

مساق الإعلام الإسلامي في الجامعات العربية وآليات تطويره

Islamic Media Course in Arab Universities and its Development Mechanisms

بوسنان رقية: أستاذة محاضرة أ
جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

تاريخ قبول المقال: 2018/09/22

تاريخ إرسال المقال: 2018/08/01

الملخص

هدف البحث إلى تحديد مفهوم الإعلام الإسلامي، ووصف مساقه في كليات وأقسام بعض الجامعات العربية، ثم تحديد أهدافه وتوضيح الانتقادات الموجهة إليه، وتبيان آليات تطويره، وقد اعتمد المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى جمع بيانات كافية عن الموضوع قيد البحث، وتم اعتماد العينة بالمسح لجميع البرامج المتوفرة على مواقع الجامعات للاطلاع عليها، وقد توصل إلى جملة من النتائج أهمها: عدم وضوح الرؤية فيما يتعلق بتطوير الجانب التطبيقي (الميداني والتحليلي) للمادة ومفرداتها في معظم البرامج، إذ عادة ما تركز على الجانب النظري الذي يقدم على شكل محاضرات بالإضافة إلى نمطية تقديم مفردات المادة والكثير منها مقتبس من عناوين الكتب، وعدم تحيين المفردات بما يتماشى وتطور الجانب التقني والتطبيقي للمادة من ناحية الوسائل والرسائل والأهداف والوظائف، والأبحاث المتخصصة.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الإسلامي، المساق، الآليات، التطوير، البرامج.

Abstract

The objective of the research was to define the concept of Islamic media, describe its course in the faculties and departments of some Arab universities, then define its objectives and clarify the criticisms against it, and explain the mechanisms of its development. The analytical descriptive approach, which aims to collect sufficient data on the subject under study, For all the programs available on the sites of the universities for access, and has reached a number of results, the most important of which: The lack of clarity regarding the development of the applied (field and analytical) aspect of the material and its components in most programs, as it usually focuses on the theoretical aspect presented in the form of lectures in addition to the typical presentation of the vocabulary of the material, many of them quoted from the titles of books, The technical and practical aspect of the material in terms of means, messages, objectives and functions, and specialized research.

key words: Islamic media, course, mechanisms, development, programs

المقدمة

أثار ظهور مصطلح الإعلام الإسلامي في كتاب عبد اللطيف حمزة، انتباه الباحثين في تخصص الدعوة وعلوم الإعلام والاتصال، فتعددت الكتابات والاهتمامات وتجسدت في عشرات الكتب الأكاديمية المؤلفة، وعشرات الرسائل الجامعية (ماجستير، دكتوراه)، وبالرغم من عدم توفر أقسام الإعلام الإسلامي بالشكل التي تتوفر عليه بقية الأقسام المتخصصة، إلا أنه وجد طريقه في بعض الكليات التي أخذت على عاتقها تطوير المصطلح وما ينطوي عليه من مؤشرات، فوضعت له البرامج والمقررات والأهداف لتضع الطالب والمهتم في المسار الصحيح الذي يحفظ له انتشاره في المجال النظري والمجال التطبيقي.

ويبدو أن مراجعة هذه المقررات المختلفة وتقويمها ووضع خطة للتطوير والاستمرار ليس من السهل بمكان لاعتبارات عادة ومنها تقاطع مفهوم الإسلامي مع مفاهيم متعددة، كالإعلام والاتصال، والدعوة الإسلامية بالإضافة إلى الاعتراض الذي يلاقه من طرف بعض الباحثين المتخصصين في مجال الإعلام والاتصال برفض المفهوم على اعتبار أنه يحمل تصنيفا يربك من لا ينتمون أو لا يهتمون بدائرة الثابت وهو الإسلام، كما أنه مفهوم يثير حساسية الآخر المخالف عقديا، وهو برأيي العائق الذي أدخل بانتشار المصطلح في الجامعات المختلفة العربية والإسلامية.

وإيماننا بوجود هذا النوع من الإعلام الذي يبحث له عن دائرة واسعة للتعريف به، رأيت أن أكتب في هذا الموضوع، لإثراء النقاش حوله والتوصل إلى وضع برامج

ومقررات موحدة في كليات الدعوة، وأقسام بعض الكليات كأصول الدين، وكليات الإعلام والاتصال، والمطالبة بالاهتمام به وتطويره نظريا وتطبيقيا. والإعلام الإسلامي بهذه التسمية هو إعلام معياري يستمد خصوصيته من خصوصية الدين الإسلامي وهو الدين الخاتم، وهو إعلام يحرص على المساهمة في بناء المجتمعات وتميتها وترشيدها بالطريقة الصحيحة في ظل متغيرات محلية ودولية تعمل على العصف بالثوابت ومحاولة اختراق الهوية الإسلامية.

- الإشكالية -

تأتي هذه الورقة لحصر مساق الإعلام الإسلامي في مختلف الجامعات الإسلامية والعربية والتعرف على أهدافه و محتوياته، من أجل الوقوف على السلبيات والإيجابيات التي تحيط به ووضع آليات لتطويره باعتباره مادة هامة متنوعة تهتم بمجال معين من المعرفة وهو الإعلام الذي صار لغة قائمة بذاتها ثم إسناد هذا الإعلام إلى نظام متكامل أو منظومة قيم شاملة لجميع مجالات الحياة، وهي رسالة الإسلام، عقيدة وشريعة وأخلاقا، وعليه جاء هذا التساؤل الرئيسي: ماهي آليات تطوير مساق الإعلام الإسلامي في الجامعات العربية؟

ويتفرع عن هذا التساؤل التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما هو مفهوم الإعلام الإسلامي؟
- ماهي أنواع مساقات الإعلام الإسلامي في الجامعات العربية؟
- ماهي أهداف هذه المساقات؟
- ماهي الانتقادات الموجهة لطرق تدريسها؟
- ماهي آليات تطوير البرامج المتعلقة بالإعلام الإسلامي؟

- أهمية البحث وأسباب اختياره

تكمن أهمية الموضوع وأسباب اختياره في أهمية المصطلح الوارد في البحث وهو مصطلح الإعلام الإسلامي الذي اقترح كبديل للإعلام الغربي الذي يحاول القضاء على منظومة القيم العربية والإسلامية في المنطقة عن طريق الوسائل والرسائل المخالفة لها، ومحاولة النهوض بالمجتمعات العربية ومعالجة واقعها الذي يعاني من عدة قضايا ومشاكل محلية ودولية.

كما تكمن في محاولة تقييم طرق تدريس هذا المادة في مختلف الجامعات العربية التي أدرجته في مقرراتها بطريقة منهجية أو ارتجالية وتبيان مواطن الضعف التي تعترى هذه المقررات، ثم وضع آليات للارتقاء بها وتطويرها في المستقبل من أجل الاستعداد للتطوير والانطلاق.

إن التفكير في هذا المصطلح وطرق تدريسه والارتقاء به من الأهمية بمكان ونحن نعاني من وجود إعلام هجين ينافي القيم التي تستند إلى مرجعية عليا هي الدين، مبادئها ثابتة تحرص على النفع العام وترشيد أخلاقيات الإعلام باعتباره سلطة قائمة بذاتها. إن وجود هذا المصطلح وضرورة انتشاره في الجامعات له مبررات حضارية، ومنها الدفاع عن الدين من كل الشبهات التي تلصق به، ومبررات واقعية، ومنها تخلف الأمة في معظم مجالاتها، ومبررات منطقية ومنها استمرارية هذا الدين وشموليته لمعالجة كل المشاكل والقضايا والأزمات.

- أهداف البحث

تتوخى الباحثة من خلال هذا الموضوع تحقيق الأهداف الآتية:

- تحديد مفهوم الإعلام الإسلامي.
- حصر مساقات تدريس الإعلام الإسلامي في الجامعات العربية.
- تحديد أهداف هذه المساقات من البرامج المقررة في الجامعات.
- إبراز آليات تطوير المساق في الجامعات.

- المنهج المعتمد

تعتمد الباحثة في ورقتها المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى جمع بيانات كافية عن الموضوع قيد البحث، وتحليل ما تم جمعه بطريقة موضوعية، وفي إطار هذا المنهج قامت الباحثة بالخطوات الآتية:

- جمع المادة العلمية حول الموضوع وتصنيفها إلى محاور ذات عناوين واضحة والالتزام قدر الإمكان بالبقاء في دائرة العنوان وعدم تجاوزه.
- التركيز على الأدبيات التي تناولت مفهوم الإعلام الإسلامي ونشأته.
- مسح ما توفر من برامج ومقررات الإعلام الإسلامي بالجامعات العربية والاسلامية المختلفة.
- استخدام تعميم النتائج لبعض الجزئيات أو الكليات تم التركيز عليها في وصف الموضوع المقترح.

- مجتمع البحث

قامت الباحثة بمسح المقررات المتوفرة في مواقع بعض الجامعات العربية والإسلامية وقد شملت جامعة اليرموك، وجامعة العلوم الإسلامية العالمية بالأردن، وجامعة الإيمان باليمن، واطلعت على مقررات المادة المتوفرة في برامج التدريس بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، وقامت بمراسلة بعض الزملاء في جامعات مختلفة للحصول على المقررات غير المتوفرة وأغلبها من جامعة أم درمان وجامعة الرباط الوطنية بالسودان،

ولاحظت الباحثة أن هناك تفاوت في الاهتمام بهذه البرامج من حيث المضمون والشكل والأهداف المسطرة لها، ومنها من وقع في أخطاء واضحة لسرعة الإنجاز وعدم التركيز.

2- الإعلام الإسلامي، النشأة والتطور والمفهوم

1.2- نشأة وتطور فكرة الإعلام الإسلامي

ترجع فكرة الإعلام الإسلامي إلى عبد اللطيف حمزة، عبر مؤلفه الإعلام في صدر الإسلام، وقد وضع ذلك يقوله: "إنني أقدمت على هذا البحث بشيء غير قليل من التردد و الخوف، لأن الذي يبحث في تاريخ الإعلام في الإسلام لابد أن تكون له أصالة حقيقية في الثقافة الإسلامية والتاريخ الإسلامي، والمذاهب الإسلامية، ولا بد أن تكون في نفسه أصالة حقيقة في علم الاتصال الذي يشتمل على فنون كثيرة، وأين من يدعي لنفسه الإحاطة الكاملة بهاتين الثقافتين، في دقة وعمق معاً"¹، وقد أقدم الباحث على ذلك لتحقيق أغراض ثلاثة:

- هذا الاتجاه الجديد في بحوث الاتصال والإعلام الإسلامي سيغري الباحثين بالدخول إلى هذا الميدان، وولوج شعاب بحوثه على طول الطريق من أول الإسلام حتى العصر الذي نعيشه.

- الدفاع عن كرامة المؤلفين المسلمين الذين لا يليق بهم أن يظلموا في مواقع التبعية للمؤلفين الأجانب، فلا ينبغي الانتظار حتى يأتي المؤلف الأجنبي ويؤلف في مجال الإعلام الإسلامي وقد سبق إلى التأليف في نواح كثيرة.

- لفت الشباب إلى الثقافة الإسلامية إذ ينصرف معظمهم إلى التراث الأجنبي وهو مفتتن به ويعرف عنه أكثر مما يعرف عن التراث الإسلامي وتلك ظاهرة ملمة بهذا الشباب².

إن فكرة عبد اللطيف حمزة لاقت استجابة كبيرة من طرف الباحثين المسلمين، وتعددت مؤلفاتهم في هذا المجال إلى ما يقارب أربعين مؤلفاً ويزيد، وعشرات المقالات بمجلات علمية محكمة في مختلف الجامعات الإسلامية³، وعشرات الرسائل بين ماجستير ودكتوراه، فيها من يواصل في التنظير للمفهوم والأهداف، والوظائف والخصائص، وانتشار الوسائل، وبعضها نحن منحنى الدراسات الميدانية واختبار الفروض والعلاقة بين المتغيرات في استخدام القنوات الإسلامية والصحف الإسلامية، والمواقع الإلكترونية الإسلامية وبعضها توجه إلى استخدام تحليل المحتوى لجل الرسائل الإعلامية التي تبث عبر الفضائيات وتنتشر عبر الصحافة والمواقع الإلكترونية غيرها.

هذه الأبحاث المختلفة تشرف عليها الأقسام المتخصصة في الدعوة والإعلام الإسلامي، والأقسام التي تدرجه كمساق مع بقية المساقات، ونظر لتعذر تجميع كل المقررات، اكتفيت بدراسة مقررات جامعات بعينها وأقسام بعينها، وأما عن طرق تدريس المساق، فاكثفت بعرض التجربة الشخصية في تدريس هذا النوع من المساقات في تخصصين مختلفين (الدعوة والثقافة الإسلامية) ومستويات مختلفة (ليسانس/ ماستر).

2.2- مفهوم الإعلام الإسلامي

تتعدد المفاهيم المقدمة لمصطلح الإعلام الإسلامي وسأكتفي بعرض البعض منها حسب تطور الكتابة فيها.

- الإعلام الإسلامي هو الذي يلتزم دائماً بقيم الإسلام ومعايير ومبادئه كما أنه يعبر عنها في كل ما يقدمه للناس من معلومات واقعية أو عناصر خيالية⁴.

إن هذا التعريف يؤكد على التزام القائم بالاتصال بقيم الإسلام ومبادئه في تقديم المادة الإعلامية، مهما كان نوعها فالواقعية منها تتمثل في نقل الأحداث اليومية على شكل أخبار أو تقارير أو استطلاعات وتحليل هذه الأحداث وتأثيرها في الفرد والمجتمع، والخيالية منها تركز على المعلومات التي تبثها الافلام السينمائية والمسرح، والفنون المختلفة التي يعيش فيها القائم بالاتصال حالة من اللامع، وتكثر هذه الرسائل في الأفلام الغربية.

- هو الإعلام الذي يستمد مقوماته الأساسية من تعاليم الإسلام، ويستخدم الجهود الفنية والعلمية المدروسة ووسائل الإعلام الحديثة في نشر الأفكار والمعلومات الصادقة التي تعمل على تكوين رأي عام يدرك حقائق الدين الإسلامي ويتأثر بها في معتقداته وسلوكه ومعاملاته، وإذا كان لفظ الإعلام بهذا الاصطلاح حديثاً فإن مضمونه قديم قدم البشرية كلها وإذا تطورت وسائله في أيامنا فإن وجوده لازم لظهور الدعوات والأفكار والرسالات وكل دعوة أو فكرة أو فلسفة لها إعلامها الخاص ووسيلتها المتميزة⁵.

يركز هذا التعريف على أن الإعلام ووسائله وجدت منذ القدم، وقد تطورت هذه الوسائل بشكل ملحوظ في الزمن الحاضر، ويؤكد على أن الاعلام الإسلامي إعلام له مرجعيته الإسلامية في نقل المعلومات بشتى الوسائل المتطورة وبكل الجهود المخطط لها لإقناع المتلقي-يسميه الرأي العام وهو ما اعترض عليه- بمضمون الرسالة المنضبطة وتأثره بها.

- هو إعلام عام غير متخصص لمجتمع مسلم أو دولة إسلامية أو حكومة إسلامية، لكن الواقع لمجتمعاتنا الإسلامية يحتم علينا القول بأن الإعلام الإسلامي في ظروفنا المعاصرة هو صورة من صور الإعلام المتخصص، وهو الإعلام الديني⁶.

يستشرف التعريف ما يجب أن يكون عليه الإعلام الإسلامي باعتباره إعلام موجه لكل المجتمعات، ولكنه في الوقت نفسه ينتقد صورته التي وجد عليها وهو حصره في مجالات محددة تتعلق بعرض مجال العبادات، والشعائر والعقائد.

- هو "استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون عالمون عاملون بدينهم متفقهون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم والمبادئ والمثل للمسلمين ولغير المسلمين في كل زمان ومكان في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب"⁷.

يتناول التعريف جميع عناصر العملية الإعلامية من مرسل ومستقبل ورسالة، ووسيلة، ورجع صدى، وهو تعريف يحاول أن يجد لهذه العناصر وشروط نجاحها ما يتوافق مع المنهج الإسلامي الذي يعد منها متكاملا يسع المعارف جميعها.

- هو عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي وتؤدي وظائفه المثلى الإخبارية والإرشادية والترويجية على المستوى الوطني والدولي والعالمي، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها وفيما يصدر عنها من وسائل ومواد إعلامية وثقافية وترويجية، وتعتمد على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامه⁸.

يركز التعريف على وظائف الإعلام الإسلامي الموجهة للمستوى المحلي و العالمي، والتي يعمل في إطارها القائمون بالاتصال منطلقين من المرجعية الإسلامية باستخدام جميع الوسائل التقليدية والمتطورة.

- تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم بصورة مباشرة أو من خلال وسيلة إعلامية عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأى عام صائب يعنى بالحقائق الدينية وترجمتها في سلوكه ومعاملاته⁹.

يحاول هذا التعريف أن يؤكد على مرجعية المعلومات الدينية المتمثلة في القرآن والسنة، وهو برأبي تعريف قاصر لأنه يحصر الإعلام الإسلامي في دائرة محددة، وهدف محدد وإن كان أسمى وهو خدمة القرآن والسنة.

- هو إعلام عام في محتواه ووسائله يلتزم في كل ما ينشره أو يذيعه أو يعرضه على الناس بالتصور الإسلامي للإنسان والكون والحياة المستمدة أساساً من القرآن الكريم وصحيح السنة النبوية وما ارتضته الأمة من مصادر التشريع في إطارها¹⁰.

يركز التعريف على شمولية الإعلام الإسلامي لمجالات الحياة من ناحية، واستخدامه لكل الوسائل مع الالتزام بالمرجعية الإسلامية منطلقها القرآن والسنة ومصادر التشريع الإسلامي، وهو بهذا تعريفاً يقصي الخبرات الإنسانية الإيجابية التي توصل إليها الإنسان.

إنه ومن خلال هذه المفاهيم يمكن الإقرار ببعض السمات التي تميز الإعلام الإسلامي -إذا وصلناه بدعوة الإسلام- هي:

- إن الإعلام الإسلامي وسيلة لدعوة اكتملت فيها نعمة الله باكمال دعوته في العالمين، ومناسبتها للرفق الإنساني في أرقى مظاهره في كل زمان وكل مكان.
- إن الإعلام الإسلامي يحقق التعادلية بين المادة والروح في الحياة الفردية والجماعية، وبذلك يخالف الماديين الذين يتجهون إلى نيل أكبر قسط من المادة مع إغفال كثير من المعاني الإنسانية ويخالف الروحانيين الذي ينادون بالزهد والانقطاع عن الدنيا.

- ينبع الإعلام الإسلامي من شمول التشريع الإسلامي لأنواع الناس ولكافة مراحل تطور الإنسان، وبذلك تشمل كيان الفرد كله والمجتمع بأسره ولا تفرقه بين ذكر وأنثى ولا ميزة للون أو الجنس أو لعارض من عوارض الدنيا.

- يراعي الإعلام الإسلامي طبيعة الإنسان ويتفق مع فطرته في كل أمور دينه وديناه، ويخاطب العقول ويقنعها بالدليل، على نقيض ما يحدث في النظريات الإعلامية الأخرى في أنحاء من ضغوط على الجماهير لاعتناق أفكار معينة والإيمان بمعتقدات جديدة وعلى نقيض ما يسميه عالم النفس الهولندي مربلو "أساليب قتل العقل"، وهنا يصبح الإعلام الإسلامي هو النموذج الأمثل في تحقيق ما تسعى إليه النظريات الإعلامية من جعل الإعلام يزود الناس بالحقائق.

لكن ما يمكن ملاحظته أن جل الأبحاث تعاني من فلسفة المصطلح وأبعاده، ويضطرب فيه المؤلفين في الحديث عن خصائصه ووظائفه ومواضيعه، فمنهم من يوسع المصطلح ليشمل مفاهيم متعددة ومتنوعة كمفهوم الاتصال، والإعلام العام، والدعوة الإسلامية ومنه من يجعل منه مفهوماً تراثياً ينحصر في فترة تاريخية معينة، مع التوضيح أن مسألة التراث معولاً يحضر انفصالنا عن زماننا، فلا يجب المغالاة في اختزال تاريخ الإعلام الإسلامي في التراث العربي الإسلامي فيتحول هذا التاريخ إلى

سلطة مركزية لإنتاج كل عناصر العملية الاعلامية في الزمن الحاضر، فالأمر يستدعي الحصافة وتوحيد الجهود لفرز ذلك التاريخ وتمحيصه، ومنهم من يجزء المفهوم فيحصره في نشاطات فقهية تشمل العبادات والمعاملات وبعض القضايا الدينية، ومنهم من يطرحه كمصطلح يمكن التمكن له في المستقبل.

هذا الاضطراب في المفهوم جعل معظم المؤلفات أشبه بمؤلفات في التاريخ الإسلامي، أو السيرة النبوية، أو في العقيدة، وحتى في فقه العبادات، أو في الاعلام والاتصال وصيغهما بالصيغة الإسلامية، فما تنفك بعض المراجع تتحدث عن الدعاية الإسلامية، والإعلان الإسلامي، والعلاقات العامة الإسلامية، والرأي العام الإسلامي، والوسائل الإسلامية...مما يندر بفوضى التأليف في هذا المجال.

تعاني أيضا مؤلفات الإعلام الإسلامي من الاضراب في المحتوى والمادة المقدمة، فما يلبث بعض الباحثين في بعض الفصول يطيلون في التعريف بالإعلام العام والعملية الإعلامية وعناصرها المختلفة معتمدين كليا على المؤلفات الاعلامية العامة، والحديث عن الفنون الاعلامية والنشاطات الاتصالية من وحتى النظريات الاعلامية من المنظور العام أيضا، والبحث لها عن تلوين معرّف قد يؤدي إلى الخلل الواضح في فهم هذا المجال وما ينبغي أن يكون عليه.

إن حال اضطراب المصطلح على مستوى هذه المؤلفات التي تعتبر المراجع في تصميم مساق الإعلام الإسلامي ووضع أهدافه وخططه وطرق تدريسه تتعكس عليه بطريقة أو بأخرى.

هذه المشكلات انعكست على طبيعة تدريس المادة في مستويات التعليم العالي وفي الجامعات والأقسام المتخصصة، وهذا ما سيتم عرضه بعد التعرف على التخصص أو المساق وأهدافه ومحتوياته، من خلال الانتقادات والتقييم.

3- وصف مساق الإعلام الإسلامي وأهدافه في الجامعات العربية

1.3- وصف المساق

هي مادة تدرس كتخصص في جامعة اليرموك، والجامعة الإسلامية العالمية بالأردن وتدرس أيضا ضمن تخصصات أخرى في أقسام الدعوة والإعلام، بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، وجامعة أم درمان وجامعة الرباط بالسودان.

- جامعة العلوم الإسلامية العالمية/ قسم الدعوة والدراسات الإسلامية(الأردن)

عملت جامعة العلوم الإسلامية العالمية على إنشاء قسم يعني بالدعوة والدراسات الإسلامية تكون مهمته تخريج دعاة مؤهلين لنشر رسالة الإسلام وإعطاء صورة صحيحة عنه بعيدة عن الغلو والتطرف.

وتم إنشاء هذا القسم - قسم الدعوة والدراسات الإسلامية - ليكون أحد أقسام كلية الدعوة وأصول الدين منذ عام 2011م، وهو يمنح درجة الماجستير في تخصص الدعوة والإعلام الإسلامي في مساريه الرسالة والشامل.

ويعني قسم الدعوة والدراسات الإسلامية بالدعوة إلى الله ووسائلها وطرق مخاطبة الجماهير، ونشر الثقافة الإسلامية الصحيحة من خلال إتباع المنهج الوسطي في الخطاب الإسلامي، وحمل رسالة الإسلام إلى الناس كافة، وضبط الوسائل والأساليب الدعوية والإعلامية بالضوابط الشرعية، وتعزيز مفهوم التنمية الشاملة.

ومن أهداف القسم:¹¹

- إعداد متخصصين في الدعوة والإعلام الإسلامي مؤهلين علمياً وعملياً وتربوياً.
- رفق المؤسسات الأكاديمية والإعلامية والدعوية بالمختصين المؤهلين بما يتناسب وعصر المعلوماتية.
- إعداد إعلاميين ودعاة قادرين على مخاطبة الرأي العام العالمي بخطاب إسلامي معاصر.
- ضبط الوسائل والأساليب الدعوية والإعلامية بالضوابط الشرعية، وإعادة قراءة الواقع من منظور إسلامي سليم وتوجيهه الوجهة الصحيحة .
- إيجاد الشخصية الإسلامية المتميزة القادرة على مواكبة الأحداث وتطوراتها وتحسينها ضد الغزو الفكري .
- تعزيز منظومة القيم الأخلاقية والسلوكية لدى الأفراد في المجتمعات المسلمة مما يعزز - مفهوم التنمية الشاملة.

ويطرح القسم الدرجات العلمية الآتية :

- ماجستير دعوة وإعلام إسلامي (مسار الشامل).
- ماجستير دعوة وإعلام إسلامي (مسار الرسالة).
- يمكن القول من خلال الجدول رقم (1) المرفق في نهاية البحث ومن خلال ملاحظة المواد الإلجارية والاختيارية المقررة أنه بالإمكان إعادة النظر في تصنيفها، فبعض المواد الاختيارية من المفترض أن تكون إجبارية، كمادة حاضر العالم الإسلامي، ومادة أخلاقيات ومواثيق العمل الإعلامي وإدارة المؤسسات الإعلامية وغيرها.

-جامعة اليرموك/ قسم الدراسات الإسلامية¹²

أنشئ القسم بقرار مجلس العمداء في جلسته رقم 1/ 2000 بتاريخ 2001/1/8 ليضم تحت جناحيه تخصصات ثلاثة:

- تخصص التربية الإسلامية.
- تخصص الدعوة والإعلام الإسلامي.
- تخصص الدراسات الأسرية.

وجاء فتح هذه التخصصات الجديدة لتلبية للحاجة الماسة إليها محليا وعربيا وعالميا وتطبيقا لهذا يمنح القسم درجة البكالوريوس في الدراسات الإسلامية في ثلاثة مسارات هي: التربية الإسلامية، الدراسات الأسرية والدعوة والإعلام الإسلامي، كما يمنح درجة الماجستير والدكتوراه في التربية الإسلامية.

يمكن القول من خلال هذا الجدول رقم (2) المرفق في نهاية البحث أن بعض المواد مكررة وإن صيغت بطرق مختلفة ومنها إعداد الدعاة ومناهج الدعاة، وأخلاق الدعاة وآدابهم، ويمكن حصرها في مادة واحدة تقدم سنويا على شكل محاضرات وتطبيقات، بالإضافة إلى غياب مناهج البحث وهي أساسية في توجيه الطلبة نحو التخصص في بحوث الإعلام الإسلامي والتي تشمل جميع عناصر العملية الإعلامية والاتصالية.

- جامعة الإيمان/ كلية الدعوة والإعلام/ قسم الإعلام الإسلامي¹³

يسعى القسم إلى تخريج العلماء القادرين على الاجتهاد في المجال الإعلامي والمؤهلين للقيام بأدوارهم الإعلامية والبحثية، وخدمة ورغد المؤسسات الإعلامية بالكفاءات القادرة على نقد نظرية الإعلام الوضعية المنحرفة، والوقوف ضد الانحرافات الفكرية المعاصرة، وبما يحقق الدفاع عن عقيدة الأمة وقيمها الأخلاقية، والتصدي للإعلام المعادي للإسلام والأمة العربية والإسلامية، وذلك من خلال السعي لتحقيق الأهداف التالية:

- إعداد العالم بدينه، العامل بعلمه، المتخصص في مجال الإعلام، والقادر على الاجتهاد فيه.

- تنمية وتطوير قدرات ومهارات طلاب قسم الإعلام؛ لممارسة العمل الإعلامي. ومدتهم بالمفاهيم والأسس والمبادئ والنظريات وأساليب وتقنيات الاتصال والإعلام الحديث؛ لتمكينهم من ممارسة مهنة العمل الإعلامي.

- تدريب الطلاب في مجال الاتصال والإعلام، والربط بين ذلك وبين الدراسة النظرية.

- الاسهام في معالجة قضايا ومشكلات المجتمع في مجال الإعلام بما يتوافق مع مبادئ ومقاصد الشريعة الإسلامية.

- تمكين الطلاب من القيام بالبحوث العلمية التي تتصل بالمشكلات الإعلامية القائمة، والإسهام في صياغة معرفة نظرية الإعلام الإسلامي وتطبيقاته، والإسهام في إنشاء مراكز للاستطلاع الإعلامي، ونقد السياسات الإعلامية، وبلورة إعلام ملتزم بالقيم الإسلامية للمجتمع. وتأهيلهم لمواصلة الدراسات العليا.

- تدريب الطلاب على دراسة الرأي العام وطرق التأثير عليه.

- تدريب الطلاب على كشف ومواجهة أساليب الإعلام المعادي للإسلام والعرب والمسلمين.

- تمكين الطلاب من ممارسة الأنشطة المتنوعة التي تتصل بالمجال الإعلامي والعلاقات العامة.

يضع القسم مجموعة مواد عامة ومتخصصة ورؤى لأهمية مادة الإعلام الإسلامي ويغيب وضع المقاييس المدرجة تحتها حيث يتعذر معها توصيف المساق وتقديم ملاحظات بشأنه، وهو الخلل الذي يعترى مواقع بعض الجامعات التي تحجم عن وضع البرامج بدقة.

-جامعة الرباط الوطني بالسودان: مادة الإعلام الإسلامي مستوى ماجستير وبيكالوريوس.

مادة عامة تدرس لجميع التخصصات(الإذاعة و التلفزيون، العلاقات العامة والإعلان، الصحافة والنشر)¹⁴.

أ-مفردات المادة الخاصة الماجستير

-مفهوم الإعلام الإسلامي

-أسس ومعايير تصميم الرسالة الإعلامية

-الدعوة الإسلامية(الإعلام في صدر الإسلام)

-وظائف و أهداف الإعلام الإسلامي

-نظريات الدعوة والإعلام الإسلامي.

-سمات القوائم بالاتصال الإسلامي.

-الإعلام الأمني الإسلامي.

-وسائل وتكنولوجيا الإعلام الإسلامي.

-معايير وأهداف الإذاعة الإسلامية، التلفزيون الإسلامي، وكالة الأنباء

الإسلامية، دراسة تحليل الأنباء.

ب- مفردات المادة المتعلقة بالبيكالوريوس

- مفهوم الدعوة والإعلام في الإسلام.
 - الإقناع الإعلامي في القرآن ووسائله.
 - مكونات العملية الاتصالية في القرآن.
 - خصائص الرسالة في القرآن ومكوناتها.
 - الإعلام الرسالي.
 - مهارات الكتابة الإعلامية في القرآن.
 - تحليل نماذج إعلامية من القرآن والسنة.
- يركز هذا البرنامج على ربط الإعلام بالقرآن الكريم و السنة ومحاولة التأصيل لوظائفه وخصائصه وجميع عناصر العملية الاتصالية، وما يعوزه هو عدم وضع مواد مكملة لدراسة هذا النوع من الإعلام في ظل المتغيرات الدولية، كمادة حاضر العلم الإسلامي، ومادة علم الاجتماع الديني وغيرها، وهو في تقدير برنامج مكرر عن ما تتناوله بعض الأدبيات المتخصصة في هذا المساق.

- جامعة أم درمان الإسلامية، منهج مادة الإعلام الإسلامي¹⁵**أ- وصف المادة**

تهتم بتأصيل الإعلام الإسلامي من خلال استعراض أصوله ومصادره وروافده وأهدافه وخصائصه مستلهمة نماذج نظرية وعملية من القرآن الكريم والسنة النبوية والسيرة الإسلامية وتطبيقاتها عبر التاريخ.

ب- أهداف المادة

- تأصيل الإعلام الإسلامي نظريا وتطبيقيا.
- تمكين الطالب من معرفة الأساليب الإعلامية الإسلامية.
- تقوية ملكة الطالب في التعبير السليم الملائم للمناسبات.
- إلمام الطالب باستخدام الوسائل الإعلامية لمسايرة العصر.

- مفردات المادة

- المحور الأول:** مفاهيم ومنطلقات الإعلام الإسلامي ومبرراته.
 - المحور الثاني:** الدراسات السابقة في الإعلام الإسلامي المستوى النظري والمستوى التطبيقي.
 - المحور الثالث:** دراسة اصول الإعلام الإسلامي المتمثلة في:
- مصادر الإعلام الإسلامي: القرآن الكريم، السنة النبوية، القصص والتجارب والإنتاج البشري.

ج: أهداف الإعلام الإسلامي

- ترسيخ عقيدة التوحيد، إعلاء كلمة الله، تحقيق الشريعة الإسلامية، الوصول إلى مجتمع الطهر والنقاء، التصدي لحملات الأعداء والرد عليها.

د: خصائص الإعلام الإسلامي

الربانية، الحرية والمسؤولية، رعاية الواجبات، الالتزام بالإسلام عقيدة وأخلاقا، الشمول والعموم، عالمية الاعلام الإسلامي، الواقعية مع المثالية.

هـ: مقومات الإعلام الإسلامي

المرسل، الرسالة، المستقبل، الجمهور.

و: وظائف الإعلام الإسلامي

المحور الرابع: النظرية الإعلامية الإسلامية مقارنة مع نظريات الإعلام

المحور الخامس: الجانب التطبيقي للإعلام الإسلامي.

مما يمكن ملاحظته أن هذا البرنامج متناسق إلى حد ما، حيث يشير إلى مواد هامة على مستوى الدراسات التطبيقية للإعلام الإسلامي، وهو البرنامج الأفضل والاهم مقارنة مع بقية البرامج.

2.3 نقد برامج مساق الإعلام الإسلامي

بالنظر إلى مختلف البرامج التي تدرج مساق الإعلام الإسلامي كتخصص أو كمادة وبالرغم من الاهداف المسطرة في تكوين الطالب معرفيا وعمليا إلا أن هذا لا يمنع من تقديم بعض الانتقادات التي من شأنها ان تثري هذه البرامج وتعديل السالب منها

- لم يفصل المساق تماما بين المواد التي تعمل على تكوين الدعاة وتكوين الإعلاميين في حقل الإعلام الإسلامي.

- بالنظر إلى المواد الإعلامية في بعض المواد أنها قليلة قياسا إلى المواد الدعوية والمواد الإسلامية سواء كانت اختيارية أو إجبارية.

- طول قائمة المواد التي تقدم للطالب على أنها اختيارية وبعضها من المفترض أن يكون ضمن قائمة المواد الإجبارية.

- تدريس مواد إعلامية ذات طابع ليبرالي تفصل الإعلام عن القيم الإسلامية ومنها مواد العلاقات العامة، نظريات الإعلام، مما يجعل الطالب في ارتباك.

- عدم وجود قاعدة محددة ونظريات مؤسسة للإعلام الإسلامي يتوافق عليها الباحثين لتصميم الأبحاث والمشاريع البحثية، فأحيانا ينطلق من نظريات غربية وتصيب بالصيغة الإسلامية وتحمل المادة ما لا تحتمل من تأويلات.

- عدم وضوح الرؤية فيما يتعلق بتطوير الجانب التطبيقي (الميداني والتحليلي) للمادة ومفرداتها في معظم البرامج، إذ عادة ما تركز جل البرامج على الجانب النظري الذي يقدم على شكل محاضرات.

- تهميش المادة في برامج بعض التخصصات وحصرها في سداسيات للتعريف بها مع اقتضاب في برنامج المادة والذي يخل بمحتواها الذي لا يزيد عن ما ألفته الكتابات السابقة والتي مازلت المراجع الأساسية فيما يقدم عن الإعلام الإسلامي مع تقادم معلوماتها.

- نمطية تقديم مفردات المادة والكثير منها مقتبس من عناوين الكتب، وعدم تحيين المفردات بما يتماشى وتطور الجانب التقني والتطبيقي للمادة من ناحية الوسائل والرسائل والأهداف والوظائف، والأبحاث المتخصصة.

4- آليات التطوير

بالنظر إلى إدراج مساق الإعلام الإسلامي في كليات الجامعات المختلفة والتي تتنوع إلى برامج متخصصة تحت مسمى الإعلام الإسلامي، أو مفردات تدرج تحت مسمى مادة الإعلام الإسلامي والتي عادة ما تدرج بأقسام الدعوة والإعلام أو أقسام الإعلام المختلفة وانطلاقاً من النقد المقدم لهذا المساق يمكن توضيح آليات تطوير هذا التخصص وفقاً للآتي:

- تطوير المادة على مستوى بعض الأقسام غير المتخصصة إلى أقسام متخصصة في الجامعات المختلفة كما هو حاصل بجامعة اليرموك والجامعة الإسلامية بالأردن.

- توحيد مفردات المساق على مستوى الأقسام المتخصصة، على المستوى النظري ومستوى الأعمال الموجهة، هذه الأخيرة تفتقر إليها معظم الأقسام من حيث وضع المفردات وأنواع الأبحاث التي من المفترض أن تدرج وهي الأهم من وجهة نظري.

- إنشاء مراكز أو مخابر بحثية متخصصة في مجال دراسات الإعلام الإسلامي خصوصاً والإعلام الديني عموماً التي تشمل الدراسات التحليلية والسياسية (النص، الصورة، الحركة، المعنى، الرموز)، والدراسات الميدانية (الجمهور، القائمين بالاتصال)، الدراسات الخاصة بالتنظيم المؤسسي، دراسات الجودة، دراسات الوسيلة (تكنولوجيا الإعلام والخطاب الإسلامي).

- قراءة كل المؤلفات التي تتعلق بالإعلام الإسلامي، ومراجعتها بشكل دقيق حتى نصل إلى وضع التصور الحقيقي له وللدور المنوط به في ظل تنوع وغزارة التأليف في الإعلام والاتصال بتخصصاته المختلفة (الصحافة، التلفزيون، الإذاعة، العلاقات العامة، الإشهار، الاتصال المؤسسي، تكنولوجيا الإعلام).

- التعريف بأهمية المادة وضرورتها الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية والتربوية عبر الوسائل المختلفة والمؤسسات الدولية والتي يخلق معها جيل واعى بقضايا الأمة وآملها وآمالها.

- وضع الأهداف بدقة بما يتماشى مع محتوى المادة ذات الطابع الإعلامي والابتعاد عن الأهداف التي تتطابق كلياً مع مساقات أخرى كالتربية، والدعوة، باعتبار المصطلح ومجاله ووظائفه، فالإعلام مصطلح يفيد بتزويد الجماهير بالمعلومات المفيدة عن طريق استخدام جميع الوسائل.

جدول رقم 1: يبين وصف المساقات المدرسة في تخصص الدعوة والإعلام الإسلامي

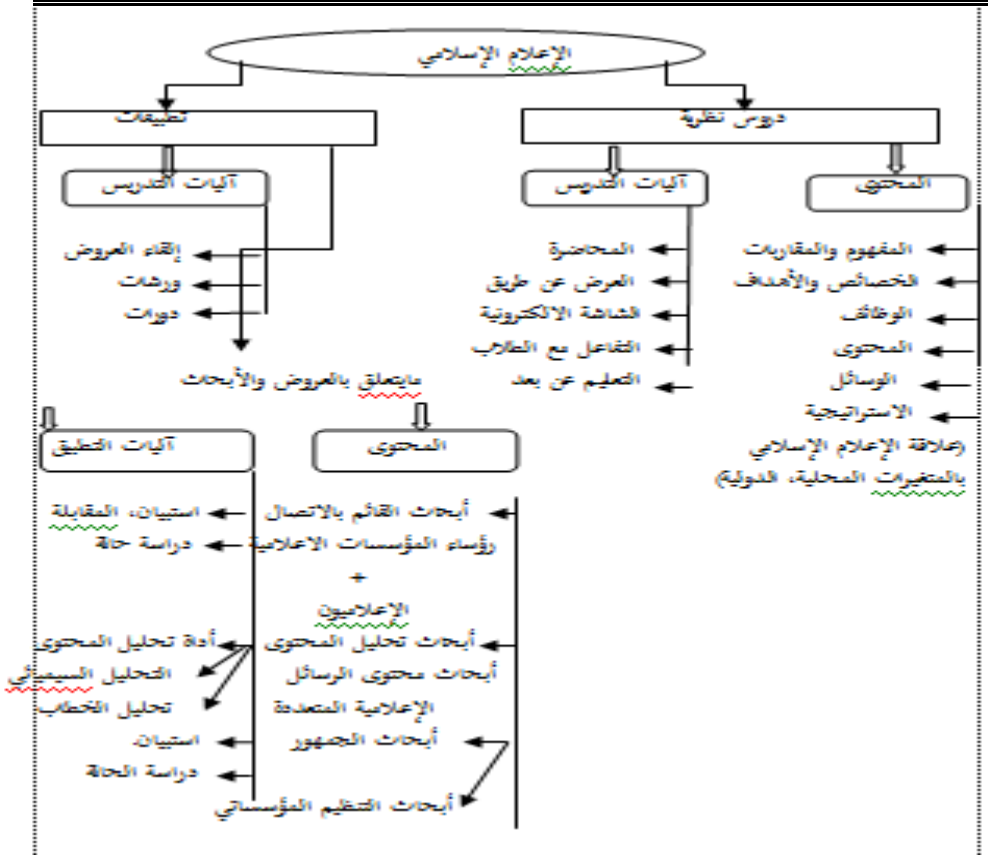
اختيارية	إجبارية	موضوع المادة
	+	دراسات في الاتصال الإنساني ونظرياته من منظور إسلامي
	+	دراسات في مهارات الكتابة الصحفية
	+	دراسات في مقاصد الشريعة
	+	دراسات إعلامية في صياغة الأخبار (الصحفية والإذاعية والتلفزيونية والإلكترونية)
	+	دراسات في مناهج الدعوة والدعاة
	+	مناهج البحث في العلوم الإسلامية
+		إعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية وإنتاجها وإخراجها
+		دراسات في الاتصال الإسلامي
+		الرأي العام
+		دراسات في الصحافة الإلكترونية
+		دراسات في حاضر العالم الإسلامي
+		الإسلام في نظر الغرب
+		العلاقات العامة
+		دراسات في الفرق الإسلامية
+		نصوص إعلامية باللغة الإنجليزية
+		إدارة المؤسسات الإعلامية
+		إدارة الحملات الإعلامية والإعلانية.
+		أخلاقيات ومواثيق العمل الإعلامي
	+	الدعاية والحرب النفسية

جدول رقم 2 : مساقات مسار الدعوة والإعلام الإسلامي بقسم الدراسات الإسلامية¹⁶

اسم المساق	اجباري	اختياري
إعداد الدعاة	+	
مناهج الدعوة والدعاة	+	
الخطابة والوعظ	+	
الخبر في الإعلام الإسلامي	+	
وسائل الاتصال الحديثة	+	
برامج ومؤسسات الإعلام الديني	+	
الإسلام في الإعلام الغربي	+	
الحرب النفسية في الإسلام	+	
أخلاق الدعاة وآدابهم		+
مؤسسات التربية الإسلامية		+
أحكام البيت المسلم وآدابه		+
دراسات في فقه المرأة		+
الأسرة والتحديات المعاصرة		+
من أعلام الدعوة الإسلامية		+
قراءة في التراث التربوي الإسلامي		+
أعلام تربوية إسلامية		+
حقوق المرأة في النظم والتشريعات		+

جدول رقم 3 : مساق الإعلام الإسلامي بجامعة الامير عبد القادر للعلوم الإسلامية

التخصص	مسمى المساق	الهدف	محتوى المساق
الدعوة والثقافة الإسلامية مستوى ليسانس ¹⁷	الإعلام الإسلامي	تحديد الأهداف والغايات	-مؤسسات الإعلام الإسلامي -الجهود التنظيرية في الإعلام الإسلامي. -موضوعات إعلامية من منظور إسلامي
	الإعلام الإسلامي ونظريات الاتصال		
صحافة مستوى ليسانس	الإعلام الإسلامي		
صحافة مستوى ماستر ¹⁸	الإعلام الإسلامي والمتغيرات الدولية		-المتغيرات السياسية: هيمنة العولمة القطبية الواحدة، العولمة السياسية (التعددية السياسية، الديمقراطية الحريات، حقوق الإنسان، المجتمع المدني متغير الصراع الإقليمي والدولي بين المسلمين والغرب). -المتغيرات الإعلامية، الاتصالية، العولمة. الإعلامية الاتصالية. -المتغيرات الثقافية والقيمية المحلية والدولية. -المتغيرات الاقتصادية والتجارية والاستهلاكية الدولية. -المتغيرات الاجتماعية والحياتية العالمية.



مخطط رئيسي يوضح فلسفة تقديم المادة في الأقسام المتخصصة وغير المتخصصة

الإعلام الإسلامي في الجامعات العربية ضرورة علمية واجتماعية تقتضيها الظروف التي تعيشها المنطقة العربية على مستويات عدة، وقد أخذت بعض هذه الجامعات وخاصة الجامعات الإسلامية بعين الاعتبار أهمية إدراجها في مقرراتها الدراسية على الرغم من النقائص التي تعثر بها ومن أهم النتائج المتوصل إليها ما يأتي:

- ضعف استيعاب مفهوم فكرة الإعلام الإسلامي على الرغم من رواجها في كتابات عدة، تتصف معظمها بالتكرار والنمطية وحصر المفهوم في النظرة التجزيئية.
- تداخل مفردات مساق الإعلام الإسلامي مع مفردات الإعلام العام، لغياب الرؤية التأصيلية الصحيحة، إذ تنطلق من العلوم المختلفة لتصل إلى أصول هذا الإعلام وهو القرآن والسنة.

- غياب الأهداف الواضحة لهذا المساق في الواقع التي تعيشه المجتمعات العربية والإسلامية في بعض البرامج.
- عدم توافق المفردات المقررة مع تطبيقاتها كأبحاث تحليلية أو ميدانية، والاكتفاء بالمجال التنظيري القاصر.
- غياب العمق الفلسفي للسياسة الإعلامية المستمدة من نصوص القرآن والسنة والاعتماد على المراجع الغربية ومحاكاتها مما يخلق تعليما هجينا على مستوى المادة.
- وبناء على هذه النتائج تقترح الباحثة جملة من التوصيات لتطوير المادة واستشرف وظائفها الحيوية في المجتمعات العربية والإسلامية ومن جملتها ما يأتي:
- تطوير تدريس مساق الإعلام الإسلامي نظريا وميدانيا.
- تعميم تدريس مساق الإعلام الإسلامي في جميع الجامعات.
- عقد اتفاقيات بين الجامعات العربية لتبادل الخبرات بشأن المساق.
- عقد مؤتمرات دورية نصف سنوية أو سنوية لبحث المستجدات فيما يتعلق بالإعلام الإسلامي.

الهوامش

- 1- عبد اللطيف حمزة، الاعلام في صدر الاسلام، دار الفكر العربي، 1970، ص3، 4.
- 2- المرجع السابق، ص5.
- 3- طه الزيدي، دليل الإعلام الإسلامي، دار الفجر، القاهرة.
- 4- إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1977، ص14.
- 5- منير حجاب، مبادئ الإعلام الإسلامي، المطبعة المصرية، الاسكندرية، 1982، ص135.
- 6- محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط1، 1983م، ص36.
- 7- عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، بيروت، 1985م، ص29.
- 8- محمود كرم سليمان، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، دار الوفاء، القاهرة، 1988، ص63.
- 9- محي الدين عبد الحلیم، الإعلام الإسلامي الأصول والقواعد والأهداف، مؤسسة اقرأ الخيرية، 1992م، ص54.
- 10- محمد محمد يونس، وظائف الإعلام الإسلامي، ورقة مقدمة إلى ندوة: "الإعلام الدولي وقضايا العالم الإسلامي"، القاهرة، نوفمبر 1998م، ص28-29.
- 11- <http://www.wise.edu.jo/ar/content>
- 12- <https://www.yu.edu.jo/index.php/2016-04-23-14-39-31>
- 13- http://www.jameataleman.org/main/articles.aspx?selected_article_no=1890
- 14- http://www.ribat.edu.sd/new_collages/index.php?lang=ar&id=16.
- 15- http://oiu.edu.sd/fc/show_page.php?page_id=722
- 16- http://admreg.yu.edu.jo/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=141&Itemid=159
- 17- عرض تكوين ل.م.د، ليسانس أكاديمي، قسم الدعوة والإعلام و الاتصال، تخصص الدعوة والثقافة الإسلامية. 2010، 2011.
- 18- عرض تكوين ل.م.د، ماستر، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، تخصص صحافة. 2013، 2014.