



أكاديمية الدراسات
الإسلامية والإنسانية

صحافة ومهارات صحفي

مفاهيم أساسية في الإعلام والصحافة

02-02-2022

المحاضرة الثانية

أستاذ المادة: د. ياسر عبد التواب



المحاضرة الثانية 2022-02-02

بسم الله الرحمن الرحيم

الصحافة العربية والإسلامية

في نهايات القرن الثامن عشر وبعد استقرار الطباعة بدأت حركة صحفية في المنطقة العربية والإسلامية وكانت تهتم بشؤون المنطقة وشؤون المسلمين وقضاياهم

وبحسب الأستاذ أنو الجندي في كتابه : تاريخ الصحافة الإسلامية فإن :
أوائل الصحف التي صدرت كانت في تركيا ومصر ولبنان

- وأبرزها الصحف والدوريات التالية :

- ثمرات الفنون (من 1885- 1908) ، لبنان – عبد القادر قباني ، واهتمت بالشؤون الإسلامية
- المؤيد ، مصر ، بدأت 1889 ، مصر – علي يوسف وكانت صحيفة يومية وإسلامية
- اللواء – مصر – 1900 – مصطفى كامل وبحسب الأستاذ أنور الجندي أنها كانت تعنى بقضايا العالم الإسلامي تعنى بقضايا العالم الإسلامي وتعالج قضية الوطنية من مدخل إسلامي سياسي وقد أصدر مصطفى كامل بعد ذلك مجلة العالم الإسلامي (1905-1907)
- صحف ليست إسلامية خالصة :
- مرآة الشرق (1882 – مصباح الشرق 1898 – الموسوعات 1898 – المجلات العربية 1908

- مجلات إسلامية :

- المنار ، محمد رشيد رضا – 1898 واستمرت إلى 1935
- الحياة – محمد فريد وجدي – 1899 وتوقفت بعد قليل
- العروة الوثقى ، الأفغاني ومحمد عبده ، 1884 ، وصدر منها 16 عددا
- مجلة الهداية ، الشيخ عبد العزيز جاويش ، وأصدر أيضا لما هاجر لتركيا : مجلة العالم الإسلامي (1916-1917)
- مجلات عن هيئات وجمعيات :
- مجلة جمعية الملاجئ (1906- خليل حمدي حمادة)
- مجلة مكارم الأخلاق 1887 (أحمد الشريف)
- مجلة مكارم الأخلاق الإسلامية : 1900
- مجلة الملاجئ العباسية 1906
- مجلة الأزهر 1889 (حسن رفقي وإبراهيم مصطفى) وبحسب الجندي فقد استأجرها وليم كوكس فيما بعد لنشر دعوته للعامة¹
- وقد واكب ظهور الصحف والمجلات في المنطقة أحداثا متعلقة بالحرب العالمية والأولى وما كان من صراع على المنطقة الإسلامية ودولة الخلافة التركية

الفصل الثاني

مفاهيم أساسية في الإعلام والصحافة

الإعلام كسلطة

¹ - انظر موسوعة تاريخ الصحافة الإسلامية - أنور الجندي - توزيع دار الأنصار ، عابدين ، ص 45-6 بتصرف بدون تاريخ للطبعة



- السلطات الثلاث المعروفة :

السلطة التشريعية (التي تمثلها غالبا البرلمانات) – السلطة القضائية : التي تمثلها المحاكم – السلطة التنفيذية والتي تمثلها الوزارات والهيئات التابعة للدولة (الحكومة وما بها من وزارات وما يتبعها من منظمات)

وهنا يتم اعتبار الإعلام (سلطة رابعة) من زوايا أساسية وهي التأثير والانتشار والقدرة على التغيير والتفاعل

- والحقيقة أنه ليس ثمت معالم واضحة لتلك السلطة المدعاة للإعلام ؛ فلا الإعلام هو كيان واحد (فهناك أنماط مختلفة للإعلام سواء كان مملوكا للدولة أم خاصا – سواء كان تقليديا أو جديدا) – ولا هو يملك على الأرض قدرة على المؤاخذه أو الإجبار مثل بقية السلطات ، فالمجالس النيابية تصدر تشريعات ؛ وعند إقرارها تصبح واجبة النفاذ ، والمحاكم تصدر أحكاما واجبة النفاذ ومن يتعمد مخالفتها يؤاخذ على ذلك ، والسلطات التنفيذية لها القدرة على إصدار القرارات الإلزامية والقدرة على عقاب المخالفين

- فالإلزام هو ما يميز كل تلك السلطات عن غيرها من المؤسسات

والإلزام أمر لا بد منه إن أردنا أن يكون للدول كيانات ومؤسسات ، بمعنى ان يميز الدولة بشكلها الحالي عن أي تجمع إنساني سابق لنظم الدولة الحديثة مثل نظم القبائل والمجتمعات البدائية لكن هل للإعلام أي سلطة حقيقية يمكنها إلزام من يخالف ما وصلت إليه من قرارات وما تصدره من أحكام ؟

- الإعلام له سلطة لكن ليس لها معالم كمعالم السلطات الثلاث التي سبق ذكرها ، وبالتالي لا إمكانية لإصدار أحكام واجبة النفاذ ولا مجال لإلزام السلطات أو الأفراد بما يراه الإعلام أو يرصده ، ولكن في ذات الوقت لا يمكن لأحد أن ينكر قدرة الإعلام على الوصول إلى ما يريده وإلى تغيير الواقع إن أحسن الإعلاميون استخدامه وراعوا خصائص التأثير

- فكل ما يملكه الإعلام بحق هو مدى قدرته على التأثير في الواقع ومدى قدرته على بث الأخبار وتبصير المجتمع بالأحداث والوقائع ، كما يعمل على طرح القضايا للنقاش ، وحتى الترفيه يمكن أن يكون سبيلا للتأثير غير المباشر ، وكل ذلك يساهم في التنشئة الاجتماعية ويربط المجتمعات بسياج من التداول لقضاياها ومن ثم يساهم الإعلام بقوة في صياغة وصناعة الرأي العام الذي يرتبط بشكل أو بآخر بالتأثير على صناعة القرار السياسي والاجتماعي في ذلك المجتمع

- لذا فالواجب على من يهتم بالدعوة مثلا – وهي أحد أوجه اهتمامنا بالإعلام - أن يعظم اهتمامه بالرأي العام ؛ لأن الوصول إلى الرأي العام وإلى التأثير فيه هو غايته الكبرى من دعوته وعلاقته بالناس حيث هدف الدعوة الأساس هو تعبيد الناس لربهم والأخذ بيدهم نحو طاعته وهذا لا يتأتى إلا من خلال تأثير مجموع الناس به

- وكثيرا ما تحاول السلطة السياسية استخدام سلطة الإعلام للترويج لوجهات نظرها يتم هذا محليا في أغلب الدول للترويج للسياسات الحكومية ولتحسين صورتها ويتم عالميا لتهيئة الرأي العام العالمي لتقبل أعمالا شائنة كالحروب كما كان يفعل هتلر بإنشائه وزارة للدعاية إبان الحرب العالمية وكما تفعل أمريكا بصياغة رأي إعلامي يبرر وجهات نظرها وتستخدم أساليب التعمية والمنع للمعلومات كلما أمكنها ذلك

- الاحتكار يتم كسره كلما استطاع الإعلام الغير تقليدي دخول الحلبة وهذا تطور في غاية الأهمية.
فمع دخول الإعلام الجديد بصوره المختلفة : من مواقع الإنترنت وصفحات التفاعل الإلكترونية وإرسال الرسائل عبر الهواتف والمحطات الفضائية غير المحلية

- كل ذلك ساهم في عمليات تأثير أخرى تعتمد على التفاعل بين المشاهد ومرسل الرسالة ؛ حيث تدخل الهواة والمتلقون في عملية إرسال الرسالة الإعلامية والتفاعل معها، وهو ما خلق واقعا جديدا تم فيه تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل في العملية الاتصالية مما ساهم إلى حد كبير في تدفق المعلومات والأخبار والآراء فمثلا ووفقا لمحرك البحث العالمي العملاق (جوجل) : غير الانترنت العالم بشكل جذري في العشر سنوات الماضية حيث يبحث 2 مليار شخص الآن عن المعلومات الكترونيا كل يوم، ويرسلون 100 مليار رسالة الكترونية كل يوم

السلطة الخامسة :

- يمكننا أن نطلق على الإعلام الجديد والذي يخرج عن الإطار الرسمي لإعلام الحكومات وإعلام رجال الأعمال بأنه (السلطة الخامسة) فهو يعتمد على تلك الطريقة في التداول للأخبار والمعلومات بحرية كبيرة ؛ لم يكن يحلم بها أي من نادوا بحرية التدفق والتداول للمعلومات ، مع ما قد يتضمنه ذلك من بعض السلبيات في ممارسات غير مسؤولة أو تتبع للحياة الخاصة أو بث معلومات غير موثقة وإطلاق الإشاعات وبثها .

- وفي المجتمعات الحرة يمكن أن يقع التأثير الإعلامي على مدى أكبر فقد يتسبب في إقالة حكومات أو تعديل مساراتها أو حث السلطات الأخرى على اتخاذ قرارات وصياغة قوانين تجاوبا مع ما يثيره الإعلام من قضايا

- الخلاصة : الإعلام سلطة حقيقية في المجتمع لكنه سلطة غير واضحة الحدود ؛ ولا تملك معالم واضحة وإجرائية لها ؛ إنما هو سلطة تعتمد على التأثير في المجتمع وصناعة الرأي العام ونقل الأخبار وتداول الأفكار بما يحقق للمجتمع فائدة كبيرة في التواصل بين أفراده وطبقاته وفي كسر احتكار السلطات الأخرى – لا سيما السلطة التنفيذية – للتأثير والتفاعل مع أفراده ؛ وتعمل كرقب غير رسمي على أداء السلطات الأخرى²

² - وفي مقال للأستاذ عبد الهادي بوطالب بجريدة الشرق الأوسط (27 مارس 2002 العدد 8520) يقول : وسلطة الإعلام أفقية بينما السُلط الثلاث الأخرى عمودية. إنها تخترق تلك السلطات ذاتها برفق، بينما لا تملك السلطات الأخرى عصا الإعلام السحرية فتبقى محدودة المساحة، وقاصرة عن التأثير الشامل الذي تمارسه سلطة الإعلام في فضاءات لا حد لها. وهي تُرهب السلطات الأخرى بامتداد صلاحياتها إلى التحقيق في مسار الأحداث، وكشف مجازياتها وما ورائياتها، وبتقديمها حقائق مغايرة لحقائق السلط العاملة في إطار الدولة، بل تتبادر أحيانا إلى القيام بتحقيقات عن ممارسة السلط الثلاث قد تؤدي إلى الكشف عن فضائنها. لقد كان «الإنترنت» أول من تحدث عن فضيحة «مونيكا لوينسكي»، وطالت سلطته سلطة رئيس الولايات المتحدة الأميركية الأسبق قبل أن تطوله سلطة القضاء وسلطة الكونغريس.

ومنذ قليل صدر كتاب يحمل عنوان «سادة العالم الجدد» Monde Les Nouveaux Maitres du «رونود دولابوم» Renaud de la Baume و«جان جيروم برثوليس» Jean Jerome Bertolus، خلاصته أن الذي يسود عالم اليوم هي أدوات الإعلام التي ابتدأت بالراديو ثم تدرجت على طريق التطور التكنولوجي مع التلفاز والقنوات الفضائية والحاسوب والإنترنت ليدخل العالم في النهاية عهد الحضارة الرقمية.

إن القطب الأميركي الأوحده لا يملك أن يحتل العالم بالقوة العسكرية وال سلاح المتطور والتهديد بالقوة النووية، ولكن يحتل اليوم العقول عبر العالم بإعلامه التكنولوجي الذي يشكل مرجعية الإعلام الدولي. والدول اليوم تتسابق للتسلح لمواجهة الحرب المقبلة، لكنها تتسابق أيضا لامتلاك السلاح الإعلامي الذي يكفل لها الوجود في خضم الحرب الإعلامية التي لا تقل ضراوة عن مثيلتها العسكرية.



- إذن السلطة التأثيرية للإعلام يجب أن تنضبط بمعالم يعرف بها الإعلامي الإطار العام الذي يستخدم به قدرته على التأثير والتفاعل ؛ فلا يتجاوز حده ؛ وفي نفس الوقت لا يتهاون ولا يقصر في استخدام ما لديه من إمكانيات ليقوم بواجبه نحو دينه ومجتمعه .

نهاية المحاضرة



أكاديمية الدراسات الإسلامية والإنسانية

وجاء في التقرير السنوي الصادر من المعهد الدولي للصحافة الذي يحمل عنوان: «الحرب ضد وسائل الإعلام العالمية» أن حكومة الرئيس بوش أظهرت منذ أحداث سبتمبر أن لها رغبة في السيطرة على الإعلام العالمي، لأنها أعلنت عن إنشائها بالبانغون مكتبا يسمى «مكتب التأثير الإستراتيجي» بهدف تضليل وسائل الإعلام العالمي وحملها على أن لا تنقل إلا الأطروحات الأميركية عن الإرهاب . كما تفهمه . وما يتصل به .
وانتقد التقرير ما تمارسه الولايات المتحدة من ضغوط على الإعلام العالمي تتمثل في شكل حرب معلنة على الإعلام حتى لا ينقل ما يخالف توجهات الولايات المتحدة.