

هل يمكن للزوايا والمدارس الدينية أن تستفيد

من خدمات الإعلام في تطوير رسالتها

د/ حميده بن زبيطة

جامعة أدرار

ملخص: إذا كانت الزوايا مؤسسات إسلامية تجمع الناس على مختلف أصنافهم من طلبة علم وفقراء وضيوف من أجل تحقيق أهداف دينية وروحية وتعليمية واجتماعية، قلما تلقى في مرفق واحد، فقد برهنت بمدارسها القرآنية أنها كانت أهلا لتعليم الناس على مختلف مستوياتهم، وعلى تحفيظهم للقرآن العظيم، وما يترتب على ذلك من العلوم الشرعية واللغوية.

والواقع المعيش يقر بأن هذه المؤسسات ما زال دورها مطلوباً، وقد يكون المطلب أكثر إلحاحاً من ذي قبل باعتبار ما وصلت إليه حياة الناس من تعقيد بسبب ما يعانونه من دمار نفسي وأخلاقي وتسرب مدرسي فاضح.

فالإشكالية التي تطرح اليوم هل بإمكان هذه المؤسسات أن تواكب رهانات المستقبل إذا ظلت على وضعها التقليدي المعروف. وهذا ما يقتضي التفكير في إحداث ما يلزم من التطورات التي تشمل الجوانب التنظيمية والبيداغوجية والمنهجية باستعمال الوسائل الحديثة المناسبة، وهذا ما سيوضح في هذا المقال.

AbstractZawaya in Islamic tradition are institutions that gather all kind of people, especially from students, poor and guests, in order to realize some religion, spiritual, educative and social purposes, extraordinary concur in one place. Its koranic schools were used to teach people Koran, Islamic sciences and Arabic language.

In facts, these institutions are really still needed instantly more than other time, face of human life complications due to psychological and morals problems.

So, the problem today is how Zawaya can face to future wagers in spite of its traditional structure and functions. These implicate think to make some changes in all aspects by using modern utile

مقدمة :

إن العصر الذي نعيشه اليوم هو عصر الإعلام، بما للكلمة من معنى. فهو عصر تميز بالانفتاح الفكري والمعرفي. وتوفرت له الأدوات المساعدة على ذلك، من انترنت وفضائيات وأقمار صناعية، وهي أدوات ووسائل أحدثت انقلابا رهيبا في معنى التواصل الإنساني، ومعنى الحوار، ومعنى الرسالة الإعلامية. فقربت المسافات ويسرت الاتصالات وفسحت المجال واسعا أمام الدعاة والمربين. وأصبح تبليغ الشيء المرغوب فيه قاب قوسين أو أدنى من المبلغ إليه. بل لم تعد هناك أي قوة قادرة على حجب المعلومات حسنها وسيئها، حتى بات الناس يعيشون -كما يقال- في قرية صغيرة.

وهذا نتيجة من نتائج العولمة الإعلامية والتميز التقني في خبرة التعامل مع القدر الهائل للمعلوماتية الجديدة.

ومن ثم خاض الإنسان في هذا الغمار وأتقنه أحسن إتقان. وبات جهل ذلك هو أمية هذا العصر؛ لأن الفرد في هذه القرية الصغيرة إن لم يؤثر في الغير أثر فيه الغير.

ونظرا لأن الإعلام سلاح ذو حدين، وجب فقهه وحسن استغلاله في مجالات التربية والتعليم وتكوين الفرد بغض النظر عن عمره ومكان تواجده. وقد يبقى الإمام الممتاز بعلمه والمربي القدير بثقافته وفنه مغمورا في مدرسته، ولكن ما أن يهتدي إلى استعمال هذه الوسيلة المعلوماتية حتى يصبح نجم زمانه وتتخاطفه الوسائل الإعلامية.

هذه مجرد إشارات خاطفة تبين مدى أهمية هذه الشبكة المعلوماتية. أفلا

يجب الاستفادة منها؟

لذلك أردت أن أسهم في هذا الإطار - التي يعدّ الإعلام الديني محورها الأساسي - بمقالة موسومة ب: " هل يمكن للزوايا والمدارس الدينية أن تستفيد من خدمات الإعلام في تطوير رسالتها؟ "

وقد يتجلى الجواب على هذا السؤال من خلال الوقوف على عناصر هذه المقالة وتحليلها وفق الترتيب الآتي.

أولاً: تحديد المفاهيم

ليس الغرض من تحديد بعض المفاهيم الواردة في هذه المقالة التظاهر بصعوبة مدلولاتها لدى السامع أو القارئ. وإنما الغرض هو محاولة وضعها في إطار محدد يبسر فهم مقصد استعمالها ليكون هناك هامش من التفاهم المسبق بين الملقي وبين السامع أو القارئ يجعل الإرسال والاستقبال يمر بسلاسة دون حاجة إلى تذييل صعوبات محتملة. ولعل هذا الأمر هو من التقنيات المعاصرة للإعلاميين.

ولنبداً أولاً بتعريف الإعلام.

الإعلام لغة: هو مشتق من عِلْم وأَعْلَمَ يقال أَعْلَمَ إعلاماً، ومعناه معرفة الشيء على حقيقته.

ومن معانيه أيضاً الإخبار والتبليغ والإنباء. فهي كلمات مترادفة تستعمل بغرض الإعلام بالشيء.

والإعلام هو الاتصال الذي هو التبليغ أيضاً. يقال بلغت فلانا بلاغا إذا أوصلته الشيء المطلوب. والبلاغ هو ما بلغك أي وصلت وأعلمت به¹. جاء في الحديث الشريف: [بلغوا عني ولو آية]²، وقوله (ص) كذلك: [وليبلغ الشاهد الغائب]³ أي فليعلمه ويوصل له الخبر.

¹ - الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية للجوهري؛ المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، مادة "علم"، ص 860.

² - أخرجه البخاري في كتاب أحاديث الأنبياء باب ما ذكر عن بني إسرائيل، حديث رقم 3461.

³ - أخرجه مسلم في كتاب الحج باب تحريم مكة وصيدها وخلها، حديث رقم 1354.

الإعلام اصطلاحاً: لم يعد لفظ الإعلام يطلق على المعلومة المنقولة فحسب وإنما أصبح يطلق كذلك على الوسيلة الإعلامية الناقلة، وهو من باب حذف المضاف وإقامة المضاف إليه مقامه، وهذا كثير في اللغة. ومن ثمة تظاهرت التعريفات الاصطلاحية وتعددت نذكر منها:

- الإعلام هو عملية اتصال أو إقامة اتصال بين فرد وجماعة يتم بواسطة مرسله وترسل إليهم¹.

وهذا التعريف يقتضي أن الاتصال يحتاج إلى أربعة عناصر هي مرسل، ملنقط، قناة اتصال، ومرسله.

- وفي تعريف آخر هو: "مجموعة الوسائل الهادفة إلى تحقيق الاتصال ونقل المعلومات والمعارف بموضوعية بغية الإخبار والتوجيه وتشكيل رأي الأمة إزاء القضايا المطروحة"².

ويتبين أن هذا التعريف جاء موسعاً، ولعل تطرقه إلى الوسائل والمعلومة والغاية تشفع له في ذلك.

- وهناك تعريف جامع مفاده: أن الإعلام هو كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة من خلال وسائل معينة لها شخصياتها الحقيقية أو الاعتبارية بقصد خلق التأثير لدى الطرف الآخر مستقبل المعلومة³.

¹ - موقع رسالة الإسلام: <http://www.womanmessage.com>. تاريخ الوصول: ماي 2013.

² - د/محمد علي العويني، الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق، دراسة إعلامية دينية سياسية، القاهرة، عالم الكتب، 1407هـ/1987م، ص 10.

³ - عبد الهادي الزيدي، الرابطة الإسلامية للإعلام، موقع: <http://imairaq.com>، تاريخ الوصول:

ومن خلال هذه التعريفات الاصطلاحية نلاحظ أن الأول ركز على الإعلام كمادة معلوماتية والثاني تضمن الإعلام كوسيلة والثالث جمع بينهما.

ثانيا: المسار التاريخي للإعلام

ليس الإعلام وليد العصور المتأخرة كما قد يعتقد بل هو عملية تاريخية ارتبطت بالإنسان منذ أن خلقه الله على الأرض.

فهو في حقيقة الأمر قد ولد مع ولادة الإنسان وتطور معه، فمنذ إطلاقه صرخته الأولى عبر بها الإنسان الطفل عن وجوده وذاته.

ثم بدأت سلسلة أنماط التعبير الإفصاح عن مكوناتها والإدلاء بالأراء والتصورات عن كل ما يحيط به. وكانت وسيلته البدائية الكلمة الشفهية، وظلت وسيلته كذلك؛ إلى أن تطور نسبيا فظهرت الكتابة على الألواح والرسائل.

ومن ثمة يلمس البعد الاجتماعي في حياة الإنسان باعتباره كائنا اجتماعيا، خلق ليتعارف ويتعاطى مع البشر من حوله. وذلك ميول فطري حدده الخالق سبحانه وتعالى بقوله: (يأيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا)¹.

والمنتبغ لتاريخ نشأة الإعلام بوسائله المعاصرة في العالم الإسلامي يتبين له أن بدايته كانت على يد المستعمر الغربي الذي سخر وسائل الإعلام المتعددة وأساليبه المختلفة لخدمة أهدافه المغرضة قصد دوام سيطرته وفرض نفوذه. فكيف منابر الإعلام على شاكلته.

وحتى بعد استقلال الدول الإسلامية ظلت تلك المنابر الإعلامية تقلد الإعلام الغربي وتسير وفق منهجه حتى ابتعدت عن أهداف الإعلام الإسلامي

¹ - الحجرات / 13.

حتى غير الديني منه، فلم يعد يربطها بقضايا الأمة وتراثها الأصيل وثقافتها المميزة أي رابط¹.

وهذا ما نَفَر كثيرا من ذوي الرأي والفكر عن هذا الإعلام الذي أسهم في تشتيت هوية الأمة وإهدار فكرها وتمزيق وحدتها وإفساد أخلاقها. وما ينبغي لفت الانتباه إليه أيضا هو أن ثورة الاتصال المعاصرة التي تأثرت بعولمة المعلوماتية، قد سبقتها ثورة مشابهة لها في العشرينيات من القرن الماضي تمثلت في اختراع التلغراف، والهاتف، ومد الكوابل، وظهور وكالات الأنباء، ومد السكك الحديدية، واختراع الراديو والتلفزيون. وهي وسائل أسهمت في وقتها في إحداث انقلاب كبير في ميدان الاتصال تماما كما أحدثته الوسائل التقنية المعاصرة التي وصلت به الذروة. ولعل المستقبل سيكشف لنا عن وسائل إعلامية أخرى تكون أكثر دقة ورقيا في هذا الميدان.

ثالثا: أقسام الإعلام

ينقسم الإعلام باعتبارات متعددة، والذي يهمنا هو تقسيمه باعتباره إعلاما دينيا أو إعلاما غير ديني. وهذا قصد تحقيق الغاية من العنوان الرئيس لمحاور المقال.

غير أنني أرى أن الوصول إلى تلك الغايات لا تتحقق بهذا التقسيم، وذلك لاعتبارات متعددة منها: أنه تقسيم غير شامل من جهة، ولأن لفظ "ديني" على إطلاقها لا يقتصر مفهومها على الإسلام وإن كان الدين عند الله الإسلام.

¹ - أحمد الشميمري، موقع <http://www.islamweb.net/media>، تاريخ الوصول: سبتمبر 2013.

فالإعلام الديني عندما يطلق قد يفهم منه أنه إعلام متعلق بأمر الأديان بصفة عامة، وبالتالي تندرج تحته الديانة المسيحية والديانة اليهودية، بل حتى الديانات غير السماوية، كما يفهم من قوله I: (لكم دينكم ولي دين)¹. ومعلوم أن دينهم المرغوب عنه لم يكن دينا سماويا وإنما سمي دينا لأنهم اعتقدوه وتولوه².

وانطلاقا من هذا التوضيح أقول أن التقسيم الذي يصلح هنا هو تقسيم الإعلام إلى إعلام إسلامي وإعلام غير إسلامي.

1- الإعلام الإسلامي

هو ذلك الإعلام الملتزم الذي يخضع للضوابط الإسلامية المقررة في هذا المجال. وينقسم بدوره إلى إعلام ديني وهو الذي يتخصص في الأمور الإعلامية المتعلقة بالجانب الشامل لما هو شرعي وأخلاقي في مجال الاعتقادات والعبادات والمعاملات والسلوكات أي ما يشمل الإيمان والإسلام والإحسان. ويتم في هذا النوع من الإعلام استغلال أدوات الاتصال والمعارف الإعلامية الحديثة وإدخالها على الوسائل الإعلامية التقليدية المعتادة قصد تحيينها، وهي كثيرة منها: منابر الجمع، والدروس الدينية، والخطب الدعوية، والحج، والأذان.

وأساس ذلك كله الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر لقوله تعالى: (كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر وتؤمنون بالله)³.

1- الكافرون، الآية 06.

2- الجامع لأحكام القرآن للقرطبي، الجزء 20، ص 229.

3- آل عمران، الآية 110.

والقسم الثاني إعلام غير ديني ويقصد به الإعلام الهادف المنير الذي لا يخرج عن دائرة التوجيهات الإسلامية.

وهذا النوع من الإعلام هو إعلام عام غير مخصص للمجال الديني بالمعنى الدقيق للكلمة. غير أنه يتقيد بأصول الإسلام وقواعده العامة.

ومجالاته واسعة تشمل التعليم والثقافة بل حتى الترفيه والتنشيط الهادف. فهو إعلام تنويري هادف ورصين يرمي إلى تحقيق وعي ثقافي وروحي وقيمي وجمالي لدى المتلقي من خلال نقل المعلوماتية وتوظيفها بالارتقاء بالفكر الإنساني وانتشاله من جهله ونقصه المعرفي.

2- الإعلام غير الإسلامي

وهو كل إعلام هدفه التضليل والتأثير غير الشرعي في محيط من يلتقطه ويتعامل معه.

وقد تطور هذا النوع من الإعلام حتى أصبح قادرا بإمكانياته الهائلة أن يزيّف الباطل ويجعله حقا ويميل رغبات كثير من الناس إلى أهدافه. فالحرب بينه وبين الإعلام الإسلامي بقسميه قائمة في مجال الأفكار والعقائد، والمنصر فيها من يكسب القدرات المادية والبشرية التي تمثل الركن الأساسي في مجال تطوير وإصلاح طرق الأداء.

ووصول الإعلام الغربي إلى هذه الدرجة لا يخيف، لأن الإعلام الإسلامي إذا وجد الطاقة المؤهلة المدربة ذات الحماس العالي والرغبة الجادة من شأنه أن يخترق هذا الإعلام ويسخره لخدمة الإسلام أو على الأقل يقلل من مصادر الشر فيه.

رابعا: ضوابط الإعلام الإسلامي وأهدافه وغاياته

يختلف الإعلام الإسلامي عن الإعلام الآخر باعتباره مقيد بضوابط معينة قد لا يقبل بها في حقل الإعلام الآخر. ومن هذه الضوابط نذكر:

- الحث على قول الحق والحق فقط. وذلك بمصادقية وأمانة تامة، لأن القائمين عليه مسئولون عما ينشرون ويبلغون امتثالاً لقوله تعالى: (وقفوههم أنهم مسئولون)¹. وقوله سبحانه وتعالى: [وإذا قلتم فاعدلوا]².
- فالحق والعدل ضابطان أساسيان يقيدان العمل الإعلامي ولا يجعلانه يخرج عن دائرة الأخلاق الإسلامية، حتى ولو كان بطريق المزح.
- تساوي الناس عنده عامتهم وخاصتهم. فالإعلام الإسلامي موجه لكل الناس؛ لأن الغاية العامة هي تجسيد العبودية ونشر الدين، ولأن عالمية الرسالة تقتضي عالمية الخطاب، وهذه لا تبلغ مداها ما لم يرقم الإعلام الإسلامي بإفهام العالم حقيقة الإسلام وتاريخه وما يتعرض إليه.
- ويبقى الإعلام الإسلامي ملزماً على وجه الدوام بالتقيد بكل الضوابط التي لا تتعارض مع تحقيق أهدافه وغاياته المركزية التي من بينها:
- 1- تجسيد العبادة لله وحده لقوله Y: (وما خلقت الجن والإنس إلا ليعبدون)³. وقوله Y: (وما أمروا إلا ليعبدوا الله مخلصين له الدين)⁴.
 - 2- توضيح ذلك وتبليغه؛ يتم بإبراز دور الأنبياء والرسل والعلماء والدعاة.
 - 3- عدم الاقتصار في التدخل على قضية واحدة، وإنما العمل على التطرق لكل القضايا المحيطة بالإنسان، مع ضرورة توفير المعلومات اللازمة والمتعلقة بالظروف المحيطة بالموضوع المطروق.

1- الصافات/ 24.

2- الأنعام/ 152.

3- الذاريات/ 56.

4- البينة/ 05.

- 3- نقل العلوم والتراث الثقافي من جيل إلى جيل ومن مكان إلى آخر بتوفير وسائل التنقيف والتعليم والتربية والدراسات الشرعية من عقيدة وفقه وأخلاق. وذلك بغية توفير الوعي والفهم والمعرفة والإسهام في تربية وتكوين الفرد الصالح.
- 4- مساعدة النظام الاجتماعي قصد تحقيق الاجتماع بين أفراد الأمة بتماسكهم وترابطهم وتوادهم وترسيخ معاني الأخوة والمودة والإيثار والتعاون للوصول إلى المجتمع الذي أشار إليه النبي ع في قوله: [مثل المؤمنين في توادهم وتراحمهم وتعاطفهم مثل الجسد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى]¹.
- 5- العمل على تحسين أوضاع الأمة اقتصاديا بتوفير الوعي الضروري في مجالات الكسب والإنفاق والترشيد وحماية أفراد الأمة من الغش والاحتيال والمعاملات الربوية قديمها وحديثها.
- 6- ويهدف الإعلام الإسلامي سياسيا إلى التوجيه والإرشاد والنصح والمشورة والإصلاح وتوثيق العلاقة بين الحاكم والرعية على أساس من العدل والطاعة والالتزام.
- وتنظيم العلاقات الدولية وتحديد مساراتها سلما وحريا صداقة ومعاهدة.
- 7- ومن أهدافه الترفيه والتسلية والترويج. والغاية من ذلك تجديد النشاط باللهو الذي يريح القلوب ويدخل السرور والمرح على النفس الكالة، ويدرب على معاني القوة.
- ويبقى الترفيه في الإعلام الإسلامي منضبطا بكونه لا يتنافى مع الأدب وحسن الأخلاق. فمجاله ضيق لأن غايته هي الترويح فحسب. لأن القلوب كما

¹ - أخرجه الإمام مسلم في كتاب البر والصلة والآداب، باب تراحم المؤمنين وتعاطفهم، حديث رقم 2586.

يقول الإمام علي رضي الله عنه تملّ كما تملّ الأبدان، فابتغوا لها طرائق الحكمة. وكما جاء في الأثر: " روحوا القلوب ساعة بعد ساعة فإن القلب إذا أكره عمى"¹. هذه نماذج حية من أهداف وغايات الإعلام الإسلامي، فهي كما اتضح عبادة شاملة يثاب عليها الإنسان إذا أخلص عمله وحسنت نيته².

خامسا: هل يمكن للزوايا والمدارس الدينية أن تستفيد من خدمات

الإعلام في تطوير رسالتها؟

بعد وقوفنا على أهمية الإعلام في هذا العصر والدور الذي يؤديه في مجال الاتصال والتقارب الفكري والتوسعة المعرفية، خصوصا إذا كان خاضعا للضوابط التي تجعل منه إعلاما هادفا، يمكننا الآن أن نطرح هذا السؤال: هل يمكن للزوايا والمدارس الدينية أن تستفيد من خدمات الإعلام في تطوير رسالتها؟ والجواب على ذلك يتوقف على هذه المؤسسات. فمعرفة موقعها ومكانها الاجتماعي واستراتيجيتها في التعليم والتكوين هي التي تحدد الجواب الإيجابي أو السلبي على السؤال.

وعموما فإن استفادة هذه المؤسسات من الإعلام ممكنة إذا عولجت الأفكار والعوائق والسلبيات الآتية :

1- إن من أسباب التخلف التي جعلت مدارسنا ينظر إليها على أساس أنها تقليدية وغير معطاة هو غياب الإعلام الإسلامي عن ساحتها. الأمر الذي فسح المجال للإعلام الآخر لينال من سمعتها ويطمس الكفاءة العالية الموجودة بها.

¹ - أخرجه أبو داود في كتاب المراسيل، ص 149.

² - الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، عبد الله قاسم الوشلي، دار البشير، طنطا، الطبعة الثانية، 1994، ص 16-22.

فالأمة بحاجة ماسة إلى إحياء الإعلام الإسلامي الأصيل وبناءه على قواعد إعلامية عصرية راقية.

2- إذا كانت أساليب التأثير والتحليل متنوعة، فإن الاعتماد على التربية الفردية التي هي صورة راسخة لدى المدارس التقليدية لم تعد كافية. بل لعل الانتقال إلى التربية عن طريق الخدمات الاجتماعية التي يوفرها الإعلام ووسائله المعاصرة والتي بلغت فيها المعلوماتية شأوا عظيما، لعل في ذلك ما يقوي منهجية مدارسنا في مزوجة الأسلوبين الفردي والجماعي في التربية، وإقناع المشايخ بخطورة الأدوات الجديدة وتأثير الإعلام بواسطتها في معركة الصراع بين قوى الحق والفضيلة من جهة، وبين دعاة التغريب والعولمة المطلقة من جهة ثانية.

3- لا يكفي أن تستعمل هذه المؤسسات الوسائل والأجهزة الإعلامية بأساليب تقليدية وتعتقد أنها تطور رسالتها. لأن إبلاغ الرسالة والتأثير في الغير يحتاج إلى عوامل كثيرة منها:

- العامل الأول: الاهتمام بالموضوع المنشور وهذا يحتاج إلى وضع إستراتيجية وتخطيط على مستويات متعددة، وإحداث جو من التنسيق التام بين العلماء والمنقذين، وعلى مختلف مشاربهم.

- العامل الثاني: أداء المشرف على الوسيلة الإعلامية وطريقة التقديم عمل ينفر إن كان سلبا. وقد يجعل غير المهتم بالموضوع يصبح مهتما إن كان الإعلامي المشرف قادرا وكفئا وملما بوظيفته.

- العامل الثالث: الإبداع في هذا المجال هو عامل أساسي في دوام واستمرار البرامج المعتمدة. غير أنه يتطلب توفير الإطارات المخلصة. وهي في الحقيقة موجودة في أمتنا وبكميات وكفاءات كبيرة. لكنها تحتاج أن تعطى هامشا من الحرية في التصرف وتبادل الثقة وعدم إخضاعها لبعض النافذين الذين لا

يشجعون المؤسسات الإعلامية إلا بحسب درجة الولاء لهم. وهو أمر يقتل الإبداع وروح المنافسة.

- العامل الرابع: صعوبة حصول مدارسنا على التمويل المادي ليتوفر لها الإعلام.

وذلك نتيجة وجود بعض الفئات الخيرية في المجتمع والتي بإمكانها تمويل المؤسسات الإعلامية والتي ما زالت تتساءل عن مدى شرعية بعض الوسائل الإعلامية ومدى قبولها كأداة لنشر الخير، وتعتقد أن الإنفاق والتصدق والبر لا ينبغي أن يخرج عن مصارفه التقليدية، وأن دعم وسائل الإعلام العصرية لا يرقى إلى مصاف أعمال البر المعروفة.

ولكن يمكن للإعلام الناجح أن يغير هذه الأفكار بما هو متداول في القواعد الشرعية نفسها والتي تقضي بالنظر إلى مآلات الوسائل، يقول الإمام القرافي: "... وموارد الأحكام على قسمين: مقاصد وهي المتضمنة للمصالح والمفاسد في نفسها. ووسائل وهي الطرق المفضية إليها. وحكمها حكم ما أفضت إليه من تحريم وتحليل غير أنها أخفض رتبة من المقاصد في حكمها، والوسيلة إلى أفضل المقاصد أفضل الوسائل وإلى أقبح المفاسد أقيح الوسائل وإلى ما يتوسط متوسطة"¹.

فإذا تجاوزت هذه المؤسسات هذه العوائق وهذه الأفكار أمكنها بسهولة الانتقال بمنهجيتها إلى منهجية عصرية ومتأصلة.

وإن لم تفعل ذلك فإنها تخشى على أتباعها من التأثير بالإعلام الآخر وهو ليس في جميع صورته مفيدا بل قد يكون ضارا ضررا محضا.

¹ - الفروق للإمام القرافي، الفرق الثامن والخمسين، المكتبة العصرية، بيروت، الجزء 2، ص 38.

وإذا كان الإعلام قد أصبح عنوانا للتحضر فإنه لا مندوحة لمؤسساتنا من اعتماده والاستفادة من خدماته في تطوير رسالتها والقضاء على كل الظواهر السلبية التي تنتشر بوسائل الإعلام المضاد.

وإذا اعترضتها صعوبات في الجانب المادي فإنه يمكنها أن تتدرج في إدخال الإعلام إلى طرق تبليغ رسالتها متخذة ما أمكنها من وسائله المتعددة التي لا تقتصر على الانترنت فحسب فهناك الصحف والمجلات والمشاركة في الحصص الإذاعية والتلفزيونية والقنوات الفضائية إلى أن تتمكن من أن يكون لها قدم في الشبكة العنكبوتية.

والخلاصة أن الإعلام أصبح وسيلة ضرورية للتأثير في الغير ولصيانة النفس من التأثير بهذا الغير، فإن لم يدرك كله فلا ينبغي أن يترك جله.

قائمة المصادر والمراجع :

- صحيح الإمام البخاري.
- صحيح الإمام مسلم .
- سنن أبي داود .
- الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية للجوهري .
- المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.
- موقع رسالة الإسلام <http://www.womanmessage.com>
- محمد علي العويني، الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق دراسة إعلامية دينية سياسية، القاهرة، عالم الكتاب، 1407هـ/1987م .
- عبد الهادي الزيدي، الرابطة الإسلامية للإعلام <http://imairaq.com>
- أحمد لشميمري موقع <http://www.islamweb.net.media>
- الجامع لأحكام القرآن للإمام القرطبي .
- الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، عبد الله قاسم الوشلي، دار البشير، طنطا، ط2، 1994 .
- الفروق للإمام القرافي، المكتبة العصرية ببيروت .