

الفصل الرابع

مقومات نجاح الصحافة الإسلامية

على الرغم من المسؤولية الخطيرة الملقاة على عاتق الصحافة فى هذه المرحلة الدقيقة من تاريخ الأمة الإسلامية.

وعلى الرغم من الدراسات القليلة النادرة التى تعرضت لتقييم الدور الإسلامى للصحافة إلا أنه يمكن القول أن هذا الدور، لم تتضح معالمه بعد، سواء بالنسبة للصحف العامة، أو المتخصصة، ولذلك، فلم تستثمر هذه الصحف الصحوة الدينية لدى شبابنا استثماراً سليماً، ولم توجه الاستعداد الدينى الكبير لديهم نحو الفكر الدينى السليم الذى يحفظهم من البلبلة، ويخرج بهم من دائرة الفراغ الدينى ويحصنهم بالتالى ضد أفكار تبدو فى ظاهرها من الدين وهى فى الحقيقة ليست من الدين فى شئ.

وبهذا الإهمال ساهمت وسائل الإعلام وعلى رأسها الصحافة فى ظهور مشكلة جديدة فرضت نفسها علينا منذ عام ١٩٦٨م وهى مشكلة « الفراغ الدينى ».

وحتى نقضى على هذه المشكلة وبالتالي على موجات العنف والتطرف الدينى التى أخذت تظهر على سطح المجتمع المصرى بدءاً بجماعات التكفير والهجرة وإنهاء بالجماعات الإسلامية، فإن الصحافة المصرية يجب أن ترتفع إلى مستوى الفهم الحقيقى لوظيفة الدين فى المجتمع.

ومن خلال دراستنا للمعروة الوثقى وللمقومات التى ساعدت على نجاحها وجعلت منها أول صحفية إسلامية توزع على مستوى عالمى، نستطيع أن نقدم المقومات الآتية باعتبارها عوامل أساسية لضمان نجاح الصحافة الإسلامية وهى:

١ - وضوح الأهداف الإسلامية التى يعمل القائمون بالاتصال على تحقيقها.

٢ - أن يكونوا من الهادفين إلى نشر الوعى الدينى والثقة الإسلامية.

- ٣- ألا تنقف إنجازاتهم السابقة حجر عثرة فى سبيل نشر هذا الوعى.
- ٤- أن يكونوا على علم كاف بما ينقلونه من أفكار.
- ٥- أن يكونوا مقتنعين أصلاً بها ولديهم قدر كبير من الثقة بالنفس وأفكار الذات.
- ٦- أن يكونوا على علم كاف بجماهيرهم من حيث جوانبهم النفسية والتاريخية والإجتماعية والإقتصادية.
- ٧- ألا يكونوا من حيث المكانة الإجتماعية بعيدين عن مستوى معيشة وإدراك الجماهير.
- ٨- ألا يكونوا ذوى شخصيات تقليدية جامدة وأن يتمتعوا بشخصيات دينامية لديها القدرة على التقمص الوجدانى.
- ٩- أن يكونوا على علم بأهداف الجمهور من تحقيق عملية الإتصال.
- ١٠- أن يحرصوا على إستخدام لغة يفهمها الجمهور.
- ١١- أن يضعوا فى اعتبارهم عند تقديم المادة الإعلامية قيم الجمهور وآراءه السابقة.
- ١٢- أن يضعوا فى اعتبارهم مدى معرفة الجمهور بالموضوع المقدم له، وأن يقدم بطريقه يمكن للمستقبل فهمها واستيعابها.
- ١٣- أن ينمو لدى جماهيرهم الثقة بالنفس وإنكار الذات.
- ١٤- أن ينمو لديهم القدرة على التقمص الوجدانى والشخصية الدينامية.
- ١٥- أن يجعلوا جماهيرهم على علم كاف بظروفهم التاريخية والإقتصادية والإجتماعية والثقافية والنفسية حتى يكونوا على علم بما يجب عليهم أن يقوموا به من مهام وإقناع كامل بما يقدم لهم ويخدم أهدافهم.
- ١٦- أن يكونوا على علم كامل بخصائص الرسائل الإعلامية المختلفة حتى

يحسنوا إختيار الوسائل المناسبة وفقا لظروف الجمهور وطبيعة الموضوع ومقدرتهم الاتصالية.

١٧ - أن يستخدموا بفاعلية إمكانات الوسيلة التي يستخدمونها لتقديم ما يهتم الجمهور من مادة.

١٨ - أن تتوافر لديهم المقدرة على تحديد أهمية المادة الإعلامية وفقا لما يخدم مصالح الجماهير، وذلك حتى يحددوا درجة الأهمية التي تعطى لها سواء من حيث المساحة أو المواقع أو أسلوب الإخراج المناسب.

١٩ - أن يحرصوا على أن تتوافر للرسالة الإعلامية كافة العوامل التي تساعد على نجاحها.

٢٠ - أن يحرصوا على أن يتعرفوا على مدى تأثير وسائلهم على الجمهور حتى يتمكنوا من تلافي أوجه القصور أو التشويش الذي قد يحدث أثناء عملية الاتصال ويؤثر على درجة الإستجابة.

تم بحمد الله

المراجع

أولاً: مجموعة اعلال العروة الرثقى:

ثانياً: المراجع العربية والمترجمة:

- د. إبراهيم إمام : .. الإعلام والاتصال بالجماهير .. الإنجلو المصرية .. القاهرة .. ١٩٧٥
- أدوارد بيرنيز وآخرون: .. العلاقات العامة فن .. ترجمة حسنى خليفة وديع فلسطين .. القاهرة .. دار المعارف ١٩٦٧.
- افريت روجرز : الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر .. ترجمة سامى ناشد القاهرة عالم الكتب.
- د. خليل صابات . الإعلان : تاريخه أسسه قواعده أخلاقياته .. الإنجلو المصرية .. الطبعة الأولى .. ١٩٦٩ .
- د. صلاح الدين جوهر: إدارة المؤسسات الإجتماعية أسسها ومفاهيمها.
- عبد البديع صقر: .. كيف تدعو الناس .. ط ٨ .. القاهرة .. مكتبة وهبه .. ١٩٨٠ .
- عبد الرحمن الرافعى : .. جمال الدين الأفغانى .. سلسلة أعلام العرب رقم (٦١) دارالكاتب العربى.
- د. على فؤاد أحمد: .. علم الاجتماع الرفي .
- لتكون دافيد كيسلى ، كاتن هيرن : .. الإرشاد الزراعى . ترجمة محمد المعلم .. مكتبة النهضة المصرية .. القاهرة .. ط ٢ .. ١٩٦٣ .
- د. محمد اليهى : .. الفكر الإسلامى الحديث وصلته بالإستعمار الغربى مكتبة وهبه .. القاهرة ط ٢ .. ١٩٧٥ .
- د. محمود عودة : .. أساليب الاتصال والتغير الإجتماعى .. دار المعارف .. القاهرة .. ١٩٧١ .

ثالثاً: المراجع الأجنبية:

- Berlo, David, K. The Process of Communication, An Introduction to Theory and Practice, 1963.
- Schramm, Wilbur, Information Theory and Mass Communication, Journalism Quarterly Spring 1955.