

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أقسام الإعلام في الجامعات الإسلامية (بناء نموذج نظري لقسم الإعلام الإسلامي في الجامعة الإسلامية بغداد)

الدكتور هاشم أحمد نعيمش الحمادي ، الجامعة الإسلامية بغداد

مجلة الجامعة الإسلامية _ بغداد (الجامعة العراقية)، العدد ١٣، ٢٠٠٥ م

المخلص:

برزت الحاجة الى تدريس علوم الاتصال إلى جانب العلوم الشرعية في المجتمعات الإسلامية، إضافة الى التدريب العملي على استخدام وسائل الاتصال.

وبذلك استحدثت أقسام للإعلام الإسلامي في بعض الجامعات الإسلامية لتخريج كفاءات تجمع بين العلوم الشرعية وعلوم الاتصال بهدف المساهمة في التوعية الإسلامية والدعوة الإسلامية عن طريق وسائل الاتصال المختلفة. وفي بلدنا العراق فإنه ولظروف سياسية سبقت كتابة هذا البحث، لم ترى أقسام الإعلام الإسلامي النور، رغم وجود محاولات بذلك. وتعد البحوث النظرية القابلة للتطبيق من البحوث المهمة، كونها يمكن تطبيقها والاستفادة منها بشكل عملي بدلاً من البحوث النظرية التي تأخذ طريقها الى رفوف المكتبات لتركن، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي مستفيداً من البحوث العلمية السابقة، والنماذج المشابهة من أقسام الإعلام الإسلامي في الجامعات العربية. وتم تقسيم هذا البحث الى اطار نظري وفصلين تناول الفصل الأول: تعريف المصطلحات التي وردت في البحث وهي : الإعلام ، الاتصال ، الإعلام الإسلامي من حيث اللغة والاصطلاح وبين أهمية الاعلام الاسلامي في المجتمعات الإسلامية .

بينما تناول الفصل الثاني اقسام الاعلام الاسلامي موضحاً أهميتها في العصر الحديث للدعوة الاسلامية والتوعية الإسلامية، والأهداف التي تسعى الى تحقيقها، والمناهج والمواد التي تدرّسها لطلابها، ومفردات تلك المواد. وأخيراً خلص الباحث إلى بناء نموذج نظري لقسم الإعلام الإسلامي قابل للتطبيق في الجامعة الإسلامية – بغداد.

:Summary

There is a need to teach communication sciences alongside Sharia sciences in Islamic societies, in addition to practical training in the use of communication means

Thus, departments for Islamic media have been created in some Islamic universities, to graduate competencies that combine Islamic sciences and communication sciences, with the aim of contributing to Islamic awareness and Islamic da'wah, through various means of communication

Applicable theoretical research is an important research, as it can be applied and benefited from in a practical way, instead of theoretical research that takes its way to the shelves of libraries to be left

This research was divided into a theoretical framework and two chapters. The first chapter dealt with the definition of the terms that were mentioned in the research, namely: media, communication, Islamic media in terms of language and terminology, and the importance of Islamic media in Islamic societies

While the second chapter dealt with the departments of Islamic media, explaining their importance in the modern era for the Islamic call and Islamic awareness, the goals it seeks to achieve, the curricula and materials that it teaches to its students, and the vocabulary of those subjects

Finally, the researcher concluded to build a theoretical model for the Islamic Media Department that can be applied at the Islamic University - Baghdad

المقدمة:

علم الاتصال من العلوم الحديثة التي ظهرت بعد خضوع مختلف العلوم للتنظير ، استمد هذا العلم اصوله من العلوم الأخرى كعلم الاجتماع وعلم النفس وكأي علم اخر خضع للتنظير فأن علم الاتصال مر بالمراحل الطبيعية التي مرت بها بقية العلوم فأخذ في بدايته منحىً فلسفياً وصفيًا بهدف تكوين مفاهيم اساسية للاتصال ووضع الفروض الأساسية وطرق واساليب البحث في هذا العلم . وبعد ذلك انتقلت تلك الأبحاث الى المرحلة التطبيقية لاختبار صحة الفروض الموضوعية مما أدى بالتالي الى صياغة نظريات للاتصال بعد الاستفادة من علم النفس وعلم الاجتماع والسياسة وبقية العلوم الأخرى . وبما ان الدول الغربية ودول الشمال عموماً هي التي واكبت التطور الحضاري في وقت كانت فيه معظم الدول العربية والاسلامية تغط في سبات تخلف عميق لذا فإن تلك النظريات جرت صياغتها لتلائم عادات وتقاليد تلك المجتمعات التي خضعت فيها الفرضيات الى التجريب . بينما نجد الدول العربية والاسلامية نقلت الكثير من نماذج الاتصال ونظرياته التي صيغت في دول الغرب على الرغم من وجود اختلاف كبير بين عادات وتقاليد شعوبها مع شعوب الدول الغربية وبذلك ظهرت في هذه الدول تحفظات اجتماعية ودينية على علم الاتصال ووسائله وشاعت في الاوساط الاسلامية نظرة سلبية نحو وسائل الاتصال ادت الى عدم الاستفادة منها في مجالات كثيرة اهمها الدعوة الى الاسلام . وبقيت تتعامل مع اشكال الاتصال الشفهية التي عفى عليها الزمن في عصر يطلق عليه عصر الاتصال الجماهيري والمعلوماتي ، لما حدث فيه من تطور كبير في تكنولوجيا الاتصال ونقل المعلومات . ونتيجة لذلك برزت الحاجة في المجتمعات الاسلامية الى صياغة نموذج للاعلام يتوافق مع ضوابط الشريعة الاسلامية . وهو ما يسمى بالاعلام الاسلامي . وظهر الكثير من المؤلفات التي حاولت وضع نموذج اسلامي للاعلام ، الا ان تلك المؤلفات لم تستطع حل المشكلة ، ذلك أن وسائل الاتصال لا يمكن استخدامها بنجاح الا من قبل اولئك الذين درسوا علوم الاتصال وتدربوا على استخدام تلك الوسائل . ومن هنا برزت الحاجة الى تدريس علوم الاتصال الى جانب العلوم الشرعية في المجتمعات الإسلامية ، اضافة الى التدريب العملي على استخدام وسائل الاتصال .

وبذلك استحدثت أقسام للاعلام الإسلامي في بعض الجامعات الإسلامية لتخريج كفاءات تجمع بين العلوم الشرعية وعلوم الاتصال بهدف المساهمة في التوعية الإسلامية والدعوة الإسلامية عن طريق وسائل الاتصال المختلفة . وفي بلدنا العراق فإنه ولظروف سياسية سبقت كتابة هذا البحث ، لم ترى أقسام الإعلام الإسلامي النور ، رغم وجود محاولات بذلك . واليوم وبعد سقوط النظام السياسي الشمولي الحاكم في العراق في التاسع من نيسان عام ٢٠٠٣ م ، اصبح بالإمكان تقديم مثل هذه المشاريع . ويأتي هذا البحث محاولة من الباحث لبناء نموذج نظري لقسم الإعلام الإسلامي قابل للتطبيق في الجامعة الإسلامية بـبغداد .

وتعد البحوث النظرية القابلة للتطبيق من البحوث المهمة ، كونها يمكن تطبيقها والاستفادة منها بشكل عملي بدلاً من البحوث النظرية التي تأخذ طريقها الى رفوف المكتبات لتركن . واستخدم الباحث المنهج الوصفي مستفيداً من البحوث العلمية السابقة ، والنماذج المشابهة من أقسام الإعلام الإسلامي في الجامعات العربية . وقسم الباحث هذا البحث الى اطار نظري وفصلين تناول الفصل الاول تعريف المصطلحات التي وردت في البحث وهي : **الإعلام ، الاتصال ، الإعلام الإسلامي** من حيث اللغة والاصطلاح وبين أهمية الاعلام الاسلامي في المجتمعات الإسلامية .

بينما تناول الفصل الثاني اقسام الاعلام الاسلامي موضعاً أهميتها في العصر الحديث للدعوة الاسلامية والتوعية الإسلامية ، والأهداف التي تسعى الى تحقيقها ، والمناهج والمواد التي تدرّسها لطلابها ، ومفردات تلك المواد . وأخيراً خلص الباحث إلى بناء نموذج نظري لقسم الإعلام الإسلامي قابل للتطبيق في الجامعة الإسلامية – بغداد . متمنياً على أصحاب القرار في هذه الجامعة مؤازرة هذا المشروع ليرى النور ليسهم في تخريج الدعاة المسلمين القادرين على التعامل مع وسائل الاتصال الحديثة.

الإطار المنهجي للبحث.

أولاً: مشكلة البحث:

تعد الجامعة الإسلامية بـبغداد، إحدى الجامعات ذات الاتجاه الإسلامي التي تأسست في جمهورية العراق، وكان من أهدافها نشر العقيدة الإسلامية والدعوة إلى الإسلام، ومع وجود قسم يحمل اسم العقيدة والدعوة والفكر الإسلامي تطور إلى كلية فيما بعد^١، إلا أن الدعوة الإسلامية لا تدرس إلا في إطار ضيق، بوصفها مادة تدرس ضمن مرحلة دراسية معينة.

ولاحظ الباحث إن الدعوة الإسلامية تدرس في هذه الجامعة بوصفها علماً من العلوم الشرعية، وليس نمطاً بمعنى نوع من أنواع الاتصال، لذا فهي تتضمن في مفرداتها تجارب دعوية قام بها نبينا محمد ﷺ والدعاة المسلمون على مر التاريخ، الأمر الذي حرم الدعوة الإسلامية والقائمين عليها من الاستفادة من التطور العلمي الحاصل في علم الاتصال، والذي تعد

^١ تطور القسم إلى كلية تحمل نفس الاسم، ومن ثم غير اسمها إلى كلية أصول الدين وهي تضم الآن أقسام العقيدة والحديث والأديان والتفسير.

الدعوة فرعا من فروعها، وهذا العلم أصبح له نظريات وأساليب تطورت مع تطور الحياة الإنسانية وتطور وسائل الاتصال البسيطة إلى وسائل اتصال جماهيرية.

كما لاحظ الباحث إن معظم القائمين على إدارة هذه الجامعة وبعض التدريسيين ينظرون إلى الإعلام نظرة ريبية وشك، بل وان بعضهم ذهب إلى تحريم دراسته، ويأتي ذلك من جهلهم بحقيقة هذا العلم وأهميته للحياة الإنسانية، وأهميته في مجال الدعوة إلى الإسلام، فمعظمهم رسخت لديه صورة ذهنية عن الإعلام انه الغناء والأخبار الكاذبة، والدعاية المزيفة التي تتلاعب في عقول الناس لتحقيق أهداف الحكومات القائمة على تلك المؤسسات الإعلامية، وباختصار إنهم ينظرون إلى الإعلام على انه من مكائد الشيطان.

ولكون الباحث من المختصين في علم الاتصال وهو احد التدريسيين في هذه الجامعة، ويدرك أهمية تدريس علم الاتصال في هذه الجامعة لما له من أهمية في المجتمعات، وما يؤديه من ادوار مهمة فيها، لذا شخص هذه المشكلة وأراد أن يعالجها معالجة علمية، وذلك بإخضاع تلك المشكلة إلى منهج البحث العلمي، وحلها بطريقة علمية تقنع الآخرين على الأخذ بها، وتغير نظرتهم السلبية إلى الإعلام، وبالتالي يمكن التأسيس لقسم علمي يدرس علوم الاتصال في هذه الجامعة يتطور في المستقبل إلى كلية لعلوم الاتصال ووسائله.

وصاغ الباحث مشكلة البحث بتساؤل محدد هو: ما هي أقسام الإعلام في الجامعات الإسلامية، وبهدف الإحاطة الكاملة بمشكلة البحث، تفرع هذا السؤال إلى أسئلة فرعية هي:

١- ما هو الإعلام وما هو الاتصال.

٢- ما هو الإعلام الإسلامي.

٣- ما هو النموذج الأفضل لبناء قسم للإعلام في الجامعة الإسلامية_بغداد.

ثانيا: هدف البحث:

بما أن مشكلة البحث حددت بدقة في هذا البحث لذا فان هدف البحث أصبح واضحا أمام الباحث، وهو يتمثل في الإجابة على تساؤل البحث الأساسي، لذا فان هدف البحث يتمثل في الكشف عن أقسام الإعلام في الجامعات الإسلامية، من حيث الأهمية والماهية، والواقع الحالي لها، وتعريف الإعلام والاتصال والإعلام الإسلامي، وبناء نموذج نظري لقسم الإعلام الإسلامي قابل للتطبيق في الجامعة الإسلامية_بغداد.

ثالثا: موضوع البحث:

بعد أن صاغ الباحث مشكلة بحثه وحدد تساؤلاته وأهدافه، وجد أن أفضل عنوان يعبر عن موضوع بحثه هو: أقسام الإعلام في الجامعات الإسلامية، بناء نموذج نظري لقسم الإعلام الإسلامي في الجامعة الإسلامية_بغداد، فقد شمل هذا العنوان بشقيه الرئيسي والشارح، لمتطلبات موضوع البحث.

رابعا: أهمية البحث:

تأتي أهمية هذا البحث كونه يعالج مشكلة حقيقية في الوسط الأكاديمي الإسلامي، ويكشف عن أهمية أقسام الإعلام في الجامعات الإسلامية، ويعرف بالإعلام والاتصال والإعلام الإسلامي، ليزيل الغموض واللبس الحاصلين في الوسط الأكاديمي في الجامعة الإسلامية_بغداد، ويخلص البحث إلى بناء نموذج نظري لقسم الإعلام الإسلامي في الجامعة الإسلامية_بغداد، قابل للتطبيق على أرض الواقع.

كما تتضح أهمية هذا البحث في محاولته إيجاد نوع من علاقة التقارب بين الوسط الأكاديمي المتخصص في الإعلام مع الوسط الأكاديمي المتخصص في العلوم الشرعية، ومحاولة المزج بين علوم الاتصال والثقافة الإسلامية المتمثلة بالضوابط الشرعية المتعلقة بالإعلام، بحيث يتخرج الطالب من قسم الإعلام الإسلامي وقد درس علوم الاتصال والضوابط الإسلامية المتعلقة في محددات النشر وضوابط الحصول على المعلومات ونشرها أو إفشاؤها.

فضلا عن الأهمية المتأتية من استخدام أساليب ووسائل الإعلام الحديثة وآخر ما توصلت إليه نظريات الاتصال الجماهيري، في الدعوة إلى الإسلام، وإفادة الدعاة من علوم الاتصال لكي يتعاملوا مع الدعوة بوصفها احد فروع علم الاتصال الجماهيري.

خامسا: نوع البحث:

يعد هذا البحث احد أنواع البحوث الوصفية، التي تقوم بوصف ظاهرة معينة، بهدف التعرف على الأوصاف الدقيقة لتلك الظاهرة، وذلك بقيام الباحث بوصفها وبيان طبيعتها والوقوف على ماهيتها.

وتتفق البحوث الوصفية مع بحوث الإعلام من حيث أهدافها والمناهج العلمية المستخدمة فيها، لذا نجد معظم البحوث التي تجرى في حقل الإعلام هي بحوث وصفية^٢.

سادساً: الدراسات السابقة:

حرص الباحث على الاطلاع على الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع بحثه بهدف الاستفادة منها، والوقوف على أوجه التشابه معها والأهداف التي وضعت لها والنتائج التي توصلت إليها، فلم يجد سوى دراسة واحدة هي الدراسة المقدمة من الباحث محي الدين عبد الحلیم في ندوة أقسام الإعلام في الجامعات العربية والمنشورة في كتاب يحمل اسم الندوة، واقتربت تلك الدراسة من بحثنا هذا من حيث العنوان، ومن حيث وضعها لتصورات تمثل خطوطاً عامة لتأسيس أقسام الإعلام في الجامعات العربية، إلا أن التقادم الزمني وما رافقه من تطورات في علم الاتصال وأساليبه ووسائله، فضلاً عن تحديد الباحث للاتجاه الإسلامي للجامعات التي يهدف بحثه إلى تأسيس أقسام الإعلام فيها، حتم إجراء هذا البحث. ويزعم الباحث انه من الباحثين السابقين إلى وضع أنموذج لأقسام الإعلام في الجامعات الإسلامية، وأول من كتب بحثاً علمياً في هذا الإطار في جمهورية العراق.

الفصل الأول: التعريف بالمصطلحات.

أولاً : تعريف الإعلام:

مفردة الإعلام مفردة حديثة من حيث الاصطلاح على المكتبة العربية ، اما من حيث اللغة فهي متداولة بمعنى الإخبار أو الإبلاغ . وتأتي من الفعل أعلم ، يعلم^(١) . وكثيراً من الكتابات باللغة العربية تذكر مفردة الإعلام بمعنى الإتصال ، وتكاد لا تفرق بين المفردتين ، فقد اشيع اصطلاحاً على تسمية الإتصال بالإعلام ، على الرغم من ان هنالك إختلاًفاً بين المفردتين من حيث اللغة . كما أن توخي الدقة العلمية يستوجب التمييز بين المفردتين . وسأقوم باستعراض أهم التعاريف المعتمدة للإعلام بمعناه الاصطلاحي والتي تقترب من المعنى الذي ابتغيته في عنوان بحثي هذا .

يذهب **هادي نعمان الهيتي** (الباحث في الاتصال الجماهيري) الى أن مصطلح الاعلام ليس له مرادف في اللغات الأخرى ويصعب إيجاد ترجمة دقيقة تعبر عن معناه الشامل المتعارف عليه في الأدبيات العربية . فهو يشمل جانباً من كلمة إتصال (communication) وجانباً آخر من كلمة معلومات أو معرفة أو حقائق (Information) الانكليزيتين، كما وتشترك كلمة (Renseignement) الفرنسية والتي تعني التعليم في جانب اخر من معاني الإعلام^(٢) . ومصطلح الإعلام في العربية يشير إلى معنيين يشمل الاول جميع انماط (انواع) الإتصال التي هي الإعلام والدعاية او الدعوة والحرب النفسية والعلاقات العامة والإعلان بينما يقتصر المعنى الثاني على إحدى وظائف الاتصال الا وهي وظيفة الإخبار او الإبلاغ^(٣) .

ويرى **غوران هديرو** (وهو أحد الباحثين في علم الاتصال) ان الاعلام مفهوم متعدد المعاني ، فهو يذلل على مضمون الرسالة التي يمكن أن تكون إعلامية عندما نُعلم عن شيء ما . ويدل الاعلام أيضاً على سريان الرسائل في إتجاه واحد من المرسل الى المستقبل ، لذلك يقال اعلمي فلان^(٤) . أي اخبرني وزودني بالمعلومات ووضع الباحث الالماني **أتوجروت** تعريفاً للإعلام أُعتمد من قبل معظم الباحثين العرب في مجال الاعلام والاتصال^(١) . يذهب هذا التعريف الى ان الاعلام هو (التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت ، وذلك عن طريق تزويد هذه الجماهير بالحقائق والمعلومات الصحيحة والثابتة ، والاخبار الصادقة التي تساعدهم على تكوين رأي عام صائب في واقع من الوقائع او حادثة من الحوادث او مشكلة من المشكلات)^(٢) . ويقترب الباحث المصري جمال العطيبي من هذا التعريف إذ يعرف الاعلام على انه (إحاطة الرأي العام علماً بما يجري من امور وحوادث في الشؤون الداخلية ، ام الخارجية)^(٣) ويؤدي الإعلام وظائف متعددة كالاخبار والتعليم والترفيه^(٤) .

^{٢٢} ينظر: محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠م) ص ١٢-١٣، ١٦.

(١) أنظر: أبو عبد الرحمن الفراهيدي، كتاب العين، الجزء الثاني (بغداد: دار الرشيد، ١٩٨١م) ص ٣٤٤.

(٢) هادي نعمان الهيتي، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري (بغداد: دار السامر، ١٩٩٧م) ص ٧.

(٣) هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري، المنظور الجديد (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، ١٩٩٨م) ص ٢٣.

(٤) غوران هديرو، الاتصال والتغيير الاجتماعي في الدول النامية، ترجمة محمد ناجي الجوهر (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، ١٩٩١م) ص ٩.

(١) انظر عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي (بيروت: عالم الكتب، ١٩٨٥م) ص ٤٨. ينظر أيضاً: يوسف محمد قاسم، ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية (الرياض: بدون ناشر، ١٩٧٩م) ص ٣.

(٢) انظر إبراهيم إمام، الإعلام الإسلامي، المرحلة الشفهية (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٠م) ص ٢٧.

(٣) نقلاً عن: رشدي شحاتة، مسؤولية الإعلام الإسلامي (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٩م) ص ٢٢.

(٤) محي الدين عبد الحلیم، اشكالات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات، كتاب الامة، ٦٤ (قطر: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، ١٩٩٨م) ص ٦٧.

ويرى ابراهيم امام الباحث المصري في علم الاتصال والإعلام الإسلامي ان الاعلام يقوم على التوعية والتثقيف ونشر المعلومات والأخبار الصحيحة التي تخاطب عقول الناس بهدف رفع المستوى الثقافي لهؤلاء الناس وحثهم على التعاون من اجل المصلحة العامة (٥).

ويعرف الاعلام ايضاً على انه (ذلك الجوهر الذي يحويه الاتصال والذي يستخلصه القارئ او المستمع أو المشاهد ، والذي استطاع الصحفي ان يوصله الى الجمهور ، ويمكن تسمية الجوهر الذي يحويه الاتصال ب " الاعلام الكامن " او " الفعال " الذي يعني الاعلام الحقيقي) (٦).

ومن استعراض التعاريف الموضوعية للاعلام يمكن استنتاج الآتي :-

١ - مفردة الاعلام متداولة في الكتابات العربية لتشير الى معنيين يشمل الاول نمطاً واحداً من انماط الاتصال الا وهو الاعلام بمعنى الإخبار او الإبلاغ ونقل المعلومات إلى الآخر . بينما يتسع المفهوم الثاني ليشمل جميع انماط الاتصال ، أي ان كلمة الاعلام تطلق لتعني الاتصال .

٢ - المعنى اللغوي لكلمة الاعلام يتطابق مع المعنى الاصطلاحي لها في حالة دلالتها على نمط واحد من انماط الاتصال ، أي بمعنى تزويد الجماهير بالمعلومات والاخبار .

٣ - يكاد يتفق معظم الباحثين على تعريف جامع للاعلام ، والذي أوردته سابقاً ليشير الى عملية تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة لتكوين رأي عام صائب أي ان الاعلام يمثل المضمون الذي يحويه الاتصال والذي يستخلصه المستقبل من الرسالة الاتصالية .

٤ - الاعلام يدل على سريان الرسائل الاتصالية باتجاه واحد من المرسل الى المستقبل بهدف الاعلام عن شئ ما ، بينما الاتصال يدل على سريان الرسائل باتجاهين من المرسل الى المستقبل وبالعكس في عملية تفاعلية تقوم على المشاركة .

وبما ان المعنى الذي اردته لعنوان بحثي هذا يتجاوز مفهوم الاعلام كونه نمطاً من انماط الاتصال ليشمل جميع انواع واشكال الاتصال ، ذلك ان اقسام الاعلام الاسلامي ، تقوم على اساس تدريس علم الاتصال ونظرياته ، والتدريب على وسائل الاتصال وخاصة الجماهيرية منها ، اضافة الى تدريس المواد الاخرى التي لها علاقة بعملية توصيل المعلومات الى الآخر ، لذا فإن الامر يتطلب التعريف بالاتصال في هذا البحث . وهذا ما سأتناوله في المطلب اللاحق .

ثانياً : تعريف الاتصال:

يعد الاتصال من الانشطة الملازمة للانسان منذ ولادته حتى مماته ، فهو يتصل ذاتياً مع نفسه في عملية التفكير والتذكر ، وبوصفه كائناً اجتماعياً فإنه يميل الى الاتصال مع بقية بني جنسه من البشر عن طريق الاتصال الشخصي والاتصال الجمعي ، ومع تطور وسائل الاتصال وما حدث من ثورة في تكنولوجيا الاتصال اصبح يتعامل بالاتصال الجماهيري مع مجتمع اوسع يكاد يغطي العالم بأكمله ، ذلك العالم الذي اصبح يسمى اتصالياً بالقرية الصغيرة .

أما الاتصال كعلم فقد ظهر حديثاً مع خضوع مختلف العلوم للتنظير ، كما تحدثت عن ذلك في مقدمة هذا البحث ، وقد اختلفت التعريفات الموضوعية للاتصال باختلاف وجهات النظر التي تناولت هذا العلم بالتعريف . فمنهم من ينظر اليه كعلم اجتماعي وآخر يربطه بعلم النفس ، ذلك أن الاتصال كما اسلفت من الأنشطة الانسانية التي لا غنى لبني البشر عنها ، والعملية الاتصالية هي من العمليات الحيوية الاساسية التي تحدث بين البشر بشكل مستمر . يتم من خلال هذه العملية تبادل المعلومات والآراء والافكار بأشكال لها معنى ومتفق عليها . تسهم بالتالي في تشكيل فهمنا وادراكنا لما يحيط بنا في هذا العالم المترامي الاطراف .

أي ان الاتصال هو عملية توصيل للمعرفة وتواصل بين بني البشر سواء كانوا افراداً او جماعات ، وبالتالي فان الفرد بوصفه نفساً بشرية كان لا بد من الاستفادة من علم النفس للتواصل معه ، وكذلك بالنسبة لعلم الاجتماع كون هذا الفرد عضواً في جماعة او مجتمع .

وسأتناول فيما يأتي تعريف الاتصال في اللغة والاصطلاح .

١ - الاتصال لغة:

الاتصال هو الترجمة العربية لكلمة (communication) الانجليزية والتي تعني نقل المعرفة او المعلومة (To convey Knowledge of or information about) او هي الإشارة بأستخدام معاني واضحة (To reveal by clear signs) والاتصال ايضاً هو نقل أو توصيل بين شخص وآخر (To cause to pass from One to another) .

(٥) إبراهيم امام ، الإعلام الإسلامي ، المرحلة الشفهية ، مرجع سبق ذكره ، ص ٢٨ .

(٦) محمود حسن اسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (القاهرة : الدار العالمية للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٣ م)

ويعرف أيضاً على انه نقل معلومة او فكرة او مشاعر من اجل استقبالها بشكل مقبول ، مرضي عنه ومفهوم satisfactorily, recieved or)^(١)To transmit information , thought , or feeling so that it is (understood

وكلمة الاتصال عندما تطلق كأسم في اللغة الإنجليزية (communication) فانها تعني (إبلاغ – نقل – رسالة – تبادل الآراء او المعلومات) وفي حالة الجمع (communications) تشير الى وسائل الاتصال عموماً بحيث تشمل الاتصالات السلوكية واللاسلكية . و (communicat) كمصدر للفعل تأتي بمعنى (إبلاغ – تبليغ – افشاء – نقل – اتصال – اتصال بعض ببعض) . أما في حالة الصفة لكلمة الاتصال (communicative) فانها تعني (صريح – غير متحفظ)^(١) . وكلمة الاتصال (communication) مشتقة من الكلمة اللاتينية (communis) التي تعني الشيء المشترك أي المشاركة وأصلها من الفعل (communi care) وترجمته العربية تعني يذيع أو يشيع أو يفشي^(٢) . وهناك من يذهب الى ان هذه الكلمة (communication) ترجع الى اصلها (common) التي تعني مشترك او عام^(٣)

وكلمة الاتصال تأتي في اللغة العربية بمعانٍ متعددة تكاد تخدم نفس الغرض فهي من باب وصل بمعنى اتصل ، ووصل الشيء بالشيء أي لأمه وتأتي أيضاً بمعنى الوصل الذي هو ضد الهجران . ومنها أيضاً الصلة فمن وصل رحمه فقد احسن الى الاقربين اليه من ذوي نسبه ورفق بهم وعطف عليهم^(٤) . والاوصل المفاصل التي هي مجمع العظام في جسم الانسان والحيوان على السواء . وأتصل تأتي بمعنى لم ينقطع ، بمعنى الاستمرار والدوام . والوُصلة بالضم الاتصال وكل ما اتصل بشيءٍ فما بينهما وُصلةٌ ووصله وصلاً . . . وواصله مواصلةً ووصالاً يكون في عفاف الحب ودعارته . والموصل مدينة معروفة في العراق سميت بذلك لانها وصلت بين الفرات ودجلة^(٥) وتوصل اليه تلطف في الوصول اليه والتواصل ضد التصارم^(٦) . ومن خلال استعراض معنى كلمة الاتصال في القواميس والمعاجم باللغتين العربية والإنجليزية يمكن استنتاج الاتي:

- ١ – الاتصال هو عملية نقل للمعرفة او المعلومات .
 - ٢ – الاتصال هو الإشارة الى الآخر باستخدام معانٍ واضحة .
 - ٣ – الاتصال هو عملية نقل وتوصيل بين شخصٍ وآخر .
 - ٤ – الاتصال هو عملية نقل المعلومات أو الأفكار أو المشاعر من أجل استقبالها بشكل مقبول ومرضي عنه وبمعانٍ واضحة ومفهومة لدى المستقبل .
 - ٥ – الاتصال أيضاً هو عملية تبادل للآراء والمعلومات أو نقلها وتبليغها وإفشاؤها لتكون معلومة شائعة بشكل صريح وغير متحفظ .
 - ٦ – الاتصال يأتي بمعنى التواصل بتلطف وهو ضد التصارم والهجران وتكون له صفة الاستمرار دون الانقطاع .
 - ٧ – الاتصال هو عملية تقوم على المشاركة والتفاهم بين بني البشر حول موضوع معين او فكرة ما لتحقيق هدف القائم بعملية الاتصال .
- مما سبق يتبين أن الاتصال هو عملية (اجتماعية – نفسية) مستمرة تقوم على المشاركة والتفاهم بين بني البشر حول موضوع معين او فكرة ما لتحقيق هدف القائم بعملية الاتصال .

٢ – الاتصال في الاصطلاح:

الاتصال كلمة عامة شاملة تعبر عن التفاعل الاجتماعي بين البشر^(١) . والاتصال هو العملية التي يتم بواسطتها نقل وتبادل المعلومات والآراء والأفكار بين طرفين أو اكثر . هذه العملية يمكن أن تتم بطريقة مباشرة أو عن طريق استخدام

(١) Webster's ninth new collegiate dictionary 1986 by merriam – Webster . publishers . spring field , Massachusetts , USA.

(١)Munir Baalbaki , Dr. Rohi Baalbaki , Al – Mawrid Pocket dictionary, English – Arabic , Arabic – English (Beirut : dar al – ilmlil – malayen 2003) p 88.

(٢) أنظر : محمد سيد محمد ، الاعلام واللغة (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٢ م) ص ٢٣ .

(٣) أنظر : هناء حافظ بدوي ، الاتصال بين النظرية والتطبيق (الاسكندرية : المكتب الجامعي الحديث ، ٢٠٠٣ م) ص ١٤ .

(٤) المنجد في اللغة والاعلام ، الطبعة الثانية والعشرون (بيروت : دار المشرق ، ١٩٧٥ م) ص ٩٠٣ – ٩٠٤ .

(٥) مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي ، القاموس المحيط ، المجلد الرابع (القاهرة ، مؤسسة الحلبي وشركاؤه ، دون تاريخ) ص ٦٤ – ٦٥ .

(٦) محمد بن ابي بكر الرازي ، مختار الصحاح (الكويت : دار الرسالة ، ١٩٨٣ م) باب وصل ، ص ٧٢٤ – ٧٢٥ .

(١) انظر : إبراهيم إمام ، الإعلام الإسلامي ، المرحلة الشفهية ، مرجع سبق ذكره ، ص ٢٣ .

وسائل للاتصال ، تعتمد على الكلمات او الرموز المكتوبة أو المرئية أو المسموعة أو ما يسمى بـ (اللغة) (١) ، وعلم الاتصال من العلوم الاجتماعية الحديثة التي تبحث ظاهرة التأثير في البشر عن طريق وسائل الاتصال المختلفة (٢) . ويعرف الاتصال على انه (العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد " القائم بالاتصال " منبهات " عادة رمزية لغوية " لكي يعدل سلوك الافراد الآخرين " مستقبلي الرسالة ") (٤) .

يمكن الاستنتاج من هذا التعريف ان هنالك ثلاثة أطراف في العملية الاتصالية (القائم بالاتصال – الرسالة – مستقبل او مستقبلي الرسالة) . كما وان هنالك هدفاً من العملية الاتصالية الا وهو تعديل سلوك مستقبل او مستقبلي الرسالة الاتصالية .

والاتصال هو المشاركة في المعاني ، أي ان مصدر الرسالة عندما يقوم بنقل معاني معينة في عملية الاتصال فإنه يعمل على اقامة مشاركة مع طرف آخر في تلك المعاني (إذ أن تناقل المعاني يشير الى اشتراك طرفين أو أكثر في ارسال المعاني واستقبالها بصورة تبادلية) (٥) .

ويعرف الاتصال ايضاً بأنه (عملية يتم من خلالها نقل وتبادل المعلومات او الافكار او الآراء او الانطباعات بين طرفين أو أكثر سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ، وباستخدام وسائل اتصالية والاعتماد على الكلمات او الرموز المكتوبة او المرئية او المسموعة ، وذلك بهدف الاعلام او الدعاية او الاعلان او الإقناع او التأثير العقلي او العاطفي او الإيحاء بأفكار واتجاهات ومقاصد معينة) (٦) .

ومن استعراض التعريف السابق يمكن القول ان الاتصال هو : -

١ – عملية نقل وتبادل للأفكار او المعلومات او الآراء او الانطباعات .

٢ – تكون عملية النقل والتبادل بين طرفين أو أكثر .

٣ – تتم عملية النقل بطريقة مباشرة وجهاً لوجه ، او غير مباشرة باستخدام وسائل اتصالية .

٤ – تعتمد عملية النقل على الرموز او الكلمات المكتوبة او المسموعة او المرئية .

٥ – الهدف من هذه العملية هو الإعلام بمعنى الإخبار والإبلاغ او الدعاية او الإعلان بمعنى الترويج او الإقناع او

التأثير العقلي او التأثير العاطفي او الإيحاء بأفكار واتجاهات ومقاصد معينة .

ولكون الاتصال عملية تفاعلية تحدث بين البشر . لذا فإن علم الاتصال نهل من العلوم الإنسانية الأخرى ذات العلاقة المباشرة بحياة الأفراد كعلم النفس وعلم الاجتماع وظهرت تعريفات للاتصال تختلف باختلاف التخصص الدقيق لوضعها . فعلم النفس يعد من الروافد الأساسية التي يستقي منها علم الاتصال المعلومات الخاصة بالحاجات والدوافع والغرائز النفسية للبشر والتي تدفع الفرد للمشاركة في العملية الاتصالية . لذا كان لزاماً على علماء الاتصال عدم إغفال ما توصل اليه علم النفس في تعريفه للاتصال ، فالاتصال يعرف في علم النفس على انه (عملية نقل انطباع أو تأثير من منطقة الى اخرى . . . أي من فرد الى آخر ، أو من البيئة الى الفرد ، وذلك من خلال عدة اساليب ، جوهرها الكلام واستخدام الحواس التي تُشعر الآخرين بالاهتمام) (١) .

ويمكن الاستفادة من هذا التعريف ان جوهر التأثير في النفس البشرية هو إشعار المستقبل بأنه يحظى بالاهتمام من قبل القائم بالاتصال ، كما ان انطباعات الافراد تنتقل عبر العملية الاتصالية .

بينما يعرف الاتصال لدى بعض علماء الاجتماع بأنه (ذلك الميكانيزم (التفاعل) الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان) (٢) .

ويمكن الاستفادة من هذا التعريف -الذي يضع في الاعتبار ان الفرد كائن اجتماعي وهو عضو في جماعة – ان الاتصال عملية تفاعلية اجتماعية مستمرة من الماضي الى الحاضر ، وان هذه العملية لها صفتا الانتشار الزماني والمكاني ، وهي عملية قائمة على المشاركة والتفاعل توجد من خلالها العلاقات الإنسانية . كما ان الرموز العقلية المستخدمة في عملية الاتصال تنمو وتتطور بواسطة وسائل نشر هذه الرموز وتصبح لها صفة الانتشار مكانياً وزمانياً . أي ان العملية الاتصالية تسهم في تقارب المجتمعات الإنسانية من خلال توحيد الرموز العقلية (اللغة الاتصالية) المستخدمة في الخطاب عبر وسائل الاتصال المختلفة .

(٢) انظر : سمير محمد حسين ، الاتصال : مفهومه نظرياته عوائقه متطلباته ، مجلة الفنون الإذاعية ، العدد ٩ ، كانون الاول ١٩٧٥ م ، ص ٤ .

(٣) انظر : ابراهيم امام ، الاعلام الإسلامي ، المرحلة الشفهية ، مرجع سبق ذكره ، ص ٢٣ .

(٤) يحيى بسيوني مصطفى ، عادل الصيرفي ، التلفزيون الإسلامي ودوره في التنمية (الرياض : عالم الكتب ، ١٩٨٥ م) ص ٢٤ .

(٥) هادي نعمان الهيتي ، الاتصال الجماهيري ، المنظور الجديد ، مرجع سبق ذكره ، ص ٩ .

(٦) سمير محمد حسين ، الاتصال : مفهومه نظرياته عوائقه متطلباته ، مرجع سبق ذكره ، ص ٤ .

(١) نقلاً عن : هناء حافظ بدوي ، مرجع سبق ذكره ، ص ١٦ .

(٢) نقلاً عن : فضيل دليو ، الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله (القاهرة : دار الفجر ، ٢٠٠٣ م) ص ١٥ .

والاتصال هو عملية دلالية تعتمد الرموز وقواعد الاستخدام التي اختارتها جماعة لغوية ، وهو أيضا عملية عصبية حياتية تسجل فيها رموزا ومعاني معينة في ذاكرة الأفراد ، وكذلك هو عملية نفسية اذ يكتسب الأفراد من خلال التعلم معاني الكلمات والرموز التي تؤدي دورا أساسيا في إدراك العالم والاستجابة له ، والاتصال أيضا هو عملية ثقافية . بحيث أن اللغة هي مجموعة إشارات ومواقف ورموز مرتبة بشكل يعطي لها تفسيرات مشتركة متفق عليها . واخيرا فان الاتصال عملية اجتماعية وهو الوسيلة الأساسية التي يستطيع الفرد بواسطتها ان يتفاعل بأشكال لها معنى ^(١) .

وتشمل عملية الاتصال في مفهومها البسيط ثلاثة عناصر هي ^(٢) : المرسل والرسالة والمستقبل ، وفي حالة الاتصال الوسيط او الاتصال الجماهيري فان عناصر العملية الاتصالية تتكون من المرسل والرسالة والوسيلة والمستقبلين . وقد وضع (هارولد لاسويل) نموذجا لسريان الاتصال تمثل بخمسة أسئلة يشكل جواب كل سؤال منها بعدا أساسيا من أبعاد سريان الاتصال وهي ^(٣) : -

- من ؟ *Who*
- يقول ماذا ؟ *Says what*
- بأية وسيلة ؟ *In which channel*
- إلى من ؟ *To whom*
- بأي تأثير ؟ *With what effect*

١ - من (المرسل - القائم بالاتصال - المصدر) *Who*

أن أية عملية اتصالية تعني وجود مرسل أي (قائم بالاتصال) وقد يكون شخصا او مؤسسة او دولة ... الخ وهو الذي يقوم بتوجيه الرسالة إلى المستقبل أو جمهور المستقبلين ، ويمثل القائم بالاتصال في عملية الاتصال الإسلامي (الداعية) سواء كان صحفيا مسلما أو معد برامج إذاعية أو تلفزيونية إسلامية أو الخطيب أو المدرس الذي ينقل الفكرة الإسلامية إلى الآخرين وقد يكون المرسل الجامعة الإسلامية أو المؤسسة الإعلامية الإسلامية .

٢ - يقول ماذا ؟ (الرسالة) *Says what*

أن العملية الاتصالية التي يقوم بها المرسل تحتوي على معلومات أو أفكار أو آراء ... الخ وذلك لرغبة القائم بالاتصال (المرسل) في نقلها إلى الآخرين (مستقبل أو مستقبلي الرسالة) حيث يقوم بنقلها بواسطة الرموز اللغوية التي قد تكون صوتية أو صورية أو حركية أو تكون خليطا من كل ذلك وتتمثل الرسالة في عملية الاتصال الإسلامي بنقل كل ما له صلة بالشريعة الإسلامية .

٣ - بأية وسيلة ؟ *In which channel*

أن الرسالة التي يرغب المرسل بتوصيلها إلى المتلقي أو المتلقين تنتقل بوسيلة ، ففي حالة الاتصال المواجهي تنتقل بطريقة مباشرة وجها لوجه عن طريق الكلام المنطوق . وفي حالة الاتصال الجماهيري يتم نقل الرسالة الاتصالية عبر وسائل الاتصال الجماهيري (التلفزيون ، الإذاعة ، الصحف ، الكتاب ، السينما ، الانترنت .. الخ)

٤ - إلى من ؟ (المتلقي - مستقبل الرسالة) *To whom*

أن القائم بالاتصال يعد رسالة ويستخدم وسيلة لإيصالها إلى متلقي معروف ومحدد في حالة الاتصال المواجهي ، او جمهور واسع غير متجانس في حالة الاتصال الجماهيري .

٥ - بأي تأثير ؟ *With what effect*

من المنطقي أن يكون هنالك هدف من العملية الاتصالية فالقائم بالاتصال (المرسل) لا يقوم بهذه العملية اعتباطا ، بل لا بد أن يقف خلف تلك العملية هدف أو أهداف يريد القائم بالاتصال تحقيقها عند قيامه بعملية الاتصال . وقد يكون هذا الهدف التأثير على أفكار أو مشاعر أو اتجاهات أو آراء متلق أو متلقي الرسالة . ويمكن إدراك مدى التأثير في حالة الاتصال المواجهي بصورة مباشرة من خلال النقاش مع المتلقي او ملاحظة تعبيرات وجهه وحركاته . وفي حالة الاتصال الجماهيري لا يمكن إدراك ذلك الا من خلال البحوث والدراسات التي تخصص لذلك الغرض وهي ما تسمى ببحوث الجمهور .

ويقسم الاتصال تبعاً للموقف الاتصالي الى ثلاثة مستويات أساسية هي ^(١) : -

(١) انظر : دي فلور ، م ، س . بال روكاخ ، نظريات الإعلام ، ترجمة ناجي الجوهر (عمان : دار الأمل ، ١٩٩٤م) ص ١٦٩ - ١٧٠ .
(٢) انظر : صالح ابو إصبع ، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة (عمان : دار ارام ، ١٩٩٥م) ص ١٣ انظر أيضا : الغريب زاهر ، اقبال بهبهاني ، تكنولوجيا التعليم (القاهرة دار الكتاب الحديث ، بدون تاريخ) ص ٢٩ .
(٣) لمزيد من الاطلاع ، انظر : محمود حسن إسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، مرجع سبق ذكره ص ٩٤-١٣٥ .
انظر أيضا : هناء حافظ بدوي ، الاتصال بين النظرية والتطبيق ، مرجع سبق ذكره ، ص ٣٠ - ٣٦ .
(١) لمزيد من الاطلاع ، انظر : محمود حسن إسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، مرجع سبق ذكره ، ص ٧٧ - ٨٠ .

١- **الاتصال المواجهي**: وهو الاتصال الذي يحدث بين شخصين أو بين مجموعة صغيرة في موقف ما دون الحاجة إلى الاستعانة بوسيلة مادية للاتصال ، ويمكن إدراك رجوع الصدى ضمن هذا المستوى بشكل أكثر وضوحاً من المستويات الاتصالية الأخرى . ومن أمثلة هذا الاتصال خطبة يوم الجمعة في المسجد .

٢- **الاتصال الوسيط**: ويمثل تفاعلاً اتصالياً بين شخصين أو أكثر ، ويستعين بوسيلة مادية ، على أن لا تكون وسيله جماهيرية مثل (الهاتف – الدوائر التلفزيونية المغلقة - البريد الإلكتروني) ويكون المستقبل فيه فرداً أو مجموعة دون أن يؤلف جمهوراً بالمعنى الاصطلاحي .

٣- **الاتصال الجماهيري**: وهو مستوى من التفاعل الاتصالي بين عدد كبير من الأشخاص ويستعين بوسائل الاتصال الجماهيري (الصحف – الإذاعة – التلفزيون ... الخ) ، ويشكل المستقبل فيه جمهوراً كبيراً من الأشخاص غير المتجانسين ، أي ينتمون إلى فئات مختلفة ومستويات ثقافية متباينة .

ويأخذ هذا النوع من الاتصال اتجاهها واحداً من المصدر إلى المستقبلين ، حيث لا يمكن إدراك رجوع الصدى بصورة مباشرة ، ولكن يمكن ذلك بعد إرسال الرسالة وأجراء البحوث والدراسات على جمهور المستقبلين لإدراك مدى تأثير تلك الرسالة .

وهناك تقسيمات أخرى للاتصال ، حيث يقسم الاتصال تبعاً للحاسة التي يستقبل بها أو الوسيلة التي ينقل بها إلى (٦) :-

أ . **الاتصال المسموع**: وهو الاتصال الذي يتم استقباله عن طريق حاسة السمع كما هو الحال مع الاتصال الإذاعي والاتصال عن طريق مكبرات الصوت .

ب . **الاتصال المرئي**: وهو الاتصال الذي يتم استقباله عن طريق حاسة البصر كالمصقات والصور والعلامات .

ج . **الاتصال السمعي المرئي** : وهو الاتصال الذي يتم استقباله عن طريق حاستي السمع والبصر كما هو الحال مع الاتصال التلفزيوني والسينمائي .

د . **الاتصال المقروء**: وهو الاتصال الذي يمكن استقباله بالقراءة كالصحف والمجلات والإعلانات المكتوبة .

وللاتصال أساليب واهداف مختلفة ، الأمر الذي أدى إلى تحديد عدة أنماط أو أنواع لهذا الاتصال هي :-

أ - الإعلام : ويعني الإبلاغ والإخبار وهو نشاط اتصالي ، الهدف منه نقل المعلومات والأخبار إلى الآخر وفي الاتصال الإسلامي (الإعلام الإسلامي) فإن الإعلام هو (نشاط اتصالي يريد به القائم بالاتصال نقل معلومات عن الدين الإسلامي بهدف توعية المسلمين وتوجيههم وإرشادهم وتبصيرهم بأمور دينهم وحثهم على التمسك بتعاليم الدين الإسلامي ، لتكوين رأي عام إسلامي صائب يعي الحقائق الدينية ويعمل بها) (٦)

ب - الدعاية أو الدعوة : وهي (نشاط اتصالي يستهدف حمل الآخرين على سلوك معين ما كانوا يتخذونه لولا تعرضهم لذلك النشاط ، وهي تستميل الآخرين عقلياً أو عاطفياً لاتخاذ الموقف الذي تسعى إليه) (٧) وتعتمد الإقناع في توجيهها إلى الآخر أو الآخرين فهي لا تحمل المستقبلين على سلوك معين باستخدام العنف والتهديد أو الضغط والإكراه . وفي حالة الاتصال الإسلامي (الإعلام الإسلامي) فإن هذا النمط من الاتصال سيكون الدعوة الإسلامية التي هي (الدعوة إلى دين الإسلام باستخدام أساليب ووسائل الاتصال من قائم بالاتصال - فرد أو جماعة أو هيئة - تهدف إلى دعوة غير المسلمين إلى اعتناق الإسلام الصحيح ، عن طريق تقديم الحجج والبراهين واقناعهم بها) (٧)

ج - العلاقات العامة : وهي (نشاط إداري يستعين بالاتصال بقصد بلورة انطباعات إيجابية عن الهيئة التي تتولى القيام به بين العاملين فيها وبين المتعاملين أو الذين يحتمل أن يتعاملوا مع الهيئة) (٨) وتعرف أيضاً على أنها (وظيفة إدارية تساعد في تأسيس خطوط اتصال وقبول وتعاون متبادل والمحافظة عليها في تأسيس التعاون بين المنظمة وجمهورها . . . وتساعد الإدارة في أن تظل على معرفة بالرأي العام وتستجيب له وتحدد وتؤكد مسؤولية الإدارة لخدمة مصالح الجمهور وتستخدم البحث والصوت وتكنيكات الاتصال كأدوات رئيسية) (٩)

ومنهم من يبسط مفهوم العلاقات العامة فينظر إليها على أنها (الجهد التخطيطي والمتواصل لإنشاء والمحافظة على السمعة الطيبة والفهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها) (١٠) ويتسع مفهوم العلاقات العامة في الاتصال الإسلامي (الإعلام الإسلامي) ليشمل تعزيز العلاقات والروابط الاجتماعية بين أفراد المجتمع الإسلامي .

(٢) هادي نعمان الهيتي ، الاتصال الجماهيري ، المنظور الجديد ، مرجع سبق ذكره ، ص ٢٢ .

(١) هاشم أحمد نعيمش ، الإعلام الإسلامي في التلفزيون ، أطروحة دكتوراه (بغداد : جامعة بغداد ، ٢٠٠١ م) ص ٨٠ .

(٢) هادي نعمان الهيتي ، الاتصال الجماهيري ، المنظور الجديد ، مرجع سبق ذكره ، ص ٢٤ .

(٣) هاشم أحمد نعيمش ، مرجع سبق ذكره ، ص ٨٠ .

(٤) هادي نعمان الهيتي ، الاتصال الجماهيري ، المنظور الجديد : مرجع سبق ذكره ، ص ٢٤ .

(٥) صالح أبو أصيب ، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة ، مرجع سبق ذكره ص ٢٣٦ .

(١) اليسون فيكر ، دليل العلاقات العامة ، ترجمة عبد الحكم الخزامي (القاهرة : دار الفجر ، ٢٠٠٤ م) ص ١٠

د - الإعلان : هو نمط اتصالي يستخدم لأغراض الترويج ويستهدف عادة خلق انطباعات ايجابية عن خدمة او سلعة معينة ويؤدي الاعلان وظائف عدة منها : الوظيفة التسويقية والوظيفة التعليمية والوظيفة الاقتصادية والوظيفة الاجتماعية والوظيفة الترفيهية^(٢) .

وفي حالة الاتصال الإسلامي (الإعلام الإسلامي) فان الإعلان يستخدم لغرض استقطاب اكبر عدد ممكن من الجمهور لحضور الاحتفالات والمؤتمرات الإسلامية ، او لغرض الترويج للبرامج الإسلامية في الإذاعة و التلفزيون او لغرض الترويج للصحف والمجلات الإسلامية ... الخ .

هـ - الحرب النفسية : وهي أحد أنماط الاتصال (يشيع في أوقات التنافس والصراع ويستهدف في الغالب إشعار الطرف الآخر بالضعف أو الخوف أو القلق ويعمد إلى إثارة عوامل نفسية وفكرية)^(٣) وفي حالة الاتصال الإسلامي (الإعلام الإسلامي) فان الحرب النفسية تستخدم لمواجهة أعداء الإسلام ومحاولاتهم للنيل من الإسلام والمسلمين إعلامياً .

ونلمس جذور الحرب النفسية في الإعلام الإسلامي في حرب الخندق عندما امر رسول الله ﷺ أحد المسلمين بإشاعة روح التخذيّل في صفوف الأحزاب ، او في مشية أحد المسلمين متبخترا أمام الأعداء قبل المعركة .

ثالثاً : ماهية الإعلام الإسلامي:

سبق لنا القول ان الاتصال والاعلام اصبحا ضرورة من ضرورات الحياة الملازمة للبشر ، فلا يمكن تصور الانسان يعيش منعزلاً في هذا العالم دون ان يتصل ويتواصل مع بقية اقرانه من البشر .

ومع التطور الحاصل في وسائل الاتصال ازدادت اهمية الاتصال والاعلام فأصبح اعتماد الانسان على تلك الوسائل في الحصول على المعلومات سمة من سمات العصر الحالي ، الذي يسميه البعض بعصر الاتصال . هذا التطور في الوسائل رافقه تطور في الاساليب التي تقدم بها المادة الاعلامية ، فأصبحت تقدم بأشكال وقوالب فنية جذابة ، بهدف التأثير في مستقبل الرسالة الاتصالية .

وبما ان الاعلام يؤدي وظائف متعددة منها : التعليم والإخبار والتنقيف والتسلية ونقل التراث عبر الاجيال . مما يزيد في اهميته في تشكيل وعي المجتمعات وتوجيهها في الحياة ، لذا كان لا بد ان يكون لكل دولة نظامها الاعلامي الخاص بها ، والذي من خلاله يمكنها المحافظة على قيم وعادات وتقاليد مجتمعاتها ولكون الاسلام ذلك الدين السماوي القيم هو منهج للحياة الدنيا وهو ايضاً رسالة عالمية للبشر كافة . لذا كان لزاماً على الاعلاميين المسلمين أن يأخذوا على عواتقهم القيام بصياغة نموذج للإعلام يتناسب مع الدين الاسلامي . ذلك ان علم الاتصال وجد في مجتمعات تختلف في قيمها وتقاليدها عن المجتمعات الاسلامية وبالتالي فإن نظريات الاتصال وضعت لتناسب طبيعة تلك المجتمعات وعاداتها وتقاليدها . ولا يمكن تطبيق تلك النظريات على المجتمعات الإسلامية ، كما ان الدعوة الى دين الاسلام تتطلب تطويع تلك النظريات وصياغتها بحيث يمكن الاستفادة منها دون التعارض مع مبادئ الشريعة الاسلامية كما ان وسائل الاتصال الجماهيري تعد من اهم وسائل نشر الدعوة الاسلامية الى الناس كافة .

وبناءً على ما تقدم انبرى بعض الباحثين العرب في وضع اللمسات الاولى للنموذج الاعلامي الذي يتناسب مع ضوابط الشريعة الإسلامية ، وهو ما يسمى بالإعلام الإسلامي الذي يعني في ابسط صورته إخضاع مضامين الإعلام كافة الى ضوابط الشريعة الإسلامية^(١) .

ويعرف الإعلام الإسلامي بأنه (تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله بصورة مباشرة من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة او عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها . وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها)^(٢) .

كما ويعرف أيضاً على أنه (استخدام جميع الوسائل العصرية للدعوة إلى الإسلام والدفاع عنه والتعريف بأحوال المسلمين في شتى أقطار الأرض وجمع كلمتهم وإيجاد الحلول السليمة لمشاكلهم وتبصيرهم بما يدبره لهم أعداؤهم)^(٣)

وهناك من يرى ان الاعلام الاسلامي هو الاعلام العام لدولة مسلمة او لمجتمع اسلامي^(٤) . وان المادة التي تبثها وسائل الاعلام ، يجب ان تكون متفقة مع النظرية الاسلامية في الاعلام^(٥) .

ومن استعراض التعاريف السابقة يمكن استنتاج الآتي : -

١ - الاعلام الاسلامي يعني اخضاع مضامين الاعلام كافة الى ضوابط الشريعة الاسلامية .

(٢) انظر : صالح ابو اصبح ، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة ، مرجع سبق ذكره ، ص ٢٠٢ .

(٣) هادي نعمان الهيتي ، الاتصال الجماهيري ، المنظور الجديد ، مرجع سبق ذكره ، ص ٢٤ .

(٤) انظر : هاشم نعيمش ، الإعلام الإسلامي في التلفزيون ، مرجع سبق ذكره ، ص ٤١ .

(٥) محي الدين عبد الحليم ، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية ، الطبعة الثانية (القاهرة : مطبعة المدني ، ١٩٨٤) ص ١٤٧

(١) محمد محمود متولي ، الاعلام الاسلامي والرأي العام (القاهرة : شركة سعيد رأفت للطباعة ، ١٩٨٨ م) ص ٧٤ .

(٢) انظر : محمد سيد محمد ، المسؤولية الاعلامية في الاسلام (القاهرة ، مكتبة الخانجي ، ١٩٨٣ م) ص ٣٦ .

(٣) انظر : رشدي شحاتة ابو زيد ، مرجع سبق ذكره ص ٢٤ .

٢ - الاعلام الاسلامي هو عملية تزويد الناس بحقائق عن الدين الاسلامي مستمدة من القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة .

٣ - الاعلام الاسلامي يستخدم كافة الوسائل الاتصالية المتاحة لتحقيق اهدافه .

٤ - ان القائمين بالاعلام الاسلامي يجب ان تكون لديهم خلفية واسعة عن الدين الاسلامي .

٥ - الهدف من الاعلام الاسلامي هو تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويتأثر بها كما ويهدف الى توحيد المسلمين في العالم .

٦ - يقوم الاعلام الاسلامي بالدفاع عن قضايا المسلمين والتعريف باحوالهم في شتى اقطار الارض .

٧ - ان الاعلام الاسلامي هو الاعلام العام لاي دولة او مجتمع يحكم بما انزل الله وفق ضوابط الشريعة الاسلامية .

الفصل الثاني: أقسام الإعلام في الجامعات الإسلامية.

أولاً : أهمية أقسام الإعلام الإسلامي:

لم يعد خافياً على احد الاهمية الكبيرة للاتصال في حياة الشعوب والمجتمعات الحديثة . كونه نشاطاً اجتماعياً فكرياً وثقافياً بل ودينيّاً وسياسياً ، حيث اصبحت جميع مجالات الحياة تستعين بالاتصال بهدف ترويج نموذجها على الاخرين . وبما ان الاتصال علم قائم بذاته ، له نظرياته وقواعده لذا كان لزاماً على الذين يريدون المشاركة في الحياة بشكل فاعل ان يدرسوا علم الاتصال وما توصل اليه من نظريات واساليب في الوصول الى الآخر والتأثير فيه ، كما ان وسائل الاتصال وخاصة الجماهيرية منها تتطلب قدراً من التدريب فلكل وسيلة قوايلها الفنية وقواعدها الخاصة بها وقد شرعت الكثير من الجامعات في الوطن العربي الى تأسيس اقسام للاعلام، لتخريج كفاءات اعلامية متخصصة .

وكان من بين هذه الجامعات جامعة بغداد في العراق حيث انشئ فيها قسم للاعلام في كلية الاداب تطور الى كلية الاعلام في عام ٢٠٠٢ م .

وكان ان خرجت اقسام وكليات الاعلام في الوطن العربي عامة والعراق بشكل خاص ملاكات اعلامية في مختلف الاختصاصات اذاعة وتلفزيون ، صحافة ، علاقات عامة ، رأي عام ، اتصال . . . الخ

ولكن يؤخذ على هذه الملاكات إنها لم تكن تعمل وفق ضوابط الشريعة الإسلامية وذلك انسجاماً مع توجهات نظام الحكم في كل بلد من البلدان العربية . وبرزت الحاجة في الاوساط الاسلامية الى ملاكات اعلامية مسلمة تعكس في عملها النظرية الاسلامية في الاعلام . فظهرت بعض الكتابات العربية في الاعلام الاسلامي التي نظرت لها بعض الباحثين العرب ذوي الاتجاه الاسلامي .

فكان كتاب (الاعلام في صدر الاسلام لمؤلفه المصري الدكتور عبد اللطيف حمزة) الذي طبع في عام ١٩٧١م ، هو اول كتاب يتحدث عن الاعلام الاسلامي .

ومن ثم توالى الاصدارات التي تناولت الاعلام الاسلامي حتى اصبحت بالمئات في يومنا هذا . وهذا ما شجع بعض الجامعات الاسلامية الى استحداث اقسام للاعلام الاسلامي ، تأخذ على عاتقها تدريس علم الاتصال الى جانب العلوم الشرعية . فقد استحدثت اقسام وكليات لتدريس الاعلام الإسلامي في مختلف الدول الإسلامية منها^(١) :-

١ - قسم الصحافة والاعلام في جامعة الأزهر والذي تحول إلى كلية الاعلام الإسلامي .

٢ - قسم الاعلام في جامعة الإمام محمد بن سعود في الرياض .

٣ - قسم الاعلام في جامعة الإمام محمد بن سعود في المدينة المنورة .

٤ - قسم الاعلام في جامعة أم القرى في مكة المكرمة .

٥ - قسم الاعلام في الجامعة الإسلامية في المدينة المنورة .

٦ - قسم الاعلام في جامعة أم درمان الإسلامية في السودان.

وفي بلدنا العراق والى يومنا هذا لا يوجد فرع او قسم الاعلام الإسلامي في جميع جامعات العراق . بما في ذلك الجامعة الإسلامية - بغداد . على الرغم من الحاجة الكبيرة لملاكات اعلامية مسلمة تأخذ على عاتقها سد الفراغ الموجود في الساحة الاعلامية، خاصة بعد احتلال العراق واسقاط النظام في العراق، وظهور الكثير من التيارات السياسية والفكرية على الساحة العراقية.

ثانياً : أهداف أقسام الإعلام الإسلامي:

تتميز أقسام الاعلام الإسلامي بسمات خاصة تميزها عن أقسام الاعلام العامة وعلى هذا الأساس كان لابد لأقسام الاعلام الإسلامي ان تضع أمامها جملة من الأهداف تسعى إلى تحقيقها ومن هذه الأهداف^(١) .

(١) انظر : كرم شلبي ، الخبر الصحفي وضوابطه الاسلامية ، الطبعة الثانية (جدة : دار الشروق ، ١٩٨٨ م) ص ١٠

- ١ - الإحاطة بعلوم الاتصال والاطلاع على آخر النظريات الاتصالية وما توصل إليه علماء الاتصال في هذا المجال .
- ٢ - استخلاص كل ما له صلة بعلوم الاتصال من القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، وسيرة السلف الصالح . ومحاولة الربط بينها وبين علوم الاتصال الحديثة .
- ٣ - إخضاع الدراسات الاتصالية لضوابط الشريعة الإسلامية ، ومحاولة ترسيخ القيم الإسلامية في الدراسات الاتصالية ، أي التزام الشريعة الإسلامية ، مع الاستفادة من آخر الابتكارات في حقل الاتصال بكل أنماطه وأساليبه ووسائله .
- ٤ - الاطلاع على النظم الاتصالية المختلفة ودراسة الأيديولوجيات التي تحكم الاتصال في العالم على مر العصور ، ومقارنة ذلك مع النظام الاتصالي (الإعلامي) في ظل الحكم الإسلامي . وذلك ليطلع الإعلامي المسلم على تجارب الآخرين الاتصالية في مختلف أنظمة الحكم والاستفادة من إيجابياتها وتفادي سلبياتها .
- ٥- تشجيع الباحثين على وضع نموذج علمي محدد الملامح واضح المعالم للاتصال الإسلامي لا يتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية ، ومستنبط من كتاب الله وسنة نبيه صلى الله عليه وسلم ، والاستغناء عن النماذج الإتصالية التي تتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية والاستفادة من بحوث العلماء المسلمين في علم الاتصال من المختصين الذين سبقوهم في هذا المجال .
- ٦ - تخريج دعاة مسلمين قادرين على العمل في أجهزة الاتصال المختلفة (صحافة - أذاعة - تلفزيون - انترنيت... الخ) لأثراء وسائل الاتصال في مختلف البلاد الإسلامية بكفاءات تجمع بين الثقافتين الاتصالية والشرعية (الإسلامية) .
- ٧ - تدريب الطلاب على العمل الاعلامي والتعامل مع وسائل الاتصال الجماهيرية ، بهدف اثراء الساحة الاعلامية الإسلامية بالاعلاميين المسلمين .
- ٨ - اثراء البحث العلمي في مجال الاعلام الاسلامي ، واعداد الباحثين وتأهيلهم للانتحاق بمرحلة الدراسات العليا في التخصصات الاعلامية .
- ٩ - معالجة قضايا المجتمع العراقي من خلال وسائل الاتصال معالجة اسلامية تتوافق مع مقاصد الشريعة الاسلامية ، وذلك من خلال اعداد الكفاءات البشرية المتخصصة في مجالات الاتصال والاعلام الاسلامي .
- ١٠ - اكساب الطلاب مهارات التعامل مع تكنولوجيا الاتصال المتطورة ومواكبة التطور الحاصل في اساليب الاتصال الحديثة .

ثالثاً : مناهج أقسام الأعلام الإسلامي: (١)

- على ضوء الأهداف السابقة فإن أقسام الأعلام الإسلامي تتميز بسمات خاصة تميزها عن أقسام الأعلام العامة ، فأقسام الأعلام العامة لا تدرس الأ مناهج الاتصالية وما يعزز تلك المناهج من دراسات علم النفس والاجتماع... الخ
- أما أقسام الأعلام الإسلامي فتدرس إضافة إلى مناهج علوم الاتصال مناهج علوم الشريعة الإسلامية وعليه فإن مناهجها تضم المواد التالية :
١. مجموعة العلوم الإسلامية : مثل (علوم القرآن - والحديث والفقهاء والعقيدة والعبادات والأديان...) وذلك لتزويد الطالب بعلوم الشريعة الإسلامية فتصبح له خلفية دينية إسلامية ، تمكنه من العمل في الإعلام الإسلامي .
 ٢. مجموعة علوم الإعلام والاتصال بالجماهير : مثل (الإعلام والعلاقات العامة والدعاية والدعوة والإعلان والحرب النفسية والرأي العام والتحرير الصحفي واعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية والإعلام الدولي...) وما يتبع تلك المناهج من دروس تطبيقية تفي بمتطلبات التدريب على العمل الاتصالي والإعلامي مثل (استديو إذاعي وتلفزيوني وصحيفة للتدريب على العمل الصحفي ومختبر للتصوير الفوتوغرافي والتدريب على الحاسوب والانترنت ..)
 - ٣ . مجموعة المواد اللغوية : وتشمل على (النحو والصرف وعلم اللغة و فقه اللغة والبلاغة والنقد والأدب) الى جانب اللغات الأجنبية الحية .

(١) انظر محي الدين عبد الحليم ، ندوة أقسام الإعلام بالجامعات العربية (الامارات : العين ، ١٩٨٤ م) ص ١٤٨ - ١٤٩ انظر ايضاً : المقررات الدراسية لقسم الاعلام ، كلية الانسانيات والعلوم الاجتماعية ، جامعة قطر ، الدوحة . ينظر ايضاً : المقررات الدراسية لفروع (الاذاعة والتلفزيون - الصحافة - العلاقات العامة) كلية الدعوة واصول الدين ، جامعة ام القرى ، المملكة العربية السعودية .

(١) انظر محي الدين عبد الحليم ، ندوة أقسام الاعلام بالجامعات العربية ، مرجع سبق ذكره ، ص ١٥٢ - ١٥٣ . انظر ايضاً : كرم شلبي ، الخبر الصحفي وضوابطه الاسلامية ، مرجع سبق ذكره ، ص ١٤ - ١٥ . ينظر ايضاً : لمقررات الدراسية لقسم الاعلام ، كلية الاداب والعلوم الانسانية ، جامعة الملك عبد العزيز ، المملكة العربية السعودية .

٤ . مجموعة المواد الثقافية العامة : التي تصطبغ بالصبغة الإسلامية مثل (التاريخ الإسلامي والاقتصاد الإسلامي وجغرافية العالم الإسلامي وعلم النفس الاجتماعي وقانون الإعلام)
رابعاً : فروع أقسام الإعلام الإسلامي:

بعد ان عرفنا الاعلام الاسلامي وعرضنا الاهداف التي تسعى اقسام الاعلام الاسلامي الى تحقيقها وحددنا المناهج التي تتضمنها اقسام الاعلام الاسلامي ، اصبح بالامكان تحديد الفروع التي تتفرع اليها اقسام الاعلام الاسلامي .
وبما ان اساس كل عمل ناجح في الحياة لا بد ان ينطلق من الاهداف المراد تحقيقها من ذلك العمل كان لا بد من الرجوع الى الاهداف التي وضعت عند تأسيس الجامعة الاسلامية أولاً وموازنتها مع انماط الاتصال (الاعلام) تبعاً للهدف العام من الاتصال . وهي كما بينا سابقاً تنقسم الى خمسة انماط (بمعنى انواع) هي : الإعلام (بمعنى الإخبار ونقل المعلومات) والدعاية في الاعلام العام يقابلها الدعوة في الاعلام الاسلامي والعلاقات العامة ، والاعلان ، واخيراً الحرب النفسية .
وكل نمط من هذه الأنماط يمثل في حقيقته فرعاً من فروع الإعلام الاسلامي اذا ما اريد الاحاطة بذلك الاعلام احاطة تامة .

١ – الإعلام : لا بد من إعداد دعاة مسلمين متخصصين في الإعلام ليتمكنوا من نقل المعلومات من فقه وعبادات وإرشاد وتوجيه الى المسلمين كافة داخل المجتمع الإسلامي .

٢ – الدعوة الإسلامية : كذلك فان الإعلام الإسلامي بحاجة الى مختصين في الدعوة الإسلامية التي يحيطها كثير من الغموض والمفاهيم الخاطئة في الأوساط الدينية في الوقت الحاضر . وتعرف تعريفاً خاطئاً أدى بالتالي الى فشل معظم الدعاة المسلمين في مجاراة تطورات العصر ومواكبة ذلك التطور والتكيف مع مختلف وسائل الاتصال العصرية . وبذلك يصبح من الضروري جداً دراسة الدعوة الإسلامية دراسة أكاديمية علمية .

٣ – العلاقات العامة : وكذلك تبرز الحاجة في الإعلام الإسلامي لاعداد مختصين في العلاقات العامة لرفد المؤسسات الإعلامية والعلمية الإسلامية لتعزيز عملها وانجاح مهماتها وكذلك لتعزيز أواصر المحبة والعلاقات الاجتماعية الحميدة داخل المجتمع الإسلامي فضلاً عن حاجة جميع الدوائر والمؤسسات الى مختصين في العلاقات العامة تنبع من قيم الإسلام ومفاهيمه .

٤ – الإعلان : كما وتبرز الحاجة الى دراسة الإعلان دراسة وافية من قبل رجل الإعلام الإسلامي الذي سيحتاج الى الترويج للصحيفة او المجلة الإسلامية او للفكرة الإسلامية التي تنتشر في الصحيفة والإعلان عن البرامج الإسلامية والتذكير بها ومخاطبة غرائز ونفسية الأفراد لغرض سحبهم إلى متابعة المواد الإسلامية والاطلاع عليها . وكذلك يحتاج الداعية المسلم الذي يرغب في إلقاء محاضرة او خطبة في مناسبة دينية إلى جمع اكبر عدد ممكن من الناس لسماع خطبته ولا يحدث ذلك الا عن طريق الإعلان .

٥ – الحرب النفسية : إن هنالك حاجة ماسة لان يتعلم رجل الإعلام المسلم أساليب الحرب النفسية وطرق الإعداد لها لمواجهة الحملات الإعلامية المعادية للإسلام سواء تلك التي تصدر من اللادينيين او من قبل اتباع الديانات الأخرى والتي تستهدف تشويه حقيقة الإسلام الناصعة . ومن هنا تبرز الحاجة إلى التخصص في الحرب النفسية لغرض التصدي لحملات التشويه والافتراء ضد الإسلام ، وكذلك لشن حرب نفسية ضد أعداء الإسلام ولا يتم ذلك الا عن طريق الإحاطة التامة بكل ما له صلة بالحرب النفسية التي هي نمط من أنماط الاتصال .

وتأسيساً على ما سبق وبعد مراجعة المناهج التي تدرس في أقسام وكليات الإعلام ، سواء منها التي تدرس الإعلام الإسلامي او تلك التي تدرس الإعلام العام .

فإني اقترح ثلاثة فروع لقسم الإعلام الإسلامي عند تأسيسه في الجامعة الإسلامية هي : (فرع الاذاعة والتلفزيون ، فرع الصحافة ، فرع العلاقات العامة) . تتطور بعد أربع سنوات إلى سبعة أقسام بعد تحول القسم إلى كلية للإعلام الإسلامي حيث تصبح (قسم الصحافة ، قسم الإذاعة والتلفزيون ، قسم العلاقات العامة ، قسم الرأي العام وبحوث الجمهور ، قسم الحرب النفسية ، قسم الدعوة والإعلام الدولي ، قسم الإعلان) .

خامساً : - بناء نموذج نظري لقسم الإعلام الإسلامي في الجامعة الإسلامية - بغداد :

بينت في مطلب سابق من هذا البحث الأهمية التي يحظى بها الاتصال في حياة البشر في المجالات الفكرية والسياسية والدينية والثقافية والعلاقات الإنسانية . . . الخ .

وكيف ان نظريات الاتصال تمت صياغتها لتناسب قيم المجتمعات الغربية التي تختلف اختلافاً كبيراً مع قيم المجتمعات الإسلامية ، وبالتالي برزت الحاجة الى التنظير لنموذج اسلامي في الاعلام .

وان كثيراً من الجامعات الاسلامية في مختلف الدول الاسلامية اخذت على عاتقها استحداث فروع واقسام وكليات للاعلام الاسلامي ، وذلك بهدف سد الفراغ الحاصل في الساحة الاعلامية للمسلمين .

وفي بلدنا العراق ولظروف سياسية تتعلق بطبيعة النظام السياسي الحاكم في المدة التي سبقت احتلال بغداد واسقاط النظام الحاكم في نيسان ٢٠٠٣ م ، لم يحدث ان تمكنت الاوساط الاسلامية من استحداث قسم للاعلام الاسلامي في احدى كليات العلوم الاسلامية في العراق والتي هي : كلية العلوم الاسلامية – جامعة بغداد ، وكلية الامام الاعظم التابعة الى وزارة الاوقاف والشؤون الدينية ، وجامعة صدام للعلوم الاسلامية . على الرغم من وجود المحاولات لاستحداث مثل هذه الاقسام كانت احداها محاولة تقدمت بها الى جامعة صدام للعلوم الاسلامية في عام ٢٠٠٢ م . لاستحداث قسم للاعلام الاسلامي ولكن هذه المحاولة بقيت رهينة الورق ولم يتم تطبيقها على ارض الواقع ، وذلك بسبب انشغال البلد بالتهديدات العسكرية المستمرة والتي انتهت باحتلاله واسقاط نظام الحكم فيه في ٩ نيسان ٢٠٠٣ م.

وبعد عودة الحياة الى شبه طبيعتها وتغيير اسم جامعتنا من جامعة صدام للعلوم الاسلامية الى الجامعة الاسلامية – بغداد . فاني اعود فأقدم هذه الدراسة بعد تطويرها وازضافة بعض المصادر اليها وبعد اطلاعي على عدد اكبر من مقررات ومفردات ومناهج اقسام الاعلام العامة وأقسام الإعلام الإسلامي في جامعات الدول العربية والاسلامية من خلال (شبكة المعلومات العالمية –الانترنت) . وانا اذ اتقدم بهذا المشروع ادعو الله سبحانه وتعالى القبول والسداد . وان يلهم ادارة الجامعة مناقشته وقبوله لما فيه من خير للاسلام والمسلمين في بلدنا العراق .

لكي يسهم هذا القسم في رفد المجتمع العراقي بمؤسساته وهيئاته بالتخصصات الإعلامية المسلمة القادرة على محاكاة الواقع اعلامياً وفق ضوابط الشريعة الاسلامية . وتخريج احيال من الاعلاميين المتسلحين بالفكر الاسلامي الصحيح ليساهموا في بناء المجتمع العراقي بناءً فكرياً ينسجم وتعاليم ديننا الحنيف .

وفيما يلي تفصيل لفروع قسم الاعلام والمقررات الدراسية المقترحة في كل فرع :

١ – فرع الإذاعة والتلفزيون

لغرض إعداد دعاة مسلمين متخصصين في الإذاعة والتلفزيون ، أي يستطيعون استخدام الإذاعة والتلفزيون لغرض الإعلام الإسلامي كان لابد من إعدادهم إعداداً جيداً لغرض تعليمهم كيفية إعداد وتقديم البرامج الإسلامية في هاتين الوسيلتين الاتصاليين ليساهموا في سد الفراغ الموجود في العراق وبقيّة البلاد الإسلامية التي تفتقر الى وجود دعاة مسلمين يستطيعون التعامل مع هاتين الوسيلتين . وتكون المقررات كالآتي :-

السنة الثانية الإذاعة والتلفزيون			السنة الأولى الإذاعة والتلفزيون		
عدد الوحدات	اسم المقرر (المادة)	ت	عدد الوحدات	اسم المقرر (المادة)	ت
٢	أصول الفقه	١	٢	علوم القرآن الكريم	١
٢	الأديان	٢	٢	علوم الحديث الشريف	٢
٢	العقيدة	٣	٢	العقيدة	٣
٢	صحافة إذاعية وتلفزيونية	٤	٢	الفقه	٤
٢	اللغة العربية	٥	٢	اللغة العربية	٥
٢	اللغة الإنكليزية	٦	٢	اللغة الإنكليزية	٦
٢	الثقافة الاسلامية	٧	٢	الثقافة الاسلامية	٧
٢	الإعلام الإسلامي	٨	٢	الاتصال والإعلام الإسلامي	٨
٢	نظريات الاتصال	٩	٢	علم النفس الاجتماعي	٩
	العلاقات عامة	١٠	٢	التحرير الصحفي الإذاعي والتلفزيوني	١٠
٢٠	مجموع الوحدات		٢٠	مجموع الوحدات	

السنة الرابعة الإذاعة والتلفزيون			السنة الثالثة الإذاعة والتلفزيون		
عدد الوحدات	اسم المقرر (المادة)	ت	عدد الوحدات	اسم المقرر (المادة)	ت
٢	الاتصال والإعلام الإسلامي	١	٢	الغزو الفكري	١
٢	التدريب العملي (إعداد وإخراج وتقديم برامج)	٢	٢	العقيدة	٢
٢	الإعلان	٣	٢	الدعوة الإسلامية	٣
٢	برامج وتقنيات إذاعية وتلفزيونية	٤	٢	برامج وتقنيات إذاعية وتلفزيونية	٤
٢	اللغة العربية	٥	٢	اللغة العربية	٥
٢	اللغة الإنكليزية	٦	٢	اللغة الإنكليزية	٦
٢	الثقافة الإسلامية	٧	٢	الثقافة الإسلامية	٧
٢	الحرب النفسية	٨	٢	الرأي العام وبحوث الجمهور	٨
٢	الإعلام والتنمية	٩	٢	صحافة إذاعية وتلفزيونية	٩
٢	الإعلام العراقي وتاريخ الإذاعة	١٠	٢	قانون الإعلام	١٠
٢	بحث تخصص	١١	٢	إعلام دولي وعربي	١١
٢٢	مجموع الوحدات		٢٢	مجموع الوحدات	

ويمكن تناول المقررات السابقة بتفصيلٍ مفردات كل مادة وكما يأتي * (١) :-

أ - الاتصال والإعلام الإسلامي :

تركز هذه المادة على دراسة بدايات الاتصال الإنساني ومفاهيمه وفلسفته وتطوره إلى علم قائم بذاته له نظرياته وأساليبه ووسائله . وتخرج على تعريف الإعلام الإسلامي وماهية النظرية الإسلامية في الإعلام . وتكون مفردات المادة كآلاتي :-

- ١ - تعريف الاتصال الإنساني والاتصال الجماهيري .
- ٢ - بداية الاتصال ونشأته وتطوره .
- ٣ - فنون الاتصال وأساليبه ونماذجه .
- ٤ - مستويات الاتصال .
- ٥ - أنواع الاتصال ومفاهيمه .
- ٦ - عناصر العملية الاتصالية .

* اغفل الباحث مفردات مواد العلوم الشرعية وذلك لكونها مقررة في الجامعة الإسلامية أصلاً .

(١) قام الباحث بالاستفادة من مفردات المواد المقررة في أقسام الإعلام في الجامعات العراقية والعربية وكما يأتي:

أ. المقررات الدراسية لفروع (الإذاعة والتلفزيون - الصحافة - العلاقات العامة) كلية الدعوة واصل الدين ، مصدر سبق ذكره

ب. المقررات الدراسية لقسم الإعلام ، كلية الإنسانيات والعلوم الاجتماعية ، جامعة قطر ، مصدر سبق ذكره .
ج. المقررات الدراسية لقسم الإعلام ، كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، جامعة الملك عبد العزيز ، مصدر سبق ذكره .

د. المقررات الدراسية لقسمي (الإذاعة والتلفزيون - الصحافة) كلية الإعلام ، جامعة بغداد ، العراق .
هـ. المقررات الدراسية لأقسام (العقيدة والدعوة - علوم الحديث - الفقه - علوم القرآن) في كليات الجامعة الإسلامية - بغداد ، العراق .

و. المقررات الدراسية لقسم الإعلام في جامعة الكويت .

ز. المقررات الدراسية لقسم الإعلام ، كلية الآداب ، جامعة العلوم والتكنولوجيا للتعليم عن بعد - اليمنية .

٧ - نظريات الاتصال .

٨ - مفهوم الاعلام الاسلامي .

٩ - خصائص الاعلام الاسلامي .

ب - التحرير الصحفي الإذاعي والتلفزيوني :

تهدف هذه المادة الى تدريب الطالب على التحرير الصحفي وفن الكتابة للاذاعة والتلفزيون ، والتعريف بالفنون والقوالب الإذاعية والتلفزيونية التي يمكن من خلالها تقديم المواد الاسلامية في الاذاعة والتلفزيون وتكون مفردات تلك المادة كما يأتي :

١ - كتابة الخبر للاذاعة والتلفزيون .

٢ - كتابة التقرير للاذاعة والتلفزيون .

٣ - الفنون والقوالب المعتمدة في الإذاعة والتلفزيون .

٤ - قوالب التحرير الصحفي الإذاعي والتلفزيوني .

٥ - التدريب على إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية .

ج - علم النفس الاجتماعي :

وتتناول هذه المادة دراسة النفس البشرية والسلوك والغرائز والدوافع للفرد . وتتناول تأثير الجماعة والمجتمع على ذلك الفرد . والاطلاع على نظريات علم النفس الاجتماعي وذلك بهدف التوصل الى افضل الطرق والاساليب في الوصول الى الافراد والجماعات في عملية الاتصال . وتكون مفردات المادة كالاتي :

١ - ماهية علم النفس الاجتماعي .

٢ - أهم النظريات في علم النفس الاجتماعي .

٣ - الإنسان ككفس بشرية (الدوافع والغرائز والسلوك) .

٤ - الإنسان كعضو في جماعة ، تأثير الجماعة على الفرد .

٥ - مطابقة نظريات الاتصال مع نظريات علم النفس الاجتماعي .

د - الإعلام الإسلامي :

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب على النظرية الإسلامية في الإعلام . ومفهوم التأهيل النظري والتطبيقي للإعلام الإسلامي . وتتطرق إلى أهم النماذج الإسلامية في الإعلام ، من خلال استعراض ما توصل اليه الباحثون في مجال الإعلام الإسلامي . وتقدم المادة أيضاً تعريفاً للإعلام الإسلامي وأهميته والخصائص والسمات التي تميزه عن الاعلام بمفهومه العام . وتقدم المادة نماذج عن الاساليب الاعلامية التي وردت في القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة وتتألف مفردات المادة مما يأتي :

١ - تعريف الاعلام الاسلامي - مفهومه - أهميته .

٢ - خصائص وسمات الاعلام الاسلامي .

٣ - النماذج الاعلامية الحالية لمختلف الانظمة السياسية وموقف الاسلام منها .

٤ - اهداف الاعلام الاسلامي .

٥ - وظائف الاعلام الاسلامي .

٦ - اساليب الاتصال من القرآن الكريم .

٧ - اساليب الاتصال من السنة النبوية المطهرة .

هـ - نظريات الاتصال :

تركز هذه المادة على تعريف الطالب بأهم نظريات الاتصال الجماهيري التي توصل اليها علماء الاتصال وأهمية تلك النظريات في العملية الاتصالية ، كونها اخضعت للتجريب من قبل علماء الاتصال على المجتمعات لمعرفة افضل الاساليب والطرق للتأثير على الجمهور . وتكون مفردات هذه المادة كما يأتي :

١ - ماهية نظريات الاتصال وأهميتها .

٢ - استعراض نظريات الاتصال الجماهيري

٣ - أهمية وسائل الاتصال الجماهيري . .

٤ - وظائف الاتصال الجماهيري .

٥ - تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على المجتمع .

و - العلاقات العامة :

تهدف هذه المادة الى إعطاء الطالب فكرة عن العلاقات العامة من حيث تعريفها وماهيتها وحدود تطبيقها ودراسة نشأتها وتطورها وشرح أساليب العلاقات العامة في الوصول إلى جمهورها . وتكون مفرداتها كالاتي :

١ - التعريف بمفهوم العلاقات العامة وأهميتها .

٢ - العلاقات العامة وعلاقتها بأنواع الاتصال الأخرى .

٣ - أهداف وخصائص العلاقات العامة .

٤ - أساليب العلاقات العامة وجمهورها .

٥ - العلاقات العامة في الإسلام .

ز - الدعوة الإسلامية :

تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب بأساليب الدعوة الإسلامية ووسائلها وأهميتها في تبليغ الدين الإسلامي، وأهمية وسائل الاتصال الجماهيري للدعوة الإسلامية ، وشروط ومواصفات الداعية المسلم . وتتألف مفرداتها مما يأتي :

١ - تعريف الدعوة الإسلامية .

٢ - مراحل الدعوة الإسلامية في عهد النبي محمد ع

٣ - علاقة الدعوة الإسلامية ومكانتها في علم الاتصال .

٤ - أساليب الدعوة الإسلامية من الكتاب والسنة .

٥ - وسائل تبليغ الدعوة الإسلامية .

٦ - شروط ومواصفات الداعية .

ح - برامج وتقنيات إذاعية وتلفزيونية:

تهدف الدراسة لهذه المادة إلى إعطاء الطالب معلومات عن خطوات تنفيذ وإنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية والتعرف على أدوات الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني من خلال التدريب العملي وتتألف مفردات هذه المادة مما يأتي:

١ - خطوات إنتاج البرنامج الإذاعي .

٢ - خطوات إنتاج البرنامج التلفزيوني .

٣ - العوامل المؤثرة على عملية إنتاج وإخراج البرامج الإذاعية والتلفزيونية .

٤ - المؤثرات الصوتية والصوتية في البرامج الإذاعية والتلفزيونية .

٥ - استخدام تقنيات الحاسوب في برامج الإذاعة والتلفزيون .

٦ - فنون وأساليب إخراج البرامج الإذاعية والتلفزيونية .

ط - الرأي العام وبحوث الجمهور :

تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب على دراسات الرأي العام ، وطرق تكوين الرأي العام ، والتعريف به والعوامل المؤثرة على الرأي العام ودور وسائل الاتصال في تشكيل الرأي العام وتوجيهه ، وأهمية البحوث والدراسات التي تجرى على الجمهور في نجاح العملية الاتصالية . وتتألف مفردات هذه المادة مما يأتي :

١ - تعريف الرأي العام .

٢ - أهمية بحوث الجمهور والرأي العام للقائمين بالاتصال .

٣ - دور وسائل الاعلام في تكوين الرأي العام .

٤ - دور الرأي العام وأثره في توظيف وسائل الاعلام .

٥ - نظريات التأثير في الرأي العام .

ي - قانون الإعلام

تهدف هذه المادة الى تعريف الطلاب بأهم القوانين العالمية والمحلية الصادرة والتي تخص الاعلام مثل حرية النشر وقانون العقوبات وذلك ليتعرف على ما يمكن نشره في وسائل الاعلام من الناحية القانونية، والعقوبات المترتبة على نشر المعلومات الكاذبة ، وربط ذلك بضوابط الشريعة الإسلامية في النشر وتتألف مفردات هذه المادة من الآتي :

١ - ماهية قانون الاعلام مع نبذة تاريخية .

٢ - قانون حرية النشر .

٣ - ضوابط النشر من الناحية القانونية .

٤ - ضوابط الشريعة الإسلامية في النشر .

ك- إعلام دولي وعربي :
تهدف هذه المادة الى إعطاء الطالب فكرة عن الأنظمة الإعلامية في العالم والوطن العربي ومدى الحرية الممنوحة في كل نظام والاطلاع على وسائل الاتصال من حيث عددها وتاريخها في كل بلد وتتألف مفرداتها مما يأتي : -

- أولا : الإعلام الدولي
- ١ - الأنظمة الإعلامية في العالم .
- ٢ - وسائل الإعلام الدولي .
- ٣ - وكالات الأنباء العالمية .
- ٤ - النظام الإعلامي الدولي الحالي .

ثانياً : الإعلام العربي

- ١ - الأنظمة الإعلامية في العالم العربي .
- ٢ - وسائل الإعلام في الدول العربية .

أ . الإذاعات
ب . القنوات التلفزيونية
ج . الصحافة
د . وكالات الأنباء

ل - الإعلان :

تهدف هذه المادة الى إعطاء الطالب فكرة عن ماهية الإعلان ، والوسائل والأساليب الإعلانية الناجحة، وأهمية الوسائل الاتصالية الحديثة في إنجاح الإعلان كما وتعطي الطالب فكرة عن موقف الإسلام من الإعلان وكيفية تحديده بضوابط إسلامية . وتتألف مفردات المادة مما يأتي : -

- ١ - تعريف الإعلان مع نشأته وتطوره .
- ٢ - وسائل الإعلان وأنواعها وأهميتها كل وسيلة .
- ٣ - استخدام تكنولوجيا وسائل الإعلام ومعايير اختيار الوسيلة .
- ٤ - أنواع الإعلان .
- ٥ - وظائف الإعلان .
- ٦ - أهمية الإعلان في المجتمع .

م - الحرب النفسية :

تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب بماهية الحرب النفسية ومكانتها بين انواع الاتصال ، والوقوف على اساليبها وحدود تأثيرها واهميتها في اوقات التنافس والصراع ، والتعرف على الضوابط الاسلامية للحرب النفسية . وتتألف مفرداتها مما يأتي :

- ١ - تعريف الحرب النفسية .
- ٢ - اهمية الحرب النفسية .
- ٣ - اساليب الحرب النفسية .
- ٤ - اهم الوسائل الاتصالية للحرب النفسية .
- ٥ - الحرب النفسية في التاريخ الاسلامي .
- ٦ - الحرب النفسية في العصر الحديث وتأثيرها على المجتمعات .

ن - الإعلام والتنمية:

تهدف هذه المادة الى التعريف بعملية التنمية ومفاهيمها ونظرياتها ، ودور وسائل الاتصال في تعزيز التنمية ، وبيان الصعوبات التي تعترض التنمية في المجتمعات وكيفية تجاوز تلك الصعوبات عن طريق الاتصال . وتتألف مفردات هذه المادة مما يأتي :

- ١ - تعريفات الاعلام التنموي والمفاهيم والنظريات المتعلقة بالاعلام والتنمية .
- ٢ - دور وسائل الاتصال في تعزيز التنمية الوطنية .
- ٣ - التنمية الزراعية .

٤ - التنمية الصناعية .

٥ - الوعي الصحي والبيئي .

٦ - دور الانسان في التنمية وكيفية العمل على انجاحها .

٧ - التنمية الوطنية في العراق ودور وسائل الاتصال في انجاح العملية التنموية .

س - الإعلام العراقي وتاريخ الإذاعة :

تهدف هذه المادة الى تعريف الطالب بتاريخ الإعلام العراقي وطبيعة الأنظمة الإعلامية المتعاقبة حسب الانظمة السياسية التي حكمت العراق . كما وتعرف الطالب على تاريخ الإذاعة والتلفزيون في العراق وتتألف مفردات المادة من الآتي :

١ - ماهية الاعلام العراقي.

٢ - الانظمة الاعلامية في العراق .

٣ - تاريخ الاذاعة والتلفزيون في العراق .

٤ - قانون المطبوعات العراقي .

٥ - وسائل الاعلام في العراق .

٢ - فرع الصحافة:

يهدف هذا الفرع الى إعداد متخصصين في العمل الصحفي في الصحف والمجلات يستطيعون إيصال الفكرة الإسلامية عن طريق الفنون الصحفية (الخبر - المقال - التحقيق - العمود ... الخ) وذلك لسد الفراغ في الساحة الإسلامية في مجال التحرير الصحفي ، ورفد الوسائل المقرؤة بالصحفيين المسلمين المتسلحين بالفكر الاسلامي الصحيح . وتكون مقررات القسم كما يأتي :-

السنة الثانية صحافة			السنة الأولى صحافة		
عدد الوحدات	اسم المقرر (المادة)	ت	عدد الوحدات	اسم المقرر (المادة)	ت
٢	علوم القرآن الكريم	١	٢	علوم القرآن الكريم	١
٢	الأديان	٢	٢	علوم الحديث الشريف	٢
٢	العقيدة	٣	٢	العقيدة	٣
٢	اصول الفقه	٤	٢	الفقه	٤
٢	اللغة العربية	٥	٢	اللغة العربية	٥
٢	اللغة الإنكليزية	٦	٢	اللغة الإنكليزية	٦
٢	الثقافة الإسلامية	٧	٢	الثقافة الإسلامية	٧
٢	العلاقات العامة	٨	٢	الاتصال والإعلام الإسلامي	٨
٢	نظريات الاتصال	٩	٢	علم النفس الاجتماعي	٩
٢	التحرير الصحفي	١٠	٢	التحرير الصحفي	١٠
٢	الرأي العام وبحوث الجمهور	١١			
٢٢	مجموع الوحدات		٢٠	مجموع الوحدات	

المرحلة الرابعة صحافة	المرحلة الثالثة صحافة
--------------------------	--------------------------

ت	اسم المقرر (المادة)	عدد الوحدات	ت	اسم المقرر (المادة)	عدد الوحدات
١	علوم القرآن الكريم	٢	١	علوم القرآن الكريم	٢
٢	الفقه	٢	٢	إعلام عراقي وتاريخ الصحافة العراقية	٢
٣	العقيدة	٢	٣	العقيدة	٢
٤	الإعلام والدعوة الإسلامية	٢	٤	الإعلام الإسلامي والتنمية	٢
٥	اللغة العربية	٢	٥	اللغة العربية	٢
٦	اللغة الإنكليزية	٢	٦	اللغة الإنكليزية	٢
٧	الثقافة الإسلامية	٢	٧	الثقافة الإسلامية	٢
٨	إعلام دولي وعربي	٢	٨	الحرب النفسية	٢
٩	التحرير الصحفي	٢	٩	التحرير الصحفي	٢
١٠	التدريب على العمل الصحفي	٢	١٠	التدريب على العمل الصحفي	٢
١١	الإعلان	٢	١١	بحث التخصص	٢
	مجموع الوحدات	٢٢		مجموع الوحدات	٢٢

وقد تناولت في المطلب السابق هذه المقررات بتفصيل مفرداتها وسأكتفي هنا بأعطاء مفردات للمواد التي لم تتكرر في المطلب السابق وهي كما يأتي :

١ - التحرير الصحفي :

تهدف هذه المادة الى تدريب الطلاب على فن التحرير الصحفي ، وطرق واساليب الكتابة في الصحافة والتعرف على القوالب الفنية المستخدمة في الصحافة ، كالتحقيق والخبر والمقال والمقابلة ، وكيفية الحصول على المعلومات الصحفية وتتألف مفردات هذه المادة مما يأتي :-

- ١ - الخبر الصحفي وضوابطه الاسلامية .
- ٢ - فن كتابة الخبر الصحفي .
- ٣ - المقال واهميته وانواعه ووظائفه وطرق كتابته .
- ٤ - التحقيق الصحفي واهميته وانواعه ووظائفه وطرق كتابته .
- ٥ - التدريب على الكتابة الصحفية .
- ٦ - المقابلات الصحفية .
- ٣ - فرع العلاقات العامة:

يهدف هذا الفرع الى اعداد دعاة مسلمين مختصين في العلاقات العامة وفق الفكرة الاسلامية ، يستطيعون العمل في المؤسسات المختلفة ليعكسوا الفكرة الاسلامية في العلاقات العامة ، وكذلك لغرض تحسين اواصر العلاقات الاجتماعية العامة في المجتمع من منظور اسلامي . وتكون مقررات القسم كما يأتي

المرحلة الثانية علاقات عامة			المرحلة الأولى علاقات عامة		
ت	اسم المقرر (المادة)	عدد الوحدات	ت	اسم المقرر (المادة)	عدد الوحدات
١	علوم القرآن الكريم	٢	١	علوم القرآن الكريم	٢

٢	الأديان	٢	٢	علوم الحديث الشريف	٢
٢	العقيدة	٣	٢	العقيدة	٣
٢	أصول الفقه	٤	٢	الفقه	٤
٢	الاتصال والإعلام الإسلامي	٥	٢	الاتصال والإعلام الإسلامي	٥
٢	اللغة العربية	٦	٢	اللغة العربية	٦
٢	اللغة الإنكليزية	٧	٢	اللغة الإنكليزية	٧
٢	الثقافة الإسلامية	٨	٢	الثقافة الإسلامية	٨
٢	الإعلان	٩	٢	علم النفس الاجتماعي	٩
٢	العلاقات العامة الإسلامية	١٠	٢	العلاقات العامة الإسلامية	١٠
٢	الرأي العام وبحوث الجمهور	١١			
٢٢	مجموع الوحدات		٢٠	مجموع الوحدات	

المرحلة الرابعة علاقات عامة			المرحلة الثالثة علاقات عامة		
عدد الوحدات	اسم المقرر (المادة)	ت	عدد الوحدات	اسم المقرر (المادة)	ت
٢	علوم القرآن الكريم	١	٢	علوم القرآن الكريم	١
٢	إعلام عراقي	٢	٢	الفقه	٢
٢	العقيدة	٣	٢	العقيدة	٣
٢	الإعلام الإسلامي والتنمية	٤	٢	الإعلام والدعوة الإسلامية	٤
٢	اللغة العربية	٥	٢	اللغة العربية	٥
٢	اللغة الإنكليزية	٦	٢	اللغة الإنكليزية	٦
٢	الثقافة الإسلامية	٧	٢	الثقافة الإسلامية	٧
٢	نظريات الاتصال	٨	٢	إعلام دولي وعربي	٨
٢	العلاقات العامة الإسلامية	٩	٢	العلاقات العامة الإسلامية	٩
٢	التدريب العملي (علاقات عامة)	١٠	٢	التدريب العملي على العلاقات العامة	١٠
٢	بحث التخصص	١١	٢	الحرب النفسية	١١
٢٢	مجموع الوحدات		٢٢	مجموع الوحدات	

وفي نهاية البحث لا بد من الإشارة الى ان القسم يحتاج الى توفير استوديو اذاعي وتلفزيوني لتدريب طلاب فرع الاذاعة والتلفزيون ، كما يحتاج الى اصدار جريدة لتدريب طلاب قسم الصحافة كما ان الملاكات التدريسية في كافة التخصصات متوفرة في بلدنا العراق .

مراجع ومصادر البحث.

أولاً : المعاجم العربية:

- ١ – ابو عبد الرحمن الفراهيدي ، كتاب العين ، الجزء الثاني (بغداد : دار الرشيد ، ١٩٨١ م) .
- ٢ – مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي ، القاموس المحيط ، المجلد الرابع (القاهرة : مؤسسة الحلبي وشركاؤه ، دون تاريخ) .
- ٣ – محمد بن ابي بكر الرازي ، مختار الصحاح (الكويت : دار الرسالة ، ١٩٨٣ م) .
- ٤ – المنجد في اللغة والإعلام ، الطبعة الثانية والعشرون (بيروت : دار المشرق ، ١٩٧٥ م) .

ثانياً : القواميس:

- 1 – Munir Baalbaki , Dr .Roh :baalbaki , AL- Mawrid pocket dictionary , English – Arabic , Arabic – English (Beirut)
- 2 – Webster’s ninth new collegiate dictionary 1986 by merriam- webster. Publishers . spring bfield , massachusstts , USA.

ثالثاً : الكتب العربية:

- ١ – إبراهيم إمام ، الإعلام الإسلامي ، المرحلة الشفهية (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨٠ م) .
- ٢ – رشدي شحاتة ، مسؤولية الإعلام الإسلامي (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٩٩ م) .
- ٣ – صالح ابو إصبع ، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة (عمان : دار ارام ، ١٩٩٥ م) .
- ٤ – عبد الوهاب كحيل ، الأسس العلمية التطبيقية للإعلام الإسلامي (بيروت : عالم الكتب ، ١٩٨٥ م) .
- ٥ – الغريب زاهر ، اقبال بهياني ، تكنولوجيا التعليم (القاهرة : دار الكتاب الحديث ، بدون تاريخ) .
- ٦ – فضيل دليو ، الاتصال مفاهيمه نظرياته وسائله (القاهرة : دار الفجر ، ٢٠٠٣ م) .
- ٧ – كرم شلبي ، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية ، الطبعة الثانية (جدة : دار الشروق ، ١٩٨٨ م) .
- ٨ – محمد سيد محمد ، الاعلام واللغة (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٢ م) .
- ٩ – محمد سيد محمد ، المسؤولية الإعلامية في الإسلام (القاهرة : مكتبة الخانجي ، ١٩٨٣ م) .
- ١٠ – محمد محمود متولي ، الإعلام الإسلامي والرأي العام (القاهرة : شركة سعيد رأفت للطباعة ، ١٩٨٨ م) .
- ١١ – محمود حسن اسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (القاهرة : الدار العالمية للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٣ م) .
- ١٢ – محي الدين عبد الحلیم ، اشكالات العمل الاعلامي بين الثابت والمعطيات (قطر : وزارة الاوقاف والشؤون الاسلامية ، ١٩٩٨)
- ١٣ – محي الدين عبد الحلیم ، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية ، الطبعة الثانية (القاهرة : مطبعة المدني ، ١٩٨٤ م)
- ١٤ – محي الدين عبد الحلیم ، ندوة اقسام الاعلام بالجامعات العربية (الامارات : العين ، ١٩٨٤ م)
- ١٥ – هادي نعمان الهيبي ، الاتصال الجماهيري ، المنظور الجديد (بغداد : دار الشؤون الثقافية العامة ، ١٩٩٨ م) .
- ١٦ – هادي نعمان الهيبي ، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري (بغداد : دار السامر ، ١٩٩٧ م) .
- ١٧ – هناء حافظ بدوي ، الاتصال بين النظرية والتطبيق (الإسكندرية : المكتب الجامعي الحديث ، ٢٠٠٣ م) .
- ١٨ – يحيى بسيوني مصطفى ، عادل الصيرفي ، التلفزيون الاسلامي ودوره في التنمية (الرياض : عالم الكتب ، ١٩٨٥ م) .
- ١٩ – يوسف محمد قاسم ، ضوابط الاعلام في الشريعة الاسلامية (الرياض : بدون ناشر ، ١٩٧٩ م) .

رابعاً : الكتب المترجمة الى اللغة العربية :

- ١ – اليسون فيكر ، دليل العلاقات العامة ، ترجمة : عبد الحلیم الخزامي (القاهرة : دار الفجر ، ٢٠٠٤ م) .
- ٢ – دي فلور ، م ، س ، بال روكاخ ، نظريات الاعلام ، ترجمة ناجي الجوهر (عمان : دار الامل ، ١٩٩٤ م) .
- ٣ – غوران هدبرو ، الاتصال والتغيير الاجتماعي في الدول النامية ، ترجمة محمد ناجي الجوهر (بغداد : دار الشؤون الثقافية العامة ، ١٩٩١ م) .

خامساً : البحوث المنشورة في الدوريات العربية :

- ١ – سمير محمد حسين ، الاتصال ، مفهومه نظرياته عوائقه متطلباته ، مجلة الفنون الإذاعية ، العدد ٩ ، كانون الأول ١٩٧٥ م .

سادساً : الاطاريح العلمية :

- ١ – هاشم احمد نعيمش ، الإعلام الإسلامي في التلفزيون ، أطروحة دكتوراه (بغداد : جامعة بغداد ، ٢٠٠١ م)

سابعاً : البحوث والدراسات غير المنشورة :

١ - عبد الرزاق محمد الدليمي ، الملامح الأساسية لخطة كلية الإعلام ، دراسة مقارنة مقدمة إلى مجلس كلية الإعلام ، جامعة بغداد .

ثامناً : المقررات الدراسية :

- ١ - المقررات الدراسية لأقسام (الحديث - العقيدة - الفقه - علوم القرآن) لكليات الجامعة الإسلامية - بغداد .
- ٢ - المقررات الدراسية لفروع (الإذاعة والتلفزيون - الصحافة - العلاقات العامة) كلية الإعلام ، جامعة بغداد
- ٣ - المقررات الدراسية لفروع (الإذاعة والتلفزيون - الصحافة - العلاقات العامة) كلية الدعوة و اصول الدين - جامعة ام القرى ، المملكة العربية السعودية .
- ٤ - المقررات الدراسية (لقسم الإعلام ، كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، جامعة الملك عبد العزيز ، المملكة العربية السعودية) .
- ٥ - المقررات الدراسية لقسم الإعلام ، كلية الآداب ، جامعة العلوم والتكنولوجيا - التعليم عن بعد . اليمن .
- ٦ - المقررات الدراسية لقسم الإعلام ، جامعة الكويت .
- ٧ - المقررات الدراسية لقسم الإعلام ، كلية الإنسانيات والعلوم الاجتماعية ، جامعة قطر ، قطر .