



ARID Journals

**ARID International Journal of Media Studies and
Communication Sciences (AIJMCS)**

ISSN: 2709-2062

Journal home page: arid.my/j/AIJMCS

ARID

International Journal of Media Studies and
Communication Sciences
مجلة أريد الدولية للدراسات الإعلامية وعلوم الاتصال
VOL. 3, NO. 5, January 2022, ISSN: 2709-2062

ARID
ARID PUBLICATIONS
ARID.MY/ARIDJCS

مَجَلَّةُ أُرَيْدِ الدَّوْلِيَّةُ لِلدِّرَاسَاتِ الإِعْلَامِيَّةِ وَعِلْمِ الإِتِّصَالِ

المجلد الثالث، العدد الخامس، كانون الثاني 2022م

رقمنة الإعلام الإسلامي وثقافة التغيير

نجاة جبار كاظم

كلية الإعلام - الجامعة العراقية

عبد الهادي محمود الزبيدي

كلية العلوم الإسلامية - جامعة بغداد

abdulhadialzaidi@yahoo.com

arid.my/0003-0032

<https://doi.org/10.36772/arid.aijmcs.2022.353>

ARTICLE INFO**Article history:**

Received 11/08/2021

Received in revised form 27/09/2021

Accepted 01/11/2021

Available online 15/01/2022

<https://doi.org/10.36772/arid.aijmcs.2022.353>**المقدمة:**

في كل عمل أو ميدان نظري أو عملي يراد تطويره، لا بد من اتخاذ خطوات وآليات تناسب هذا التطوير بهدف تحقيق الفائدة المثلى والهدف الأسمى الذي ينبغي تحقيقه، وذلك بناء على غايات مشتركة تسعى لتحقيق الهدف، وهو نفس الأمر المتحصل في رؤية الإعلام الإسلامي للإنسان والكون والحياة- واحتياجات هذا الإعلام وتطويره، وما دامت عملية التطوير حاجة ماسة وغاية كبرى، فلا بد من الشروع في التواصل مع فكرة التطوير أولاً، ومع آليات وخطوات ومراحل هذا التطوير في المراحل التالية، ثم برمجة فكرة الانفتاح على الجوانب المهمة من ذوات العلاقة بعملية عمل هذا الأعمال وتطويره، بحيث تتجمع الغايات والأهداف في بؤرة واحدة تمتد فيما بعد إلى كل الميادين التي يتم التعامل معها.

إن القاعدة العامة من الجمهور، ذات الاهتمامات العريضة هي مستهدفة منذ البدء بعملية تطوير الإعلام الإسلامي، لكونه يسعى جاهدا لخطابها بشكل متواصل وناجح، وكذلك من يمارس العطاء الإعلامي من جيل الشباب؛ الذين يمثلون الانطلاقة الأولى نحو تغيير إيجابي باتجاه رقمنة ممارسات الإعلام الإسلامي وآلياته وبرامجه، ولن تكون نخبة المتخصصين في العمل الإعلامي بمعزل عن هذا الاتجاه نحو الرقمنة، إضافة إلى أصحاب العلم والشأن الإسلامي العام الذي يعد الإعلام الإسلامي من مجالات اهتمامهم، لا سيما من يكون منهم على اتصال شبه دائم بالإعلام ونشر الكلمة بشكل عام، ولذا يسعى هذا البحث إلى دراسة فكرة رقمنة الإعلام الإسلامي، وإلقاء الضوء على مراحل وآليات ذلك، في محاولة تأصيل ذلك نظرياً، بوصف ظاهرة البحث وتعميق النظر إلى مشكلته عبر مبحثين تضمن كل منهما ثلاثة مباحث، للوصول إلى هدف البحث وغايته من ذلك.

أهمية البحث:

الإعلام الإسلامي ليس وليد اللحظة، ولا هو أسير مجالات أو آفاق محدودة أو ضيقة، بل يستند في مرجعيته وأصوله إلى قيم راسخة ومنطلقات واعية وعميقة في علانق الحياة مع الإنسان، ومع بعضها الآخر، ولهذا يتخذ هذا الإعلام أهمية كبرى في الحياة، ومنها يكتسب هذا البحث أهميته الأولى.

كما إن هاجس (الرقمنة) وتطوير العلوم والمهارات والمعارف والسير بها نحو امتلاك الجديد والحديث من الآليات والتطبيقات والممارسات، يمثل هو الآخر قيمة مضافة – لهذا البحث- لكون عملية الرقمنة أكثر من ضرورة لهذا الإعلام وغيره من مجالات الحياة.

مشكلة البحث: يسعى هذا البحث للإجابة على الأسئلة الآتية:

1/ ما مفهوم الرقمنة، وما علاقة ذلك بمعنى التغيير وآلياته؟

2/ هل هناك سياسات إعلامية عامة يتبعها الإعلام الإسلامي للتمكن من الرقمنة؟

3/ ما الجهود الواجبة على مؤسسات الإعلام الإسلامي لتحقيق الرقمنة؟

أهداف البحث:

1/ إيضاح مفهوم الرقمنة، وعلاقته بمعنى التغيير.

2/ الكشف عن السياسات العامة المتبعة لرقمنة الإعلام الإسلامي.

3/ بيان الجهود الواجبة من قبل مؤسسات الإعلام الإسلامي لرقمته.

المبحث الأول: الإعلام الإسلامي والرقمنة:

المطلب الأول: مفهوم الإعلام الإسلامي:

الإعلام لغة¹: من (علم) الذي يدل على أثر في الشيء يميزه عن غيره، ومن ذلك أخذت العلامة، ويأتي الفعل (علم) بمعنى (عرف) فيتعدى إلى مفعول واحد، ويأتي (علم) أيضا بمعنى (شعر) فيكون كذلك وقد يتعدى بالهمزة فيقال: أعلمته بكذا، أو بالتضعيف، فيقال: أعلمته بكذا.

وقال الأصفهاني: إن الإعلام اختص بما كان إخبارا سريعا، وإن التعليم اختص بما يكون بتكرير وتكثير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم.

¹ ينظر: ابن زكريا، مقاييس اللغة، القاهرة، مطبعة الحلبي 1951، ج4، ص 109، والفيومي، المصباح المنير، مطبعة بولاق، ج1، ص 509.

والإعلام التبليغي، يقال: بلغت القوم بلاغا والإبلاغ: الإيصال، وكذلك التبليغ، فابلق وبيّن، وأوصل إشاعة المعلومات وبثها وإذاعتها على الناس. وقال صاحب لسان العرب²: علم وفقه، أي تعلم وتفقه وتعالمه الجميع أي علموه ويقال: استعلم لي خبر فلان وأعلمني إياه. قال تعالى: ((وَمَا يُعَلِّمَانِ مِنْ أَحَدٍ حَتَّى يَقُولَا إِنَّمَا نَحْنُ فِتْنَةٌ فَلَا تَكْفُرْ / سورة البقرة، من الآية 102)) أي إن الملكين بعد إعلام الناس بتحريم السحر يؤمران باجتنابه بعد الإعلام، ويجوز أن تقول: علمت الشيء بمعنى خبرته وعرفته.

وبهذا نصل إلى أن الإعلام في اللغة له معان عدة منها: إنه ترك العلامة في الشيء، لأن الإعلام يترك علامة معنوية، هي تأثير الناس بما يعلمهم به، وإمالة قلوبهم إلى ما يدعون إليه، ولعل هذا يشير إلى أن لكل اتجاه إعلامه الذي يؤثر في الناس به³.

ومنها: إن الإعلام في اللغة العربية لا يكون إلا بين طرفين يقوم أحدهما بالإعلام بالشيء سواء كان خبراً أم تعريفاً أم رأياً فيتلقى الثاني ما أعلم به، وهو لا يحتاج إلى تكرير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم، فالإعلام يكفي فيه مجرد الإخبار⁴.

ومنها: (إن اللفظ العربي للإعلام يحمل دلالات متقاربة تارة ومتباعدة تارة أخرى، فهو بمفهومه المعاصر يعني الاستعلام عن الحوادث والأخبار، ويعني الخبر والرواية، كما يشير إلى الدعاية وإلى التوجيه والإرشاد)⁵.

والإعلام اصطلاحاً يعرف بأنه:

(عملية تزويد الجماهير بالأخبار والحقائق والمعلومات الصادقة عن طريق وسائل خاصة، أو هو اطلاع الرأي العام في الداخل والخارج على ما يدور من أحداث ووقائع، وبث الثقافة والوعي بين صفوفه)⁶.

كما أنه: (تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يصير هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم)

7

ويعرفه سمير حسين بأنه: (معظم أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجماهير بجميع الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والمعلومات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية)⁸.

² ابن منظور الأفرقي، لسان العرب، ص 871.

³ محي الدين خير الله، أثر الإعلام المعاصر في العقيدة والتربية والسلوك، دار النهضة، دمشق، 2007، ص 16.

⁴ د. رحيمة الطيب عيسوي، مدخل إلى الإعلام والاتصال، عالم الكتب الحديث، اربد، 2008، ص 16.

⁵ تيسير محجوب ألفتباني، مقومات رجل الإعلام الإسلامي، دار عمار، عمان، 1987، ص 23.

⁶ د. هادي إلهيتي، الإعلام العربي والدعاية الصهيونية، بغداد، دار الجمهورية، 1969، ص 21.

⁷ د. إبراهيم أمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1983، ص 12.

⁸ سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، عالم الكتب، 1984، ص 22.

وأما الإعلام الإسلامي فكونه يستند في نظريته وتطبيقاته على المفاهيم القرآنية والنبوية فله سماته الخاصة التي يمكن الوقوف عليها من خلال هذه التعريفات، حيث يعرف بأنه: (تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله بصفة مباشرة أو غير مباشرة من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو 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 في معتقداته وعباداته ومعاملاته).⁹

ويعرفه الدكتور محمد منير حجاب بأنه: (جهد فني وعلمي مدروس ومخطط ومستمر وصادق من قبل قائم بالاتصال هيئة كانت أم جماعة أم فردا لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي تناولها، ويستهدف الاتصال بالجمهور العام وهيئاته النوعية وأفراده، بمعظم إمكانيات وسائل الإعلام والإقناع).¹⁰

وينظر إليه على إنه: (تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي ونقل الأخبار والوقائع والمعلومات بصورة صحيحة ومنضبطة داخل الأمة الإسلامية وخارجها).¹¹

كما يعرف الإعلام الإسلامي بأنه: تبليغ الجماهير بحقائق الدين الإسلامي ونقل الأخبار والوقائع والمعلومات بصورة صحيحة ومنضبطة عبر وسائل مخصوصة، داخل الأمة الإسلامية وخارجها بقصد الإقناع والتأثير.¹²

ويمكن للباحث تعريف الإعلام الإسلامي بأنه:

نشاط اتصالي يهدف منه المرسل إيصال مفاهيم الدين الإسلامي إلى المتلقي في رسائل إعلامية مختلفة وعبر وسائل متنوعة للتأثير في الرأي العام.

المطلب الثاني: مفهوم التغيير:

أولاً/ التغيير لغة: وتدور مادة (عَيَّرَ) الثلاثية في اللغة العربية على أصلين، هما:

الأول: إحداث شيءٍ لم يكن قبله، والثاني: انتقال الشيء من حالة إلى حالة أخرى، فمن الأصل الأول: (عَيَّرَهُ): أي: جعله غير ما كان عليه، و(عَيَّرَهُ): حوله وبدلته، ومن الأصل الثاني: (الغَيَّرَ)؛ أي: تعيَّر الحال وانتقالها من الصلاح إلى الفساد¹³، وفي حديث

⁹ د. محيي الدين عبد الحلیم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، القاهرة، 1400 هـ، ص 40 .

¹⁰ د. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، المبادئ-النظرية-التطبيق، ص 25 .

¹¹ د. محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي بالقاهرة، ودار الرفاعي بالرياض، 1983 ص 19 .

¹² د. طه أحمد الزبيدي، المرجعية الإعلامية في الإسلام، عمان، دار النفائس، 2010، ص 46 .

¹³ انظر: تهذيب اللغة للأزهري، مادة (غير) ج 3 / 98.

الاستسقاء: ((مَنْ يَكْفُرِ اللَّهُ يَلْقَ الْغَيْرَ))، والغَيْر: الاسم من قولك: غَيَّرْتُ الشَّيْءَ فَتَغَيَّرَ¹⁴، ومعنى التغير في اللغة: تغير الشيء عن حاله: تحول. وَغَيْرَهُ: حَوْلَهُ وَبَدَلَهُ، كأنه جعله غير ما كان¹⁵.

ومن ذلك قوله تعالى: ((مَثَلُ الْجَنَّةِ الَّتِي وُعدَ الْمُتَّقُونَ فِيهَا أَنهَارٌ مِنْ مَاءٍ غَيْرِ آسِنٍ وَأَنهَارٌ مِنْ لَبَنٍ لَمْ يَتَغَيَّرَ طَعْمُهُ وَأَنهَارٌ مِنْ خَمْرٍ لَذَّةٍ لِلشَّارِبِينَ وَأَنهَارٌ مِنْ عَسَلٍ مُصَفًّى وَلَهُمْ فِيهَا مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَمَغْفِرَةٌ مِنْ رَبِّهِمْ طَعمٌ هُوَ خَالِدٌ فِي النَّارِ وَسُقُوا مَاءً حَمِيمًا فَقَطَّعَ أَمْعَاءُهُمْ/ سورة محمد، الآية: 15)) وفي حديث جرير بن عبد الله: أَنَّهُ سَمِعَ النَّبِيَّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: (ما من رجلٍ يكونُ في قومٍ يُعملُ فيهم بالمعاصي ، يَقْدرونَ على أن يُغَيروا عليه ، ولا يُغَيرونَ ؛ إِلَّا أَصابهم اللهُ منه بِعِقَابٍ قَبْلَ أن يموتوا)¹⁶.

ثانياً/ وفي القرآن الكريم يشير مفهوم التغير إلى مجموعة من المعاني الدلالية الآتية:

- 1/ بمعنى تغيير خلق الله، قال تعالى: ((وَلاَمْرَنَّهُمْ فَليَغَيِّرَنَّ خَلْقَ اللَّهِ/ سورة النساء، الآية: 119)).
- 2/ بمعنى: تغيير نعمة الله، قال تعالى: ((ذَلِكَ بِأَنَّ اللَّهَ لَمْ يَكُ مُغَيِّرًا نِعْمَةً أَنْعَمَهَا عَلَى قَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَأَنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ / سورة الأنفال، الآية: 53)).
- 3/ تغيير ما بأنفس القوم، قال تعالى: ((إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ / سورة الرعد، الآية: 11)).

ثالثاً/ التغير اصطلاحاً:

يشير مفهوم التغير في الاصطلاح إلى الاختلاف الكمي أو النوعي ما بين الحالة الجديدة والحالة القديمة للمجتمع أو الفرد، أو اختلاف الشيء عما كان عليه، في فترة محددة من الزمن، وقد أدرك المفكرون والفلاسفة منذ آلاف السنين: أن الشيء الثابت في الحياة هو التغير، رغم أن آلية التغير كانت بطيئة، إذا ما قورنت بالتغير الذي نعيشه الآن: وهو سريع ومستمر.

ومصطلح تغيير يعني: انتقال أي شيء أو ظاهرة من حالة إلى حالة أخرى، أو هو ذلك التعديل الذي يتم في طبيعة أو مضمون أو هيكل شيء أو ظاهرة ما¹⁷، ويرى الفلاسفة إن ظاهرة التغير معبرة عن الوجود أي: أن كل موجود لا بد أن يعبر عن هذه الفكرة، فالتغير لا الثبات هو الدال على وجود الموجود، يقول (هو قراطيس): إن الفرد لا يستطيع أن يقول أنني أعبّر النهر الواحد مرتين ذلك على اعتبار أن ذرات الماء التي لامست جسمه في المرة الأولى

¹⁴ النهاية في غريب الحديث والأثر، أبو السعادات الجزري، حرف العين المعجمة، (باب الغين مع الراء).

¹⁵ ابن منظور، ج2، ص1035.

¹⁶ رواه ابو داود في سننه، برقم 2316.

¹⁷ د لطيفة طبال، التغير الاجتماعي ودوره في تغير القيم الاجتماعية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، الجزائر، العدد 8، جوان، 2012، ص 407.

هي غيرها في المرة الثانية، كما أن الشخص نفسه يكون قد تغير¹⁸، كما إنه: التغيرات التي تحدث في التنظيم الاجتماعي، أي في بناء المجتمع ووظائف هذا البناء المتعددة والمختلفة¹⁹.

وكانت نظرة العلماء للتغير حتى القرن الثامن عشر نظرة تشاؤمية، مبنية على الخوف من المستقبل، وأن حالة المجتمعات في القديم أفضل من الحالة الراهنة والمستقبلية، ثم تبدلت النظرة فأخذ العلماء ينظرون بعد ذلك التاريخ نظرة تفاؤلية للتغير معتبرين حالة المجتمعات الراهنة أفضل من سابقتها²⁰، والتغيير في ذاته من حيث الشرع، والعقل، والواقع ممكن جداً، فليس هناك ما يعسر على التغيير متى وُجدت الإرادة الجازمة، وهذه الإرادة هي الشرط اللازم في مبدأ التغيير، وهي المرتكز للآليات الأخرى.

ولا شك أن التغيير شديد الأهمية؛ فهو ضروري كالحياة نفسها، لذا يجب أن يصبح ظاهرة دائمة في مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغيرها، ووفق الأسس الآتية²¹:

1/التفاعل المنتج مع مبدأ التغيير، والتجديد والحيوية في عملية التطبيق.

2/استغلال فرص الإبداع في معظم مجالات الحياة.

3/الاهتمام بالتنمية الشاملة، مع احتواء الابتكارات المختلفة.

4/دعم وتشجيع الرغبة في التطوير والارتقاء، والتدريب على عمليات الإصلاح ومعالجة المشاكل.

5/الاهتمام الاستراتيجي بالإنتاج: استثماراً وتوزيعاً.

6/استغلال أساليب ووسائل التكنولوجيا في عمليات التغيير، والتوافق مع المستجدات العالمية والحياتية.

7/العمل بأولويات المرحلة مع الربط المتوازن بين المتغيرات.

وتؤكد الوقائع والمؤشرات أن هنالك بعض الحواجز والعراقيل التي تمنع قوة التغيير من الظهور وتحول بين الفرد والمجتمع والوصول إلى تحقيقها، ولكن الثقة بالله يجب أن تعلم الجميع وجود قوة التغيير في الأعماق، وأن هذه الثقة ستوصلنا إلى هذه

¹⁸ روبرت أ ناسبيت، التغيير الاجتماعي والتاريخ، جامعة اوكسفورد، 1969، ص 15-20

¹⁹ محمد عاطف غيث، التغيير الاجتماعي والتخطيط، دار المعارف ط 2 القاهرة، 1966، ص 25.

²⁰ محمد الدسق، التغيير الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، دار مجدلاوي، عمان، 1987، ص 23.

²¹ يتصرف عن: اسماعيل رفندي، إرادة التغيير تقتضي إدارة التغيير، موقع الألوكة: www.alukah.net.

القوة لاستخراجها، وهذا نصف الطريق نحو التغيير، والحصول على هذه الثقة يتم نفسك بوجود القناعة في التغيير؛ لأن الله يطلب ذلك، وكذلك الأسرة والحياة.²²

المطلب الثالث: حول مصطلح الرقمنة:

المقصود بذلك هو تحويل العلوم والمعارف ومصادرها من الشكل الورقي المطبوع إلى الشكل الرقمي (Digital) أو الإلكتروني (Electronic) وتخزينه على وسائط متنوعة، وإتاحتها على أقراص ليزيرية (CD-ROMs) أو عبر الشبكة العالمية (Internet) وبالطبع فهذا التراث الإلكتروني لا يمكن الاستفادة منه وقراءته إلا من خلال الحواسيب، ثم مراحل أخرى كالحفظ والنشر والبت والتعامل الإلكتروني الذي نحن بصدد الحديث عنه في هذا المطلب.

وبشكل أدق وأقرب إلى مجال الإعلام يمكن النظر إلى مفهوم الرقمنة، بأنها: عملية تحويل المعلومات إلى تنسيق رقمي، يتم فيها تنظيم المعلومات في وحدات منفصلة من البيانات، وتعني -أيضاً- عملية تحويل الإشارات أو المعلومات بأي شكل إلى تنسيق رقمي يُمكن فهمه بواسطة أنظمة الكمبيوتر أو الأجهزة الإلكترونية.

ويستخدم هذا المصطلح - الرقمنة- عند تحويل المعلومات، مثل النصوص أو الصور والأصوات، إلى رمز ثنائي والمعلومات الرقمية أسهل في التخزين والوصول والإرسال، وذلك بواسطة عدد من الأجهزة، وهذه هي البيانات الثنائية التي يمكن لأجهزة الكمبيوتر والعديد من الأجهزة ذات سعة الحوسبة (مثل الكاميرا الرقمية وأجهزة السمع الرقمية) معالجتها ومن الممكن رقمنة الصور والنصوص بالمثل: فيقوم الماسح بالتقاط صورة (والتي قد تكون صورة للنص) وتحويلها إلى ملف صورة، مثل الصورة النقطية²³. وللرقمنة مراحل لا بد منها، هي:²⁴

1/ عملية الاقتناء الرقمي: ويتم فيها أولاً عملية اختيار الرصيد المعني بالرقمنة، وفق مبادئ رئيسية، منها:

أ/ دراسة احتياجات المستفيدين بالنسبة لمصادر المعلومات، أي: الأرصد الأكثر استخداماً.

ب/ نوع الرصيد المعني بالرقمنة: كتب، مجلات، مخطوطات، رسائل جامعية.

ج/ حجم الرصيد وشكله وجودته.

²² د عبد الدائم الكحيل، قوة التغيير بين العلم والقرآن، موقع: www.kaheel7.com

²³ ماهية الرقمنة، موقع: www.e3arabi.com

²⁴ د. بهجة بو معرافي وأ. بن تازير مريم، إشكالية معالجة الحروف العربية ضمن مشاريع الرقمنة بالمكتبات الرقمية، منشورات المؤتمر الدولي الخامس للغة العربية، الإمارات، 2016، ص 170 وما بعدها.

2/ المعالجة الحاسوبية: ويتم فيها استخدام تقنية (الفوتو شوب) لمعالجة الصور ونزع الشوائب منها وتعديل الصورة، وتوضيحها لضمان سهولة القراءة من قبل المستفيدين.

3/ المعالجة الفنية: وتعني إنشاء قاعدة البيانات الخاصة بالمكتبة الرقمية.

4/ الحفظ الرقمي: وهي مرحلة حفظ البيانات والمصادر الرقمية في وسائط التخزين المختلفة.

5/ الإتاحة: ويتم فيها استخدام قواعد معلومات المكتبة الرقمية عبر شبكة الإنترنت.

ومن الأسباب الدافعة لرقمنة وسائل الإعلام المختلفة:

أ/ قلة التكاليف: إذ أصبحت تكنولوجيا المعلومات متوفرة، وفي متناول غالبية الناس وبتكاليف ميسرة، ولهذا يمكن للفرد اقتناء مصادر المعلومات من وسائل الإعلام في شكلها الجديد بسهولة ويسر.

ب/ توفير الحيز المكاني: حيث لا يحتاج المصدر الرقمي أو الإلكتروني إلى حيز كبير للعمل به وحفظه بل نجد أن أغلب الوسائل في شكلها الجديد تحفظ ويتم التعامل معها على الحواسيب المتطورة مباشرة، وحتى إن كانت في وسائط خارجية (كالأسطوانات الليزرية) فإنها لا تحتاج إلى حيز كبير، فمجرد رف من مكتبة المؤسسة الإعلامية، أو حتى البيت الصغير تجعلنا نقتني آلاف المصادر والرسائل والأفلام²⁵.

ج/ سهولة الحصول عليها: تطور تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصالات الحديثة تحقق معه سهولة الحصول على مصادر المعلومات ومواد الأرشفة والمواد الإعلامية المساندة أو البديلة، وإن لم تتوفر لدى المؤسسة فلا يحتاج الإعلامي للحصول عليها سوى الإتصال بالشبكة العالمية ما دامت الأفلام والروابط والمعلومات متاحة على شبكة الإنترنت أو بوجود قارئ الإسطوانات الليزرية وبقية وسائط الحفظ الأخرى: (مما يشكل مجالا مهما لسد ثغرات معلوماتية سريعة تحتاجها المؤسسات الإعلامية في كثير من أنشطتها المختلفة)²⁶

د/ إمكانية الوصول إلى المصادر والمعلومات: فيمكن الوصول إلى المصدر من المكتبة أو المنزل أو مكان العمل أو أي مكان متصل بالحاسوب بواسطة تقنيات البحث يمكننا الحصول على المعلومات بسهولة ويسر وفي سرعة فائقة في المصادر

²⁵ ينظر: روتغر فان سانتن ودجان كوهي وبرام فرمير، تكنولوجيا تغير وجه العالم، ترجمة جنى الحسن، مكتبة الملك فهد، الرياض، 2012، ص 158.

²⁶ د سميرة شيخاني، مصادر المعلومات والتوثيق الاعلامي، منشورات الجامعة السورية الافتراضية، 2020، ص 59.

الإلكترونية وفي ذلك توفير لوقت وجهد الجمهور والمتبعين والباحثين مقارنة بالمصادر المطبوعة: (المساعدات الرقمية في جيوننا بدأت تظهر تقدما في أي وقت وفي أي مكان بوابة لجميع الناس والمعلومات في القرية العالمية)²⁷.

هـ/ سهولة نشر الثقافة: بين أفراد المجتمع وخصوصاً في حالة النشر الإلكتروني على الشبكة العالمية، وفي ذلك تعريف للجمهور بالأخبار والمعلومات والجديد من الحوادث،(فبدون النشر لا تصبح للمعلومات قيمة فعالة)²⁸

وما بعد مرحلة النشر يسمح الشكل الإلكتروني بتخزين أشكال متعددة لمصادر المعلومات، فيمكن أن يتم تخزين المطبوعات والأفلام في شكل إلكتروني كما يمكن أن يتضمن وسائط سمع - بصرية، للخصن وحفظ الأعمال المؤرشفة، كما يمكن الحفاظ خاصة التفاعل مع القارئ والتي ترتكز على نجاح عمليات الرقمنة المختلفة.

صعوبات تطبيق الرقمنة الإعلامية: ومع كل هذه النتائج الايجابية الناتجة عن تحول وسائل الإعلام إلى العمل ضمن النطاق الرقمي بالكامل، إلا إن هذا العمل تكتفه بعض الصعوبات، منها:²⁹

1/ حقوق الملكية الفكرية: وتعلق بالمسائل المرتبطة بحماية حقوق الإعلاميين والمنتجين والناشرين، بما يعرف بالحقوق الفكرية، وقد وقعت الكثير من المواقف مما لم تستطع وسائل الإعلام تجنبه، ليصل الأمر أحياناً إلى منازعات قضائية.

2/ صعوبات مادية: للجوانب المادية دور بارز في تحديد الموقف من الرقمنة، فتفرض -غالباً- شروط ومقيدات على هذا الاتجاه، خاصة فيما يرتبط بالإمكانات المادية والتجهيزات التقنية والفنية والبرمجيات المراد الحصول عليها.

3/ صعوبات تقنية وفنية: وترتبط بالآليات والتجهيزات المادية والبرمجيات والمكونات اللازمة لتنظيم مصادر المعلومات الإلكترونية وحفظها واسترجاعها، ومنبع ذلك كله يعود إلى التطور السريع واللائهائي في وسائل تقنيات الرقمنة وكل ما يتعلق بها.

²⁷ روتغر فان سانتن ودجان كوهي وبرام فرمير، تكنولوجيا تغير وجه العالم، مصدر سابق، ص 158.

²⁸ سميرة شيخاني، مصادر المعلومات والتوثيق الإعلامي، مصدر سابق، ص 170.

²⁹ ينظر: عبد الرزاق تومي، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، 2006، ص 32، وسلياً دولفارين، التكنولوجيا الرقمية في مواجهة وسائل الإعلام التقليدية، جريدة الشرق الاوسط، العدد 14838 في 14/7/2019، ود. سميرة شيخاني مصدر سابق.

المبحث الثاني: الرقمنة في منهجية الإعلام الإسلامي :

المطلب الأول/ المهنية الفردية ورقمنة الإعلام الإسلامي:

تتطلب العملية المهنية في الإعلام الإسلامي والعاملين فيه جهوداً مضيئة ومتواصلة للوصول إلى مستوى متقدم من الرقمنة هو ذاته المستخدم في المؤسسات الإعلامية الأخرى، وللوصول إلى هذه المرحلة المهنية المهمة، لا بد من مواكبة الإعلاميين الإسلاميين والعاملين في هذه المؤسسات آخر المستجدات والتطورات، وكما يأتي:

1/ لضرورة التحولات السريعة والمستمرة التي يشهدها القطاع الإعلامي بشكل عام، ونطاقه الرقمي بشكل خاص، أصبح من الضروري أن ينتهج الإعلاميون والمتخصصون والعاملون في مؤسسات الإعلام الإسلامي، وفي مجال الإتصال المؤسسي في هذا المجال، مساراً جديداً يؤكدون فيه على تطوير مهاراتهم وخبراتهم المهنية، والتكيف مع متطلبات الأفق الإعلامي الجديد الذي يعتمد على الابتكار والإبداع في جميع مفاصله، فتطور العمل الإعلامي في جميع صورته وأنماطه، يؤثر بشكل متصل ومترابط على طرق وأساليب عمل الإعلاميين والمتخصصين في مجال الإتصال والإعلام والتواصل الاجتماعي.³⁰

وعلى الرغم من الوظائف المنوطة والمتفق عليها لهؤلاء الإعلاميين، في إدارة وإدامة سمعة مؤسساتهم الإعلامية، وعلاقة ذلك بالتفاعل مع وسائل الإعلام والجهات الأخرى ذات العلاقة، لا بد على العاملين في هذا المجال، مواكبة وملاحقة الاتجاهات الرقمية الناشئة والحديثة، لتطويعها لأهدافهم، والتأكد من أنها تضيف اليهم مهارات وأساليب جديدة لأعمالهم وبطرق ووسائل إبداعية.³¹

2/ التقنيات الحديثة وعمليات الرقمنة المتواصلة والمستجدة في المجال الإعلامي، تقدم فرصاً كبيرة للعاملين أفراداً ومؤسسات، إلا أنها تخلق بالمقابل منافسات جديدة وكبيرة بمثابة تحديات لما يتم صناعته في هذه المؤسسات من أعمال إعلامية مختلفة، وهذا ما يجب أن يدركه الإعلاميون العاملون في مؤسسات الإعلام الإسلامي، فلا ينتظروا بقية المؤسسات لتجربة الجديد من التقنيات أو المهارات ثم يمارسوا ذلك بعد أن تصبح هذه التقنيات قديمة والمهارات مستهلكة.³²

ولهذا فمن الضروري للمتخصصين والخبراء والعاملين في مؤسسات الإعلام الإسلامي أن يتمتعوا بمستوى متقدم من الذكاء والمرونة والقدرة، لاتخاذ القرار في الوقت المناسب ومواجهة التحديات الرقمية الجديدة التي ترافق عادة هذه التقنيات، ولا ينبغي لأحد أن يتجاهل، حقيقة كون الإعلام الرقمي يمتاز بالعمق والغنى وسريع التحول، فاصبح بمقدوره تحويل عالم الإتصال

³⁰ د. محمد موسى البر، الإعلام الإسلامي: دراسة تأصيلية، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2010، ص 87.

³¹ د. حردان الجناحي، الإعلام الإسلامي الإلكتروني، العربي للنشر، القاهرة، 2015، ص 85.

³²

المؤسسي – وليس أفراد الإعلاميين فحسب- إلى نهج متعدد الاتجاهات على عكس النهج السابق أحادي الاتجاهات والقنوات الذي كان شائعاً في الماضي، وليس هناك خلاف في أن المحتوى هو الركن الأساس الذي تستند عليه جميع العمليات الإتصالية الأخرى، إلا أن العامل الجديد والمتغير –الآن- هو أن (السياق) المتبع أصبح هو العامل الأكثر تأثيراً في تحديد شكل المحتوى الذي تتم مشاركته مع الجمهور.

3/ وعي الأفراد من الإعلاميين والمتابعين ضروري جداً لنجاح أية عملية إعلامية، فمن المعلوم إن (المرسل والمتلقي أو المستقبل) هما من أهم أركان العملية الإعلامية، فكما يعد الإعلامي – المرسل- طرفاً حيويًا ومهماً، فإن المتلقي هو الطرف المهم الآخر الذي تنتهي عنده العملية الإعلامية، بل أن عدم تفاعل المتلقي مع الرسالة الإعلامية، وتجاهل رضا ذوقه واشباع ميوله يعد عاملاً مؤكداً من عوامل نجاح العملية الاتصالية والإعلامية، ولهذا فمن واجب القيادات الإعلامية وإدارات مؤسسات الإعلام الإسلامي الالتفات إلى هذه النقطة المهمة ومحاولة تلبية وإشباع رغبة المتلقي المتابع لبرامجهم وأعمالهم.

ولبيان خطورة وأهمية هذا الجانب، نذكر إن من أهم التحديات التي كانت -ولم تزل إلى حد ما- تواجه الإعلام الإسلامي هو تردي وعي بعض (الإسلاميين) المعاصرين – من الدعاة وغيرهم- بأهمية الإعلام ودوره في تنمية وعي الأفراد والمجتمعات، وإن تطور وتحسن النظرة إلى الإعلام الإسلامي بدأ متأخراً عن بقية القطاعات، ولم تواكب -هذه النظرة- التطور التقني والمهني للتطور الإعلامي المعاصر، وربما لهذا السبب لم تكن بدايات الإعلام الإسلامي مصاحبة لدراسات نظرية تأصيلية أو برامج تدريبية عملية أو تجارب واقعية يمكن أن يشار إليها، بل طغت الاجتهادات الفردية والرؤى الشخصية على مبررات وواقعية العمل الإعلامي، ولهذا واجهته صعوبات مختلفة على مستوى نقص الإدارات والقيادات الإعلامية البارزة، والخطط الشاملة التي تستوعب وتلبي متطلبات المجتمع الإعلامية، ويؤشر على البدايات الأولى لهذا الإعلام طغيان الوعظ والطابع التربوي المباشر، فكان أشبه ما يكون بخطب الجمعة ودروس المساجد مع الفارق في كونه يصل للجمهور عبر وسيلة الاتصال الجماهيري كالفضائيات والإنترنت، أما الإعلام الهادف الشامل الذي ينضبط بضوابط الشرع ومهنية الإعلام وحدوده فما زال يسير بخطوات متعثرة خاصة في المجال الترفيهي والفني، مما يسترعي الانتباه إلى ضرورة العناية بالفرد المتلقي كما لا بد منها مع الإعلامي: القائم بالإتصال.

المطلب الثاني: رقمنة مؤسسات الإعلام الإسلامي

يتفق علماء الإعلام ومنظروه أن الإعلام يستند إلى حقائق لا بد منها لكي تكتمل دائرة أجهزته وتقنياته ووسائله وأساليبه، وهي:³³

(أولا/ الحقائق المدعمة بالأرقام والإحصائيات.

ثانيا/ التجرد من الذاتية والتحلي بالموضوعية في عرض الحقائق.

ثالثا/ الصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها الأصلية.

رابعا/ التعبير الصادق عن الجمهور الذي يوجه إليه الإعلام).

ولذلك فإن عملية رقمنة مؤسسات الإعلام الإسلامي لا بد أن تعي هذه الأسس في عملها، وتبدأ بداية جادة في رقمنة عملها وتحديث طرق بث رسالتها الإعلامية بما يجعلها قريبة من تحديد أهدافها والتأثير الإيجابي في الجمهور، فلا بد من: (إعداد كوادرات أي "إطارات" بشرية بصفة مستمرة، وهذا بطبيعة الحال من أوليات العمل الإعلامي على النطاق الدولي، ولا شك أن العالم الإسلامي يمتلك من الخبرات والقدرات ما يكفي لذلك إذا أحسن الاختيار ووضعت الشروط الموضوعية له، ولكن لا بد أن يكون إعداد الكوادرات أو "الإطارات" بصفة مستمرة، ويرتبط بإعداد الكوادرات أو "الإطارات" البشرية إنشاء بنوك المعلومات ومراكز البحوث والدراسات وما شابه ذلك من معطيات الحضارة الحديثة حتى يستطيع الإعلام الإسلامي أن يواجه التحدي ويواكب العصر)³⁴ لأن هذه الكفاءات البشرية سيسهم عملها الإبداعي والمهني في الوصول بمؤسسات الإعلام الإسلامي إلى درجة عالية من الموثوقية والجاهورية التي تنبئها أية وسيلة إعلامية، وتظافر هذه الجهود المبدعة سينتج عنه مؤسسياً تأسيس وإنشاء مراكز ومؤسسات إعلامية إسلامية ذات أبعاد عالمية وحضور واسع، بامتلاكها قدرات وكفاءات متطورة تخاطب الآخر، بلغة انكليزية وليست لغة عربية فقط، وبذلك تكون هذه المؤسسات قد افتتحت خطواتها الأولى نحو الرقمنة العالمية.

ولهذا فإن مؤسسات الإعلام الإسلامي وهي تسعى لرقمنة عملها ومنهجها وآلياتها، يجب عليها الأخذ بنظر الاعتبار: (مسألة الوصول إلى مصادر المعلومات الرقمية من منظور التقنيات المستخدمة، نجد أن اختيار تقنيات الرقمنة وأسلوب عرض المعلومات يعتمد في الأساس على الجمهور المستهدف، إلى جانب الطريقة أو المنهج المتبع في استخدام المصادر المرقمنة؛ فعلى سبيل المثال، عن طريق تحديد الاستخدام المستهدف يمكن تحديد مستوى جودة النصوص أثناء عملية الرقمنة، كما أن من

³³ فائزة الصاعدي: أهداف التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، عدد 175، ج3، تشرين 1، 2017، ص 33.

³⁴ مفيد أحمد السالم، الإعلام الإسلامي، الرياض، مكتبة الجنادرية، 2016، ص (138).

الضروري الاستعانة بالتقنيات والأجهزة المناسبة في حالة الرغبة في الوصول السريع والفعال إلى مجموعات النصوص كما هو الحال في الأرشفات الإلكترونية وقواعد البيانات المهيكلة)³⁵.

ولا بد من الاعتراف إن عملية رقمنة مؤسسات الإعلام الإسلامي، ليست سهلة، فهي تمر بتحديات وتواجه عقبات عدة، وللتغلب عليها لا بد من المرور بالخطوات الآتية:

1/ ضرورة الاتصال بوسائل الإعلام الأخرى المرقمنة وبمؤسسات المعلومات التي اتبعت عملية الرقمنة، وطبقها في عملها للاستفادة منها في تطبيق ما ينبغي تطبيقه في طريق التحول إلى الرقمنة الكاملة أو شبه الكاملة، فمن الواجب التحقق من الخبرات والتجارب السابقة لهذه الجهة أو تلك، من خلال الاتصال المباشر بمؤسسات الإعلام المتقدمة – الإسلامية أو غيرها- من خلال التعامل معها والتعرف على ما يمكن الاستفادة منه، وللتعرف إلى طبيعة المجموعات والممارسات العملية التي تمت رقمنتها، ومدى الرضا والنجاح المتحقق عن العمل الذي تم إنجازه، والأهداف التي سعت هذه المؤسسات إلى تحقيقها مع مقارنتها بالأهداف الاستراتيجية المتعلقة بعمل المؤسسة، وتنفع هذه الخطوة كذلك في التعرف على الفترة الزمنية التي تم فيها إنجاز عملية التحول إلى الرقمنة، مع دراسة إجراءات الأمان التي تم اتخاذها عند نقل آليات العمل والمعلومات والبرامج المختلفة قبل رقمنتها، ومستوى الجدية والفاعلية داخل المؤسسة الإعلامية، وجودة الوسائط الرقمية التي تسهم في نجاح عملية الرقمنة؛ وغير ذلك من التفاصيل التي تبرز أثناء العمل³⁶، وهذا ما يسميه القرآن بسلطان العلم الذي يفتح آفاق العلم والفكر: ((يَا مَعْشَرَ الْجِنِّ وَالْإِنْسِ إِنَّ اسْتِطْعَمْتُمْ أَنْ تَنْفُذُوا مِنْ أَقْطَارِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ فَانفُذُوا³⁷ لَا تَنْفُذُونَ إِلَّا بِسُلْطَانٍ/ سورة الرحمن، آية: 33)).

2/ لابد أن تعي مؤسسات الإعلام الإسلامي إن عملية الرقمنة توفر الكثير من الإمكانيات المالية التي تنفق على المؤسسات الإعلامية التقليدية، فتستغني هذه المؤسسات عن الأموال التي يحتاجها توفير المباني والمطابع والورق، ومتطلبات التوزيع والتسويق والعدد الكبير من الموظفين والمحريين، ولهذا يمكن إصدار صحف إلكترونية – مثلا- أو إنشاء مواقع إلكترونية، بإمكانات محدودة يمكن أن تصل إلى مستوى المشاريع الفردية، كما إن المؤسسات الإعلامية الرقمية توفر فرصة حفظ أرشيف إلكتروني سهل الاسترجاع غزير المادة، حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن يبحث عن تفاصيل حدث ما أو يعود إلى مواضيع قديمة بسرعة قياسية³⁷.

³⁵ الرقمنة وحماية التراث الرقمي، بدون اسم مؤلف، مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، القاهرة، 2016، ص 11.

³⁶ ماهية الرقمنة، موقع: www.e3arabi.com.

³⁷ د سميرة شيخاني، مصادر المعلومات والتوثيق الاعلامي، مصدر سابق، ص 11.

3/ أصبحت وسائل الإعلام الإسلامية وغير الإسلامية اليوم أمام تحديات أكبر من مجرد اللحاق زمنياً بالتطور المتلاحق والتمثل بدخول وسائل وأدوات جديدة في ساحة العمل الإعلامي: (فالتسارع زمني والمستجدات نوعية، وجميع ذلك عبر حركة إنسيابية متداخلة تضعنا أمام مهام جسيمة، من وجوها تداخل تحديات التطوير المطلوب زمنياً ونوعياً، وقد تجاوزت البشرية منذ زمن بعيد صيغة مسارٍ تطويريٍّ "كان نمطياً" يمكن أن ندرسه ونمارسه ونوجهه تفاعلاً مع معلمٍ من معالم التقدم، وكان هذا المسار بعد ميلاد قفزات علمية تقنية نوعية مثل اختراع العجلة أو آلة الطباعة، إذ كان لكل منها قيمة ذاتية فعّالة مذهلة، فكانت تُرسم معالم بداية تاريخية جديدة)³⁸.

إن تطورات عالمنا المعاصر المتلاحقة تفرض على مؤسسات الإعلام الإسلامي، الشروع بمحاولة تطوير جديدة في عملها قبل الإنهاء من التي قبلها، هذا مع مضاعفة سرعة كل خطوة ومضاعفة الجهود في كل عملية منها في آن واحد، وذلك لتسارع وتداخل خطوات التطورات التقنية والرقمية الكبيرة الحاصلة في المجال الإعلامي، ويجري هذا الأمر على تواصل عمليات التطوير إضافة إلى تواصلها وتشابكها وأثرها الكبير في الجمهور.

إن تواصل التطوير السريع والمتجدد للإعلام الإسلامي واجب ضروري، وامكانات التطوير المأمولة تتطلب جهوداً متصلة من قبل مؤسسات هذا الإعلام والعاملين فيه، وفق خطوات متوازنة وواعية لمواكبة عملية الرقمنة ومقتضياتها.

المطلب الثالث: الرقمنة في السياسات العامة:

تتخذ السياسات الإعلامية للمؤسسات مكاناً مهماً في العمل وإدارته بالشكل الذي يحقق أهداف المؤسسة، فهي تحدد للمؤسسة أهدافها وطريقة تحقيقها، وفلسفتها، وعملية التغيير اللازمة في الوقت المناسب، كما إنها الوسيط المؤثر والأكثر بين المؤسسة وجمهورها، لتشكيل حالة من التفاهم والوفاق بينهما، وتبادل التأثير بين الطرفين، والسياسة الإعلامية علم: (لا يبني على العشوائية، بل يخضع لقواعد وخبرات متراكمة، لا تخرج في نهاية الأمر عن كونها تخضع للتخطيط، وتعني به توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة، والتي يمكن أن تتاح خلال سنوات السعي من أجل تحقيق أهداف معينة، مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات، لقد تحول إنسان السنوات الأخيرة إلى كائن اتصالي من دون أن يكون بالضرورة كائناً تواصلياً، هذا النمو الكاسح لوسائل الاتصال ومولدها من رحم بعضها بعضاً يشكل توجيه هذه الوسائل نحو هدف معين أمر بالغ الأهمية،

³⁸ نبيل شبيب، أبعاد عملية تطوير الإعلام الإسلامي، المجلس الإسلامي السوري، موقع: <https://sy-sic.com>.

بالنسبة لأي دولة أو مؤسسة أو شركة أو فرد، من هنا تكمن أهمية تحديد ماهية أدوات السياسات الإعلامية³⁹ وهذا الأمر الواقعي تحتاجه المؤسسات الإعلامية الإسلامية بشكل فاعل وكبير.

إن السياسة الإعلامية في مؤسسات الإعلام الإسلامي، بحاجة إلى مغادرة مناهج السياسات الإعلامية القديمة والابتعاد قدر الإمكان عن عوامل الفشل أو الغموض أو التردد، لتنتهج سياسة إعلامية تلبى حاجة الجمهور في المعرفة، وتدفع هذه المؤسسات باتجاه المنافسة، وذلك عبر النقاط الآتية:

أولاً/ مشاركة مؤسسات الإعلام الإسلامي الجماهير همومهم وقضاياهم: وهذا الدافع ينطلق من كون الإعلام الإسلامي موجه أصلاً إلى جماهيرها الأمة الإسلامية، كما في قوله تعالى: ((ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ /سورة النحل- 125)) بل إن القرآن الكريم واكلب مشاكل الناس وتابع المسلمين وغيرهم في قضايا حياتية مهمة: كالتوحيد والتعامل مع الناس وسبل المعيشة وغيرها من تحديات تواجه الإنسان⁴⁰، فقد نزلت (سورة المطففين) لفضح ظاهرة الظلم الاجتماعي وتصحيح حركة السوق، بإدانة عدم العدالة في البيع للناس وسرقة حقوقهم، أما في قوله تعالى: ((أَرَأَيْتَ الَّذِي يُكَذِّبُ بِالذِّينِ (1) فَذَلِكَ الَّذِي يَدْعُ الْيَتِيمَ (2) وَلَا يَحْضُ عَلَى طَعَامِ الْمِسْكِينِ (3) فَوَيْلٌ لِلْمُصَلِّينَ (4) الَّذِينَ هُمْ عَنْ صَلَاتِهِمْ سَاهُونَ (5) الَّذِينَ هُمْ يُرَاءُونَ (6) وَيَمْنَعُونَ الْمَاعُونَ (7)/ سورة الماعون)) فقد بين القرآن موقفه من أمور حياتية عدة، كفضية الفقر وعدم التصدق ومنع الخير والسهو في الصلاة ومعاملة الأيتام بغير الحسنى وغيرها، وهي قضايا مهمة تمثل درساً للإعلام الإسلامي ومؤسساته في عدم ترك قضايا الناس واهتمامهم.

ثانياً/ الاستخدام الأنجح للوسائل المتقدمة، ومنها الرقمنة: فما تدفع وسائل الإعلام العالمية لصنع ومواكبة الجديد من الممارسات والأجهزة والوسائل الإعلامية، هو ذاته ما ينبغي أن يدفع مؤسسات الإعلام الإسلامي، لكي لا تكون متأخرة عن غيرها، لا سيما أن المرجع الأول للإعلام الإسلامي: القرآن الكريم يبحث على طلب العلم ومواكبة التقدم في معارف الحياة، قال تعالى: ((وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ إِلَّا رِجَالًا نُوحِي إِلَيْهِمْ فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ/ سورة النحل: 43)) وفيها الأمر لسؤال من يفهم ومن عنده علم، لكي يتم التعلم منه، وكذلك قوله تعالى: ((فَتَعَالَى اللَّهُ الْمَلِكُ الْحَقُّ وَلَا تَعْجَلْ بِالْقُرْآنِ مِنْ قَبْلِ أَنْ يُفْضَى إِلَيْكَ وَحْيُهُ وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا/ سورة طه: 114)) فيه طلب العون والمساعدة من الله تعالى لمواصلة العلم والتقدم، وقوله تعالى: ((قَالَ لَهُ مُوسَى هَلْ أَتَيْتُكَ عَلَى أَنْ تُعَلِّمَنِي مِمَّا عَلَّمْتَ رُشْدًا/ سورة الكهف: 66)) وفيها الأسوة الحسنة لطلب العلم والتعلم ممن يملك علوماً أو مهارات: (أما اليوم ونحن على مشارف العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين، فمن المرجح أن

³⁹ د. خالد عزب، السياسات الإعلامية: الدولة، المؤسسة، الفرد، القاهرة، دار أطلس، 2012، ص 12.

⁴⁰ ينظر: د. فتحي الدريني، خصائص التشريع الإسلامي، مؤسسة الرسالة، عمان، 2008، ص 150.

العدد قد وصل إلى ما يزيد عن العشرين ألف صحيفة إلكترونية موزعة على مختلف أرجاء العالم، وأكثر من 5 ملايين موقع إلكتروني موزع ما بين منتديات شخصية ورسومية ومدونات وغيرها من أشكال التبادل الثقافي الرقمي⁴¹ مما يتطلب مواكبة الإعلام الإسلامي لعملية الرقمنة بالسرعة والطرق الممكنة.

ثالثاً/ لا بد من أن تغيّر مؤسسات الإعلام الإسلامي، النظرة إلى قيم تتعامل معها وسائل الإعلام بشكل يومي كالتسليية والتشويق والإثارة ومفاهيم الجمال: (ففي غمرة الاهتمام بالمضمون أو في غمرة الإحساس بلا إنسانية الأسلوب الإعلامي السائد ينسى الإسلاميون أهمية وخطورة هذا العنصر والمطلوب إثارة موضوعية وجاذبية أخلاقية وجمال إنساني وفي ظل هذه الحدود يمكننا الإبداع في استخدام الأداء كما نريد)⁴². والمنهج القرآني كثيراً ما ورد فيه الإثارة ولفت النظر والأسلوب الجمالي: قال تعالى: ((اللَّهُكُمُ التَّكَاثُرُ (1) حَتَّى زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ (2)/ سورة التكاثر)) وكذلك: ((أَلَيْسَ اللَّهُ بِأَحْكَمَ الْحَاكِمِينَ/ سورة النّين، آية 8)) فالتصوير الفني القرآني وإعجازه البلاغي أدلة واضحة على ضرورة الجمال والجاذبية، والناظر المتتبع بعين الإعلامي وقلمه لا يعدم أن يجد رسائل إعلامية تركز على معاني النشاط الإنساني الشريف والبناء، الداعية إلى إعلاء قيم الحق والعدالة والمساواة في الكرامة الإنسانية وحق الحياة، من دون إثارة مقصودة.

ويفترض بإعلامنا الإسلامي الذي نريد أن يكون بعيداً كل البعد عن الإثارة لذاتها، الإثارة الرخيصة التي تدغدغ حواس الإنسان وشهوته وغرائزه من دون أن يكون لها أي أثر إيجابي بل ربما تترك ضررها على تصور المتلقي ومشاعره، وبهذا تكون مثل هذه الإثارة فاقدة لما ينبغي أن يكون في الإعلام الإسلامي من المسؤولية والايجابية⁴³.

نتائج البحث:

1/ الرقمنة هي عملية تحويل المعلومات إلى تنسيق رقمي، يتم فيها تنظيم المعلومات في وحدات منفصلة من البيانات، يُمكن فهمه بواسطة أنظمة الكمبيوتر أو الأجهزة الإلكترونية.

2/ يشير مفهوم التغيير إلى الاختلاف الكمي أو النوعي ما بين الحالة الجديدة والحالة القديمة للمجتمع أو الفرد، أو اختلاف الشيء عما كان عليه، في فترة محددة من الزمن، وهو سريع ومستمر.

⁴¹ محمد الفطيسي، مستقبل الاعلام في ظل الثورة الرقمية، صحيفة المتقف، ع 1100 ، في 6/7/2009.

⁴² مجلة دعوة الحق، وزارة الاوقاف الكويتية، عدد 208، 2012، افتتاحية العدد.

⁴³ عبد الهادي الزبيدي، تجديد الخطاب الإخباري في الإعلام الإسلامي، بحث ضمن كتاب: الإعلام الإسلامي في عصر المعلوماتية، عمان، دار النفائس، 2010، ص197.

3/ من الضروري للمختصين والخبراء والعاملين في مؤسسات الإعلام الإسلامي أن يتمتعوا بمستوى متقدم من الذكاء والمرونة والقدرة، لمجابهة التحديات الرقمية الجديدة التي ترافق التقنيات الحديثة.

4/ إن مؤسسات الإعلام الإسلامي لا بد أن تعي أن عملية الرقمنة توفر الكثير من الإمكانيات المالية التي تتفق على المؤسسات الإعلامية التقليدية.

5/ اهتمام القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة بالمجتمعات، هي نقاط مهمة تمثل درساً للإعلام الإسلامي ومؤسساته في عدم ترك قضايا الناس وتطلعاتهم.

المصادر والمراجع بعد القرآن الكريم:

أولاً/ الكتب

- ابن زكريا ، مقاييس اللغة، القاهرة ، مطبعة الحلبي 1951.
- ابن منظور الافريقي ، لسان العرب.
- تيسير محجوب الفتياني ، مقومات رجل الإعلام الإسلامي ، دار عمار ، عمان ، 1987.
- د سميرة شبخاني، مصادر المعلومات والتوثيق الاعلامي، منشورات الجامعة السورية الافتراضية، 2020.
- د عبد الدائم الكحيل، قوة التغيير بين العلم والقرآن، موقع: www.kaheel7.com.
- د. إبراهيم أمام ، الإعلام والاتصال بالجماهير ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، 1983 .
- د. بهجة بو معرافي وأ.بن تازير مريم، إشكالية معالجة الحروف العربية ضمن مشاريع الرقمنة بالمكتبات الرقمية، منشورات المؤتمر الدولي الخامس للغة العربية، الامارات، 2016.
- د. حمدان الجنابي، الاعلام الاسلامي الالكتروني، العربي للنشر، القاهرة، 2015.
- د. خالد عزب، السياسات الإعلامية: الدولة، المؤسسة، الفرد، القاهرة، دار أطلس، 2012.
- د. رحيمة الطيب عيسوي ، مدخل إلى الإعلام والاتصال ، عالم الكتب الحديث ، اربد ، 2008.
- د. طه أحمد الزبيدي ، المرجعية الإعلامية في الإسلام ، عمان ، دار النفائس، 2010.
- د. عبد الهادي الزبيدي، تجديد الخطاب الإخباري في الإعلام الإسلامي ، بحث ضمن كتاب : الإعلام الإسلامي في عصر المعلوماتية، عمان، دار النفائس، 2010.
- د. فتحي الدريني، خصائص التشريع الاسلامي، مؤسسة الرسالة، عمان، 2008.
- د. محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام ، مكتبة الخانجي بالقاهرة، ودار الرفاعي بالرياض، 1983.
- د. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، المبادئ-النظرية-التطبيق، دار الفجر، القاهرة، 2002 .
- د. محمد موسى البر، الاعلام الاسلامي: دراسة تأصيلية، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2010..
- د. محيي الدين عبد الحلیم ، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، القاهرة، 1400 هـ .
- د. هادي إلهيتي ، الإعلام العربي والدعاية الصهيونية ، بغداد ، دار الجمهورية ، 1969 .
- الرقمنة وحماية التراث الرقمي، بدون اسم مؤلف، مركز هرود لدعم التعبير الرقمي، القاهرة، 2016.
- روبرت أ ناسبيت، التغيير الاجتماعي والتاريخ، جامعة اوكسفورد، 1969.
- روتغر فان سانتن ودجان كوهي وبرام فرمير، تكنولوجيا تغيير وجه العالم، ترجمة جنى الحسن، مكتبة الملك فهد، الرياض، 2012.
- سمير محمد حسين ، الإعلام والاتصال بالجماهير ، القاهرة ، عالم الكتب، 1984 .
- عبد الرزاق تومي، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، 2006.
- محمد الدسق، التغيير الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، دار مجدلاوي، عمان، 1987.
- محمد عاطف غيث، التغيير الاجتماعي والتخطيط، دار المعارف ط 2 القاهرة، 1966 .
- محي الدين خير الله ، أثر الإعلام المعاصر في العقيدة والتربية والسلوك ، دار النهضة ، دمشق، 2007.
- مفيد أحمد السالم، الإعلام الإسلامي، الرياض، مكتبة الجنادرية، 2016.

ثانياً/ الدوريات والمواقع الالكترونية

- اسماعيل رفندي، إرادة التغيير تقتضي إدارة التغيير، موقع الألوكة: www.alukah.net.
- حمد الفطيسي، مستقبل الاعلام في ظل الثورة الرقمية، صحيفة المثقف، ع 1100 ، في 6/7/2009.
- د. لطيفة طبال، التغيير الاجتماعي ودوره في تغيير القيم الاجتماعية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، الجزائر، العدد 8، جوان، 2012.
- سليما دولفارين، التكنولوجيا الرقمية في مواجهة وسائل الاعلام التقليدية، جريدة الشرق الاوسط، العدد 14838 في 14/7/2019.
- فايزة الصاعدي: أهداف التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، جامعة الازهر، عدد 175، ج3، تشرين 1، 2017.
- ماهية الرقمنة، موقع: www.e3arabi.com.
- مجلة دعوة الحق، وزارة الاوقاف الكويتية، عدد 208، 2012.
- نبيل شبيب، أبعاد عملية تطوير الإعلام الإسلامي، المجلس الاسلامي السوري، موقع: <https://sy-sic.com> .