتشويق، وإلا فكل واحد يحب أن يزحزح عن النار، ويدخل الجنة، لأن من زحزح عن النار وأدخل الجنة فقد فاز، فمن أحب ذلك فلتأته منيته وهو يؤمن بالله واليوم الآخر، وبناء على هذا ينبغي للإنسان أن يكون دائماً على ذكر الإيمان بالله واليوم الآخر وتذكره، لأنه لا يدرى متى يأتيه الموت، فليكن دائماً نصب عينيه : الإيمان بالله واليوم الآخر، فالإنسان إذا آمن بالله عز وجل وبمقتضى أسمائه وصفاته، وآمن باليوم الآخر وما فيه من الثواب والعقاب، فلا بد أن يستقيم على دين الله، وهذا حق الله، أعنى قوله : " وهو يؤمن بالله واليوم الآخر " أما حق الأدمي : فقال : " وليأت إلى الناس ما يحب أن يؤتى إليه " فلا يؤذيهم، لأنه لا يحب أن يؤذوه، ولا يعتدي عليهم، لأنه لا يحب أن يعتدوا عليه، ولا يشتمهم، لأنه لا يحب أن يشتموه، وهلم جرا : لا يغشهم في البيع والشراء وغير ذلك، ولا يكذب عليهم، لأنه لا يحب أن يشتموه، وهلم جرا : لا يغشهم في البيع والشراء وغير ذلك، ولا يكذب عليهم، لأنه لا يحب أن يفعل به ذلك.

وهذه قاعدة لو أن الناس مشوا عليها في التعامل فيما بينهم لنالوا خيراً كثيراً. ويشبه هذا قول الرسول صلى الله عليه وسلم : " لا يؤمن أحدكم حتى يحب لأخيه ما يحبه لنفسه)

الإعلام النوعي والبعد عن الغش والخداع

كما سبق أن أسلفنا فإن الإعلام النوعي يرقى عن كل هذه المفاصد والتي تساعد بدورها في إهدار العديد من القيم داخل المجتمع المسلم، وذلك لأن الإعلام النوعي يستمد خريطته من القرآن والسنة وهو هنا يبعد عن الغش والخداع واللذان أصبحا وجهين لعملة واحدة، حيث يعتقد البعض أنهما طريقة سهلة للترويج سواء كان ذلك للأفكار أو للسلع التي تبث من خلال الإعلانات وبالتالي تحقق أرباحاً مادية طائلة تعود لخزينة القناة التي تعرض هذه المضامين في نفس الوقت تعود بالمزيد من الضرر والإيذاء على جمهور المتلقين وهنا العديد من الأمثلة التي يمكن أن نسوقها في هذا الصدد مثل :

الإعلانات الخاصة بالأعشاب والأدوية التي تشتق من الطبيعة بهدف لتداوى والعلاج مثل علاج مرض السكر أو فيروس C أو أمراض الإنجاب أو تساقط الشعر وهنا يطلقون مسميات جذابة لكي يساق إليها البسطاء من الجماهير المرضى الذين يتعلقون بأمل الشفاء وتكون النتيجة للأسف مفرقة حيث أنها قد تؤدي في النهاية إلى الوفاة أو العديد من الكوارث الصحية التي لا يحمد عقبائها، وللتدليل على فداحة هذه الأعمال نسوق بعض الآيات والأحاديث النبوية التي تحرم هذه الأعمال والتي لا يمكن أن تكون مادة من مواد الإعلام النوعي وهي كالآتي :

قال الله تعالى : **(وَالَّذِينَ يُؤْذُونَ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ بَغَيْرِ مَا اكْتَسَبُوا فَقَدِ احْتَمَلُوا بُهْتَانًا وَإِثْمًا مُّبِينًا (58))** (سورة الأحزاب، الآية 58)

وعن أبي هريرة رضي الله عنه، أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال : (من حمل علينا السلاح فليس منا، ومن غشنا فليس منا)

وفي رواية له أن رسول الله صلى الله عليه وسلم مر على صبرة طعام فأدخل يده فيها فنالت أصابعه بللاً، فقال : " ما هذا يا صاحب الطعام ؟ " قال : أصابته السماء يا رسول الله. قال " أفلا جعلته فوق الطعام حتى يراه الناس ! من غشنا فليس منا"

وعنه رضي الله عنه، أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال : " لا تتاجشوا"

وعن ابن عمر رضي الله عنهما أن النبي صلى الله عليه وسلم نهى عن النجش

وعنه رضي الله عنه قال : ذكر رجل لرسول الله صلى الله عليه وسلم أنه يخدع في البيوع، فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم " من بايعت فقل : لا خلافة" والخلافة بخاء معجمة مكسورة وباء موحدة، وهي الخديعة.

وعن أبي هريرة رضي الله عنه قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم " من خيب زوجة امرئ أو مملوكه فليس منا "

" خيب " بخاء معجمة، ثم باء موحدة مكررة، أي : أفسده، وخدعه.

قال الله تعالى : (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ) (سورة المائدة، الآية 1)
وقال تعالى (وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا (34))
(سورة الإسراء، الآية 34)

ذكر النووي رحمه الله تعالى عن تحريم الغدر، والغدر هو خيانة في موضع الاستئمان، بمعنى أن يأتَمَنَكَ أحد في شيء ثم تغدر به، سواء أعطيته عهداً أم لم تعطه، وذلك لأن الذي اتَمَنَكَ اعتمد عليك ووثق بك، فإذا خنته فقد غدرت به.
ثم استدلل المؤلف على تحريم الغدر بوجوب الوفاء، لأن الشيء يعرف بضده، ووجوب الوفاء ساق له المؤلف رحمه الله آيتين:

الآية الأولى : قوله تعالى : (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ)
يعنى اتنوا بها وافية شاملة على حساب العقد الذي اتفقت مع صاحبك عليه، وهذا يشمل كل العقود يشمل عقود البيع، فإذا بعث شيئاً على أخيك فالواجب عليك أن تفي بالعقد، إن كان بينكما شرط فأوفه، سواء كان عدمياً أو وجودياً، فمثلاً إذا بعث على أخيك بيتاً واشترطت عليه أن يسكنه لمدة سنة فالواجب على المشتري أن يمكنك من هذا وألا يتعرض لك، لأنه شرط عليك أن يسكنه سنة، وهذا مقتضى العقد، إذا بعث على أخيك شيئاً واشترطت عليه أن يصبر بالعيب الذي فيه، يعنى قلت : فيه عيب فاصبر به فيجب عليك أن توفي بذلك وأن لا ترده، وإذا رددته فلا حق لك، لكن يجب عليك من الأصل ألا ترده.

أهمية الإحسان إلى المرأة والولد والأهل والحيوان في الإعلام النوعي :

لعل من الأهمية بمكان أن نشير في هذا السياق على أهمية احترام مكانة المرأة داخل الأسرة والمجتمع وذلك لما حظيت به من تكريم من الله سبحانه وتعالى والرسول الكريم أيضاً ليس التكريم قاصراً على المرأة بل امتد إلى العاملين في المنزل (الخدم) وحتى الحيوانات وهذا يجد عظمة ورقى الإسلام وأيضاً يوضح أننا نحن المسلمين كنا أسبق من الغرب في هذه المجالات حتى لا يتشدد الغرب بحقوق المرأة والطفل والحيوان، والصور السيئة التي يرسمونها لنا كمسلمين والادعاءات التي تضلل الرأي العام الغربى عن قسوة العرب وعدم احترامهم للمرأة والحيوان ووصفهم بالإرهابيين.

وبما أن الإعلام النوعي يستعيد قيمه وأخلاقياته من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة فإنه أفرد العديد من الآيات والأحاديث التي تدل على هذه القيم الإنسانية السامية ويمكن عرضها كالآتي:

قال الله تعالى : (وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَى وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَى وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا (36)) (سورة النساء، الآية 36)

وعن ابن عمر رضي الله عنهما، أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال : (عذبت امرأة في هرة حبستها حتى ماتت فدخلت فيها النار، لا هي أطعمتها وسقتها إذ حبستها، ولا هي تركتها تأكل من خشاش الأرض)

" خشاش الأرض " بفتح الخاء: هوامها وحشراتنا.

وعنه رضي الله عنه، أنه مر بفتيان من قريش قد نصبوا طيرا وهم يرمونه، وقد جعلوا لصاحب الطير كل خاطئة من نبلهم فلما رأوا ابن عمر تفرقوا، فقال ابن عمر : من فعل هذا ؟ لعن الله من فعل هذا، إن رسول الله صلى الله عليه وسلم لعن من اتخذ شيئاً فيه الروح غرضاً. والغرض بفتح الغين والراء، وهو الهدف والشيء الذي يرمى إليه.

وعن أنس رضي الله عنه قال نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم أن تصبر البهائم ومعناه أن تحبس للقتل.

وعن أبي على سويد بن مقرن رضي الله عنه قال : لقد رأيتني سابع سبعة من بنى مقرن ما لنا خادم إلا واحدة لطمها أصغرنا، فأمرنا رسول الله صلى الله عليه وسلم أن نعتقها. وفي رواية : سابع إخوة لي.

ومن هنا فإن النهي عن تعذيب الحيوان والولد والوالد من لك ولاية عليه يحرم عليك أن تعذبه بضرب أو غيره إلا لسبب شرعي، ثم استشهد بقول الله تعالى: (وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا (36)) (سورة النساء، الآية 36)

هؤلاء كلهم أصحاب الحقوق (وبالوالدين إحساناً) وهم أعظم البشر حقاً عليك، الأم والأب (وبذي القربى واليتامى والمساكين) القربى : يعنى الأقارب من قبل الأم أو من قبل الأب، واليتامى : الصغار الذين مات أبائهم، (المساكين والجار ذي القربى) المساكين هم الفقراء، (الجار ذي القربى)، الجار القريب، (الجار الجنب)، الجار البعيد، (الصاحب بالجنب) : قيل : هي الزوجة وقيل : هو الصاحب في السفر (وابن السبيل) المسافر الذي انقطع به السفر (وما ملكت أيمانكم) هذا الشاهد أي ما ملكت أيمانكم من الأرقاء والبهائم، فإن الإنسان مأمور بالإحسان إليهم إن كان من بنى آدم (أرقاء) يطعمهم مما يطعم ويكسوهم مما يكتسي وينزلهم بال منازل اللائقة بهم ولا يكلفهم ما لا يطيقون.

ثم ذكر حديث ابن عمر رضي الله عنهما " أن امرأة دخلت النار في هرة حبستها" الهرة هي القطعة، حبستها ولم تجعل عندها ماء ولم تجعل عندها طعاماً حتى ماتت فدخلت النار بسبب هذه الهرة، وعذبت بها، والعياذ بالله، مع أنها هرة لا تساوى شيئاً لكنها أساءت إليها هذه الإساءة حبستها حتى ماتت جوعاً.

وفهم من هذا الحديث أنها لو جعلت عندها طعاماً وشراباً يكفي فإن ذلك لا بأس به، ومن هذا الطيور التي تحبس في الأقفاص، إذا وضع عندها الطعام والشراب ولم يقصر عليها وحفظها من الحر والبرد فلا بأس، وأما إذا قصر وماتت بسبب تقصيره فإنه يعذب بها، والعياذ بالله، كما عذبت هذه المرأة في الهرة التي حبستها، فدل ذلك على أنه يجب على الإنسان أن يحرص على ما ملكت يمينه من البهائم، والأدميون أولى وأحرى، لأنهم أحق بالإكرام.

أما الحديث الثاني : أن ابن عمر رضي الله عنهما مر بفتيان من قريش وقد جعلوا طائرا يرمون عليه، أيهم أشد إصابة، فلما رأوا عبد الله بن عمر رضي الله عنه تفرقوا هرباً منه، ثم قال : " ما هذا؟ " فأخبروه، فقال لعن الله من فعل هذا، لعن الله من فعل هذا، وذكر أن النبي صلى الله عليه وسلم لعن من اتخذ شيئاً فيه الروح غرضاً. وهذا لأنه يتألم، إذ إن هذا يضربه على جناحه، وهذا يضربه على صدره، وهذا يضربه على ظهره، وهذا على رأسه، فيتأذى، فهذا لعن النبي صلى الله عليه وسلم من اتخذ شيئاً فيه الروح غرضاً. أما بعد ما مات فقد مات لا يحس بشئ.

وكذلك الحديث الذي بعده : أن النبي صلى الله عليه وسلم نهى أن يقتل الحيوان صبراً، ومعناه : أن يحبس ثم يقتل، فإن هذا لا يجوز، وذلك لأنه إذا حبس كان مقدوراً على ذبحه وتزكيته فلا يحل أن يرمى، ورميه إيلاً له من وجه وإضاعة لماليته من وجه آخر.

وعن أبي مسعود البديري رضي الله عنه قال : كنت أضرب غلاماً لي بالسوط فسمعت صوتاً من خلفي : " أعلم أبا مسعود " فلم أفهم الصوت من الغضب، فلما دنا مني إذا هو رسول الله صلى الله عليه وسلم فإذا هو يقول : (اعلم أبا مسعود، أن الله أقدر عليك منك على هذا الغلام) فقلت : لا أضرب مملوكاً بعده أبداً.

وفي رواية : فسقط السوط من يدي من هيبته. وفي رواية : فقلت يا رسول الله هو حر لوجه الله تعالى. فقال : " أما لو لم تفعل للفتك النار " أو " لمستك النار ".

وعن ابن عمر رضي الله عنهما، أن النبي صلى الله عليه وسلم قال : "من ضرب غلاماً له حدا لم يأتيه، أو لطمه فإن كفرته أن يعتقه"

وعن هشام بن حكيم بن حزام رضي الله عنهما، أنه مر بالشام على أناس من الأنباط، وقد أقيموا في الشمس وصب على رؤوسهم الزيت، فقال : ما هذا؟ قيل: يعذبون في الخراج. وفي رواية : حبسوا في الجزية. فقال هشام: أشهد لسمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول : " إن الله يعذب الذين يعذبون الناس في الدنيا" فدخل على الأمير فحدثه فأمر بهم فخلوا. " الأنباط " : الفلاحون من العجم. وعن ابن عباس رضي الله عنهما قال : رأى رسول الله صلى الله عليه وسلم حماراً موسومة الوجه، فأكرر ذلك فقال : " والله لا أسمه إلا أقصى شيء من الوجه " وأمر بحماره، فكوى في جاعرتيه فهو أول من كوى الجاعرتين.

الجاعرتين : ناحيتا الوركين حول الدبر.

وعنه رضي الله عنه، أن النبي صلى الله عليه وسلم مر عليه حمار قد وسم في وجهه فقال : " لعن الله الذي وسمه " وفي رواية لمسلم أيضاً : نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن الضرب في الوجه، وعن الوسم في الوجه.

هذه الأحاديث التي ساقها النووي رحمه الله في النهي عن تعذيب الحيوان والرقيق والولد وغيرهم ممن يؤذيهم الإنسان، وذلك أن المقصود بالتأديب هو الإصلاح وليس المقصود بالتأديب الإيلام والإيذاء، ولذلك لا يجوز للإنسان أن يضرب الولد ما دام يمكن أن يتأدب بدون الضرب، فإذا لم يتأت الأذب إلا بالضرب فله أن يضرب، وإذا ضرب فإنه يضرب ضرباً غير مبرح، واذكروا قول الله تعالى في النساء : (وَاللَّاتِي تَخَافُونَ نُشُوزَهُنَّ فَعِظُوهُنَّ وَاهْجُرُوهُنَّ فِي الْمَضَاجِعِ وَاضْرِبُوهُنَّ) (سورة النساء، الآية 34).

فجعل الضرب في المرتبة الثالثة، والمقصود من الضرب هو التأديب لا أن يصل إلى حد الإيلام والإيذاء.

وبذلك نكون قد عرضنا للتوثيق القرآني والنبوي للتلفزيون عن طريق عرض القيم السامية التي يسعى الإعلام النوعي إلى تدعيمها في المجتمع وذلك من أجل رقى ورفعة هذا المجتمع وفقنا الله وإياكم لما يحب ويرضى وجعلنا هداة مهتدين من عباده الصالحين المصلحين.

الفصل الثالث

مواصفات ومهارات الإعلامى النوعى

1- المواصفات

2- المهارات

يرى الدكتور رفعت عارف الضبع أن مواصفات ومهارات الإعلامي النوعي هي كما يلي :

أولاً : المواصفات

- (1)الرسالات السماوية هي الفلسفة التي ينطلق منها الإعلام النوعي.
- (2)الإيمان بحقوق الإنسان الدينية والسياسية والاجتماعية.
- (3)أن يكون من خريجي شُعب الإعلام النوعي أو أقسام الإعلام بكلية الآداب شعبة إعلام ثم التحق بالدبلومات أو خريجي كليات التربية والتحق بالدراسات العليا وحصل على دبلومات في الإعلام النوعي.
- (4)الخلو من التشوهات الخلقية والجسمية التي تعيقه عن أداء وظائفه.
- (5)أن يكون سوياً خالياً من الأمراض العقلية والنفسية والعصبية والاجتماعية.
- (6)اجتياز اختبارات اللياقة العامة التي تجريها الجامعات والمؤسسات .
- (7)الحصول على دورات تدريبية تعد خصيصاً للتأهيل لوظيفة محددة.
- (8)إجادة اللغات نطقاً وكتابة وإجادة التعامل مع التقنيات الحديثة.
- (9)معايشاً لمشكلات المجتمع الذي يعمل فيه وقادراً علي المشاركة في حلول هذه المشكلات.
- (10)لديه موهبة الإبداع والابتكار والخلق.
- (11)محباً لعمله مخلصاً له متفانياً من أجله منتمياً لمجتمعه.
- (12)يتعامل مع الآخر كما هو لا كما يجب أن يكون.
- (13)متقناً، مطلعاً، مجدداً في مهنته.
- (14)لديه الحجج الإقناعية عند تناوله لقضية محددة.
- (15)يتقن المهارات المهنية اللازمة لعمله.
- (16)التحلي بأداب الإتيكيت والبروتوكول والمراسم.
- (17)قادراً على التكيف مع المواقف المهنية المختلفة.
- (18)لديه الحنكة في إدارة الوقت والذات والأزمات أثناء العمل.
- (19)لبقاً ويقظاً وحساساً ولماحاً وذكياً ومتواضعاً.
- (20)شجاعاً يجسد الحرية الإعلامية النوعية ويحافظ عليها.
- (21)عف اليد واللسان.
- (22)أن يتسم بالحيدة والدقة والموضوعية في مهنته.
- (23)محباً للعطاء في مهنته من أجل مجتمعه.
- (24)الحرص على الالتزام بميثاق الشرف المهني.
- (25)إتقان العلاقة المهنية مع رؤسائه وزملائه في العمل.
- (26)ملتزماً بالدستور والقانون والأعراف والقياس والإجماع وتقاليده المجتمع ومواثيق الشرف المهنية وتعليمات رؤسائه.
- (27)أن يتمتع بالانتران الانفعالي والخلق الحميد.
- (28)الإطلاع على الأبعاد الاجتماعية والقانونية والتشريعية والاقتصادية الخاصة بمهنته.
- (29)أن يقدم المنفعة العامة عن المنفعة الخاصة.
- (30)أن يكون مُلماً بفلسفة وخصائص ونظريات ووظائف ودور الإعلام النوعي في المجتمع وخاصة الحرص على تنقية الرسالة الإعلامية النوعية من الشوائب وعلى تحصين المواطن المتلقي للرسالة الإعلامية النوعية.
- (31)الحرص على تقييم عمله بصفة مستمرة وفقاً للمعايير العلمية .
- (32)تقبل نقد الآخرين بروح عالية ويستثمر النقد في تجويد عمله يستفيد من التقييم المستمر لأدائه من قبل المتخصصين والخبراء والمسؤولين والجمهور.

- (33) حسن المظهر.
 (34) أن يستفيد من التطورات المهنية العالمية في مهنته.
 (35) أن يكون مطيعاً لتعليمات وملاحظات رؤسائه في إطار السياسة العامة للمؤسسة التي يعمل بها.

المواصفات الخاصة

أ- المواصفات الخاصة بالإعلامي النوعي:

- (1) التحلي بحسن المظهر وسماً وبشوشاً وخاصة أثناء تأدية لعمله.
- (2) يتصف بالاتزان الانفعالي.
- (3) يتسم باللباقة والحضور وحسن اللياقة الاجتماعية.
- (4) يكون قدوة حسنة للمشاهدين إذا كان مديعاً فلا تبالغ المديعة في استخدام المساحيق أو البهجة في ملابسها.
- (5) أن تكون مخارج ألفاظه سليمة وأن يكون سليم البصر والسمع وأن يكون حسن الصوت مع إجادة اللغة العربية والإنجليزية (النطق والكتابة).
- (6) أن يتمتع بالسمات الجسمية المعتدلة.
- (7) متواضعاً في تعامله مع الآخرين.
- (8) واسع الثقافة العامة.
- (9) الإطلاع على ثقافة المجتمع الذي يعمل به ويحترمها.
- (10) تحري الدقة والموضوعية في عمله.
- (11) لديه موهبة ومهارة العمل الإعلام النوعي.

ب- وظائف المذيع في الإعلام النوعي:

- (1) حسن الترحيب بالضيف وذكر اسمه بالكامل.
- (2) تقديم الضيوف مع ذكر أهم عناصر السيرة الذاتية وخاصة المرتبطة بموضوع الحلقة.
- (3) حفظ الأسئلة المرتبطة بموضوع الحلقة وفهمها وترتيبها.
- (4) حسن الاستماع لإجابة الضيف وعدم مقاطعته أثناء التحدث.
- (5) استخدام أساليب الاسترسال بتعليقات صامتة مثل الابتسامة الطبيعية مع البعد عن الابتسامات الصفراء وألا يكون كثير الحركة سواء بالأيدي أو أجزاء الوجه أو تسبيل الأعين ولا يكون متكلفاً بل يكون طبيعياً.
- (6) الالتزام بالأسئلة المعدة مسبقاً وعدم مفاجأة الضيوف بأسئلة جديدة إلا في حدود ضيقة.
- (7) عدم تدخل المذيع بالرأي الشخصي وخاصة عندما يكون الضيوف من المتخصصين والخبراء في القضية المطروحة.
- (8) يجب أن تعايش المديعة القضية موضوع المناقشة من حيث المظهر والإحساس والمضمون فلكل مقام مقال.
- (9) يجب على المذيع احترام فكر وثقافة وتقاليد وعادات الضيوف والمشاهدين وأن تقبلهم كما هم لا كما يجب أن يكونوا عليه.
- (10) مراعاة المستويات الثقافية المختلفة للجمهور المتلقي.
- (11) أن يكون حريصاً على جذب المشاهد والتفاعل معه ومحاولاً إقناعه.
- (12) التحدث بلغة ولهجة يفهما غالبية المشاهدين وعدم استخدام مصطلحات أو كلمات أو لهجات يتوقع إلا يفهما المشاهد.

(13) أن يعطي كل ضيف ما يستحق وفقاً لترتيب مكانته العلمية والثقافية والسياسية والتنفيذية والأدبية والاجتماعية والاقتصادية بين الضيوف مع عدم الاهتمام بضيف على حساب الآخرين.

(14) البعد عن التعميم في كل موضوع واستخدام كلمة البعض إذا لزم الأمر.

(15) عدم استجلاب الاهتمام .

(16) عدم التحدث عن خصوصيات المذيع.

(17) مراعاة الوقت المسموح للبرنامج.

(18) الالتزام بلائحة العمل والحرص على وقت الضيوف.

مواصفات ومهام المخرج :

المواصفات :

- (1) لديه الموهبة والمهارة في كيفية الإخراج.
- (2) أن ينقل تلك الموهبة بالدراسة النظرية والتدريبات العملية خاصة في شعب الإعلام النوعي والتلفزيون النوعي أو المعهد العالي للفنون المسرحية أو المعهد العالي للسينما أو ما يعادلهم.
- (3) واسع الإطلاع في جميع المجالات المرتبطة بعمله.
- (4) لديه القدرة علي توظيف المهارة والدراسة النظرية في عمله.
- (5) لديه المهارة علي التخيل والإبداع والابتكار وتوظيف الكلمة المكتوبة إلى صورة واقعية يحسها المشاهد.
- (6) قادراً على قيادة فريق عمله.
- (7) لديه القدرة علي اكتشاف المواهب الفنية.
- (8) متعاشياً لمشكلات المجتمع الذي يعمل فيه وقادراً على المشاركة في حلول هذه المشكلات.
- (9) لديه موهبة الإبداع والابتكار والخلق.
- (10) محباً لعمله مخلصاً له متفانياً من أجله.
- (11) التعامل مع المجتمع كما هو لا كما يجب أن يكون.
- (12) واسع الثقافة، مطلعاً، مجدداً في مهنته.
- (13) يجيد الحجج الإقناعية عند تناوله لقضية محددة.
- (14) لديه المهارات المهنية اللازمة.
- (15) يلتزم بأداب الحوار.
- (16) قادر على التكيف مع المواقف المهنية المختلفة.
- (17) المهارة في إدارة الأزمات.
- (18) أن يكون لبقاً ويقظاً وحساساً ولماحاً وذكياً ومتواضعاً.
- (19) اجتياز التدريب على أحدث التقنيات العالمية والمتجددة في عالم التصوير.

مهام المخرج :

- (1) القراءة الجيدة لما يعرض عليه من أعمال وإبداء الملاحظات عليها من واقع خبرته.
- (2) الاختيار الجيد لفريق العمل بداية من المساعدين اللذين يعملون معه حتى توزيع الأدوار علي الممثلين.
- (3) عمل جلسات عمل مع جميع فريق العمل المشاركين (مثل مهندس الديكور - مدير الإضاءة - المصورين - الفنيين - مدير الإنتاج - الملحن - الموزع الموسيقي - واضع الموسيقى التصويرية ... إلخ) .

- (4) الاختيار المناسب لأماكن التصوير المختلفة.
- (5) إعداد المادة اللازمة من الأرشيفية إذا كان العمل يحتاج لها وذلك بالتنسيق مع المسئول عند إحضار هذه المادة.
- (6) عمل تقطيعات (ديكوياج) للعمل الفني الذي يقوم بإخراجه وأن تكون مفهومة قبل بداية التصوير وإعطائها للسادة المساعدين أو المخرج المنفذ الذي يقوم بتنفيذها كما هي.
- (7) عمل تقرير لمشاهد العمل الفني (الخارجي - الداخلي).
- (8) تحديد عدد أيام التصوير الفعلية وعمل ميزانية تقديرية لهذه الأيام بالاشتراك مع الشركة المنتجة ومدير إنتاجها والمساعدين والمخرج التنفيذي وكذلك عدد أيام المونتاج .
- (9) الاختيار الملائم لزوايا الكاميرات.
- (10) يتقبل مشاركة الآخرين عند اختيار الملابس والماكياج اللازمة للممثلين.
- (11) التدخل في طريقة أداء بعض الممثلين ممن ليس لديهم خبرة بالوقوف أمام الكاميرات.
- (12) القيام بعمل المونتاج واختيار الموسيقى المناسبة (الموسيقى التصويرية).
- (13) عمل تنويهات للعمل الفني واختيار أهم اللقطات الفنية وأهم الجمل الحوارية وعرضها قبل الإذاعة وذلك بغرض الاستحواذ على أكبر عدد من المشاهدين.
- (14) متابعة إذاعة العمل الفني وذلك عن طريق الشركة أو أحد مساعدي المخرج أو المخرج شخصياً لتفادي أي مشاكل تحدث أثناء الإذاعة.
- (15) متابعة كل ما يكتب ويقال من نقد وتقييم من وجهه نظر الخبراء والمتخصصين والنقاد وفريق العمل والجمهور والاستفادة من هذه الأداء الموضوعية.
- (16) المشاركة في جميع المؤثرات والندوات والمهرجانات في مجال تخصصه.
- (17) **مواصفات المُعد :**
- (18) أن يكون من خريجي شُعب الإعلام النوعي أو كليات (الإعلام - الآداب - دار العلوم) وحاصل على دراسات عليا من كلية التربية النوعية.
- (19) يقرض الشعر أو الزجل مع إجادته لكتابة القصة والسيناريو.
- (20) واسع الإطلاع ذات ثقافة متميزة ومتابعاً للأخبار العالمية.
- (21) لديه قدرة على الإبداع والابتكار والخلق والتخيل.
- (22) الاطلاع على تقاليد وعادات وطموحات ومشكلات وقوانين المجتمع الذي يكتب عنه.
- (23) إجادة التعبير عن آراء وأفكار وأحاسيس المجتمع.
- (24) إتقان اللغتين العربية والإنجليزية نطاقاً وكتابة والتعامل مع الحاسبات الآلية.
- (25) أن يكون سويّاً خالي من الأمراض النفسية والتشوهات الخلقية ويتمتع بصحة نفسيه جيدة.
- (26) أن يتحرى الدقة والموضوعية ويبعد عن الذاتية في كتابته.
- (27) يحسن معاملة الآخرين.
- (28) يجتاز الدورات والاختبارات التي تجريها المؤسسة الإعلامية النوعية التي سيعمل بها.
- (29) يتم تأهيله علمياً وقانونياً وإدارياً داخل المؤسسات الإعلامية النوعية التي يعمل بها.
- (30) أن يجيد استخدام الأساليب الإقناعية في الكتابة.
- (31) مُلمّاً بأدوار فريق العمل (المخرج - المذيع - المصور - مساعد الصوت - المخرج المنفذ - المنتج - المشرف العلمي) .
- (32) لديه المهارة الكافية لتكوين علاقات جيدة مع قيادات المجتمع والمتخصصين والخبراء والباحثين.
- (33) أن يكون مُلمّاً بتذوق المشاهدين وميوله وأفكاره.
- (34) الإعداد الجيد للبرنامج وذلك ضمن الخطوات التالية:

- تحديد موضوع الحلقة.
- جمع المعلومات المحلية والعالمية عن موضوع الحلقة.
- تحديد الخبراء والمتخصصين ضيوف الحلقة والاتصال بهم وتحديد موعد مقابلاتهم للاتفاق على موضوعات وميعاد الحلقة.
- كتابة الإسكربت موضوعاً دور كل عضو في الفريق والأسئلة التي ستوجه إلى الضيوف.
- الانتهاء من الإجراءات الإدارية مثل الموافقات على أماكن التصوير بالتنسيق مع المخرج والمصور.
- الاجتماع بفريق العمل وتوزيع الأدوار على كل منهم.
- تسجيل الحلقة ثم عمل المونتاج اللازم.
- تبليغ الضيوف ووسائل الإعلام الأخرى بموعد إذاعة الحلقة.
- متابعة إذاعة الحلقة.
- تقييم الحلقة ودور كل فريق في البرنامج وإعداد الحلقات القادمة.

مواصفات المشرف العلمي :

- 1) يفضل التخصص العلمي لدرجة الدكتوراه في الموضوع الموكل إليه.
- 2) أن يكون واسع الاطلاع في تخصصه.
- 3) قادراً على الإبداع والابتكار والتخيل.
- 4) لديه الخبرة الكافية للإشراف العلمي على البرامج.
- 5) أن يتصف بالموضوعية والحيادية المهنية.
- 6) محباً للعطاء مطلعاً على مشكلات وتقاليذ وعادات وطموحات وقوانين المجتمع.

مهام المشرف العلمي :

- 1) تقديم المعلومات التخصصية الخاصة بموضوع البرنامج إلى المُعد قبل كتابة السيناريو بوقت كافٍ.
- 2) صياغة الأسئلة التي توجه إلى ضيوف الحلقة.
- 3) الاجتماع بفريق العمل وتوزيع الأدوار.
- 4) إعداد تقرير لتقييم كل حلقة من حلقات البرنامج.

مواصفات المُصور:

- 1) يفضل خريجو كليات التربية النوعية - شعبة الإعلام النوعي - أو كلية الإعلام النوعي - الآداب - معهد العالي للفنون المسرحية - معهد السينما.
- 2) أن يكون سليم السمع والبصر.
- 3) لديه القدرة على الإبداع والابتكار والخلق.
- 4) الإلمام بالأماكن الطبيعية والسياحية في المجتمع.
- 5) لديه تذوق فني مميز.
- 6) ممن يجيدون اللغات (العربية- الأجنبية) ويحسن التعامل مع الحاسبات الآلية.
- 7) أن يجتاز اختبارات التي تجريها المؤسسة له.
- 8) مُلمّاً بتذوق الشباب وميوله وأفكاره.

مهام المُصور :

- 1) قراءة الإسكربت جيداً.
- 2) تحديد أماكن وموعد التصوير.
- 3) التنسيق مع المخرج والمُعد ومساعد الصوت في عملية التصوير والمونتاج.

- 4) تقييم العمل عن كل حلقة من حلقات البرنامج.
5) أن يدرّب نفسه على أحدث التقنيات العالمية والمتجددة في عالم التصوير.
المهارات الواجب توافرها في الإعلاميين النوعيين:-

- | | |
|-----------------------|---|
| 1) مهارة المشاركة. | 1) مهارة المناقشة الإعلامية. |
| 2) مهارة التعاون. | 2) مهارة السمر. |
| 3) مهارة الكتابة. | 3) مهارة تقييم الأداء. |
| 4) مهارة القراءة. | 4) مهارة التحدث والإلقاء. |
| 5) مهارة السؤال. | 5) مهارة الاستماع. |
| 6) مهارة التسجيل. | 6) مهارة استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة. |
| 7) مهارة التقويم. | 7) مهارة الإقناع. |
| 8) مهارة الملاحظة. | 8) مهارة إدارة الأزمات. |
| 9) مهارة إدارة الوقت. | |
| 10) مهارة التخطيط. | |

ثانياً : شروط اكتساب المهارة

- 1) أن يتمتع المتدرب بالنضج العقلي والجسمي والعصبي الذي يؤهلهم لاكتساب المهارة .
- 2) التوجيه والإرشاد المناسب في اكتساب المهارة.
- 3) أن يكون لدى المتدربين رغبة شديدة لتعليم المهارة.
- 4) التشجيع الدائم للمتدربين لإكسابهم المهارات والأداء السليم.
- 5) توفير القدرة أو النموذج السليم.
- 6) الاستعداد لتعليم المهارة ويتم التدريب عليه من خلال البعد عن التعقيد وتقديم النموذج.

ثالثاً: خصائص المهارة:

هناك ثلاث صفات للمهارة وهي:

- 1) تتابع الاستجابات.
- 2) التآزر الحسي والحركي.
- 3) أنماط الاستجابة.

4) تتابع الاستجابات : يتضمن الأداء سلسلة من الاستجابات وعادة ما تكون هذه الاستجابات من النوع الحركي وهي تختلف عن الاستجابات اللفظية في أنها حركات عضلية أي حركات أطراف والمهارة هي سلسلة من هذه الحركات تربط كل منها في تتابع معين حيث تقوم كل استجابة بدور المثير للاستجابة التالية.

5) التآزر الحسي الحركي : يمكن القول التآزر هو استخدام لعضلات الجسم معاً مع تتابع يشمل الأذرع - الأرجل - الأيدي - الأقدام - الأصابع.

6) أنماط الاستجابة : يمكن اعتبار السلوك الماهر تنظيماً لسلاسل المثيرات والاستجابات في أنماط أكبر.

رابعاً : أهمية المهارة :

1) يساعد اكتساب المتدرب علي استماعهم بالأنشطة التي يمارسونها وتحقيق إشباع الحاجات النفسية لديهم.

- (2) تكمن أهمية المهارات في أنها مجال هام للتواصل والتفاعل الاجتماعي.
- (3) يساعد اكتساب المهارات على تحقيق قدر كبير من الاستقلال الذاتي والاعتماد على النفس والاستمتاع بأوقات الفراغ كما يساعدهم على تقنهم بأنفسهم ومشاركة الآخرين في الأعمال التي تتفق مع قدراته وإمكانياتهم.
- (4) تعتبر المهارات ضرورة لكل نشاط يقوم به الإنسان إذا أنها تسير سريان النشاط وتمكنه من القيام بتنفيذ الواجبات الصعبة والكبيرة والمركبة.
- (5) تساعد على التفاعل مع الرفاق والابتكار والإبداع في حدود طاقتهم الذهنية والجسمية.

أولاً: مهارة المشاركة: تعريفها:

تعريف الدكتور عبد الهادي جوهري " أنها أهداف الحياة الديمقراطية السليمة تركز على اشتراك المواطنين في مسؤوليات التفكير والعمل من أجل مجتمعهم وهي وسيلة المشاركة يتذوقون الناس أهميتها ويمارسون طرقها وأساليبها وتتأصل فيهم عاداتها ومسالكها وتصبح جزء من ثقافتهم وسلوكهم .

خصائص المشاركة:

- (1) المشاركة سلوكاً تطوعياً ونشاطاً إدارياً وليس تحت أي ضغط أو إجبار مادي أو معنوي.
- (2) المشاركة سلوك مكتسب يتعلمه الشخص أثناء حياته.
- (3) المشاركة عملية اجتماعية شاملة ومتكاملة.
- (4) المشاركة سلوك إيجابي واقعي.
- (5) المشاركة عملية مقصودة وليست عفوية.
- (6) المشاركة هدف ووسيلة معاً.

أهمية المشاركة:

- (1) للمشاركة أهمية كبيرة على مستوى الأفراد المشاركين أنفسهم وعلى مستوى المجتمع ككل ذلك لأنها تعتبر شكلاً من أشكال التعليم حيث يتعلم المواطنون من خلالها حقوقهم وواجباتهم، وهذا يؤدي بدوره إلى معرفة تامة وإدراك كبير لهذه الحقوق والواجبات وإلي مزيد من الواقعية والمرونة في مطالب هؤلاء المواطنين.
- (2) تساعد المشاركة على أن تكون العلاقة بين الفرد ووطنه الصغير على أساس سليم فلا يسعى وراء حقوقه فقط ولكنه سيلتزم بأداء واجباته أيضاً وهو الأمر الذي سينعكس بالضرورة على الشعور بالانتماء للوطن الكبير.
- (3) تعود المشاركة بالفائدة المباشرة من خلال المشاركة مع الآخرين في الأنشطة المختلفة فهي وسيلة فعالة لحل المشكلات.

ثانياً: مهارة التعاون:

- تعريفها.
- شكلها.

تُعرفها أسما عبداً لعال بأنه ذلك الموقف الذي يكون فيه الهدف متنوعاً بين الأفراد والذي يلزم الأفراد بالعمل معاً ويكون تحقيق الهدف مشتركاً من خلال مساعده الآخرين الذين لا يستطيعون تحقيق أهدافهم.

أشكال التعاون :

- التعاون اللفظي.

- التعاون من أجل الإنجاز.
- اللقب التعاوني .

1)التعاون اللفظي : ويقصد به أن يقبل الإنسان على التحدث مع الآخرين وعمل علاقات معهم من خلال الكلمة المنطوقة ويظهر هذا الشكل من أشكال التعاون بين الأفراد أثناء أداء الأدوار واللعب بمعنى يختار الطفل الدور الذي يرغب في أدائه .

2)التعاون من أجل الإنجاز : ويقصد به أن يتعاون الأفراد مع بعضهم البعض من أجل إنجاز مسئولية أو مهمة أو عمل أسند إليهم ويبدأ التعاون من أجل الإنجاز من الأسرة حيث تعود أبنائها بتحمل المسئولية فيتعودا على التعاون ويكتسبونه كمهارة يتعاملون بها في مجتمعهم.

3)الهوايات التعاونية : فهي مرحلة يمر بها الأفراد حيث يسود بينهم وفيها التعاون بكل معانية وتظهر الهوايات في هؤلاء الأفراد بينهم البعض. ولقد حدثت السنة النبوية على أهمية التعاون بين الأفراد فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم (مثل الأخوين مثل اليمين تغسل إحداهما الأخرى).

ثالثاً: مهارة القراءة:

- تعريفها.
- أهميتها .

تعريفها يرى الكثير من الباحثين بأنها: أسلوب من أساليب النشاط الفكري في حل المشكلات يبدأ إحساس الإنسان بمشكلة ما ثم يأخذ في القراءة لحل هذه المشكلة ويقوم في أثناء ذلك بجمع الاستجابات التي يتطلبها حل المشكلة من تفكير والانفعال العقلي والفسولوجي للإنسان إضافة إلى حاسة البصر وأداة النطق والحالة النفسية.

أهمية القراءة:

- 1)أنها أهم وسائل التفاهم والانفعال من الناحيتين المادية والروحية.
- 2)القراءة وسيلة الفرد لاكتساب المعلومات والمهارات والخبرات المختلفة.
- 3)تعد القراءة وسيلة للترويح عن النفس وقضاء وقت الفراغ فيما ينفع ويغير.
- 4)تعد وسيلة لاتصال الفرد بغيره مهما تباعدت المسافات.
- 5)تساعد على تنمية الأفراد وتزويدهم بالمعارف البشرية لمسايرة التقدم العالي.
- 6)تساهم في تنمية الذوق وتعميق العواطف الإنسانية.
- 7)تساعد على إثراء رصيد القارئ اللغوي وتعوده السرعة في القراءة والفهم والنقد والتحليل للمادة المقروءة.
- 8)القراءة فريضة سماوية وعبادة إسلامية وسمة حضارية.

رابعاً: مهارة الكتابة:

- تعريفها.
- أهميتها .

نظراً لعدم الاتفاق على مفهوم موحد للكتاب قامت منظمة اليونسكو عام 1964 بوضع تعريف خاص للكتاب أن الكتاب عبارة عن مطبوع غير دوري يشمل على 49 صفحة فأكثر بدون صفحات الغلاف.

أهمية مهارة الكتابة:

- 1)تسمح الكتابة بالرجوع إلى المعلومات وقت الحاجة إليها.
- 2)تعمل الكتابة علي نقل المعلومة إلى عدد أكبر من الناس.

- (3) تسمح بتوصيل جميع المعلومات المراد إيصالها سواء كانت تعليمات أو أوامر أم بيانات أم إحصاءات وتقديمها بصورة تفصيلية واضحة وبفاعلية إلى أفراد الجمهور المقصود.
- (4) الكتابة أكثر أمانة على النص.
- (5) الكتابة لا تمحي على مر الأيام والسنين لذلك فهي إلا قدر على ربط الأجيال المتعاقبة بتراثها.

خامساً: مهارة السؤال:

- تعريفها.
- أهميتها بالنسبة لكل من (المحرر - المتحدث).

أولاً: بالنسبة للمحرر:

- (1) يساعد على بقاء الموضوعات المراد واضحة في ذهن المحرر دون أن ينسى جانباً مهماً من جوانبها.
- (2) يحدد بدقة ما يريد المحرر طرحه ويجعله واضحاً حتى يمكن للمتحدث تقديم الإجابات الدقيقة.
- (3) يساعد على تحديد عناصر الموضوع الرئيسي والأفكار التي تدور حولها المناقشة.
- (4) تساعد على تبادل الخبرات.

ثانياً : بالنسبة للمتحدث:

- (1) تحديد ما يراد الاستفسار عنه وطرحه ومناقشة وتقديم الإجابات المحددة .
- (2) تقسيم موضوع الحديث إلى نقاط وموضوعات متفرعة فسهل من ثم الإجابة وتحديد جوانب الأهمية في موضوع الحديث.
- (3) تحديد الأسئلة بدقة ووضوح نوعية الإجابات المطلوبة.
- (4) تعطى للمتحدث فرصة التفكير والتوقف عند كل سؤال للبحث عن الإجابة الواقية.

وبصفة عامة يعتبر السؤال أساس عملية التفاوض ويستخدم لجذب الانتباه والحصول على المعلومات وأثاره التفكير والوصول إلى نتيجة.

سادساً: مهارة التسجيل:

- التسجيل: هو تدوين المعلومات والحقائق المطلوب حفظها من النسيان.

أنواع التسجيل :

- 1- التدوين "الكتابة"
- 2- صوتي " أجهزة التسجيل "
- 3- ضوئي "شرائح مصور"
- 4- صوتي وضوئي " فيديو "

وسائل التسجيل:

- 1- الرسوم البيانية
- 2- المقياس الاجتماعية
- 3- التقارير

ملاحظة هامة: الدساتير والقوانين تجرم التسجيل أو التصوير من شخص لآخر ومن جماعة لأخرى سواء أن كان التسجيل بالصوت أو الصورة أو الصوت والصورة معاً ، ويحظر التسجيل إلا بصور قرار من المحكمة يكلف النيابة العامة بالتسجيل ، ونحذر الجميع بالوقوع بهذا الخطر ، ويجوز التسجيل والتصوير بموافقة كتابية من المسجل والمصور له.

الرسوم البيانية :

- 1- الأعمدة بسيطة أو مجزأة أو مركبة. 2- الدوائر .
- 3- الصور المجسمة. 4- المنحنيات .

سابعاً: مهارة التقويم:

تعريف التقويم : وهو تقدير القيمة الفعلية للتغيرات التي تصاحب الجهود المبذولة لمعرفة مدى تحقيق الأهداف.

خطوات التقويم:

(1) تحديد أهداف البرنامج.

(2) وضع مستويات للقياس.

(3) تحديد تصميم التقويم.

(4) جمع البيانات.

(5) تحليل البيانات.

أهداف التقويم:

(1) يساعد على التعرف على مدى ما حققته المؤسسة أو الفرد من أهداف.

(2) التعرف على التغيرات التي طرأت على الأفراد.

(3) التعرف على مدى نمو العلاقات المهنية بين الزملاء.

(4) التعرف على التغيرات التي طرأت على المؤسسة.

(5) مدى إيجابية البرامج.

(6) يهدف للنمو الاقتصادي.

(7) مدى ما حققه الاقتصاد من أهداف.

(8) يستخدم لاختيار الفروض والمبادئ والمداخل المتعلقة بالعمل داخل المؤسسة.

مجالات التقويم:

(1) لتحديد النمو للأفراد.

(2) لتحديد الفاعلية "البرامج والإمكانات".

(3) تقييم أداء نواب البرلمان.

(4) تقييم أداء الحكومة في التعاون مع البرلمان.

(5) تقييم تعاون الناخبين مع البرلمان والحكومة.

وسائل التقويم:

هي متعددة ولكنها لا تخرج عن كونها وسائل بحث علمي تعتمد على التجريب والقياس.

ثامناً: مهارة الملاحظة:

تعريف الملاحظة : هي مراقبة مقصودة تهدف إلى رصد أي تفسيرات تحدث لأي ظاهرة إنسانية أو طبيعية أو مناخية.

أركان الملاحظة:

(1) شخص ملاحظ.

(2) شيء ملاحظ.

(3) نتائج ملاحظ.

أساليب الملاحظة:

1- بسيطة .

2- مركبة .

أ - بسيطة تنقسم إلى:

(1) بدون مشاركة : وهي تتم بدون اشتراك أخصائي الإعلام النوعي في أي نشاط تقوم به الجماعة ومميزاته أنه يتيح له ملاحظة السلوك الفعلي للجماعة في صورته الطبيعية.

(2) المشاركة : وهي مشاركة الأعضاء وأخصائي الإعلام النوعي في حياة الناس المطلوب ملاحظتهم لفترة محدودة وهي فترة الملاحظة وأن يمر بنفس الظروف التي يمرون بها ويخضع لجميع المؤثرات.

ب - المنظمة تنقسم إلى:

(1) المذكرات التفصيلية.

(2) الصور الفوتوغرافية.

- (3) الخرائط.
- (4) نظام الفئات.
- (5) مقاييس التقرير.
- (6) المقاييس السيوسومترية.

الملاحظة تعتمد على الحواس والعقل.

شروط الملاحظة الصحيحة:

- (1) سلامة الحواس.
- (2) سلامة التقديرية.
- (3) الخلو من المؤثرات الخارجية.
- (4) الخلو من التحيزات.
- (5) الإدراك العقلي الواسع "خبرة الإعلام النوعي".
- (6) اليقظة وسرعة البديهة وحسن اختيار الموقع.
- (7) القدرة على استنباط فواصل الحدود بين الصفات المختلفة.
- (8) التسجيل الدقيق في أي فرصة.
- (9) الخلو من الانفعال والتوتر أثناء الملاحظة.

تاسعاً: مهارة المناقشة الإعلامية النوعية:

تعريف المناقشة:

هي حوار لفظي بين شخصين أو أكثر للتوصل لحقيقة موضوع المناقشة سيتم بين الأستاذ والباحث أو بين المستهلك والمُعلن.

أهداف المناقشة وفوائدها:

- (1) تساعد الإعلامي النوعي في دراسة شخصية المستهلك والعمل والتأثير في عملية التفاعل لتنمية تلك الشخصيات.
- (2) ملاحظة مشاعر الجمهور لدراساتها.
- (3) تساعد الإعلامي على تدعيم العلاقة بالإعلام النوعي الجديد.
- (4) تساعد على التعرف على إمكانيات وقدرات الجمهور والمستهلك.
- (5) نشر الثقافات وتبادل الخبرات.

أساليب إدارة المناقشة:

- (1) الطريقة العامة : وهي الطريقة التي يعبر الإعلامي النوعي عن الموضوع من خلال حديث قصير وبعض الأسئلة لاستشارة الآخرين.
- (2) التنشيط الفكري: هي طريقة لزيادة فاعلية المناقشة وهي تدريب عملي للعقل على اتخاذ قرارات جماعية في أقصر وقت.
- (3) إدارة المناقشة عن طريق القصة : ويتم توزيع قصة مكتوبة في صفحتان على الأكثر تتضمن الهدف الذي ترغب إكسابه للأفراد .
- (4) مجموعات تبادل الأفكار :

- يقسم المشتركون لمجموعات صغيرة يجتمعون لمدة قصيرة للمناقشة.
- عروض ما وصلت إليه المجموعات من أفكار.
- تختار كل مجموعة قائد يشرح موضوع المناقشة بوضوح وتدار مناقشة بين كل المجموعات.
- (5) إدارة المناقشة عن طريق استخدام وسائل التعبير:
- الأفلام والشرائح السينمائية : يعرض فيلم وشرائح سينمائية ويطلب من الأعضاء التركيز في المشاهدة والتعبير عن الموضوع.
- استخدام الصورة : يعرض صورة من الملفات وتوزع على الأعضاء وبعد تقسيمهم للمجموعات وتختار كل مجموعة صورة وتوضح سبب اختيارها للصورة الواحدة.

ممارسة المناقشة:

- 1) يجب أن تبدأ في الميعاد المحدد.
- 2) تحتاج أي مناقشة مفيدة لمقدمة الموضوع في صورة محاضرة.
- 3) مذيع المناقشة لا يحاضر ولكن يتصرف كقائد يشجع الأعضاء على عرض أفكارهم.
- 4) يجب أن يبعد المذيع بتسجيل كل ما يدور بالمناقشة.
- 5) تلخيص أهم ما توصلت إليه الجماعة من المناقشة.
- 6) ضرورة تقييم المناقشة عن طريق استخدام تقارير.

عاشرًا: مهارة السمر :

تعريف السمر :

هو لون من النشاط الترويجي يبعث السرور والمرح لشغل وتنمية وقت الفراغ يتجرد فيها الأفراد والجماعات من الفروق "السن أو المركز".

أهداف السمر:

- 1) توثيق الصلات بين الأفراد.
- 2) بث روح المرح.
- 3) التدريب على روح التعاون والاعتماد على النفس.
- 4) إظهار ذاتية الفرد وتنمية شخصية.
- 5) إظهار المواهب وإعطائها فرصة للتدريب.

الحادي عشر: مهارة الرحلات:

أهدافها وأغراضها :

تمثل وقت طيب للأعضاء وفرض لاكتساب خبرات ومعلومات والتعريف على مجتمعهم ووسيلة لتنمية العلاقات الاجتماعية.

أنواع الرحلات :

- رحلات علمية : يهدف أعضاؤها لدراسة مباشرة مثل الآثار أو البيئات المختلفة.
 - رحلات ثقافية : يهدف أعضاؤها للتزويد بالمعلومات المختلفة كزيارة الاستوديو والمطبعة.
 - رحلات رياضية : تحتاج لمجهود بدني كبير كرحلات المناطق الصحراوية أو مشاهدة المباريات.
 - رحلات ترويحية : تعتمد على قضاء وقت مرح يسعد فيها الأعضاء كزيارة الحدائق والمصايف.
 - رحلات بيئية : يقوم فيها الأعضاء لزيارة إحدى المؤسسات المحيطة بالبيئة.
 - رحلات داخلية : تكون داخل الحدود الجغرافية بالمدينة وتهدف للتعرف على بلادهم وطبيعتها ومواردها.
 - رحلات خارجية : وتكون خارج المدينة وتستغرق أكثر من يوم أو رحلات بعيدة.
- الثاني عشر: مهارة استخدام التكنولوجيا الحديثة في الإعلامي النوعي:

يجب على الإعلامي أن ينمي مهاراته باستمرار في التعامل مع كل ما هو جديد ويستخدم في استخدام التكنولوجيا الحاسبات الرقمية وأجهزة الإخراج والتصوير وإن يتقنها كما ينبغي وأن يجب استثمارها لصالح عمله.

الثالث عشر: مهارة الاستماع:

يجب أن يتوفر لدى الإعلامي مهارة حسن الاستماع والتركيز والتقييم لكل ما يسمعه وعليه أن يتحدث ويظهر قليلاً ويستمع كثيراً.

الرابع عشر: مهارة الإقناع:

من الأهم أن يكون الإعلامي لديه الحجج الإقناعية بمعنى أن يستخدم جميع وسائل الإقناع للاستشهاد بها مثل الآيات القرآنية والأحاديث القدسية والأحاديث النبوية الشريفة وما جاء في الدساتير والقوانين واللوائح ونتائج توصيات البحوث والدراسات العلمية والإجماع والقياس وما انتهت إليه الآخرون من تجارب رائدة تتناسب مع معتقداتنا وقيمنا الدينية والعربية السليمة واستخدام المراجع العلمية كدليل لصحة ما يقال أو يكتب.

الخامس عشر: مهارة إدارة الوقت:

لما كان استثمار الوقت عامل مهم للإعلامي واستخدام الأجندة في تنظيم وإدارة وقته وتسجيل كل ما يهيمه من مواعيد بالأجندة وتحقيق أعلى فائدة في الاستفادة من وقته وهي أهم عوامل تقدم الإنسان وتفوقه على الآخرين. بإنجاز أكبر عمل في أقل وقت.

السادس عشر: مهارة إدارة الأزمات:

تعد إدارة الأزمات من المهام المفيدة للإعلامي ونحتاج إلى إعداد الاحتمالات المتوقعة حدوثها وأساليب التعامل معها ومهارة اتخاذ القرارات السريعة في وقت وقوع الأزمة بحيث يكن له السيطرة على الأزمات والحد من مخاطرها وصون المرافق لصالح المؤسسة.

السابع عشر: مهارة التخطيط:

التخطيط أحد العوامل المساعدة الرئيسية لعمل الإعلامي في التخطيط الجيد والسليم يحقق أعلى فائدة من الأهداف ويرتقي بالمؤسسة وأفرادها ويعمل على رفع كفاءتها وتطورها.

الآثار الإيجابية والسلبية للإعلاميين

العديد من الدراسات تشير إلى أن التأثيرات الاجتماعية للإعلام العام لها جوانبها السلبية ، فقد يخلق في نفوس الأفراد رغبات وتطلعات استهلاكية قد يحول مستوى الدخل دون تحقيقها وما يترتب على ذلك من مشكلات قد تؤثر في الكيان الأسري أو العائلي كما أن الإعلام العام قد يؤدي إلى لجوء بعض الأفراد إلى الاقتراض وما يترتب على ذلك من ارتباك في شئونهم المالية والعائلية لكي يحصلوا على المنتجات الحديثة التي يروج لها الإعلام العام وقد يصورها في شكل ضرورات لا تستطيع الأسرة الاستغناء عنها .

هناك انتقادات أخرى توجه إلى الإعلام العام ، منها أن الإعلام العام يؤثر سلباً على الحرية الشخصية للفرد في اتخاذ قرارات الشراء ، وهذا بالإضافة إلى عدم صدق بعض الإعلام العام واحتوائه على ادعاءات غير صادقة وافتقاره إلى معلومات تهم المستهلك عند اتخاذ قرار الشراء . والإعلام العام كثيراً ما يشجع بعض المنظمات على فرض نفوذها على وسائل الإعلام بسبب الإنفاق الإعلامي العام الضخم والذي يعتبر أحد الموارد الأساسية لكثير من المنظمات . وعلى المستوى العائلي نجد العديد من الإعلام العام تعطي صورة سلبية عن المرأة فتظهرها غير رشيدة في تصرفاتها وتعتمد على الرجل في اتخاذ القرارات وأنها تابعة له ، كما أن بعض هذه الإعلانات تهتم بإبراز بعض أجزاء جوانب الإغراء من أجل جذب اهتمام المشاهدين في الإعلام العام التليفزيوني .

للإعلام العام تأثيرات سلبية على الأطفال و بعض الدراسات التي أوضحت مدى اهتمام الأطفال بمشاهدة البرامج التليفزيونية حيث يقضى بعض الأطفال في المتوسط حوالي 6 - 8 ساعات يومياً أمام التليفزيون . والإعلام العام التليفزيوني له تأثيراته على سلوكيات الأطفال وأنماطهم الشرائية والاستهلاكية حالياً ومستقبلاً .

وعلى العكس من ذلك فإن للإعلام النوعي مزايا اجتماعية ، منها أن الإعلام النوعي يحقق مبدأ التكافؤ الفرص بين الأفراد والمنظمات ، حيث يستخدم الإعلام النوعي عن مختلف أنواع المنتجات وطالبو الوظائف والمزايدات والمناقصات .

الإعلام النوعي أيضاً يسعى إلى أن يتعرف الفرد على حاجاته وكيفية إشباعها مما يجعله أكثر طموحاً ، كما أن الإعلام النوعي يعطي الفرد الحرية في الاختيار بين السلع التي يعلن عنها لظروفه الخاصة .

يساهم الإعلام النوعي أيضاً في زيادة ثقافة أفراد المجتمع وإمداده بمعلومات تفيده في حياته اليومية وذلك من خلال توضيح مزايا لبعض المنتجات وأيضاً من خلال الحملات الخاصة بنوعية المستهلكين من مخاطر سوء استخدام بعض السلع ، بالإضافة إلى ما سبق ربما كان للإعلام النوعي فائدة أخرى بالإضافة إلى الصدق وهي أنه متابعة بعض الإعلانات النوعية أصبحت من الأشياء المسلية أو الممتعة خاصة بالنسبة للأطفال والسيدات وكثير من المشاهدين بالنسبة للإعلانات التليفزيونية.

أولاً : الآثار الإيجابية للإعلام النوعي:-

- 1- الإعلام النوعي يغرس عند الناس عادات جديدة فان من نتائج استعمالهم المتكررة للسلع المعلن عنها ينشأ عندهم عادات جديدة تزداد رسوخا كلما زاد تكرير الاستعمال مثال تنظيف الأسنان صباحا ومساء بالفرشاة.
 - 2-الإعلام النوعي يبسر على الناس الحياة ويهيئ لهم الحصول على السلع التي يحتاجونها بأيسر الطرق وأرخص الأسعار.
 - 3- الإعلام النوعي قوة تعليمية تؤثر على أفكار الناس وتزيد من ثقافتهم بالإطلاع عليه أو الاستماع إليه بتعليم الناس أشياء جديدة تتعلق بتركيب السلع وتكوينها وفوائدها ويستخدم الإعلام النوعي في تعليم الناس كيف يحافظون على صحتهم ويستثمرون مدخراتهم.
 - 4-يساهم في زيادة الدخل القومي وبالتالي في متوسط الدخل الفردي .
 - 5- الإعلام النوعي يقرب بين الأمم لأنه إذا انتشر على الصعيد الدولي عمل على التقارب بين الأمم المختلفة ذلك انه ينقل عادات بعضها البعض الآخر كما أنه ينشر أساليب الحياة الأفضل وينشر وجهات النظر وأساليب التفكير ويهتم بنشر ثقافة الإتيكيت والبروتوكول التي تعد عبادة سماويه .
 - 6-الإعلام النوعي يساعد على إزالة الشعور بالقلق والتوتر لان الجمهور أثناء تعرضه للرسالة الإعلامية النوعية قد يصاب بالقلق والتوتر وبالتالي لا يستوعب شيء من الرسالة ولا يتعلم منها اى شيء وبالتالي فسوف لا يتأثر بها .
 - 7- الإعلام النوعي يشجع على تبادل الرأي والتشاور بين أفراد الأسرة لأنه يجعل من قرار التعامل مع الخدمة قرارا جماعيا .
- ثانيا : الآثار السلبية للإعلام العام :

- 1- الإعلام العام يؤدي إلى خلق تطلعات مادية كبرى فبدلا من أن تصبح تطلعات الإنسان حضارية أو ثقافية نجد أن تطلعات الإنسان تحولت إلى جهة مادية بحتة .
- 2-الإعلام العام يدفع الناس لشراء سلع ليسوا في حاجة إليها وأنه لولا الإعلام وإلحاحه على عقل الفرد لشراء هذه السلعة لما فكر الفرد في شرائها على الإطلاق .
- 3-الإعلام العام في بعض الأحيان مضلل غالبا يؤدي إلى خداع وتضليل المستهلك حيث يقوم في أغلب الأحيان بذكر صفات السلعة ومزاياها المتعددة مما يغري المستهلك بشراء السلعة لإشباع احتياجاته.
- 4-الإعلام العام تهبط بالذوق العام أحيانا الإعلام العام ليس من ضمن البرامج التي يمكن أن ترفع بالذوق العام مثل البرامج الثقافية والموسيقية بل انه يهبط بالذوق العام من خلال تركي عن المناظر التي تؤذى شعور الإنسان .
- 5-الوقوع في بحر الاستهلاك المظهري التفاخري .

لابد أن يكون الإعلام النوعي بشروط حتى يكون مقبول وهذه الشروط هي :-

- 1-التعريف بالسلع والخدمات والمؤسسات الإنتاجية في نطاق الدولة .
- 2- التعريف بالسلع والخدمات والمؤسسات المنتجة على المستوى القومي.
- 3- التعريف بالسلع والخدمات التي يحتاجها المواطنون فعلا وهكذا يقوم الإعلام النوعي بدور الوسيط والتعريف بالسلعة خدمه للمنتج وإرشاد المستهلك إلى مزايا السلعة التي هو بحاجة إليها .
- 4-لابد أن يشمل الإعلام النوعي على السلع الوطنية أولا، ثم السلع الدولية والخدمات الإنتاجية التي تدخل في إطار الأدوات الإنتاجية والأفكار الإنتاجية والتعليمية المستحدثة.

تحصين المتلقي من الإعلام السلبي :-

هناك مجموعة من التعليمات لحماية المتلقي من الإعلام السلبي :

هناك مجموعه من القواعد التي يجب مراعاتها في الإعلام حتى يصبح فعلا وهي :-

- 1-البساطة في العرض والتعبير من أهم المبادئ الإعلام .

- 2-الإفادة عن فكرة العرض بمعنى عرض السلعة أو الخدمة في الاستخدام أو مقارنتها بالسلع والخدمات المنافسة
- 3-عدم استخدام أسلوب الترفيه أو الفكاهة إلا عند الحاجة.
- 4-التأكيد على إضافة لمسه من الواقعية على الإعلام .
- 5- إن الإعلام الناجح أو الفعال لا بد وأن يعتمد على عدة عناصر فنية ، فهي تضيف عليها المزيد من الواقعية ،كاستخدام الموسيقى والألحان التي تدعمها وتقويها .
- 6-حسن اختيار وقت عرض الإعلام مع دقة اختيار المادة المعلنه التي يعرض من خلالها الإعلام النوعي من أهم شروط نجاح الإعلام .
- 7- عدم تضليل المستمعين أو المبالغة عند الإعلام عن السلع أو الخدمات ومراعاة اهتمامات واحتياجات جماهير المستمعين وأن تكون السلع أو الخدمة المعلن عنها ذات حقيقة للمستهلك المرتقب
- 8 – يحظر تقديم الإعلام عن السلع التي تتعرض أو تشير إلى بعض المسائل أو القضايا الطبية مثل الضعف الجنسي ، الأمراض التناسلية ، الشيخوخة ، العقم والأمراض الخاصة بالسيدات أو الإشارة إلى الأدوية التي من شأنها إنقاص الوزن أو التحكم فيها إلا بترخيص من وزاره الصحة .
- 9- أن يعتمد الإعلام النوعي على عنصر الإيحاء للمشاهد بحيث يحس بأن السلعة أو الخدمة المعلن عنها ستفيده كثيرا وأنه يحسن به أن يقوم بشرائها ولكي يصل الإعلام النوعي إلى ذلك فإنه يخاطب عقل المستهلك ومشاعره ويعمل على التأثير فيها إلى أقصى درجة ممكنه بحيث يتحقق الهدف النهائي وهو بيع السلع أو الترويج للخدمة .
- 10- أن تكون السلعة أو الخدمة موضوع الإعلام النوعي جيدة ، بمعنى أن تتوفر فيها عوامل الجودة سواء من حيث خصائصها أو تكوينها أو شكلها أو ألوانها أو سهولة استعمالها أو سعرها .
- 11- يجب ألا يتعرض الإعلام النوعي للمنافسة غير المشروعة بالنسبة للسلع المماثلة أو المشابهة وألا يتناول الإعلام النوعي المسائل الدينية أو الأشياء المقدسة أو المسائل السياسية أو ما يتعارض مع النظام العام والآداب طبقا لللائحة ومواثيق الشرف المهنية وقواعد العمل الإعلام النوعي.
- 12-أن يكون الإعلام النوعي صادقا وان يحقق مصلحة المعلن بان يدار بطريقة اقتصادية أي يحقق أكبر قدر من الكفاية بأقل جهد ممكن وفي اقل وقت وبأقل نفقات ويتحقق الغرض من إذاعته .
- 13- تدعيم الإعلام النوعي بإجراء بحوث التسويق التي تمكن من التعرف على رغبات المستهلكين واحتياجاتهم فضلا عن ضرورة تدعيم السلعة أو الخدمة الجيدة بصورة تمكنها من الحصول على مركز ملائم من أن يحقق الأهداف المرجوة منها
- 14-التدقيق في عرض الإعلام النوعي عن السلع والمواد الغذائية التي تدعى احتوائها على نسبة الفيتامينات أو الأملاح حتى لا يترك المجال مفتوحا أمام المعلنين للدعاء ولمبالغه والتهويل بما يعود بالضرر على المستهلك .
- 15-البعد عن الموضوعات الجدلية والسياسية والشعوذة

رؤية المؤلف لتطوير الإعلام النوعي:-

- 1-مراجعة الدستور والقوانين المنظمة لنشاط الإعلام النوعي.
- 2- استحداث لجنة تُشكل من أساتذة الجامعات المتخصصين وكذلك الخبراء والمهتمين والعاملين في مجال الإعلام وممثلين عن الجمهور كأعضاء مجلس النواب وكذلك مجلس الشيوخ للمراجعة السابقة واللاحقة للرسالة الإعلامية لضبط الرسالة الإعلامية بحيث تُبَث وتُنشر بعد مراجعاتها من خلال إشراف هذه اللجنة ويجب أن تكون متسقة مع القواعد الحاكمة للرسالة الإعلامية وأن تراعى الرسالة

- الإعلامية ما جاء في الشرائع السماوية وما جاء بالدستور والقوانين بحيث تكون الرسالة الإعلامية مزوجة بالصدق والموضوعية وما يحقق مصلحة الجمهور في ذلك.
- 3- يجب استحداث ميثاق شرف للإعلاميين النوعيين مع مراجعته بصفة مستمرة لمتابعة المستجدات الدولية والإقليمية ويكون لميثاق الشرف آلية لتنفيذ بنوده.
- 4- استحداث دائرة قضائية متخصصة بالنظر في القضايا الإعلامية دون غيرها على أن تشكل هذه الدائرة برئاسة مستشار وأن يضم إلى عضويته أساتذة الجامعات المتخصصين في الإعلام وكذلك خبراء الإعلام أسوة بما هو مُتَّبَع في الدوائر القضائية المتخصصة الأخرى. مثل المحكمة الاقتصادية والمحكمة الرياضية
- 5- استحداث نقابة مهنية برعاية شؤون الإعلاميين ، والنظر في مشاكلهم.
- 6- يقتصر العمل في مجال الإعلام على خريجي كليات ومعاهد وأكاديميات الإعلام وأن يكون عضواً بنقابة الإعلاميين.
- 7- التشجيع لإصدار الدوريات والمؤلفات والصحف والقنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية التي تهتم بمعالجة القضايا الإعلامية.
- 8- يجب أن تُخصَّص لجان علمية مستقلة لمراجعة الرسالة الإعلامية قبل وأثناء وبعد بث ونشر الرسالة الإعلامية في وسائل الإعلام الحكومية حتى يتمكن من ضبط الأداء الإعلاني في حينه مع مراجعة اللوائح المالية الخاصة بالإعلام كي نحقق منافسة شريفة للقطاع الخاص.
- 9- يجب توفير التدريب المهني المستمر للإعلاميين وخاصة على فنون الإتيكيت والبروتوكول حتى تتاح لهم متابعة جميع المستجدات في حقل الإعلام
- 10- يجب على الحكومة تشجيع الدراسات والبحوث العلمية التي تختص بالإعلام.
- 11- يجب الاستثمار الأمثل لنتائج وتوصيات الدراسات والبحوث العلمية وكذلك المؤتمرات والندوات التي تختص بالإعلام.
- 12- يجب مراجعة القواعد الخاصة بالحوكمة والجودة الدولية للحيلولة دون الانفلات الإعلامي.
- 13- يجب تدريس كيفية التعامل مع الإعلانات التي تُبث من خلال وسائل الإعلام المختلفة كذلك التواصل الاجتماعي وإعلانات الشوارع لضمان تحصين المشاهد من الغزو الثقافي الهدام والحفاظ على القيم والعادات والتقاليد السامية.
- 14- يجب المتابعة الدورية لاستطلاعات الرأي العام لاستثمارها الأمثل.
- 15- الاستثمار الأمثل لنتائج البحوث والدراسات العلمية وتوصيات المؤتمرات لتطوير مسيرة الإعلام النوعي.
- 16- الاستفادة من تجارب الدول والمؤسسات الرائدة في تخصص الإعلام .
- 17- الأخذ بعامل التحفيز لإجراء تقييمات وتقويمات مستمرة للرسائل الإعلامية النوعية.

18- تشجيع الدراسات والبحوث العلمية ونشر الدوريات العلمية والمؤلفات في مجال الإعلام النوعي.

19- تحقيق التكامل في المنح والدرجات العلمية: أسوة بالعلوم التطبيقية

20- توفير الدعم للإعلاميين وتكريمهم.

21- استحداث مجلس أعلى للإعلام يضم أستاذة الجامعات المتخصصين والخبراء ورجال الدين والمهنيين والمسؤولين وممثلين عن هيئات وشركات الإعلام ونواب البرلمان ومجلس الشيوخ والأجهزة السيادية والرقابية لإعداد استراتيجيات الإعلام وضبط المشهد الإعلامي لتحقيق الهدف المنشود من الإعلام وتحسين المشاهد وعدم الانفلات الإعلامي.

البرامج الإعلامية النوعية

أولاً: مفهوم البرامج

ثانياً: أسس تصميم البرنامج

ثالثاً: أهمية البرامج

رابعاً: أهداف البرامج الإعلامية النوعية

خامساً: العوامل المؤثرة على البرامج

سادساً: ما يجب مراعاته عند وضع البرامج

أولاً : مفهوم البرامج:

هي كل الأنشطة التي تتضمنها خطط ومشروعات جهاز الإعلام النوعي لتحقيق هدف معين.

ثانياً : أسس تصميم البرامج :

- تفصيل الخطة تفصيلاً دقيقاً ببحث يجعلها معدة للتنفيذ.
- اختيار الموضوعات التي تدور حولها أهداف المؤسسة.
- تنظيم جميع التسهيلات اللازمة لتنفيذ البرامج.
- إعداد البرنامج في ضوء الميزانية والموارد المتاحة.
- تحديد إعداد الموظفين اللازمين لتنفيذ البرامج وواجبات كل منهم بدقة ووضوح.
- مراجعة البرنامج أثناء تنفيذه.

ثالثاً : أهمية برامج الإعلام النوعي:

- يجب أن يكون البرنامج محدداً مستنداً على أساليب التخطيط العلمي.
- أن تحدث البرامج الإعلام النوعية تغيرات اجتماعية واقتصادية مقصودة من خلال:
 - تحديد الأهداف المطلوبة في ضوء الموارد المتاحة والدراسة العلمية.
 - التدقيق في إصدار النتائج.
 - استمرار عملية التدريب.
 - تنمية وتطوير وتحسين الاتصال بين الجمهور والمؤسسة.
 - شرح أهداف المؤسسة للجمهور.
 - الحرص على تحقيق الأهداف التي تسعى إليها المؤسسة.

رابعاً : أهداف برامج الإعلام النوعي:

- تحقيق الأهداف التي تسعى إليها المنظمة في ضوء القيم الأخلاقية والاجتماعية السائدة في المجتمع.

- إثارة الشعور لدى جميع أفراد المنظمة بأغراض البرنامج .
- الاهتمام بأداء القادة المحليين ومقترحاتهم في برامج المؤسسة حتى يكون لها فاعليتها.
- معرفة الرأي العام واتجاهاته وقياسه بالطرق العلمية المختلفة بشكل تحقيق أهداف المنظمة.
- إعداد البرامج إعداداً جيداً بحيث تكون قوية وفعالة.
- الوقوف على أداء واتجاهات وسائل الإعلام النوعي المختلفة.
- مراعاة المرونة في البرامج حتى تتناسب الإمكانيات البشرية مع الإمكانيات المادية.
- الواقعية أساس نجاح برامج الإعلام النوعي، وتعني معرفة وتفهم ودراسة الظروف والأحوال الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية بالمجتمع ومفاهيم المجتمع والواقع التاريخي، والواقع الحالي للمجتمع.. كل ذلك يجب أخذه في الاعتبار عند وضع البرامج

خامساً : العوامل المؤثرة على برامج الإعلام النوعي

عوامل خارجية عوامل داخلية

- تداخل الاختصاصات بين أجهزة الخبر والأجهزة الأخرى
نقص الكوادر الإعلامية النوعية المتخصصة
ضعف الميزانية والزيادة المستمرة في تكلفة خدمات وبرامج الإعلام النوعي
- 1- البيئة الخارجية تؤثر على هيكل واشتراكية أي منظمة تعمل في هذه البيئة فالمنظمة يجب عليها أن تكيف نفسها مع هذه التغيرات التي تحدث في البيئة حتى يتحقق النجاح لدى البرنامج .
- الفهم الخاطئ للدور الحقيقي للخبر في نشر رسالة بصدق وموضوعية
سوء التخطيط وعدم إتباع الأساليب العلمية
- 2- دراسة الاتجاهات المختلفة في النواحي السياسية والاقتصادية والتعليمية والتغير الاجتماعي وترجمة هذه الاتجاهات لأخذها في الاعتبار عند وضع برامجها للجمهور سواء الداخلي أو الخارجي .

سادساً : ما يجب مراعاته عند وضع البرامج النوعية:

- يجب تنوع البرامج ويشغل لكل الوقت حتى تحقق أكبر قدر من الاستفادة لدى الجميع.
- تعد البرامج بطريقة جذابة ومشوقة تثير اهتمامات الشباب.
- ضرورة تأكيد البرامج على القيم الأخلاقية والروحية وأن تبتعد عن الرذيلة.
- تتبع البرامج من الواقع المجتمعي الذي يعيشه الجمهور.
- أن تعالج البرامج المشكلات التي يتعرض لها الجمهور وأن تقدم الحقائق أول بأول لأفراد المجتمع .
- استطلاع أداء واتجاهات الشباب بكافة فئاته وقطاعاته.
- توضع الخطط والبرامج العاجلة والآجلة على ضوء مفاهيم رعاية الشباب في المجتمع .
- الاستفادة من الخبراء المحليين والأجانب وتعريفهم بأهم التطورات الخاصة بمراكز الشباب لتحقيق رأي عام مستند على أساس العلم والخبرة .

الفصل الرابع

الاستراتيجية والتخطيط للإعلام النوعي

نشأت بذور الاستراتيجية مع الصراع المسلح منذ كان في أشكاله الأولى فكانت الاستراتيجية في العصور القديمة فناً يحتكره القادة العسكريون وارتبطت أفكارها وتطبيقاتها بأسماء كبارهم. حيث كانت الوقائع الاستراتيجية التي خطط لها وقادها كبار القادة المسلمين في عصر الفتوحات الإسلامية تمثل تطويراً وترسيخاً لبعض مبادئ الاستراتيجية كالمناورة والحركة والمفاجأة. في مطلع عصر النهضة في أوروبا بدأ تطوير مفهوم الاستراتيجية ليصبح جزءاً من العلوم الاجتماعية ويرتبط بالنظرات الاقتصادية والقانونية والسياسية. في القرن الثامن عشر حدث تطور في بنية الجيوش والأساليب الاستراتيجية كمناورة سريعة وخفيفة الحركة. في القرن التاسع عشر حدث ترسيخ لتلك التطورات وإثراء لها فنشأت بذلك النظريات والخيارات الاستراتيجية.

في القرن العشرون حدثت تغيرات جذرية في الحرب العالمية (الأولى والثانية)، ففي الحرب العالمية الأولى كانت الاستراتيجية المباشرة هي المسيطرة واستندت إليها استراتيجيات الإغناء التي اعتمدت على قطب واحد في المعركة لاستنزاف قوى الطرف الآخر، وردت على العمل المباشر بعمل مباشر وذلك من خلال سلسلة من الضربات الشديدة الموجهة ضد مواقع مختلفة. وقد أدت هذه الضربات الدفاعية الهجومية المتضادة إلى ثبات الجبهة وكان نتيجة ذلك إفلاس الاستراتيجية التي أدارت الحرب الأولى. كانت الفترة من بين الحرب الأولى والثانية هي فترة تأمل في الاستراتيجية المقبلة. فظهرت اتجاهات عديدة تفضل - الاعتماد على الأفكار والقدرة على المناورة والاعتماد الصناعة والعلم.

وفي الحرب العالمية الثانية حدثت نقطة إستراتيجية حيث دفعت إلى ميادين الحرب جيوش ميكانيكية مدرعة عمادها السرعة والمرونة والحركة والمناورة والقوة النيرانية ما كان عاملاً في تغيير مجرى التاريخ.

تطور معنى الاستراتيجية ليضم معاني وأهدافاً سياسية واقتصادية واجتماعية ودبلوماسية وإعلامية وبخاصة تعبئة طاقات الدولة البشرية والاقتصادية للحرب.

والاستراتيجية كلمة براءة ساطعة اللامع فانتة للجان ضعها في كل مكان من زوايا البيان فسترى له بهرجاً قشياً ودلالة لا توزن بالميزان أو كما يقول الأمريكيان هي Buzz world ولعل لها من لفظها نصيب فهي تبرز أقرانها من الكلمات حتى لا يكاد يخلو حديث متحدث منها.. حتى وإن دخلت قسراً أو حشيت حشواً في ثنايا الكلام.. هذا هو وضعها وقدرها في مجال الخطاب والدعاية الإعلامية، أما قدرها ونصيبها في المؤسسات والشركات فلا يعدو حبراً على ورق أو مصطلحاً دخليلاً.

وانك لتعجب من أقوام وصلوا إلى صياغة الاستراتيجيات وتنفيذها بمهارة فائقة وأقوام لا يقدر على التخطيط حتى لبيوتهم الصغيرة... يقول الدكتور بايرون برسل وهو أحد أساتذة الاستراتيجية في جامعة أريزونا: بأن مجموعة من مدراء الشركات كانوا في مؤتمر لهم وبينما هم في استراحة المؤتمر يتحدثون ويشربون الشاي والقاعة تغص بأحاديثهم إذ بأحدهم يقول بأننا في شركتنا لا نملك استراتيجية وفجأة هدأت القاعة واكتنفها السكون ليردوا جميعاً على بكرة أبيهم مجتمعين: ماذا؟... ويتحدث الدكتور معلقاً على الحادثة بأنهم قوم يرون خللاً وعبئاً في الشركة التي ليس لها استراتيجية واضحة.

ولقد غلب علينا مفهوم قاصر للتخطيط والاستراتيجية مفاده بأن من يخطط وينتهج الاستراتيجية إنما يتنبأ بالمستقبل الذي هو في علم الله، والحقيقة أن الذي يخطط باستراتيجية يحرص على أن يهيئ الأجواء لمستقبل يستطيع أن يحقق فيه أهدافه.

فالاستراتيجية الراسخة هي تلك التي تتلمس مواطن القوة ومواطن الضعف وتبصر خصائص التميز والنقوص وتستشف عوائق المستقبل ونجاحاته. وذلك التلمس والتبصر والاستشفاف كلها طرق تحليلية لواقع المؤسسة من حيث عافيتها وعلتها. وأهم خصائص التفكير الاستراتيجي الراسخ هو قول أحدهم:

(كان والله بعيد مسافة الرأي، يرمي بهمته حيث أشار الكرم) ولن يكون بعيد مسافة الرأي من لم تكن له بصيرة وفراصة بخصائص التميز والتفوق في صناعته وصنعتة؛ أما صناعته فهي البيئة التي يتنافس فيها مع الآخرين وأما صنعتة فهي ما يتقنه وما يقدمه للناس. ولن يرمي بهمته حيث أشار الكرم من كان مقلداً للغير مباحداً للاجتهد والتجديد.

ونحن اليوم نشهد تسابقاً غير معهود من قبل شركاتنا ومؤسساتنا على البروز والظهور بمظهر استراتيجي ساعد على انتشاره عصر الإنترنت أو ما يسمى بالاقتصاد الجديد.. وهذه الظاهرة قد يفسرها البعض بأنها تقليد للمواقع الأجنبية التي أصبح سمة من سماتها تدوين رؤيتها ورسالتها على صفحاتها الأولى. وهي لاشك ظاهرة تمد لترسيخ البعد والتفكير الاستراتيجي في جميع أوجه صناعتنا واقتصادنا وبيئتنا العملية.

وقد يتساءل البعض: ما هي الرؤية الأنسب والأصوب من حيث متانة الصياغة وقوة التأثير والتي تهبط لبروز تلك الاستراتيجية الراسخة؟ إن ما يميز الرؤية التي تحوز على التأثير والفاعلية عن غيرها هو أنه إذا قرأها أفراد المؤسسة يشعرون بحماس ينساب في أعماقهم قائلاً لهم: (حقاً أريد أن أقوم بذلك).

فالبعض يظن بأنه فقه الاستراتيجية وعرفها وأتقنها وخبرها ولكن عندما يخوض في معمعة الاستراتيجية يتبين له بأن ما حازه إنما هو اطلاع عن بعد فهمها اطلعنا علي كتب الاستراتيجية فلا يغنيها ذلك عن الممارسة العملية لمؤسساتنا والتي فيها تدريب عملي وواقعي وترسيخ للهم اليومي والمسؤولية الجماعية لفريق العمل.

فإذ توفر لاستراتيجيتنا الهدف الذي لا يمكن الاستغناء عنه والرؤية القائدة التي تقود المؤسسة لغايتها المطلوبة والمرجوة وتوفرت الوسائل العملية لتنفيذ الاستراتيجية، يبقى الشرط الأساسي هو توفير بيئة التنافس والتسابق والتي هي الركيزة الدافعة لترسيخ الاستراتيجية في أي صناعة كانت.

ثانياً : التعريف بالاستراتيجية

تعددت التعريفات لمفهوم الاستراتيجية فلم يوجد تعريف محدد لكلمة الاستراتيجية فيري البعض بأنها: (علم وفن توزيع استخدام الوسائل العسكرية لتحقيق أهداف حددتها السياسة).

ويرى البعض الآخر بأنها: نظام المعارف عن قوانين الحرب كصراع مسلح من أجل مصالح طبقة محددة أو فئة وذلك تأسيساً على دراسة خبرة الحروب وكل من الموقف السياسي والعسكري والإمكانات الاقتصادية والمعنوية للبلاد ونوع وسائل الصراع الحديثة ووجهة نظر العدو المحتمل، وكذا شروط وطبيعة الحرب المقبلة وطرق إعدادها وضوابطها، وبناء القوات المسلحة وأسس استخدامها الاستراتيجي ومن ثم قيادة الحرب والقوات المسلحة وإن ميدان ذلك كله هو ميدان النشاط العلمي للقيادة العسكرية والقيادة العامة وهيئات الأركان العليا والذي يتصل بعض تحضير البلاد والقوات المسلحة للحرب وفن قيادة الصراع المسلح في ظروف تاريخه معينة.

أما كلمة استراتيجية في العلوم الاجتماعية فتعني:

علم السياسة والعلاقات الدولية تدل على كيفية مواجهة وإدارة الصراع بين قوتين أو كيفية استغلال كل طرف لعناصر قوته وعناصر ضعفه وعناصر ضعف وقوة العدو لتحقيق النصر.

أما كلمة استراتيجية في الجغرافيا السياسية فتعني الصراع الذي يتضمن اعتبارات جغرافية، أما كلمة استراتيجية في الاجتماع فتعني النشاط المرتبط بتحقيق غايات مرسومة.

ثالثاً : مستويات الاستراتيجية :

هناك ثلاثة مستويات رئيسية للاستراتيجية:

1- الاستراتيجية الكلية أو الشاملة:

- هي تقوم برسم الخطوط العريضة والشاملة على مستوى الدولية.
 - التنسيق بين مختلف الاستراتيجيات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغيرها.
- 2- الاستراتيجية التخصصية: وهي تعني بأحد مجالات الاستراتيجية مثل الاستراتيجية الاقتصادية والعسكرية والسياسية.

3- الاستراتيجية الفرعية: وهي تعني بنوع محدد من أحد المجالات الاستراتيجية التخصصية فيكون

للإعلام استراتيجية وللتربية استراتيجية وللزراعة استراتيجية وللإقتصاد استراتيجية.

استراتيجية الإعلام النوعي :

ويقصد بها مجموعة الأنشطة المرتبطة بتحقيق الغايات لفترة زمنية محددة واستراتيجية الإعلام النوعي تنبع من الاستراتيجية القومية والاستراتيجية القومية تنطلق من الاستراتيجية الدولية فليس الإعلام في عزلة عن المجتمع وبالتالي فإن الإعلام النوعي ينطلق من الاستراتيجية الدولية فهو يؤثر في صياغتها ويتأثر ببندوها كما يلتزم بها وهنا نود أن نوضح الغموض الذي عند البعض فليس حرية التعبير من خلال وسائل الإعلام تعني الترخيص للفرد الذي يسعى مفهوم الحرية ويتصرف وفقاً لآرائه الشخصية ويرغب في فرض آراءه على المجتمع ولكن المقصود بالحرية الإعلامية هي الحرية التي تتحرك وفقاً للاستراتيجية العامة للدولة التي صاغها المجتمع بأسره.

التخطيط في المؤسسات الإعلامية النوعية

أولاً: أهمية التخطيط في المؤسسات الإعلامية النوعية

1) التخطيط ليس مضيعة للوقت مهما بذل فيه من جهد فوضع الخطة لأي عمل عنصر من أهم العناصر التي يحتم توافرها في العمل فوجود الخطة يضمن استمرار العمل ويؤكد على فاعلية نجاحه.

2) الخطة تشمل عدة جوانب هامة وهي:

- تحديد الأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها ومن شروط هذه الأهداف:
 - أن يشارك في صياغتها المتخصصون والخبراء والمؤلفون.
 - أن تكون واقعية.
 - أن تكون ممكنة التحقيق في ظل الموارد المتاحة.
- تحديد الإمكانيات المادية والبشرية المتاحة.

- تحديد الأساليب التي من خلالها تحقيق هذه الأهداف.
- تحديد المدة التي تتحقق فيها تلك الأهداف من خلال الإمكانيات المتاحة والأساليب المختلفة.

ملحوظة:

قد تختلف الفترة الزمنية من مؤسسة نوعية إلي مؤسسة أخرى في بعض الأحيان ولكن يجب ألا تطول الفترة الزمنية أكثر من اللازم حتى لا تكون بعيدة عن الواقع وأن لا تكون أقصر من اللازم حتى لا تفقد أهميتها. ومن هنا تختلف الفترة الزمنية حسب نوع الخطة لما يلي :

أ-خطة يومية - أسبوعية - شهرية.

ب-خطة تفصيلية تكون سنة واحدة.

ج-خطة إجمالية تكون 5-10 سنوات.

- أما إذا زادت الفترة عن ذلك فتكون مجرد تصورات وليست خطة.
- 3-يتضح أيضاً أهمية التخطيط في تحديد الموارد المادية حيث إنها المسؤولة عن تطوير المؤسسة وإمدادها بالوسائل التكنولوجية الحديثة التي تحتاجها.
- 4-تحديد الموارد الاقتصادية فهي مسئولة عن تنمية الموارد المالية للمؤسسة كالتخطيط لتوسيع مجال التوزيع في السوق.
- 5-تحديد الموارد البشرية فهي مسئول عن تنمية الكوادر البشرية داخل المؤسسة
- 6-التخطيط مسئول عن مواجهة المنافسات بين المؤسسات الإعلام النوعية المختلفة.
- 7-التخطيط هو أول المراحل الإدارية لأي عمل وبالتالي فهو يؤثر على عناصر الإدارة الأخرى (التنفيذ - المراقبة).

التخطيط في المؤسسات الإعلامية النوعية بأحد اتجاهين

تخطيط إعلامي

- يتعلق بالرسالة الإعلام النوعية ذاتها
- ففي الصحافة يتعلق بالتخطيط في مجال التحرير
- في الإذاعة والتلفزيون النوعي يتعلق بأقسام البرامج التي تتولى مسئولية التنسيق فيما بينها

تخطيط مادي خاص بالجوانب المالية والإدارية والتكنولوجية

نماذج للتخطيط في المؤسسات النوعية

ثانياً: التخطيط في الراديو والإعلام النوعي

التخطيط الأسبوعي بالمجلة
التخطيط اليومي بالجريدة
التخطيط الإستراتيجي قبل إصدار الصحيفة

(1) الدراسة التفصيلية لإصدار الصحيفة
(2) اتخاذ مجموعة من القرارات الأساسية
(3) وضع خطة لتنفيذ إصدار الصحيفة

قرار على المستوى التنظيمي

قرار على المستوى التحريري

قرار على المستوى الفني

قرار على المستوى البشرى
قرار على المستوى الاقتصادي

قرار على المستوى القانوني

الخطة الإعلامية النوعية

قبل التطرق إلى مزيد من التفاصيل يجدر بنا أن نعرف التخطيط التلفزيوني النوعي

تعريف التخطيط النوعي

التخطيط للإعلام النوعي كأي تخطيط آخر هو " توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة من أجل تحقيق أهداف معينة في إطار السياسة

الإعلامية النوعية والاتصالية مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات" فهو المرحلة التالية لوضع السياسات.

وهذا كله يستتبع ضرورة إخضاع الإعلام النوعي لتخطيط واع على مدى فترة زمنية طويلة يوجه فيها نشاطاته نحو أهداف ثقافية محددة في إطار سياسة اتصالية أكثر شمولاً تتسع للمؤثرات الثقافية الأخرى.

ذلك أن تخطيط برامج الإعلام النوعي على مدى فترات قصيرة لا يمكن أن يؤدي إلى أي تأثير ثقافي عميق الجذور، إذ أن تأثيره في هذه الحالة لن يعدو إضافة مجموعة من المعلومات والأخبار المختلفة، وتقديم مجموعة أخرى من برامج الترفيه التي لن تترك إلا أثراً سطحياً في نفس المشاهد وفي ضمير الجماعة.

الهدف من التخطيط في الإعلام النوعي:

محاولة احتلال أعلى مرتبة من حيث الكفاءة بعد تقديم الخدمة الإعلام النوعية المرئية سواء كانت (إخبارية، تثقيفية، ترفيهية).

الاعتبارات التي يجب مراعاتها في إعداد الخطة النوعية

1- توفير الوقت المناسب لإنتاج المواد النوعية ومثال ذلك أن إنتاج البرامج الإعلامية النوعية لا يتم في كثير جداً من الأحيان في إطار دورة برامجية مدتها ثلاثة أشهر بل لابد لكي يعد الإعداد المناسب وينفذ باستخدام الأساليب الفنية الحديثة والمتطورة دائماً، أن توضع خطته على أساس سنة أو سنتين ويكفي هنا أن نقول مثلاً أن أي مسلسل تليفزيوني محدد بثلاث عشرة حلقة يستلزم سنة على الأقل لإنتاجه.

2- ضرورة توفير الأجهزة والمعدات اللازمة لإنتاج المواد النوعية والكوادر البشرية المدربة على استخدامها وذلك لأن مستلزمات البرامج من الأجهزة الدقيقة والمعدات الفنية ليست كالبضائع المطروحة بالأسواق، حتى العالمية منها، لذلك فإن الحصول عليها يقتضى طلب إعدادها بمواصفات خاصة من الأماكن المنتجة لها.. وكثيراً ما تقتضى هذه العملية منذ بدء وضع المشروع إلى تمام تنفيذه، مدداً تتراوح بين سنتين وخمس سنوات، وهذه الأجهزة والمعدات لازمة لأية خدمة إعلامية تريد أن تأخذ بمقتضيات التطور العالمي في مجال العلوم التطبيقية وصولاً إلى زيادة التأثير، أو تريد أن توسع نطاق خدمتها من حيث كم البرامج المنتجة أو من حيث الرقعة التي يغطيها الإرسال. وإذا كان هذا صحيحاً فيما يتعلق بمستلزمات البرامج من الأجهزة والمعدات فإنه صحيح أيضاً في كل ما يتعلق بالحصول على مستلزمات البرامج من العناصر البشرية اللازمة لعمليات التشغيل الفني والهندسي.

خطوات عملية التخطيط في الإعلام النوعي:

تخضع عملية التخطيط في الإعلام النوعي إلى عدة خطوات هي كالآتي:

- يتأخر مدير البرامج اجتماعاً مع كل من يختص بالبرامج لكي يدلى كل منهم باقتراحاته.
- يقوم الشخص المختص بتدوين هذه المقترحات بعد أن يطلع عليها مدير البرامج ثم يتولى تقديمها إلى مدير عام البرامج.
- ترجع المقترحات بعد ذلك، بعد أن يتم إدخال التعديلات عليها إلى المراقبين وذلك لكي يتولوا تنفيذها.
- يتم إرسال البرامج الجديدة إلى مراقبة التنسيق لكي يتم تجربتها.
- يتم تسجيل البرامج التي لا تذاع على الهواء قبل إذاعتها بوقت كاف.

عناصر الخطة التليفزيونية النوعية

- 1- فلا بد أولاً من تحديد الإطار الزمني للخطة وفقاً للظروف ونوعية الأهداف المطلوب تحقيقها، قد يكون هذا الإطار ثلاث سنوات أو خمس أو أكثر.
- 2- ولا بد من تحديد الأهداف التي سيتم التوصل إليها، ولا نقول أبداً الواجب التوصل إليها إذ معنى هذا إمكان عدم التوصل إلى هذه الأهداف الأمر الذي يتنافى أصلاً مع عملية التخطيط.
- 3- ولا بد من تحديد وسائل الوصول إلى هذه الأهداف على أساس الاستخدام الأمثل للإمكانات، أي الاستخدام الاقتصادي الذي يحقق أقل قدر ممكن من الضياع.
- 4- ولا بد من توافر المعلومات الدقيقة بشأن الموارد الإنسانية أو المادية (سواء كانت في شكل أموال سائلة أو تسهيلات ائتمانية أو في شكل معدات وأجهزة فنية) المتاحة عند بدء تنفيذ الخطة والتي ستتاح حتماً خلال فترة التنفيذ ومتى ستتاح بالتحديد.

صفات الخطة الإعلامية النوعية :

- للخطة التليفزيونية النوعية السلمية عدة صفات يجب أن تتوفر فيها وهي كما يلي:
- 1- أن تكون الخطة مرنة، ولا تكون جامدة فتنهار أمام الظروف الجديدة، مع إمكانية وضع خطط بديلة.
 - 2- أن تكون الخطة قابلة لقدر كبير من المشاركة، بمعنى أن يكون الأسلوب المتبع في وضع الخطة أسلوب قائماً على الشورى، وبذلك يضمن التعاون الصادق من كل المشاركين في وضع الخطة.
 - 3- يجب أن تكون هناك خطة عامة، ينبثق منها مجموعة من الخطط الفرعية، بمعنى أن يكون التخطيط على مستويات مختلفة.
 - 4- يجب أن تسير عملية تنفيذ الخطة بالتوازي مع عملية متابعة الخطة، وذلك لاكتشاف أي معوقات أثناء عملية التنفيذ يمكن حلها والتغلب عليها.

الدورة التليفزيونية النوعية مثلاً:-

تتبع قنوات الإعلام النوعي في تخطيطها البرامجي تقسيم السنة إلى دورات برامجية تليفزيونية مدة كل دورة فترة زمنية محددة ويمكن للدورة أن تغطي فترة تتراوح بين ثلاثة أو أربعة أو ستة شهور، وقد تكون هناك دورات خاصة تشغل فترات زمنية محددة منها ما يصل إلى أسبوع أو شهر أو حتى غالى أربعين يوماً، ومنها فترات الحداد على الرؤساء أو الملوك أو المناسبات الهامة في حياة الدول أو الشعوب كموسم الحج وشهر رمضان أو الأعياد والأحداث الطارئة في حياتها.

ويراعى في كل دورة ضرورة تنويع البرامج وتوزيعها والتناسق والتكامل فيما بينهما لتحقيق الأهداف الموضوعية وجذب انتباه المشاهدين وإثارة اهتمامهم وتوقيات التقديم الملائمة لهم، ويتولى تقديم كل دورة لجنة البرامج، وتشتمل الدورة على خطة القناة في تقديم البرامج المختلفة، وتعنى الخطة بكل تفاصيل البرامج من حيث مواعيد إذاعتها ومددها وعناوينها، ثم يلحق التنسيق والتنفيذ بها بيان يومي بكافة التفاصيل اللازمة لبحثها من حيث الإعداد والتنفيذ ونوعية المادة المسجلة أو المذاعة، وطريقة بثها.. الخ ذلك من تفصيلات.

وهناك عدد من الاعتبارات المهمة التي يجب أن تراعى في إعداد الدورات البرامجية وهي:

ضرورة الاهتمام بمعرفة آراء واهتمامات ورغبات وميول الجماهير والمشاهدين ويمكن التعرف على هذه الآراء وتلك الرغبات من خلال الآتي:

- بحوث المشاهدين.
- بريد المشاهدين.
- المسابقات والتي تساعد المشاهدين على المداومة على مشاهدة برامجها.
- الاهتمام بكل ما ينشر في الصحف والمجلات من آراء سواء كانت سلبية أو إيجابية.

- ضرورة إعطاء اهتمام للمناسبات والأعياد والأحداث التاريخية وما تحمل من معاني وذكريات لدى الجماهير.
 - ضرورة الالتقاء بممثلين للمشاهدين يختارون بالشكل الذي يمثل كافة القطاعات ويكونوا معبرين عنهم ويعطون رأياً واضحاً عن برامج القناة.
- وأخيراً يجب أن يكون هناك استفادة كبيرة من الملاحظات والتقارير التي ترد إلى القناة من المتابعين والمراقبين لبرامج الإعلام النوعي، وخاصة عند وضع الاقتراحات البرمجية للدورة، كما يجب أن يولى اهتمام للجان الفنية المنبثقة عن المحطات مثل لجان النصوص، واللجان التي تختص بالعمل البرامجي. وغيرها.

الفصل الخامس

التدريب الإعلامي النوعي

تعدد التعريفات لمفهوم التدريب ومنها تعريف الدكتور محمود علم الدين التدريب في مجال وسائل الاتصال الجماهيرية أو الاتصال بالجمهور بأنه تلك العملية المنظمة المخطط لها لاستثارة ونقل بعض الخبرات والمهارات والمعلومات والأفكار إلى العاملين في وسائل الاتصال الجماهيرية (جرائد - مجلات - راديو - تليفزيون - سينما - إدارة العلاقات العامة - الإعلان) بفرض تنشيط خبراتهم وتجديد أفكارهم ومعلوماتهم.

يعرف الدكتور محمود علم الدين التدريب بأنه عملية مخططة لتعديل الاتجاهات أو المعارف أو المهارات أو السلوكيات وذلك بهدف تحقيق الأداء الفعال في إطار نشاط ما أو مجموعة من الأنشطة. ويرى اتجاه آخر أن التدريب هو عملية تعديل إيجابي تناول سلوك الفرد من الناحية المهنية أو الوظيفية بهدف كسب المعارف والخبرات والمهارات التي يحتاج إليها الإنسان وتحصيل المعلومات التي تنقصه، والاتجاهات الصالحة للعمل من أجل رفع مستوى الكفاءة في الأداء وزيادة الإنتاجية بحيث تتحقق فيها الشروط المطلوبة لإتقان العمل وفاعليته مع السرعة والاقتصاد في التكلفة والجهود المبذولة وفي الوقت المستغرق.

ويحيل رأي آخر إلى تعريف التدريب بأنه :

نشاط مخطط يهدف إلى إحداث تغييرات في الفرد والجماعة من ناحية المعلومات والخبرات والمهارات ومعدلات الأداء وطرق العمل والسلوك والاتجاهات مما يجعل هذا الفرد أو تلك الجماعة صالحين لشغل وظائفهم بكفاءة وإنتاجية.

ويعرف التدريب بأنه: ضرورة أساسية لبناء كفاءة الأفراد عند الالتحاق بالعمل ومعالجة مشاكلهم أثناء الأداء وتطوير قدراتهم إلى مراكز وظيفة تفيد الأفراد من ناحية والمشروع من ناحية أخرى كما يرى الدكتور محمد جمال برعي.

وتعرف أسما حسين حافظ التدريب الصحفي الذي يتم في الأساس في أقسام وشعب الصحافة بأنه : مهمة ومسئولية أعضاء جهاز التدريس الصحفي أساسياً في إعداد وتأهيل طلبه التخصص على الوجه الذي يقتضيه تخريج أجيال الصحفيين الصاعدة بأعلى مستوى من الكفاءة والخبرة العملية بناء على الجهد المنظم والمخطط الهادف إلى تنمية القدرات واكتساب وصقل المهارات الفردية وذلك في إطار ما ينهي تحقيقه من تكامل بين الدراسة النظرية وجوانب الممارسة التطبيقية والمران بالاستعانة بصفة أساسية في المؤسسات الصحفية. كما يرى منصور فهمي.

تعريف المؤلف " رفعت الضبع " للتدريب النوعي: هو عملية لإكساب المعلومات والمهارات النوعية الجديدة التي تحقق التنمية وفقاً لبرنامج محدد .

أهمية التدريب النوعي وفقاً لرأي الدكتورة أسما حافظ

- 1)تنشيط العمل في المؤسسات النوعية وتعديل مسارها.
- 2)يوفر فرصاً حقيقية لتحسين اتجاهات العاملين وصقل مهاراتهم وتزويدهم بالمعارف اللازمة لتلبية احتياجات العمل الذي يقومون به.
- 3)تنمية روح الانتماء للمؤسسة عن طريق تبادل الأداء والمشاركة في وضع السياسات.
- 4)يساعد على إتقان اللغة العربية وبعض اللغات الأجنبية وعلى فهم المصطلحات العلمية.
- 5)اكتساب المهارات والمعارف اللازمة لتولي المناصب العليا.
- 6)إتاحة فرصة التدريب على برامج الكمبيوتر والإنترنت.
- 7)رفع كفاءة العاملين القدامى وتحديث معارفهم وتنمية مهاراتهم وقدراتهم وتغيير اتجاهاتهم أو تعديلها أو التأكد على صحتها.
- 8)تبادل الخبرات من خلال تبادل الزيارات بين المؤسسات الإعلامية في الداخل والخارج.

- 9) اكتساب الخبرات الجديدة عن طريق المنح الدراسية.
- 10) تتبع أهمية التدريب العملي أثناء الدراسة النظامية أو الأكاديمية للطلاب داخل المؤسسات الإعلامية سواء في أثناء العام الدراسي أو في الأجازات الصيفية وفق التخصص المطلوب.
- 11) التدريب التخصصي على أداء عمل معين مرتبط بالعمل الأصلي بهدف اكتساب مهارات جديدة لرفع مستوى الأداء من خلال التدريب العملي.

أهداف التدريب الإعلامي النوعي :

تشتمل على النقاط التي نذكر منها :

- 1) تغيير الاتجاهات وتطويرها.
- 2) تقديم المعرفة.
- 3) تنمية المهارات.
- 4) مساعدة العاملين على أداء الأعمال والوظائف الحالية بأحسن مستوى ممكن.
- 5) تزويد الفرد وإكسابه معارف أو مهارات لازمة لممارسة العمل أو أداء المهام التي يعهد بها إليه والمقصود تدريبه ومرانه عليها.
- 6) تنمية العاملين للقيام بالوظائف المستقبلية.
- 7) تخريج الكفاءات المؤهلة لتحمل عبء العمل ومسئولية في شتى المجالات التليفزيونية النوعية.
- 8) تكوين قدرات مهارية على ممارسة جوانب العمل الذي يتم التدريب عليه وذلك عن طريق الممران العملي والأنشطة التطبيقية وذلك حتى يتمكن من أداء العمل وحده دون الاعتماد على غيره وتجديد تلك المهارة باستمرار.
- 9) زيادة ثقة المتدرب بنفسه والارتقاء بمستواه التعليمي والثقافي وتدعيم اتجاهاته إلى التفكير والابتكار.
- 10) زيادة القدرة على الاطلاع والبحث والدراسة.
- 11) تزويد الطلاب بالأسس المعرفية عن الأنساق الاجتماعية التي يعيش فيها الأفراد والأسر والجماعات ومنها أشكال التفاعلات بين الإنسان وبيئته التي يعيش فيها.
- 12) تعليم المتدربين الإدراك والفهم والتنويع للحاجات الإنسانية من خلال إدراك الفروق والتشابه في الخبرات والحاجات والمعتقدات بين الناس.

وظائف التدريب النوعي

1- ثقل المتدربين :

يعمل التدريب على تزويد المتدربين بما يهمهم ويتصل بشئون عملهم من معلومات وحقائق عن الموضوعات الجديدة المختلفة.

2- التثقيف : يعتبر التدريب أحد مصادر الإشباع الثقافي والحضاري حيث اتسع دورها وتأثيرها كأداة لتعليم وتثقيف وتنوير وتوعية المتدربين.

فالثقافة يتسع مفهومها ليشمل إشباع الاحتياج الإنساني لمختلف جوانب المعرفة في شتى المجالات المختلفة.

3- المشاركة المجتمعية :

تنمية الحس الأمني والشعور بالمسئولية لدى الجماهير وذلك من خلال أسس عملية.

4- التنمية :

إن التنمية والتطوير كمقصد هام وهدف أساسي مرتبط بكافة أهداف ووظائف التدريب حيث تؤدي إلى تحقيق الارتقاء والتطور الحضاري بالمجتمع والأخذ بيده نحو التقدم.

5- الإحساس بالمسؤولية :

نتيجة التدريب من غرس الشعور بالمسؤولية الإنسانية والقانونية تجاه المؤسسة ومتابعة المتغيرات والمستحدثات في مجال المهنة .

6 – التعارف والترفيه :

يتجه التدريب إلى التعارف الاجتماعي والثقافي والمهاري والفقرات الترويحية .

الفرق بين التعليم والتدريب في الإعلام النوعي

التدريب	التعليم	من حيث
هو الأداة أو الوسيلة التي تكفل للفرد ممارسة أحد الأعمال بذاته واستغلال حصيلة التعليم من أجل أغراض الحياة العملية	هو الدراسة النظامية في المدرسة أو الكلية أو الجامعة أو أي مؤسسة تهدف إلى بناء الإنسان	المفهوم
يهدف إلى تحسّس أداء العاملين ورفع كفاءتهم وذلك حتى يؤديوا أعمالهم بكفاءة مطلوبة	يهدف التعليم إلى تزويد الفرد بحصيلة معينة من العلم أو المعرفة النظرية في مجال ما	الهدف
يهتم بالفرد ويركز على الشخصية	يهتم بالمعارف ويركز على الموضوع	درجة الاهتمام
لها بعد واحد وهو الكيفية وسيلة لتحقيق هدف أو علي الأكثر	السببية في أداء مهمة محددة التعليم هدف أساسي في حد ذاته	الوظيفة من حيث أهميته

وبوجه عام...

فالتدريب والتعليم وجهان لعمله واحدة في إطار العملية التعليمية فالتعليم والتدريب المستمر هو الطريق الأمثل للوصول إلى الكوادر الإعلامية القادرة على البذل والعطاء .

الفرق بين التدريب والتأهيل في الإعلام النوعي

التدريب	التأهيل	من حيث
إكساب الفرد مجموعة من المعارف والقدرات والمهارات والصفات العامة والخبرات والتدريب	عملية مخططة لتعديل الاتجاهات والمعارف والمهارات أو السلوكيات بهدف تحقيق الأداء الفعال في إطار نشاط أو مجموعة من الأنشطة	التعريف
قد يكون التأهيل شرطاً أساسياً للالتحاق ببعض الوظائف أو الأعمال يتم قبل المزاولة أو الممارسة	يمثل متطلباً تجهيزياً عاما يتم قبل أو بعد الالتحاق فعليا بالعمل على السواء	شروط الحدث

ملحوظة : التدريب أكثر شمولاً وأعمق متخصص من التأهيل .

الفرق بين التدريب والخبرة في الإعلام النوعي

الخبرة	التدريب	من حيث
هي درجة عالية من المعرفة والدراية تتم اكتسابها بالفعل نتيجة ممارسة عملية. وتعرض لعدد من المواقف والظروف أو المصائب	عملية لتعديل الاتجاهات السلوكيات في إطار مجموعة من الأنشطة	المفهوم
يحتاج إلى مدى زمني طويل	يحتاج إلى مدى زمني أقل من الخبرة	الفترة الزمنية
خاص	عام	شروط اكتسابها

وبوجه عام ..

- إن التدريب يؤدي إلى تحقيق الخبرة وقصر المدة اللازمة لإكساب الخبرة وبالتساؤل يؤدي إلى قلة الوقوع في الأخطاء .
 - الحصول على الخبرة يعتبر مؤشراً لنجاح العمل التدريبي وارتفاع مستواه .
- الخطوات الواجب إتباعها للطلاب في شعبة الإعلام النوعي لاكتساب المهارة التالية :**

- (1) التفهم الواعي لاحتياجات التدريب حتى يمكن رسم سياسية على أسس عملية سليمة.
- (2) الحصر الشامل المتكاملة للبرامج التدريبية اللازمة والمواد التدريبية (النظرية - العملية).
- (3) الإلمام التام بجميع الأنشطة والجوانب التطبيقية المطلوب المran عليها لاكتساب المهارة بطريقة جيدة.
- (4) الابتعاد التام عن الارتجال والعشوائية والاهتمام بالتخطيط التدريبي.

وبوجه عام :

إذا كان التخطيط في غاية الأهمية فالأهم ولاشك هو التنفيذ وحسن التطبيق لأسس وعناصر الخطة المرسومة والالتزام بها .

أسس التدريب الإعلامي النوعي

(1) تحديد هدف التدريب : يجب أن يكون هدف التدريب يتسم بالوضوح والدقة والقابلية للقياس وأن تكون تلك الأهداف متكاملة غير متعارضة وبشكل قابل للقياس والتحقيق.

(2) حصر موضوعات أو محتويات المادة المنهجية والجوانب العملية للتدريب : نشير هنا إلى أن المادة التعليمية والجوانب العملية في التدريب يجب أن تكون موجهة أكثر لخدمة المتدرب بدلاً من تكون موجهة لخدمة المدرب أو الجهة القائمة بالتدريب. كما ترى الدكتور فوزية فهيم.

(3) اختيار أساليب التدريب بما يتناسب كل جانب من الجوانب التدريبية: تتنوع أساليب التدريب وأوجه ممارسة أنشطة المختلفة وتطبيقاته العملية وكذلك جوانب التدريب عديدة ومختلفة باختلاف المجال الذي يحدده التدريب.

(4) تحديد الفترة الزمنية اللازمة للتدريب : يجب مراعاة ساعات التدريب اللازمة والمدة الزمنية التي يتم خلالها التدريب دون إفراط أو تفريط وذلك لتحقيق أقصى فائدة ممكنة للتدريب وتجنب مضيعة الوقت والجهد والمال وذلك بالنسبة للمدرب أو جهة المتدرب. وفقاً لرأى الدكتور عماد السباعي.

(5) تحويل المنهج إلى برنامج تدريبي ووضع الجدول الزمني للتنفيذ ومراجعة البرنامج قبل تنفيذه : وذلك يعني تحويل النظري إلى تطبيقي أو عملي والتأكد من مراجعة المنهج قبل تحويله إلى برنامج والتبصير من مدي ملائمة لمستوى المتدربين والتأكد من أنه يشتمل على الموضوعات التدريبية اللازمة لتحقيق الهدف النهائي.

المعوقات التي تواجه التدريب الإعلامي النوعي

يرى الدكتور حسين محمد البدوي أن :

(1) هناك نقصاً واضحاً في الخبرة والمهارة لدى معظم مشرفي التدريب لأنه يتم اختيارهم بناء على السمعة الشخصية دون مراعاة عنصر الكفاءة أو المهارة .

(2) أن المؤسسات التدريبية غير قادرة على استيعاب وتنفيذ خطط برامج التدريب العملي .

(3) عدم استخدام أساليب علمية مقننة تساعد على معرفة مردود العملية التدريبية وذلك لتقييم جهود وإنجازات الطلاب المتدربين أثناء العمل التدريبي .

(4) ندرة أو قلة الدور المهني للأخصائي النوعي في مختلف المؤسسات التدريبية وهامشية الدور الذي يقوم به .

(5) عدم تدريب الطلاب في المؤسسات النوعية والاقتصار على تدريبهم في المؤسسات التدريبية

(6) قلة توفير الإشراف العلمي على التدريب من أساتذة في مجال التخصص.

(7) لا يوجد التحفيز المطلوب في العملية التدريبية للأساتذة والخبراء .

(8) عدم وضوح فلسفة وأهداف التدريب لبعض المدربين وغالبية المتدربين.

(9) التدريب الطلابي لا يشمل جميع مراحل الدراسة الجامعية .

(10) عدم استثمار العطلة الصيفية في التدريب.

(11) افتقار خطة الدراسة إلى لائحة عملية حديثة للتدريب.

(12) قلة الفترة الزمنية المناخ فيها التدريب.

(13) ندرة تنظيم برامج تدريبية للقائمين على التدريب داخل المؤسسات النوعية وخارجها.

أنواع التدريب الإعلامي النوعي

(1)

التدريب حسب نوع الوظيفة التدريب حسب مرحلة التوظيف

توجيه الموظف الجديد
التدريب أثناء العمل
التدريب بغرض تجديد المعرفة

التدريب الإداري
التدريب المهني والفني

التدريب بغرض الترقية والنقل
التدريب التحويلي
التدريب للتهيئة في المعاش

(2)

التدريب التخصصي

(3)

التدريب حسب المكانة

التدريب خارج المؤسسة
التدريب داخل المؤسسة

في دولة أخرى
داخل الدولة

أنواع التدريب الاعلامي النوعي

أولاً : التدريب حسب المرحلة الوظيفية :

تدريب الموظفين الجدد : هو التدريب الذي يتم للموظفين الجدد بهدف خلق اتجاهات نفسية وإيجابية لديهم على العمل حتى تضمن فاعلية كبيرة في التدريب.

توجيه الموظف الجديد :

(1)التدريب بغرض تجديد المعرفة والمهارة: هو التدريب الذي يقدم حينما تتقدم معارف

ومهارات الأفراد وخاصة حينما يكون هناك أساليب تكنولوجية وأنظمة جديدة.

(2)التدريب بغرض تغيير المسمى الوظيفي : يقوم التدريب بسد الاختلافات والفروق في

المهارات والمعارف وذلك نتيجة اختلاف المهارات والمعارف الحالية للفرد عن المهارات والمعارف المطلوبة في الوظيفة.

(3)التدريب للتهيئة في المعاش : هو ذلك التدريب الذي يتم في المنظمات الراقية بهدف تهيئة

كبار السن من العاملين إلى الخروج للمعاش.

(4)التدريب التحويلي : هو تدريب الموظفين على مهنة جديدة تختلف عن مهنتهم الأولى أو

تختلف عن تخصصهم .

ثانياً : أنواع التدريب حسب المسمى الوظيفي :

(1)التدريب المهني والفني : يهتم هذا النوع من التدريب بالمهارات اليدوية والميكانيكية.

(2)التدريب التخصصي : يهتم هذا النوع من التدريب باكتساب المتدرب معارف ومهارات خاصة بوظائف أعلى.

(3)التدريب الإداري : يتضمن هذا التدريب المعارف والمهارات الإدارية والإشرافية لتقلد المناصب الإدارية.

ثالثاً: التدريب حسب المكان :

(1)التدريب داخل المؤسسة : هو ذلك التدريب الذي يعقد داخل المؤسسة سواء للمدربين من الداخل أو الخارج.

(2)التدريب خارج المؤسسة : هو ذلك التدريب الذي يتم خارج المؤسسة وقد يكون داخل نفس الدولة أو خارجها .

2- التدريب النوعي أثناء العمل :

كما ترى الدكتورة ناهد أبو العيون

- نظام التدريب الأكاديمي : هو ذلك النظام الذي يجمع بين الدراسة المنظمة المتخصصة في إحدى المدارس والمعاهد أو الكليات وبين ممارسة العمل الصحفي في مؤسسة إعلامية تربوية معينة وذلك لاكتساب الخبرات المهنية إلى جانب المعارف الأكاديمية.
- المناقشة
- التعاون الإقليمي في التدريب : وذلك من خلال تنظيم حلقات دراسية ودورات في مراكز تدريبية.
- عقد لقاءات مع خبراء الصحافة والخبر في الدول الرائدة.
- هـ
- الاستعانة بالمختصين من غير العاملين في المؤسسات كمستشارين أو خبراء مساعدين.
- إيفاد العاملين في مؤسسة ما في زيارات أكبر في الدولة نفسها مشابهة في دولة متقدمة أو لمؤسسة أكبر في الدولة نفسها للإطلاع على سير العمل أو للإطلاع على المستحدثات والتقنيات بها.
- المراكز التدريبية التي تنشئها بعض المؤسسات الصحفية أو مجموعة الصحف أو تشارك في تمويلها بالتدريب العاملين بالفعل أو الراغبين في الالتحاق بالعمل في تلك الصحف.

3- التدريب الاعلامي النوعي وفقاً لمؤسسات التدريب :

- التدريب أثناء العمل : يتم التدريب أثناء العمل عندما تقوم المؤسسة الصحفية أو التلفزيونية النوعية بوضع جدول لبرنامج تدريبي حيث يصبح بإمكان المتدرب الاستفادة القصوى من التدريب لمعيشة الواقع العام الصحفي أو التلفزيوني النوعي.
- الاستعانة بأحد المختصين : يتم الاستعانة ببعض المختصين في مجال التدريب الإعلام النوعي ليقوم بتدريب الأفراد العاملين لديها.
- التدريب بالخارج : هو التدريب الذي يتم من خلال استغلال الفرصة التدريبية التي تتاح للمتدرب في الدول المتقدمة.
- التدريب الأكاديمي : هو التدريب الذي يمنح للطلاب داخل الجامعة أو المعهد الأكاديمي.

التأهيل الإعلامي النوعي

- مفهوم التأهيل.
- مكونات التأهيل.
- أهداف التأهيل.

أولاً : مفهوم التأهيل الإعلامي النوعي :

يعرف التأهيل بأنه إكساب الفرد مجموعة من المعارف والقدرات والمهارات والصفات العامة والخبرات.

تعريف المؤلف " رفعت الضبع " للتأهيل النوعي : هو عملية إكساب المهارات والمعلومات اللازمة لمهنة الإعلاميين النوعيين.

ثانياً : أهداف التأهيل الإعلامي النوعي :

- 1) تزويد الطلاب بالمعارف والقدرات والمهارات التي تمكنهم من الوفاء باحتياجات المهنة الإعلامية النوعية.
- 2) تهيئة البيئة العلمية والعملية للطلاب
- 3) إكساب الخبرات والإعداد المهني المستمر للإطلاع على المستجدات

مكونات عملية التأهيل في الإعلام النوعي :

- الأستاذ.
- المنهج .
- الطلاب.
- الكتاب .
- الإمكانات والمعدات.
- الإدارة الجامعية.

وفيما يلي عرض موجز لهذه المكونات :

أولاً : المنهج

يعرف المنهج بأنه: مجموعة متنوعة من الخبرات التي يتم تشكيلها وإتاحة الفرصة للمتعلم المردود بها وهو ما يتم عبر عمليات التدريس التي تظهر نتائجها فيما يتعلمه الطلاب وقد يكون هذا من خلال المدرسة وغيرها من المؤسسات التعليمية أو مؤسسات اجتماعية أخرى ويشترط في هذه الخبرات أن تكون منطقية وقابلة للتطبيق والتأثير . وفقاً لفلسفة الإعلام النوعي.

هناك عدة أمور ينبغي مراعاتها في المنهج :

- 1) أن يكون غالبية المواد المقررة متصلة بالإعلام النوعي . اتصالاً وثيقاً ويضاف إليها مواد ومعارف عامة.
 - 2) أن تغطي المناهج الجوانب الاتصالية والإعلامية النوعية المتخصصة واللازمة للعاملين حتى يتسنى لهم ممارسة العمل المهني داخل المؤسسة الإعلامية النوعية.
- فقد بذلت جهود كبيرة لتوصيف المناهج النوعية في شعب الخبر . فتتقسم المناهج التي يتم تدريسها إلى عدة مجموعات.
- مواد ثقافية تهدف إلى التكوين الثقافي من معارف سياسية - اقتصادية - اجتماعية .
 - مواد نظرية في مجال الخبر : نظريات الصحافة والإذاعة والإعلام النوعي والدعاية والرأي العام - التشريعات الإعلام النوعية وأخلاقياته أصول التربية وعلم النفس والصحة النفسية والتربية الاجتماعية والإحصاء.
 - مواد تطبيقية: التحرير الصحفي.
 - مواد عملية: الإخراج الصحفي والتصوير.
 - مواد متخصصة في مجال الصحافة: إذاعة - تليفزيون - علاقات عامة.

ثانياً : الأساتذة وفقاً لمعجم المصطلحات

يعرف أستاذة الجامعة بأنه كل مشغل بالتدريس والبحث من الأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين ويستخدم عدة مصطلحات للإشارة إلى الأستاذ الجامعي منها أستاذ Professor ومعلم Teacher ومحاضر Lecture وعضو هيئة التدريس Faculty Member . وهناك عدة أدوار يقوم بها أستاذ الجامعة للدكتور أحمد حسين اللقاني :

1- الدور الأكاديمي: يشير إلى الأنشطة التي يضطلع بها أستاذ الجامعة وتتعلق بالتدريس والبحث العلمي والخدمة العامة وتنقسم إلى (خدمة الجامعة - خدمة المجتمع).

2- الدور الإداري : يقصد به الأعمال الإدارية التي ارتبطت بأستاذ الجامعة كرئاسة القسم أو وكالة الكلية أو عمادتها.

ثالثاً : الطلاب :

يعد الطالب هو الأساس في العملية التدريبية حيث أنه المستهدف منها فطالب الإعلام النوعي يجب أن يكون لديه الآتي :

- المقدرة على التعبير اللغوي السليم.
- أن يكون واسع الأفق.
- أن يكون لديه ثقافة واسعة.
- أن يجتاز الاختبارات التي تنظمها كليات التربية النوعية .
- أن يكون لديه قدرة على الإبداع والابتكار.
- أن يكون خاليا من الأمراض النفسية والتشوهات الخلقية والجسمية.

رابعاً : الكتاب :

توفير الكتاب المناسب في مختلف التخصصات من المشكلات الأساسية التي تواجه كل من أساتذة الإعلام النوعي وطلاب الإعلام النوعي وتقف أمام تحصيله الدراسي ، فما زالت المكتبات تعاني ندرة المؤلفات الإعلامية النوعية.

خامساً : الإمكانيات التدريبية :

- 1)لابد من توافر الإمكانيات والمعدات من حيث الكم والكيف لتحقيق أغراض الإعلام النوعي.
- 2)لابد من توافر مكتبة تليفزيونية تربوية تحتوى على المقررات التي يجب أن يدرسها طلاب الإعلام النوعي .

1- دراسة ما جاءت به الأديان السماوية والسنن النبوية الشريفة

2- دراسة الدستور الخاص بمجتمعه

3- دراسة عادات وتقاليده مجتمعه

4- دراسة قوانين الإعلام النوعي

5- دراسة الإتيكيت والبروتوكول والمراسم الدولية(نظري وعملي)

6- دراسة إدارة الوقت (نظري وعملي)

7- دراسة إدارة الذات(نظري وعملي)

8- دراسة إدارة الأزمات(نظري وعملي)

9- دراسة تاريخ الإعلام النوعي

10- دراسة المهارات الإعلامية النوعية الأساسية (نظري وعملي)

11- دراسة تكنولوجيا الإعلام النوعي الحديثة (نظري وعملي)

12 - دراسة الإعلام الجديد(نظري وعملي)

13- دراسة وسائل الإعلام الحديثة (نظري وعملي)

14- دراسة علم الإقناع

15- دراسة علم التسويق

16- دراسة الإعلام الإلكتروني

17- دراسة اللغات العربية والأجنبية (نطق وكتابة وترجمة)

- 18- دراسة سيكولوجية الشخصية
- 19- دراسة استطلاعات وقياس الرأي العام (نظري وتطبيقي)
- 20- دراسة الإحصاء الاعلامى النوعي (نظري وتطبيقي)
- 21-دراسة نظريات الإعلام الحديثة
- 22- دراسة مشكلات واحتياجات مجتمعه
- 32- دراسة علوم صناعة النجوم
- 33- دراسة علوم الاختزال والمونتاج والإخراج والديكور والجرافيت

الفصل السادس

المشكلات التي تواجه الإعلام النوعي

المشكلات التي تواجه الإعلام النوعي

- أولاً : مشكلات تتعلق بغموض مصطلح الإعلام النوعي .
- ثانياً : مشكلات تتعلق بتخطيط وتمويل الإعلام النوعي .
- ثالثاً : مشكلات تتعلق بالأجهزة المسنولة عن الإعلام النوعي .
- رابعاً : مشكلات خاصة بالإعلام النوعي .
- خامساً : مشكلات تتعلق بالقوى البشرية المنفذة للإعلام النوعي.
- سادساً : مشكلات تتعلق بوضع اللوائح وتصميم المباني.

أولاً: بالنسبة لمصطلح الإعلام النوعي :

بالرغم من مرور سنوات على تأسيس الشعب والأقسام وتخريج الطلاب إلا أن مازال عند البعض عدم وضوح المفهوم الحقيقي للإعلام النوعي ووصل الخلط إلى مستوى المؤلفين والأستاذة وصُناع القرار.

ثانياً: مشكلات تتعلق بالتخطيط والتمويل:

- افتقار الإعلام النوعي للتخطيط حيث إن التخطيط ينبغي أن يكون مرتبطاً بأهداف التربية السائدة والمرجوة، فضلاً عن عدم وجود نظام متكامل يجمع كافة الأجهزة والجهات المعنية بالإعلام النوعي في مؤسسة واحدة تخطط له وتتابع تنفيذه وتقوم بأدائه.
- ضرورة أن يتم الربط بين الخطط الإعلامية النوعية والخطط التعليمية.
- ضرورة توفير الموارد والإمكانات المادية والبشرية ذات الخبرة التي يمكن أن تساهم في وضع الخطط الخاصة بالإعلام النوعي وأن تبنى الخطط بناء على دراسة واقعية لما هو مستهدف تحقيقه.

ثالثاً: مشكلات تتعلق بالأجهزة المسنولة عن الإعلام النوعي :

- 1- عدم إيمان بعض المسؤولين بالوظيفة الهامة للإعلام مما يعرقل توفير الإمكانات والموارد المادية والبشرية.
- 2- عدم انتشار الوعي باستخدام المخترعات الحديثة و الأجهزة المختلفة كالشرايح والمعدات والوسائل التعليمية وأجهزة البث والتصوير مما يستلزم معه تدريب كوادر مختلفة تساهم في تشغيل تلك الأجهزة.
- 3- عدم توافر شبكة قومية للمعلومات الخاصة بالإعلام النوعي وفي ظل التطور الهائل في أجهزة الاتصال يمكن تحقيق ذلك.
- 4- عدم توفير الإمكانات المادية والبشرية اللازمة لإنشاء محطات البث الفضائي النوعي الحديث.

رابعاً: مشكلات خاصة بالإعلام النوعي :

- 1- عدم وجود تنسيق بين تجربة الإعلام النوعي في مصر والتجارب العربية والأجنبية المماثلة والرائدة .
- 2- عدم وجود خطة متكاملة فعالة للفتوات و للبرامج النوعية سواء في الإذاعة والتلفزيون أو السينما أو المسرح الإعلام النوعي.
- 3- البرامج النوعية والثقافية تعتبر محدودة على الخريطة الإعلامية بالمقارنة بالبرامج الترفيهية والتجارية التي قد تتضارب وتتعارض أهداف كل منها لتتنصر البرامج الترفيهية والإعلانات في النهاية.
- 4- أشارت الدراسات والبحوث إلى وجود تأثير سلبي بسبب الإعلام العام على الطفل والمراهق والمرأة مما يستلزم معه ضرورة العمل على إعادة النظر في البرامج والمواد التي تعرض لتساهم في تحقيق الأهداف التربوية مع بقاء مؤسسات المجتمع وأن يقتصر في عرض تلك البرامج على

ما هو محلي وعربي والبعد عن البرامج والمواد المستوردة وترشيد عرض الأفلام والمسلسلات ذات الطابع العنيف والتي تتعارض مع قيم المجتمعات الإسلامية والعربية وأن تخضع هذه البرامج لإشراف علمي تربوي .

- 5- العمل على الاستفادة من البرامج والمواد التي تعرض في الإعلام النوعي لتساهم في تحسين مستوى تثقيف المرأة والأطفال والشباب.
- 6- الاستثمار الأمثل للمواد والبرامج في تنمية العادات القرائية ومهارات الاطلاع والبحث ومواجهة المشكلات التعليمية.
- 7- ضرورة عرض المواد والبرامج التي تنمي لدى الأطفال حب التعاون والانتماء وتحمل المسؤولية والمحافظة على البيئة وغيرها.

خامسا: مشكلات تتعلق بالقوى البشرية المنفذة للإعلام النوعي:

(1) التدريس

- يوجد عجز كبير في أعضاء هيئة التدريس المعينين والخبراء والمختصين في الإعلام النوعي.
- غالبية أعضاء هيئة التدريس المنتدبين والمعينين من المتخصصين في الإعلام العام. وبالتالي فإن المادة التدريسية المقدمة للطلاب تكون قريبة جداً للإعلام العام وبالطبع بعيدة عن الإعلام النوعي وبالتالي لا تحقق الهدف من تدريس المادة وهو الإعلام النوعي .
- حتى الآن لا يتوافر منح دراسية أو مهمات علمية كافية في تخصص الإعلام النوعي .

(2) رؤساء الأقسام العلمية:

بعض الرؤساء الحاليين لأقسام الإعلام غير متخصصين في الإعلام النوعي وبعيدون عن التخصص وهذا ينعكس بدوره على العملية الإشرافية والتدريسية في الأكثر من التسجيل للدراسات العليا والامتحانات والتقويم وذلك لندرة توافر أستاذ أو أساتذة مساعدين في تخصص الإعلام النوعي بسبب تعنت بعض عمداء الكليات لفرض سطوتهم على هذه الأقسام الوليدة التي تحتاج إلى تشجيع ومساندة منهم.

(3) عمداء الكليات :

وإنصافاً، فإن بعض عمداء كليات التربية النوعية كان يدعم أقسام وشعب الإعلام والآخر من بعض عمداء كليات التربية النوعية بعيدون عنه وهذا ينعكس بالسلب على الإعلام النوعي بل يصل بعضهم إلى عدم الاهتمام بأقسام وشعب الإعلام النوعي لعدم إيمانهم بالرسالة السامية التي تقوم بها وتؤديها كما أن بعض عمداء كليات التربية النوعية ليس لديهم خبرة كبيرة في الإدارة الجامعية الأمر الذي ينعكس بالسلب على أداء رسالة الإعلام النوعي .

سادسا: مشكلات تتعلق بوضع اللوائح وتصميم المباني:

أولاً: اللوائح

تم إعداد لوائح لتنظيم العمل داخل أقسام وشعب الإعلام النوعي ضمن لائحة الكلية التي أعدت منذ فترة زمنية طويلة وهذه اللائحة تحتاج لمراجعة لما بها من سلبيات كثيرة تعوق تحقيق أهداف هذه الشعب ولا تحقق الإعداد العلمي المطلوب للخريجين ولا تعمل على التكامل بين الإعلام النوعي والعلوم الإنسانية الأخرى كما أنها لا تشجع الطلاب والمؤلفين على الإبداع والابتكار وتنمية مهاراتهم.

ثانياً: المباني

تفتقد شعب وأقسام الإعلام النوعي إلى مباني إعلامية تربوية مثل مبني للاستوديوهات ومبني للمكتبة ومكان للطلاب والمؤلفين لتنمية مهاراتهم في التصوير والتخيل كما لا توجد مقاعد تليق بأعضاء هيئة التدريس.

التكامل بين الإعلام النوعي والمؤسسات الأخرى
أولاً: المؤسسات الدينية.

ثانياً: الأسرة .

ثالثاً: كيفية استفادة الأسرة من الإعلام النوعي .

رابعاً: المؤسسات التعليمية.

خامساً: استراتيجية الاستفادة من المؤسسات لخدمة الإعلام النوعي .

سادساً: المنظمات الدولية المتخصصة.

سابعاً: دور الإعلام النوعي في التنمية.

أولاً: المؤسسات الدينية:

ونعني بالمؤسسات الدينية هي دور العبادة المساجد والكنائس والأديرة والمعابد والجمعيات والمؤسسات الخيرية ومنظمات المجتمع المدني الدولي التي تسعى إلى تحقيق القيم الدينية. وهذه المؤسسات هي التي تضع البداية الحقيقية للإعلام النوعي لأنها تهدف إلى غرس القيم والمعتقدات الدينية السليمة التي تساعد الشباب على أن يهتدي بهدى من الله سبحانه وتعالى ويسلك الطريق السليم ويحصن نفسه بالمفاهيم السماوية الراسخة التي صفاتها الصدق والاستمرار والخلود كما أن الإنسان الذي يتمسك بها ويؤديها يحظى برضا الله تعالى في الدنيا والآخرة وهذا الغرس الطيب يعمل على وقاية المتلقي من الغزو الثقافي الهدام فلا يتأثر المتلقي بما تدعيه القنوات الفضائية أو الإذاعات الأجنبية أو الصحافة الصفراء من قيم وتقاليد مرفوضة من قبل السماء فهؤلاء لا تؤثر على المتلقي مهما كانت إغراءاتها.

(أ) دور الأسرة في الإعلام النوعي :

للأسرة دور أكبر من دور المدارس والجامعات باعتبارها البيئة الأساسية التي ينشأ فيها الطفل ويشكل فيها، فالأسرة هي العامل الأول والأساسي في السيطرة على الأبناء وتعليمهم أسس التربية الإعلامية النوعية الجيدة كعملية مستمرة مدى الحياة.

ومن هنا فعلى الوالدين توفير وسائل التثقيف المختلفة لأولادهم من وسائل الإعلام والبرامج الهادفة ومتابعة مشاهداتهم الإعلامية وأن يكون الآباء القدوة الحسنة.

ومن مبادئ التربية الإعلامية النوعية داخل الأسرة الآتي :

- 1)تشجيع المناقشات الأسرية عن وسائل الإعلام (مضامينها وتأثيرها).
- 2)بناء نظام قيمي خاص بالأطفال باعتبارهم أساس العملية التعليمية.
- 3)تشجيع المشاهدة النقدية للتلفزيون والمواد الأخرى التي تقدمها وسائل الإعلام الأخرى.
- 4)التعامل بكفاءة مع تحديات العصر ومتغيراته من العولمة المعلوماتية والإعلام المفتوح الذي قد يسبب التفكك الأسري.
- 5)تشجيع الأبناء على مزاولة النشاط بالمدرسة بصفة عامة والأنشطة الإعلامية الواعية.
- 6)إعطاء الأطفال والشباب فرصة لتحليل الرسائل الإعلامية النوعية لينتقوا منها ما يتناسب معهم ويرفضوا ما لا يتناسب معهم ابتداء من الأمراض الجسمية والانحرافات ومشاهد العنف والجريمة أو تلوث بيئة الطفل وإكسابه عادات وتقاليد وأنماط سلوكية تتنافى مع ثقافة مجتمعه.

(ب) كيفية استفادة الأسرة من الإعلام النوعي :

- 1) تحديد وقت معين يقضيه الأطفال والشباب مع الإعلام النوعي ، حيث يقوم الوالدان بتحديد ساعة أو ساعتين فقط يومياً لتعرض الأطفال لوسائل الإعلام طبقاً لأولويات وقيم واهتمامات الأسرة.
- 2) اختيار البرامج الجيدة سواء كانت أفلاماً تربوية أو عروضاً تليفزيونية تربوية أو مسجلات صوتية أو ألعاب كمبيوتر هادفة.
- 3) ضرورة أن يكون الوالدين نماذج جيدة لاستخدام الإعلام النوعي وأن يعدوا المنزل ليكون بيئة إعلامية جيدة.
- 4) تشجيع المشاهدة الجماعية فالمشاهدة الجماعية مع الوالدين أو الأقارب أو الأصدقاء تهدف للمناقشة النقدية ليفهم الأطفال والشباب تقديرات الآخرين للأخلاقيات والأحداث المتضمنة في الرسائل الإعلامية.

رابعاً: دور المدرسة والمؤسسات التعليمية في الإعلام النوعي :

تشير العديد من الدراسات إلى أهمية المدرسة في التربية النوعية الجيدة وتبين الدراسات أهميتها حيث الرضا يمكن أن يسهم في تحسين المهارات النقدية لدى الأطفال والشباب فالتعليم المدرسي يعتبر من أهم وأكبر مصادر الوعي لدى الأفراد نظراً لوجود علاقة إيجابية بين التعليم والإعلام النوعي حيث إنهما "يتقاربان في الأهداف"، فكلاهما يعمل على ترسيخ نمط معين من السلوك الاجتماعي وكلاهما يضيف وعياً ورصيماً من المعلومات تمكن الأشخاص من الحكم على الأشياء واتخاذ موقف معين منها.

فالبرامج النوعية والمناهج الدراسية التي يتلقاها الأطفال والشباب ليس الهدف منها نقل أفكار أو معلومات لحفظها بهدف اجتياز الاختبارات فقط بل تسعى إلى خلق الإبداع وتمكينهم من الاستفادة من الثورة المعلوماتية وتوظيفها بما يحقق لمجتمعنا تعليماً أفضل وأجود، مواكبة عادلة مع المجتمعات الأخرى وذلك عن طريق تمكينهم من الاطلاع على المعلومات وإعطائهم المهارات اللازمة لاستثمارها الاستثمار الأمثل.

بعض المعلمين ينظرون إلى الإعلام النوعي على أنه قوة منافسة تنتج تأثيرات سلبية على طلابهم لذا فإن توجبهم لا يزال قاصراً على تعليم ثقافة وسائل الإعلام المطبوعة في المدارس مع وسائل الإعلام المرئية والمسموعة واستخدامها في مجال التعليم وتعد المواد الإعلامية النوعية بمثابة وسيلة تسمى التربية الإعلامية.

خامساً : الاستفادة من المؤسسات التي تخدم الإعلام النوعي

- 1) استخدام الإعلام النوعي لممارسة مهارات الملاحظة العامة والتفكير النقدي والتحليلي للرسائل التي تعرضها المؤسسات النوعية.
- 2) الاستفادة من الإعلام النوعي لبناء وممارسة بعض المهارات المنهجية.
- 3) استثمار وسائل الإعلام النوعي كأداة منهجية الموضوعات.
- 4) تحليل تأثير الإعلام النوعي على قضية معينة أو موضوع معين.
- 5) الإسهام في تنشئة الأفراد عن طريق التسلية الهادفة والبعد عن الإسفاف.
- 6) عمل منظومة إعلامية تتسم بالتكامل والاتساق وعدم تناقض موادها.
- 7) بناء الفكر الاتصالي لدى الشباب بالشكل الذي يجعله مدركاً جوانب العملية الاتصالية وأبعادها وتنمية المهارات الاتصالية ومنها (مهارات القراءة والاستمتاع والكتابة ثم الحوار).

المؤسسات الدينية

وسائل الإعلام النوعية
(صحافة، إذاعة، سينما، تليفزيون) + مسرح

الأسرة

المدرسة

خدمة الإعلام

المؤسسات التي يقوم عليها الإعلام النوعي

سادساً : المنظمات الدولية :

ونعني بها المؤسسات التي تقدم خدمات لصالح الإعلام النوعي بصفة عالمية مثل المنظمات التابعة لجامعة الدول العربية ومنظمات المجتمع المدني التي لها أفرع دولية على مستوى العالم بأسره وهي منظمات دولية مشهود لها بالكفاءة وواسعة الانتشار ولها أهداف إنشائية سامية لتحسين فكر الإعلام النوعي .

سابعاً : دور الإعلام النوعي في التنمية :

يمكن أن يسهم الإعلام النوعي من خلال مناهج هادفة وموجهة باعتباره أنه عنصر هام ومكمل للمناهج الدراسية ويسهم بجزء كبير في تحقيق الأهداف التعليمية والإعلامية وذلك لما لهم مكانة في تنمية الخبرات التعليمية باعتبارها التربية الإعلامية كدور متكامل مع المؤسسات التربوية الأخرى للمشاهدين.

يتيح هذا المنهج المقترح في الإعلام النوعي تعليم الصغار ماهية الإعلام النوعي ووظائفه وأهميته واعتباره أداة هامة في بناء المجتمعات وتطورها وليس لمجرد التسلية والترفيه.

يسهم الإعلام النوعي في :

- * التعليم الصحيح والجيد لقراءة الجريدة قراءة صحيحة.
- * قراءة القصص والاستفادة منها.
- * مشاهدة الأفلام الهادفة.
- * تكوين المناعة والتحصين ضد الدعاية الهدامة التي تبثها القنوات الفضائية.
- * غرس الإحساس بحب الوطن وتفعيل منجزاته وهذه المشاعر تتولد مما يكسبه أو يغيره من تلقاء نفسه.
- * التعرف على أصحاب الملكات الإبداعية ومن ثم صقلها وتنميتها.

ثالثاً: المناظرات:

أولاً: تعريف المناظرة

ثانياً: أهمية المناظرة

أولاً: تعريف المناظرة (الدكتور السيد أحمد الصرري)

هي فن قديم وجد منذ وجود الإنسان ومن الأمور الطبيعية عند الإنسان المفكر اختلافه عن الآخرين وقد يكون هذا الخلاف مصدراً للخير أو للشر، والمناقشة والتباحث أمران يعني بهما الإنسان ليدلي برأيه ويثبته بالحجج والبراهين والأدلة.

وكما يذكر أرجار جونسون فإنها نشاط جماعي يتكون من مبادرة أو حجة شفوية مباشرة عن اقتراح معين أو مسألة من المسائل المطروحة للبحث بين متحدث أو أكثر من كل جانب.

ثانياً: أهمية المناظرة

- 1) تعد المناظرة وسيلة من وسائل تثقيف الجماهير.
- 2) تتيح المناظرة الفرصة لكل طرف لتوضيح رأيه أو وجهه نظره وأفكاره واتجاهاته الأساسية نحو العديد من القضايا والأحداث المطروحة على الساحة التربوية أو المجتمعية.
- 3) تكسب المشاهد مبادئ التعليم الذاتي.
- 4) تساعد المناظرة على التعود على أسلوب المناقشة والالتزام بأداب الحوار.
- 5) تكسب الطلاب القدرة على الحوار المبني على التحليل والاستنباط.
- 6) يؤدي المتناظر إلى تحمل المسؤولية وقوة الشخصية والقدرة على التعامل مع الآخرين وبحث المشكلات القومية والمحلية وتبادل وجهات النظر.
- 7) تقدير المناظرات على غرس مبادئ الديمقراطية والممارسة الصحيحة لها.
- 8) إتاحة الفرص للطلاب للتعبير عن آرائهم واحترام أداء الآخرين .
- 9) تعود الطالب على بحث الموضوع قبل مناقشته.

رابعاً التليفزيون النوعي :

يقصد بالتليفزيون النوعي مجموعة من المواد والبرامج الصوتية المصورة وملحقاتها من مطبوعات أو معينات تعليمية مصاحبة مما يحوى إنتاجه وبثه بواسطة المحطات الإعلامية النوعية على الدوائر المفتوحة أو يتم الإنتاج والنقل بواسطة المحطات والأجهزة الصغيرة على الدوائر المغلقة للمدارس والمعاهد والجامعات وغيرها من المؤسسات التعليمية، والبرامج التعليمية المنهجية داخل المدرسة بوضعها نشاطاً مدرسياً.

ويرى المؤلف أن مجالات التليفزيون النوعي تشمل الآتى:

- أ- البرامج التعليمية لجميع مراحل التعليم المشاهدة عن طريق التليفزيون النوعي.
- ب- البرامج الدينية والثقافية المشاهدة عن طريق التليفزيون النوعي
- ج- البرامج الثقافية المشاهدة عن طريق التليفزيون النوعي.
- د- القنوات الفضائية التعليمية وقنوات الأسرة والطفولة والثقافية المشاهدة عن طريق التليفزيون النوعي.

ثانياً: دور التليفزيون النوعي

يتضح الدور للتلفزيون وذلك من خلال البرامج الصوتية المصورة والمواد التي يتم بثها بمعرفة المحطات الإعلامية النوعية على الدوائر المفتوحة والتي يتم نقلها بواسطة المحطات والأجهزة الحديثة على الدوائر لكل من المدارس والجامعات والمعاهد وغيرها من المؤسسات التعليمية.

- بالنسبة للبرامج التعليمية فإن أسلوب تخطيطها وتنظيمها يمكن إيضاحه فيما يلي:
- (1) اختيار المحتوى العلمي للبرنامج بواسطة لجنة إعداد البرامج العلمية المتخصصة والمكونة من مستشار المادة ومقدم البرنامج ومخرجه.
 - (2) كتابة المادة العلمية.
 - (3) كتابة النص .
 - (4) إعداد البرنامج وإخراجه.
 - (5) اجتماع لجنة الإعداد العلمية لاعتماد البرنامج أو تعديله.
 - (6) اختيار مقدم للبرنامج.
 - (7) تسجيل البرنامج.
 - (8) مشاهدة البرنامج بعد التسجيل.
 - (9) تصنيف البرامج وترقيمها وتحديد مواعيد إذاعتها.
 - 10- أن يعوض النقص في الأبنية المدرسية.
 - 11- يعوض النقص في أعداد المعلمين.
 - 12- حل مشكلة الأعداد المتزايدة من الطلاب.

(ب) التعليم غير النظامي :

للتلفزيون دور هام في هذا المجال حيث يعمل على زيادة المعلومات للكبار وتتشابه السينما في هذا الدور الهام ولكن تكلفتها كثيرة وانتشارها أقل بكثير من الإعلام النوعي.

ومن فوائد الإعلام النوعي التعليمي :

- يفيد في الدول التي تعاني من قلة المدارس حيث يعتبر عاملاً مساعداً في الفصل الدراسي ومن خلاله يسهم المدرس في إيضاح ما يريده بفاعلية .
- يوضح للطالب المسائل المعقدة التي يصعب شرحها.
- التجديد المستمر للمعارف والمعلومات المواكبة للتطورات العلمية.

ويمكن للإعلام النوعي الاستفادة من هذه الوسيلة عن طريق :

- معاملة المتلقي للمادة التعليمية كصديق.
- 2- تحتوي المادة التعليمية على ألفاظ وتعابير مقتبسة من ظروف العمل.
- أن يقدم الإعلام النوعي صوراً ورسوماً مأخوذة من خبرات الدارسين.
- اختيار الوقت المناسب لمتلقي المادة التعليمية.
- أن تكون مدة التعرض ليست طويلة مملة أو قصيرة مُخلة ولا تحقق الهدف التعليمي.

الإشارة في الإعلام النوعي :

لم يغفل الإعلام النوعي حق أصحاب الحالات الخاصة بالمعوقين وخاصة الذين فقدوا حاسة السمع لذلك يري استثمار لغة الإشارة في التعليم والتقنين والتدريب.

تعتبر لغة الإشارة واحدة من أعظم اللغات العالمية المتكاملة والشيقة التي جعلت العاجزين على التحدث باستعمالها والاستفادة منها وتعويضهم جوانب النقص التي يعانون منها، فقد استفاد الإعلام النوعي من لغة الإشارة في استعمالها لإتاحة الفرصة للتعليم فقد عوضت الطفل أو الشباب، الذي حرم من حاسة السمع منذ ولادته، أو الذي فقد القدرة السمعية قبل تعليم الكلام أو هو الذي فقدتها

بمجرد أن تعلم الكلام فلغة الإشارة لابد عند عرضها أن تكون مزودة بالصور التي تدل على كل مفردة من المفردات الأساسية فهي لغة نظرية بصرية وذلك لكي تتحقق التعلم والتواصل مع الآخرين وللدلالة على أهمية لغة الإشارة فقد تم ذكرها في القرآن الكريم والسنة النبوية.

أولاً: استخدام الإشارة وذكرها في القرآن الكريم :

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
(وهزّي إليك بجذع النخلة تساقط عليك رطبا جنيا) (مريم - 25)

صدق الله العظيم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
(واضمنم يدك إلى جناحك تخرج بيضاء من غير سوء) (طه - 22)

صدق الله العظيم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
(وأدخل يدك في جيبك تخرج بيضاء من غير سوء في تسع آيات إلى فرعون وقومه إنهم كانوا قوماً فاسقين) (النمل - 12)

صدق الله العظيم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
(يا أيها الذين آمنوا اذكروا نعمت الله عليكم إذ هم قوم أن يسقطوا إليكم أيديهم فكف أيديهم عنكم واتقوا الله وعلى الله فليتوكل المؤمنون) (المائدة - 11)

صدق الله العظيم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
(اسئلك يدك في جيبك تخرج بيضاء من غير سوء واضمنم إليك جناحك من الرهب فذلك برهاتان من ربك إلى فرعون وملئه إنهم كانوا قوماً فاسقين) (القصص - 32)

صدق الله العظيم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
(مستقيماً فاتبعوه ولا تتبعوا السبل فتفرق بكم عن سبيله ذلكم وصاكم به لعلكم تتقون) (الانعام - 153)

صدق الله العظيم

ثانياً: استخدام الإشارة في الأحاديث النبوية :

لقد تعددت الأحاديث والمواقف التي استخدم فيها الرسول (صلى الله عليه وسلم) الإشارة ومن بين تلك الأحاديث والمواقف :

- أشار الرسول إلى قلبه وقال: التقوى ها هنا ، التقوى ها هنا، التقوى ها هنا .
- قال الرسول (أنا وكافل اليتيم كهاتين في الجنة وأشار بإصبعيه السبابة والوسطى .
- أشار الرسول إلى أماكن دفن المشركين الموتى في غزو بدر وقال لأصحابه أنني أجد مصرعهم هذا .
- عن أنس رضي الله عنه أن رسول الله أخذ سيفاً يوم أحد فقال (من يأخذ هذا مني) " فبسطوا أيديهم كل إنسان منهم يقول " أنا.. أنا " فقال "فأحجم القوم فأشار أبو دجاجة رضي الله عنه إلي نفسه وقال: " أنا أخذه بحقه " فأخذه فعلق به هام المشركين .

رؤية الدكتور رفعت الضبع لمستقبلية لخريجي شعب الإعلام النوعي

الفرصة متاحة أمام خريجي شعب الإعلام النوعي في العديد من المجالات نذكر منها التالي :

(1) العمل مذيع أو معد أو مخرج بأجهزة الإعلام النوعي مثل البرامج الدينية والصحية والرياضية والتعليمية وبرامج محو الأمية وبرامج الأطفال وبرامج التأهيل المهني والبرامج الثقافية وبرامج المراهقين والطلّاع وبرامج المرأة وبرامج المُسنين وبرامج ذوي الحاجات الخاصة كُمديعين ومُعدين .

(2) العمل معد أو مذيع أو مخرج بالقنوات المتخصصة (الدينية، التعليم العالي، البحث العلمي، الطفل، المرأة، التربية، الرياضية) العمل صحفي بالصحف المتخصصة او في الأبواب المتخصصة (التعليمية، الثقافية، الطفل، المرأة -المُسن-البرلمان-الصحة- الرياضة). بالصحف العامة .

(3) العمل في إعداد الأفلام التعليمية والتثقيفية والتدريس والطبية المعروضة في دور السينما ومن خلال الفيديو) وأجهزة العرض الأخرى .

(4) العمل في وكالات الأنباء العالمية والمحلية كمراسلين.

(5) إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات المختلفة.

(6) برامج التعليم المفتوح بالجامعات المختلفة.

(7) باحثين داخل كليات الإعلام النوعي.

(8) مؤسسات التعليم عن بُعد والتعليم اللاجدراني وجامعة الهواء.

(9) إعداد البرامج التعليمية والتثقيفية من خلال الأشرطة المضغوطة.

(10) مجال التسويق والدعاية .

(11) مراكز المعلومات بالمؤسسات الحكومية والخاصة.

(12) دور النشر الحكومية والخاصة.

(13) بالمكاتب الإعلامية بالوزارات والمحافظات (وزارة الشباب والتعليم والتربية والتعليم) .

رؤية مستقبلية لأهم الاتجاهات الحديثة التي يجب أن يتبناها الإعلام النوعي في النقاط الآتية :

(1) إعداد خطة قومية للإعلام النوعي وإيجاد منظومة متكاملة بين كافة الأجهزة والهيئات المعنية بالإعلام النوعي للتنسيق والتكامل بينهم.

(2) ربط الإعلام النوعي بالحياة المجتمعية من خلال برامج تحقق ذلك.

(3) الاستثمار الأمثل للقنوات الفضائية والتي تبث من خلال الأقمار الصناعية وخاصة في مجالات الثقافة والتربية والتعليم والتدريب والتثقيف والترفيه وأيضاً استثمار الربط الدولي بين شبكات المعلومات العالمية.

(4) تدعيم التعاون العلمي في مجالات الإعلام النوعي مع الدول والمنظمات والهيئات العالمية الرائدة في هذا المجال .

(5) تعميم وسائل البث الإعلام النوعي عبر الأقمار الصناعية وشبكات الإنترنت المعلومات داخل المدارس والمعاهد والكليات ومراكز البحوث العلمية وكل المؤسسات التي تخدم الإعلام النوعي بتكلفة منخفضة مع التمتع بكل احتياجات الإعلام النوعي من استوديوهات وأجهزة عرض واستقبال وتصوير وطباعة بالإعفاء الضريبي .

الفصل السابع

أخلاقيات الإعلام النوعي

أخلاقيات الإعلام النوعي

تمثل أخلاقيات الإعلام النوعي مجموعة القيم والمبادئ والمعايير التي يتم تحديدها بغية ترشيد وتقويم وتوجيه وضبط النشاط الإعلام النوعي، وهي مرجعية أساسية لكل من يشتغل بشكل مباشر أو غير مباشر في مجال الإعلام النوعي، وتضم كل من:-
المعلنين، وشركات الإعلام النوعي، ووسائل الإعلام النوعي في نفس الوقت، وتحدد بناء على ما تضعه من قواعد ما يجوز وما لا يجوز نشره من إعلانات عبر وسائل الإعلام النوعي المختلفة، وذلك كله بهدف حماية مصالح الأفراد والمجتمع بشكل عام. وعلى الرغم من وجود عدد من المبادئ العامة لأخلاقيات الإعلام النوعي المتفق عليها عالمياً، خاصة فيما يتعلق ببعض المحظورات كعدم انتهاك كرامة الإنسان، وعدم الإساءة للأديان، وكذلك المعايير المتعمقة باستخدام الأطفال في الإعلام النوعي، إلا أن الخصوصية التي تتصف بها بعض المجتمعات تجعل بالضرورة أن يكون لكل منها معاييرها وضوابطه الأخلاقية فيما يتعلق بالإعلام النوعي، وذلك انطلاقاً من طبيعة الثقافة السائدة في كل مجتمع. وبناء على ذلك استند المؤلف في تحديده للمبادئ الأخلاقية للإعلان في هذه الدراسة على بعض المعايير العالمية، والخصوصية التي تتصف بها المجتمعات العربية.

اقترح المؤلف الدكتور رفعت الضبع لاستحداث ميثاق شرف الإعلام النوعي

اقترح المؤلف رفعت الضبع لميثاق الشرف الإعلام النوعي :-

أولاً : في مجال التوعية الدينية

يركز ميثاق الشرف الإعلام النوعي على حرص الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني والصحفي والسينمائي والمسرحي والانترنت على توفير التوعية الدينية السليمة النابعة من جوهر الدين الإسلامي بسماعته واعتداله بعيداً عن الانحراف والتطرف والتعصب والإرهاب والمغالاة، كما يوجب ضرورة ترسيخ القيم والمثل العليا وإبراز مواقف القدوة الطيبة عبر مراحل التاريخ المختلفة للإقتداء بها وأخذها مثل عليا ومن هذا المنطلق لابد أن يحرص الإنتاج الاعلامي كله الحقيقي على مجموعه من الثوابت وهي 1-احترام جميع الأديان السماوية فهذه الأديان ينبغي احترامها من منطلق قوله تعالى (لكم دينكم ولي دين)سوره الكافرون رقم 6 .

2-التأكيد على أن الإيمان الحقيقي هو ما وقر في القلب وصدقه العمل الجاد المخلص فهذا النص هام للأخذ بأيدي الأمم إلى التنمية والتقدم فالإخلاص في العمل يرفع الأمم ويرقى بمستوى الشعوب .

3-كذلك التأكيد على حرص الإسلام على طلب العلم فطلب العلم فريضة على كل فرد في هذا المجتمع

4-التأكيد والعمل على تنقيه الإعلام من المعتقدات الخاطئة كالشعوذة وأعمال السحر والخرافة وغيرها من الأعمال التي لا تنتمي للدين بأي صفة .

5- التأكيد على أن الإسلام يدعو إلى العلم والتقدم والعمل الجاد والاجتهاد وينبذ التكاسل والخمور

6-التأكيد على أن المرجع في الدين لعلمائه المتفهمين فيه والمعتدلين وليس لأي شخص .

7-إبراز المعنى الصحيح للتوكل على الله ونبذ التوكل واللامبالاة والخمول والكسل.

ثانياً القيم الاجتماعية :-

مجال القيم الاجتماعية لا يقل أهمية عن مجال التوعية الدينية وخصوصاً أنه يشمل الجوانب الأساسية في المجتمع الذي نعيش فيه من الأسرة والجيران والمرأة ، والشباب والانتماء وقيمة واحترام العمل وغيرها الكثير من الأشياء الأساسية وستناولها في السطور القادمة بالتوضيح والإبراز وهي :-

1-الأسرة:

يجب التنبيه على أهمية الدعوة إلى أهمية ترابط الأسرة والقيم والسلوكيات وقيام كل فرد في الأسرة بواجبه تجاه بقية أفراد الأسرة والتأكيد على التماسك الأسري لأنه الأساس في بقاء المجتمع وحفاظه على هويته الأصلية فالأسرة هي المرأة التي تعكس ترابط المجتمع من عدمه

2- المرأة:

يدعوا ميثاق الشرف الإعلامي النوعي إلى التأكيد على مجموعة من العناصر إلهامه للمرأة ينبغي التأكيد عليها وأخذها في الحسبان عند الكتابة في جميع وسائل الإعلام وهي:

- 1- إبراز إعلاء الإسلام من مكانة المرأة وما كفله الإسلام للمرأة من حقوق وما وفره الإسلام للمرأة من صيانة الحقوق وتأكيد على أن المرأة ملكة في بيتها ويجب على المرأة أن تعي ذلك بأن تحفظ بيتها عن طريق العفاف والتمسك بتعاليم الدين وعليها دور كبير في تربية النشء وتماسك الأسرة .
 - 2- تأكيد دور المرأة في الأسرة كزوجة وأم وأخت وكذلك دورها في المجتمع باعتبارها فرد منتج ومشارك بشكل إيجابي في مجال التنمية البشرية وللزوج مكانته المرموقة التي كرمه الإسلام بها.
 - 3- البعد عن النماذج السلبية للمرأة في مجال الدراما التلفزيونية والإذاعية والسينمائية والمسرحية .
- 3- الفئات والطوائف المختلفة.

يدعو ميثاق الشرف الإعلامي النوعي كذلك إلى تجنب كل ما يسئ لأي طائفة أو فئة أو مهنة في كافة الأعمال الصحفية والإذاعية والتلفزيونية والسينمائية والمسرحية وعند تقديم نماذج سلبية يجب التأكد على أنها استثناء من القاعدة العامة .

4- الانتماء

كذلك يجب التأكد على تعميق قاعدة الانتماء لدى كافة المواطنين داخل المجتمع بكل فئاته وطوائفه وتعميق هذه القاعدة إلى أبعد الحدود الممكنة .

5- احترام قيمه العمل

يجب أن يتم التأكيد على احترام قيمة العمل في الأعمال الدرامية ويتضح ذلك من خلال ما يلي :

1- احترام جميع المهن والأعمال الشريفة فالعمل شرف وعبادة والعمل واجب ديني ووطني في نفس الوقت وفي حاله تقديم نماذج لمهن سلبية لابد من التأكيد على أنها حاله فردية ولا ترقى إلى مستوى التعميم أو القاعدة .

2- العمل على تشجيع العمل الحر والتأكيد على أهمية هذا العمل في بناء المجتمع .

3- التأكيد على أهميه إتقان العمل والسعي الدائم إلى تطويره فإتقان العمل واجب ديني ووطني في نفس الوقت .

4- التأكيد على مراعاة الموضوعية والتوازن عند تقديم أعمال تتصدى لرجال الأعمال وإدراك أن نموذج رجل الأعمال المنحرف لا يعمم على كافة رجال الأعمال .

7- تكريم الإنسان:-

تكريم ودعم المسنين من شيوخ الإعلاميين واستثمار خبراتهم والامتناع عن التعرض لذوى العيوب الخلقية أو العاهات فالابتنسامة الكوميديّة هامة بحثا عن الإضحاك دون المساس بهذه الفئات كالتعرض للحوادث أو التلعثم في الكلام وهكذا فالإسلام كفل احترام الإنسان وعدم إهانته فيجب الالتزام بهذا وتطبيقه في ميثاق الشرف الإعلامي في الأعمال الدرامية بكافة أنواعها.

8- قضايا الفساد والانحراف والإرهاب.

9- عدم المبالغة في تصوير الفساد والانحراف بما يوحي أنها ظاهرة عامه فلو تم تصوير هذه

الظاهرة على أنها كذلك فسوف تشوه صورة الوطن المفدى لان الدراما العربية بكافة أشكالها وأنواعها يتم تصديرها للخارج وكذلك من خلال القنوات الفضائية فيجب التأكيد على الجهود التي تبذل للتصدي للانحراف من خلال التلفزيون والإذاعة والصحافة والسينما والمسرح والمطبوعات الأخرى.

10- البيئة المحيطة بنا

الدعوة إلى ضرورة الحفاظ على البيئة المحيطة بنا من التلوث وإبراز جهودات المجتمعات المتقدمة في سبيل الحفاظ على البيئة من خلال الأعمال الدرامية المختلفة والإقتداء بهذه الأعمال في إنتاج أعمال مشابهة لها داخليا تظهر مدى حرصها في الحفاظ على البيئة.

11- تفعيل مواد الدستور والقوانين التي تحمي وتصور الشخصية والأسرة العربية وعدم التعرض له بالأخبار والشائعات المضللة واحترام الخصوصية والتشديد على قضايا التشهير والتصنت وإساءة استخدام التصوير وحرية الكتابة في الإنترنت والابتزاز والبلاغ الكاذب.

12- تخصيص دوائر قضائية خاصة بالإعلاميين بالمحاكم للنظر في قضايا الإعلاميين عامة ويمثل في عضويتها المتخصصين والخبراء الإعلاميين مع إلغاء جميع مجالس التأديب

13- استحداث آلية قانونية لتنفيذ بنود جميع موثيق الشرف الإعلامية والمهنية.



ملخص السيرة الذاتية

- الاسم / الدكتور رفعت عارف محمد عثمان الضبع
- الوظيفة:- أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية بجامعة طنطا
- اللغات التي يجيدها:- العربية والإنكليزية والفرنسية
- الوظائف التي شغلها :-
- 1- مستشار برلماني دولي
- 2- مستشار لبعض السادة أصحاب السمو الأمراء والشيوخ والوزراء والمؤسسات الدولية والسيادية
- 3- أستاذ ببعض الجامعات العربية والأوربية
- 4- خبير الإتيكيت والبروتوكول والمراسم الدولية
- الإسهامات:-
- 1- مؤسس ومؤصل علوم الإعلام النوعي وشارك بجهود كبيرة في تأسيس كليات التربية النوعية بالجهود الذاتية في مصر
- 2- قام بالتدريس والإشراف على الرسائل العلمية ومناقشتها بالجامعات المصرية والعربية والأوربية
- 3- عضو بمجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتلفزيون
- 4- أول من قدم برامج تليفزيونية عن الإتيكيت والبروتوكول في التلفزيون المصري والعربي كمعد ومقدم برامج ومشرف علمي
- 5- محكم دولي للمنازعات وديا وفي المهرجانات الدولية
- 6- كاتباً صحفياً ومحرر برلماني لمجلسي الشعب والشورى
- 7- شارك في تأسيس القنوات التليفزيونية والصحف المتخصصة
- 8- متحدث معتمد في الإذاعات المصرية والعربية
- 9- رئيس تحرير مجلة الإعلام التربوي والعلوم الإنسانية
- 10- نقيب البروتوكول والإتيكيت والمراسم الدولية
- 11- أسس بعض المنظمات الدولية وشغل (وزيراً مفوضاً)
- 12- شارك في مراجعة واستحداث بعض الدساتير والقوانين

- 13- شارك في تأسيس بعض الجامعات والمعاهد الخاصة
- 14- تم استضافته في العديد من اللقاءات الإعلامية
- 15- صدر له موسوعتان (الإتيكيت والإعلام النوعي)
- 16- مدرب معتمد دوليا
- 17- مراجع خارجي في مؤسسات الجودة الدولية
- 18- رئيس مجلس إدارة الشركة العالمية للبترول
- 19- رئيس مجلس إدارة شركة تيماتس
- 20- نال العديد من الجوائز الدولية.

المصادر والمراجع

أولا : المراجع العربية

- القرآن الكريم.
- الأحاديث النبوية الشريفة.
- الأحاديث القدسية. دار الفكر العربي
- إبراهيم الدقواني، الأنظمة الإذاعية، (بغداد : دار الحكمة، د ن).
- إبراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع، القاهرة، مكتبة الأنجلو، 1981.
- إبراهيم إمام نحو بلاغة تليفزيونية في البرامج الدينية، سلسلة بحوث ودراسات تليفزيونية، جهاز تليفزيون الخليج، 1983.
- إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتليفزيون النوعي، القاهرة : دار الفكر العربي، 1985.
- إبراهيم عبد الرازق آل إبراهيم: التربية والتعليم في زمن العولمة ص 137.
- إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية.
- إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية، (القاهرة، دار الفكر العربي : 2003)
- إبراهيم عبد الله المسلمي، مدخل إلى الراديو والتليفزيون النوعي، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1999).
- إبراهيم عبد الله المسلمي، نشأة وسائل الإعلام وتطورها، ط 2 (القاهرة : دار الفكر العربي، 2005).
- أبو بكر الرازي، مختار الصحاح، (بيروت، لبنان، دار الكتاب العربي)
- اتحاد الإذاعة والتليفزيون، الكتاب السنوي لعام 1998/97، القاهرة، الاتحاد، 1998.
- اتحاد الإذاعة والتليفزيون، الهيكل التنظيمي لرئيس قطاع التليفزيون وتقسيماته الفرعية، القاهرة.
- اتحاد الإذاعة والتليفزيون، أهم النتائج الأولية لبحث بارومتر المشاهدة، 2001.
- أحلام رجب عبد الغفار: التربة والتنمية، السنة الثالثة، العدد 8، فبراير 1995، ص 334.
- أحمد الحضري، تاريخ السينما في مصر، القاهرة، نادى السينما، 1989م، الجزء الأول.
- أحمد بدير: الاتصال بال جماهير بين الخبر والدعاية والتنمية، وكالة المطبوعات الكويت، 1982م.
- أحمد حسين اللقاني، حسين الجمل، معجم المصطلحات المصرية، القاهرة، علام الكتب، 1996 م.
- أحمد عبد الملك، المذيع التليفزيوني النوعي، مبادئ ومواصفات (الدوحة، مطابع على بن يحيى، 1983).
- أحمد عقيبات، التليفزيون صحافة وفن، (صنعاء : اليمن، المركز الهندسي للاستثمارات والطباعة والنشر، 1994).
- أحمد ماهر عز: أقسام التربية الفنية بكليات التربية النوعية المؤتمر الأول للتعليم العالي، القاهرة 1992م.
- إدارة العلاقات العامة والأنشطة لدولة البحرين، في تحقيق أهداف من خلال وسائل الخبر، مندر بحوث ندوة ماذا يريد ين من الخبريين الجزء الأول 1992.

- إدوارد ستاشيف، ورودي بريتنر، برامج التلفزيون النوعي، إنتاجها، وإخراجها، ترجمة أحمد طاهر، (القاهرة، مؤسسة سجل العرب، د.ت)
- أدوارد واكين، مقدمة إلى وسائل الاتصال، ترجمة وديع فلسطين، (القاهرة، مطابع الأهرام التجارية، 1981).
- أديب خضور، سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون (دمشق : المكتبة الإعلامية، 1979).
- أسما حسين حافظ، التدريب الخبري الصحفي لطلبة التخصص الدراسي الجامعي : نحو نموذج لبرنامج تدريبي مقترح، القاهرة، دار الثقافة للطباعة والنشر والتوزيع، 1999.
- أسماء عبد العال الجابري: تصميم برنامج لإكساب أطفال ما قبل المدرسة مهارات التعاون، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 1991.
- إسماعيل محمد السيد، الإعلان، الإسكندرية، المكتب العربي الحديث، 1990.
- الإعلام المصري، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، بانوراما متكاملة من العطاء، مجلة الفن الإذاعي، ع 144، 1995.
- آمال أحمد مختار صادق، السيد عبد القادر: آراء ومقترحات حول إمكانيات ومتطلبات كليات التربية النوعية بجمهورية مصر العربية: وزارة التربية والتعليم العالي، لائحة كليات التربية النوعية، استسل، (د.ت) مادة 1.
- آمال المكاوي، تطوير البرامج التعليمية في التلفزيون والإذاعات التعليمية في العالم العربي، دراسات وبحوث إذاعية، القاهرة، 1976.
- الإمام أبي حامد الغزالي : إحياء علوم الدين المجلد، بيروت دار الكتب العلمي
- أماني الحسيني أثر تعرض الأطفال ذوى الظروف الصعبة للتلفزيون والسينما و الفيديو على إدراكهم للواقع الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1998.
- انشراح الشال، مدخل إلى علم الاجتماع والإعلام (القاهرة، مكتبة نهضة الشرق، 1985).
- أودين راكد، مقدمة في علم الاتصال، ترجمة وديع فلسطين، القاهرة، دن : د.ت.
- أورد الدكتور محمد إبراهيم في كتابه فن الخبر مائة تعريف، ثم وضع من عنده للخبر الصحفي وفن ما ترائي له ولمزيد من التفاصيل
- إيمان عزام: تنمية الوعي البيئي لدى طلاب التعليم الفني التجاري باستخدام المناظرات، رسالة ماجستير، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس، 2003 م.
- إيناس محمد غزال، الإعلانات التلفزيونية وثقافة الطفل (الإسكندرية : دار الجامعة الجديدة للنشر، 2001).
- بارنوازيك: الاتصال الجماهيري، ترجمة صلاح عز الدين وآخرون، القاهرة، مكتبة مصر، 1996 م.
- بكار عبد الكريم، العولمة، طبيعتها، وسائلها، تحدياتها، التعامل معها، الأردن دار الإعلام للنشر والتوزيع، 2000.
- بلقيس عبد المنعم سرور: الصحافة المدرسية ودورها في تناول قضايا البيئة بمحافظة الدقهلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات والبحوث البيئية، 1998 م.
- تقرير مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، 2007 م.
- تهاني حلاوة، ورقة مقدمة إلى لجنة التعليم الدائمة بمجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، 2007 م.

- جان كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، (بيروت، دار الجبل، 1986).
- جعفر العبد، التدريب كوسيلة لتعبير سلوك الأفراد مؤتمر القادة الإداريين، أبريل 1998 القاهرة 1969.
- جلال الشرقاوي، الأسس في فن التمثيل وفن الإخراج المسرحي، الهيئة المصرية العامة.
- جلال عبد الوهاب، أسس العلاقات العامة، الكويت، دار البيان، 1392 هـ.
- جمال الدين العطيفي: حرية الصحافة وقت تشريعات، جمهورية مصر العربية، القاهرة، 1971 م.
- جمال محمد أبو الوفا ومحمد حسن رسمي: تأجيل الخبر في الحقل التعليمي، وجهة نظر إسلامية، بحث مقدم إلى مؤتمر الخبر باط، كلية التربية جامعة المنصورة، مارس سنة 1991 م.
- جون. ج. فلوهرني، قصة التلفزيون ترجمة أسعد نجار، (القاهرة، الهيئة العامة للكتاب، د.ت).
- جيهان أحمد رشتي، النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية ط 2 (القاهرة، دار الفكر العربي، 1994).
- جيهان أحمد شتى، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (القاهرة : دار الفكر العربي، 19759).
- جيهان مكاي، أنت تعلم إذا أنت حر، القاهرة، دار الشعب، 1982.
- حسن خليل : دور أخصائي الإعلام في الارتقاء بالأنشطة الإعلامية، .
- حسن عماد مكاي، التكنولوجيا الحديثة في عصر المعلومات، (بيروت، الدار المصرية اللبنانية، 1993).
- حسن عماد مكاي، محاضرات في نظريات الإعلام، جامعة القاهرة.
- حسن محمد على خليل: دور أخصائي الإعلام في الارتقاء بالأنشطة الإعلامية في المدارس المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 1999 م.
- حسين أبو شنب، مدخل إلى فن الراديو والتلفزيون، (غزة، مركز دراسات وأبحاث الوطن، 1998).
- حسين كامل بهاء الدين: مبارك والتعليم، نظره إلى المستقبل، وزارة التربية والتعليم يوليو، 1992 م.
- حسين محمد البدوي : الإعداد والتدريب الإداري بين النظرية والتطبيق، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، 1976 م.
- حمود البدر، الخبر بدول الخليج.
- الخير المصري والألفية الثالثة، المجموعة الثقافية المصرية، جمهورية مصر العربية، القاهرة، 1999 م.
- خليل صابات: الصحافة رسالة، واستعداد وفن، علم مكتبة دار المعارف بمصر، 1986 م..
- خليل صابات، جمال عبد العظيم، وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها، ط9 (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 2001).
- خميس شماری وكارولين ستايني، دليل حقوق الإنسان في الشراكة الأوروبية – المتوسطة، الشبكة الأوروبية ومتوسطة لحقوق الإنسان، 2000 م.
- دويدار الطاهر، الإعداد التلفزيوني بين الحرفية والإبداع، مجلة الفن الإذاعي ع80، يوليو، 1987.

- دويدار الطاهر، برامج التلفزيون كاملة النص، مجلة الفن الإذاعي، القاهرة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، ع 70، يناير 1976.
- دويدار الطاهر، حول شكل البرنامج التلفزيوني، القاهرة، مجلة الفن الإذاعي، ع 66، 1975.
- دويدار الطاهر، قوالب البرنامج التلفزيوني، القاهرة، مجلة الفن الإذاعي، ع 68، 1975.
- دويدار الطاهر، مدخل إلى الدراما التلفزيونية، مجلة الفن الإذاعي، ع 78، القاهرة : يناير، 1987.
- رباب صلاح: المهارات الاجتماعية التي تعكسها الصحافة والإذاعة المدرسية لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2003.
- رشاد أحمد عبد اللطيف، تنمية المجتمع وقضايا الإعلام، دار المعرفة الجامعية، 1995، .
- رشدي البدري: الإعلام بين النظرية والتطبيق، القاهرة، دار الشعب، 1994م .
- رفعت عارف الضبع: الإعلام، تأصيله وتحصيله، دار الفكر الأردنية، عمان، 2008م
- رفعت عارف الضبع: الإتيكيت، دار الفكر الأردنية، عمان، 2008م
- رفعت عارف الضبع، دراسات إعلامية (دار الفكر الأردنية، الأردن، عمان، 2008م.
- رفعت عارف الضبع، الإعلام والمجتمع (دار الفكر الأردنية، عمان، 2008م.
- رفعت عارف الضبع، العلاقات العامة (دار الفكر الأردنية، عمان، 2008م.
- رفعت عارف الضبع، المرأة في الإسلام والسياسة (دار الفكر الأردنية، الأردن، عمان، 2008م.
- رفعت عارف الضبع، الكتابة الإعلامية (دار الفكر الأردنية، الأردن، عمان، 2008م.
- رفعت عارف الضبع، التحرير الإعلامي (دار الفكر الأردنية، الأردن، عمان، 2008م.
- زهير السعيد حجازي: تاريخ التربية ونظام التعليم في مصر، جامعة المنوفية.
- زينب محمد صحي الشربيني: التقويم الإشراف على التربية العملية في ميدان تدريس اللغة الإنجليزية، القاهرة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية جامعة عين شمس، .
- سامي نوري وبدوى فريد، طرق تدريس الإلقاء، ط 1 (بغداد وزارة التعليم العالي، دار المعرفة، 1980).
- سعد لبيب: المشاركة والتنمية الريفية، مجلة تنمية المجتمع، العدد 2 لسنة 12، 1988.
- سعد لبيب، التخطيط التلفزيوني في دول الخليج، سلسلة بحوث ودراسات تلفزيونية، 1985.
- سعد لبيب، التخطيط التلفزيوني.
- سعد لبيب، برامج المناقشات والندوات، مجلة الفن الإذاعي، القاهرة، ع 198، 1985.
- سعد لبيب، محمد نور، عباس أحمد، مذكرات معهد التلفزيون، (القاهرة، 1972).
- سعدية بهادر: المراجع في برامج أطفال ما قبل المدرسة، القاهرة عالم الكتب، 1994،
- سعيد محمد السيد، إنتاج المواد الإعلامية في الراديو والتلفزيون والعلاقات العامة الجزء الثالث ط 1 (جدة : مكتبة مصباح، 1990).
- سمير محمد حسين، الإعلان المداخل الأساسية (القاهرة، عالم الكتب، 1984).
- سمير محمود: الصحافة المدرسية الأسس والمبادئ والتطبيقات، ط 1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1990.
- سمير محمود: الصحافة المدرسية، الأسس والمبادئ والتطبيقات.
- سنية محمد عبد الرحمن الشافعي: رؤية مقترحة لتنمية مهارات الأمثل لوسائل الخبر

- سوزان يوسف، هبة الله بهجت، إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون (القاهرة : مكتبة الشباب، 1993).
- سوليداد بيريه وبير داس Soledad pere and Pere R Dasen ، البحث ، مجلة مشفيليان ، مكتب التربية الدولي ، جنيف ، المجلة 9 العدد 3 (سبتمبر 1999 م).
- السيد أحمد الصرري: في آداب المناظرات، منهج وتطبيق ط1 ، القاهرة: المركز المصري العربي، مارس 1997 م .
- السيد حنفي عوض ، العلاقات العامة (القاهرة مكتبة وهبة 1983) .
- الشاذلي الفيتوري: الإعلام والتربية والتعاون الدولي، مجلة التربية الجديدة، بيروت، مكتب اليونسكو الإقليمي للتربية، العدد 27، ديسمبر، 1982،
- صالح أبو أصبع ، تحديات الخبر العربي ، المصادقية والحرية والتنمية المهنية الثقافية ، عمان ، دار الشروق ، 1997 م .
- صبري الدمرداش: التربية البيئية، النموذج والتطبيق والتقويم، القاهرة، دار المعارف، 1981م
- صبرى سلامة، محاضرات في التدريب الإذاعي، معهد التدريب الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، 1977.
- صفاء يوسف الأعصر ، تعلم من أجل التفكير ، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، 1998 .
- طارق الصعيدي: دور الإعلام في تنمية الوعي الإعلامي لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية ، منهج مقترح، رسالة ماجستير منشورة - جامعة عين شمس، معهد الدراسات والطفولة .
- عادل النادي، مدخل إلى فن كتابة الدراما، (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1993).
- عاطف عدلي العبد: الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993،
- عاطف عدلي العبد، الإذاعة والتلفزيون في مصر، الملخص والحاضر والآفاق المستقبلية، القاهرة، دار الفكر العربي، 2002.
- عاطف عدلي العبد، الراديو والتلفزيون في مصر، (القاهرة، دار الفكر العربي، 2002).
- عاطف عدلي العبد، دراسات في الإعلام الفضائي (القاهرة : دار الفكر العربي، 1995).
- عاطف وديع مسعد: دور الإذاعة المدرسية في تنمية الوعي البيئي لدى تلاميذ التعليم الإعدادي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات والبحوث البيئية، 1998 م .
- عاطف وديع مسعد: دور الإذاعة المدرسية في تنمية الوعي البيئي، مرجع سابق،
- عبد الحميد الحديدي، الأخبار في التلفزيون، مجلة الفن الإذاعي، ع 65، 1974.
- عبد الدائم عمر الحسن، إنتاج البرامج التلفزيونية، القاهرة : الدار القومية للطباعة و النشر، 2003.
- عبد العزيز الغنام: مدخل في علم الصحافة، ج2، الصحافة الإذاعية التخطيط للبرامج الإذاعية راديو وتلفزيون ، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1983م.
- عبد العزيز الغنام: مدخل في علم الصحافة، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1977 م .
- عبد العزيز عبيد: الإعلام اتجاهاته وتصنيفاته الحديثة وكيفية الاستفادة منها في البلدان العربية، مجلة التربية الجديدة، بدون، العدد 7 .
- عبد العليم إبراهيم الإملاء والترقيم في الكتابة العربية، (القاهرة : مكتبة الغريب دبت)
- عبد اللطيف محمد خليفة ، ارتقاء القيم ، عالم المعرفة .

- عبد المجيد العبد : إعداد كوادر التدريب وعلاقتها بالتدريب الذاتي الجماعي , مقالة بمجلة الكفاية الإنتاجية العددين الثالث والرابع , يوليو , أكتوبر , 1981 .
- عبد المجيد شكري: الإذاعة المدرسية في ضوء تكنولوجيا التعليم، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي، 1996م .
- عبد الهادي الجوهري، عبد المنعم بدر، أحمد رأفت عبد الجواد: دراسات في التنمية الاجتماعية، مدخل إسلامي، ب.ط القاهرة: مكتبة نهضة الشرق جامعة القاهرة، 1986م.
- عبد الله محمد زلطة، الكتابة للراديو والتلفزيون، ت.د. ، دار الفكر العربي , 1999 م .
- عزت النصيري، الطريق إلى نصوص درامية، مجلة الفن الإذاعي، ع69.
- عقيل محمود رفاعي: دور الإعلام في تنمية الوعي الاجتماعي في مرحلة التعليم الأساسي في ضوء خبرات بعض الدول، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة الزقازيق، 1997،
- على السلمي، الإعلان، (القاهرة، مكتبة الغريب، 1978).
- على رفاعية الأنصاري: الإعلان نظريات وتطبيق، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1959.
- على شلش , النقد السينمائي في الصحافة المصرية , القاهرة , الهيئة المصرية العامة للكتاب , 1986 م .
- على عوجة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة، عالم الكتب، 1992م .
- عماد السباعي : أبعاد الدور المؤثر والمتطور للإعلام والاتصال الجماهيري في مجال دعم الجهود القومية في انحراف الأحداث ومواجهة جناحهم بين الواقع والتطلع – المؤتمر الخامس المصرية للقانون الجنائي – أبريل 1992.
- عواف عبد الرحمن: الصحيفة كوثيقة تاريخية فن ولماذا؟ بحث مقدم إلى الحلقة الدراسية الثانية لبحوث الإعلام في مصر المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، القاهرة ، 1980م .
- عوض هاشم، تدريب المذيع في الإذاعة والتلفزيون، سلسلة بحوث ودراسات تليفزيونية جهاز تليفزيون الخليج، 1993.
- فؤاد أبو حطب وآمال صادق: علم النفس ، ط4، القاهرة، الأنجلو المصرية، 1984، .
- فؤاد أبو حطب، آمال صادق: نمو الإنسان في مرحل الجنين على مرحلة المُسنين، ط2، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1989م .
- فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، القاهرة .
- فاروق شوشة: الإذاعة والثقافة: مجلة الفن الإذاعي، العدد 101، أبريل 1984م .
- فاروق عبد الرحمن عمر، التلفزيون في الجمهورية العربية المتحدة والعالم، القاهرة الدار القومية للطباعة والنشر.
- فاروق عبد الله خليه , أستاذ الجامعة , الدور والممارسة بين الواقع والمأمول , القاهرة : دار زهراء الشروق 1997 .
- فتح الباب عبد الحليم: وسائل التعليم والإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1976م .
- فتحي الأبياري: صحافة المستقبل والتنظيم السياسي.
- فريدريك فارسور، وسائل الإعلام في المستقبل (بيروت، لبنان، منشورات عويدان، 1996).
- فريز بولد: ترجمة راجي صهيون: مدخل إلى الصحافة مؤسسة بدران، بيروت 1964م.
- فوزية فهمي : تأهيل الكوادر الإعلامية من أجل نهضة علمية متكاملة , مجلة الفن الإذاعي , 2005 م ، ص 147 – 148 .

- فوزية فهميم، التلفزيون أحدث وسيلة إعلام، (القاهرة : مجلة الفن الإذاعي، ع85، 1979).
- القرار الوزاري (532) في 11/6/1989 بشأن إنشاء كليات التربية النوعية ببورسعيد.
- القرار الوزاري : رقم (198) في 24/10/1989 بشأن إنشاء كليات التربية النوعية بأشمون.
- القرار الوزاري رقم (1096) بتاريخ 22/10/1998 بشأن إنشاء ثلاث كليات للتربية النوعية في العباسية والدقي والإسكندرية.
- القرار الوزاري رقم (1161) بتاريخ 14 / 10 / 1990 م بشأن كلية التربية النوعية بميت غمر .
- القرار الوزاري رقم (1161) بتاريخ 14/10/1990 بشأن كلية التربية النوعية بمدينة نصر.
- القرار الوزاري رقم (1181) بتاريخ 26/10/1989 م بشأن كلية التربية النوعية بأسوط.
- القرار الوزاري رقم (174) بتاريخ 13/3/1991 بشأن كلية التربية النوعية بالزقازيق.
- القرار الوزاري رقم (187) بتاريخ 15/10/1991 بشأن كلية التربية النوعية بكفر الشيخ.
- القرار الوزاري رقم (454) بتاريخ 22/10/1998 بشأن إنشاء ثلاث كليات التربية النوعية بطنطا وقنا.
- القرار الوزاري رقم (780) بتاريخ 27 / 7 / 1990 م بشأن كلية التربية النوعية بالفيوم .
- القرار الوزاري رقم (798) بتاريخ 1/8/1990 بشأن كلية التربية النوعية بالمنصورة.
- القرار الوزاري رقم (874) بتاريخ 11/8/1990 بشأن كلية التربية النوعية ببنها.
- القرار الوزاري رقم (881) بتاريخ 11 / 8 / 1990 م بشأن كلية التربية النوعية بدمياط .
- القرار الوزاري رقم (953) بتاريخ 13/3/1991 بشأن كلية التربية النوعية بالمنيا.
- كامل شريف خورشيد : تخطيط وتصميم المناهج والبرامج التدريبية الجهاز المركزي للتنظيم والإدارة , قطاع التدريب في الخدمة المدنية , الجزء السادس , القاهرة , 1974 .
- كامل عبد الجيد: رؤية واقعية للإذاعة المصرية في العالم النامي، مجلة الفن الإذاعي، العدد 90 يناير 1981 م .
- الكتاب السنوي لاتحاد الإذاعة والتلفزيون لعام 2000/99، القاهرة، الاتحاد، عام 2000.
- الكتاب السنوي لاتحاد الإذاعة والتلفزيون، 96 / 1997 (القاهرة، الاتحاد، 1997).
- كرم شلبي، التلفزيون الإذاعي، فنون وخصائصه في الراديو والتلفزيون، دار الشرق، جدة، 1985.
- كرم شلبي، المذيع، (القاهرة، مكتبة التراث الإسلامي، د ت).
- كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، (جدة، دار الشرق، 1987).
- كين دالي، الأساليب الفنية في الإنتاج السينمائي، ترجمة عصام الدين المصري (بيروت، الدار العربية للموسوعات، 1987).
- كينجسون وكاوجيل ورف لفي، الإذاعة والراديو والتلفزيون، ترجمة نبيل بدر، المؤسسة العامة للتأليف والأبناء والنشر، مصر د ت.
- لايوس أجرى، فن كتابة المسرحية، ترجمة دريني خشبة (القاهرة : الأنجلو المصرية، 1960).
- لغة الطفل العربي في عصر العولمة , مؤتمر أوراق العمل , جامعة الدول العربية , القاهرة , 2007 م .
- ليلي عبد المجيد، تشريعات الإعلام، دراسة حالة على مصر، ط1 (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2001).
- ماجدة حامد : دارسات في علم النفس، القاهرة، النهضة المصرية، 1986 .

- ماجي الحلواني حسين ,الخبر وقضايا المجتمع ,الهيئة المصرية العامة للكتاب , القاهرة , 2006 م .
- ماجي الحلواني حسين: تكنولوجيا الإعلام في المجال التعليمي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1988م .
- ماجي الحلواني، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1989.
- ماذا نريد من الإعلام: استراتيجية الإعلام وزارة المعارف، السعودية.
- المجالس القومية المتخصصة , الأوضاع الإدارية والمالية بالجامعات المصرية وسبل النهوض بها , تقرير المجلس القومي للتعليم والبحث العلمي والتكنولوجيا , الدورة الثالثة والعشرون , 1995 – 1996 .
- مجلة الفن الإذاعة، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، ع 146، د ن.
- مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، العدد 179 , القاهرة , 2005 م .
- مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، 144، 1995.
- محمد أحمد الغنام: التعليم والإعلام من أجل تربية أفضل للمواطن العربي، مجلة رسالة الخليج العربي ، الرياض، العدد 6، 1982، ص30.
- محمد أدهم: فن التحرير للصحافة المدرسية .
- محمد السيد إسماعيل، الإعلان، كلية التجارة، جامعة القاهرة، 1995.
- محمد أمين، التمثيلية التلفزيونية، الشكل والمضمون، مجلة الفن الإذاعي، ع 51.
- محمد بن عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الاتصال، ط 1 (الرياض مكتبة العبيكان، 1994).
- محمد جمال برعي , التدريب والتنمية , عالم الكتب , القاهرة 1973 م .
- محمد جمال يونس، واضحة على السويدي: الأنشطة الصيفية واللاصقة ومكانتها في مناهج المدرسة الابتدائية بدولة قطر الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريب المؤتمر العلمي الرابع، نحو تعليم أساسي أفضل، القاهرة 3-5 أغسطس 1922.
- محمد حسن عروس، الأسس الفنية للإذاعيين المسموعة والمرئية (بنغازي، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان، 1987).
- محمد حمدان، تطور بيئة البرامج الحوارية في التلفزيون وحضور المجتمع المدني، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، ع 2، 2006.
- محمد حيدر شيخ، صناعة التلفزيون في القرن العشرين، (القاهرة : الهيئة المصرية للكتاب، 1994).
- محمد سامي عطا الله (فريق العمل في البرنامج التلفزيوني، مجلة الفن الإذاعي، ع98، 1983).
- محمد سيد عتراف: الأطفال والمشاركة في التنمية، القاهرة، مطبعة العمرانية للأوفست، 1993.
- محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1983.
- محمد ضياء الدين عوض، التلفزيون والتنمية الاجتماعية (القاهرة : الدار القومية للطباعة والنشر، 1966).
- محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1979م،
- محمد عبد الحميد: دعم التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية، ص

- محمد عبد الحميد: دعم التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية، ورقة عمل مقدمة في المؤتمر العلمي الثالث، القاهرة، كلية التربية، جامعة حلوان، 1995،
- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 2 (القاهرة، عالم الكتب، 2000).
- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 3 (القاهرة، عالم الكتب، 2003).
- محمد عبد القادر أحمد، دور الخبر في التنمية، العراق وزارة الثقافة والإعلام، 1982، .
- محمد عبد الله عبد الرحيم، العلاقات العامة، القاهرة، مطبعة جامعة القاهرة، 1989 .
- محمد على كامل، لغة الإشارة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 2003 م .
- محمد فريد محمود عزت: إدارة المؤسسات الإعلامية، القاهرة، الطبعة الثانية، 1997، .
- محمد فريد محمود عزت: مدخل إلى الصحافة،
- محمد محمد عبد بكير: المهارات الاجتماعية كما تعكسها برامج الأطفال في الراديو والتلفزيون للأطفال من سن 6: 9 سنوات دراسة مسحية،
- محمد محمود مصطفى حميد: التدريب العملي لطلاب الخدمة الاجتماعية المضمون – الواقع – المستقبل، مجلة القاهرة للخدمة الاجتماعية، العدد الرابع، الجزء الأول، 2003 م .
- محمد معوض: الخبر المدرسي وعلاقته بالمنهج في مدارس الكويت الواقع والمستقبل، دراسات في إعلام الطفل، ج2، الكويت: دار الكتاب الحديث، سنة 2002م.
- محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، (القاهرة، دار الفكر العربي، 1988).
- محمد معوض، بركات عبد العزيز، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دن، 2000.
- محمد منير حجاب: مهارات الاتصال للخبريين و ين والدعاة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1999م
- محمود أحمد محمود رمزية: أثر الإعلانات التلفزيونية في اكتساب طفل ما قبل المدرسة بعض المهارات الاجتماعية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، القاهرة، جامعة عين شمس، معهد دراسات طفولة 1998،
- محمود أدهم: الإعلام في مصر القديمة، دار النهضة، القاهرة 1999م.
- محمود سامي عطا الله، فريق العمل في البرنامج التلفزيوني (مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، ع 98، 1983).
- محمود علم الدين: والإخراج الصحفي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1989،
- محي الدين اللازقاني: الإعلام، القاهرة، دار الثقافة الجديدة، 1978 م .
- مدحت محمد محمود أبو النصر: الإعلام البيئي في مصر من منظور الخدمة الاجتماعية، سلسلة الدراسات الخيرية، العدد (65) أكتوبر- ديسمبر، القاهرة، 1991 م .
- مذكور ثابت، صحافة السينما ونشرات السينما،
- مسعد عويس، دراسة حول تطوير البرامج الرياضية بالإذاعة والتلفزيون، القاهرة، 1974.
- مصر، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، الكتاب السنوي، دار الجمهورية للصحافة، القاهرة، 2006 م.
- مصطفى المصحوري: النظام الخبري الجديد، عالم المعرفة العدد 94، الكويت المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، أكتوبر 1985،
- مصطفى رجب: الإعلام في مصر، واقعة ومشكلاته، الهيئة المصرية العامة للكتاب. القاهرة 1989،
- مصطفى عيروط، وسائل الإعلام والمجتمع، (عمان، مطبعة فيلادفيا، 1983).

- المعز بن مسعود، دلالات الإعلان التلفزيوني، بين المقول والمعيش، مجلة الإذاعات العربية، ع 2، 2006.
- من قيم الإعلام المصري، مبادئ ومنطلقات للبرامج والأعمال الدرامية، دستور الإنتاج الإعلامي، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ع 144، 1995.
- منصور فهمي : إدارة القوى البشرية , الجزء الأول , إدارة الأفراد , دار النهضة العربية , الطبعة السادسة , القاهرة , 1982 .
- المنطقة العربية للتربية والثقافة والعلوم، اجتماع خبرات ومسؤولية عن تقنيات التعليم لدراسة مشكلات استخدام التلفزيون في التعليم بالبلاد العربية، بغداد من 19: 20 مارس، 1977.
- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة , المؤتمر الدولي للتربية , الدورة 36 , جنيف في الفترة من 3 أغسطس : 8 سبتمبر سنة 1977.
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم: اجتماع خبرات ومسؤولية عن تقنيات التعليم لدراسة مشكلات استخدام التلفزيون في التعليم بالبلاد العربية، بغداد من 19-20 مارس ، 1977 م .
- منى سعيد الحديدي، سلوى إمام، الإعلان أسسه ووسائله وفنونه، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005.
- الموسوعة الإعلامية، مجلة الفن الإذاعي، .
- نصيف فهمي منقريوس : مهارات الخدمة الاجتماعية في العمل مع الأفراد والجماعات، ب.ط، القاهرة، دار خالد بن الوليد للنشر، 1983 م .
- نواف عدوان، نحو تصنيف عربي موحد للبرامج التلفزيونية، مجلة البحوث، ع 4، بغداد، فبراير 1981.
- نوال محمد عمر: الخبر ، دراسة نظرية وميدانية، الأنجلو المصرية، القاهرة، 1986.
- الهيئة العامة للاستعلامات , وزارة الإعلام , مصر , الكتاب السنوي , القاهرة , 2004 م .
- وجيه الشناوي، أشكال البرامج التلفزيونية ، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ع 146.
- وجيه الشناوي، أشكال البرامج التلفزيونية، مجلة الفن الإذاعي، ع 46.
- وزارة التربية والتعليم: الإدارة العامة للأنشطة الثقافية والفنية، إدارة الصحافة المدرسية، التوجيهات العامة، 2001، 2002.
- وزارة التربية والتعليم: المكتب الفني للوزير، سياسة التعليم في مصر، القاهرة، 1985 م.
- وليد الحديثي، مذيعو البرامج ومقدموها، مجلة البحوث، ع 25، اتحاد إذاعات الدول العربية، 1989.
- وهيب سمعان، محمد منير مرسى: المدخل في التربية المقارنة، القاهرة، الأنجلو المصرية، ص 111، 1973 .
- ياسر المالح: التربية والخبر، تنسيق التعاون أم تكامل، من بحوث ندوة ماذا يريد بين منذ الخبرين، الجزء الأول، .
- ياسر المالح، المقابلات التلفزيونية والإذاعية، المركز العربي للتدريب التلفزيوني والإذاعي، دمشق، دن.
- 252-بير البير: ترجمة فاطمة عبد الله محمود، الصحافة ، القاهرة، النهضة المصرية العامة للكتاب 1999 م.
- يوسف الغنام، مدخل إلى علم الصحافة، الصحافة الإذاعية، الجزء الثالث، إنتاج البرامج الإذاعية، راديو وتلفزيون، (القاهرة : الأنجلو المصرية).

- يوسف مرزوق، المدخل إلى حرفة الفن الإذاعي، (القاهرة : الأنجلو المصرية، 1975).
- يوسف مرزوق، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون النوعي (الإسكندرية، دار المعارف الجامعية، 1988).

ثانيا : المراجع الأجنبية

- ACEJM, ACEJEC Accrediting Standards Inavailable On line
<http://www.unkansedul-acejme/program / standards / shtml> accssed on 2003/9/3
- Atrin , Rcharles: Affects of television Advertising an children , New Yourk , Academic press , 1989.
- **Benee Habbs, Teaching Media Lieracy in and age of education Ibid. P4**
- BeutschWelle , Teraining center , the broadcast , colon , 1986.
- Bower , Robert , T.Television and public , Halt , and winislion , Ny.1973.
- Duorok Jack. Secondary school Journalism in the united state. Op. City, P11.
- Eastamum , Susan , Tyler. Broadcast programming cawads wor the , V.S.A, 1981.
- Edger E, Willis TV and Radio programs , Halt Rinehart and Unistonic , London , 1984.
- Ekni&Itay G.Blumier and Miehael Gurviteha Utlyation of masscommunication by the individualin. GBlumler and Erat 2(Eds) the uses of masscommuncation ecurrent perspeclives on Gra tifications research CB everly Hills : stage f Lonon 1974.
- Eric Severeid. the cace of T.v journalism , the role of the media United States Information Agency , USA.189
- Gerald Berger: The canton of firebug media education form primary thorough secondary school Media education. Zaghloul Morsey. 1984. Op, Cit. P. 203.
- Gerald Millerson The technique of televeision production , London and Boston , Foeal press, 1995)
- Greall Millerrson, Tv Production , Focal press , 1999.
- Hilliard Robert. L.,Radio Broad casting House publishers , NY.1982.
- Hilliord , Robert , L. ,Radio Broadcasting an Interoduction to the sound media. Hasting House , publishers, (1982)^{2nd}.
- Hyde , stuart , television and Radio Announcing , Houghton niffimcomp. Boston , 1971.
- I bid . P .P . 10-18 .

- Jahnkenny & Margaret Reld , Training Interventions London : In Stitute of Personel management , IPM , 1986 .P 30 .
- Klapper, J.J.: The effects of mass communication New York, Free press 1986. P. 240.
- Lewis , Bruce , Inetechnique of television Annocninig , Hasing House , N.Y.1966.
- Mcluhan, March all, understanding media the extension of Man (N.Y. Mc Inow. Uillbook Company. P. 1964. P. 318
- Mohanty. Educational of Brod casting: Rachio and television in education (India sterling publishers private limited, 1992, PP. 40-47 .
- Piviling H.W. Encyclopedia of modern education-phials optical library of New York copyright. P. 1043.
- Rager, Claurs, Education by radio school Brod casting (unsco. Daris, 1983, P. 1 .
- Rager, Claurs, Education by radio school Brod casting (unsco. Daris, 1983, P. 1.
- Robinson, T.K and Others Media education in Scotland, Op. City. P. 320.
- Signoriel w & Norgan , m (Ed) cultivation Analisis. New Dinection Media effects research , London , Sge publications , (1990)
- Terikwal Gamble and Michael Gamble Communicationworks. 7th ed. (New York: MC Craw-Hill Companies, 2002. P. 669.
- The Poket Dicionary London : Oxford University press 1969 .Edits P 601 .
- Tom Dichkson , Mass Media Education in Transition perparing for centuery . lawrence Erlbaum Assciation Inc , c.. p100 .
- Unesco training for Mass communication Reportes and Papers on mass Communication No (73) , 1972 , P10 .
- William L. Rivers , Magazine Editing in the (U.S.A) wads worth publishing company , 1983.
- www.kharmam.com .
- Yates Brad Ford, applying diffusing theory: adoption of media literacy programs in schools, search Eric org/db/Ed, 4100640 14TM.
- Yates Brad Ford, applying diffusing theory: adoption of media literacy programs in schools, Op. Cit., P. CC.
- Yates Brad Ford, Media education present and future. Op. Cit. P. 6.



مع تحيات دار الحسيني للطباعة والنشر والتوزيع

رئيس مجلس الادارة

عبد القادر الحسيني

المشرف العام

محمد عبد القادر الحسيني

المدير العام

عصام عبد القادر

نائب المدير

حسام الدين عبد القادر الحسيني

الهيئة الاستشارية للدار

الدكتور حسام عقل الدكتور على جاد الحق

الدكتور لطفى سيد صالح الدكتور بسيم عبد العظيم

الشاعر عادل عبدالموجود