بحث بعنوان

الخطاب الأدبي في الإعلام الجديد

شبكة التواصل الاجتماعي " Facebook " نموذجاً "

رؤية نقدية

الدكتور محمد محمد عبد الله حسن سلام

مدرس الأدب والنقد

كلية الدراسات الإسلامية والعربية

(بنات دمنهور)

مقدمة

طرأت على وسائل الإعلام وأساليبه تطورات وتغيرات شديدة الأهمية والتأثير منذ نهاية القرن العشرين وحتى يومنا هذا، وقد نتج عن ذلك تحولات سريعة ومذهلة كانت هي الدافع القوي من وراء هذا البحث توصيفاً وتقييماً سبراً للأبعاد، وتقديراً للآثار وبحثاً عن الأسباب، وتأمُّل ما كان، وما هو كائن، وكيف يكون علي أحسن حال ؟

لقد تباين الأداء والهدف الإعلامي تبايناً كبيراً ، ويرجع ذلك إلي مجموعة من التغيرات الاجتماعية والثقافية والأدبية التي لا تفتأ تعمل عملها علي نطاق كبير . فقد نشأت تبعاً لذلك وسائل وأساليب جديدة في المجال الإعلامي تضم عدداً من الأنواع تتراوح أساليبها، وتتفاوت مستويات تأثيرها من خلال التقنيات المذهلة في وسائل الإعلام الجديد .

وبات ظهور الوسائل الإعلامية الجديدة ذا آثار بعيدة المدى، ونتائج ما تزال موضع دراسة في الحياة الاجتماعية والثقافية والأدبية، وفي أخلاق وأذواق جموع غفيرة وشرائح عظيمة من نسيج أمتنا الكريمة.

ويقوم هذا البحث علي دعائم تربط بين هذه الوسائل الإعلامية الجديدة وأثرها علي تلك الجموع الغفيرة والشرائح المتنوعة ولاسيما الشباب تركيزاً علي أهمية وجوده في بناء الأمة لما يستأهله من اهتمام مناسب، ولشدة تأثُّره بكل جديد في وسائل الإعلام والاتصال إيجاباً وسلباً، أملاً في إحداث توازن يعمل علي الإفادة المرجوة من وسائل الإعلام الجديد دون إغفال للدور الأصيل للإعلام، إذ يعمل على تربية الأذواق وتهذيب المشاعر والأحاسيس، كما يعمل على رقي الإنسان في كل حال لما " بين فنون الإعلام من وحدة تصدر عن أصل إعلامي واحد هو الفن الصحفي"[1] ذلك الفن الذي يقوم علي فنون اللغة وآدابها وبلاغتها، في صورها الفنية المتطورة، مع الاحتفاظ بأصالتها في تعبيرها عن حياة الإنسان. إن الفن الصحفي في حقيقة الأمر هو الفن الإعلامي الكلاسيكي الذي تعلمت منه سائر الفنون الإعلامية الأخرى[2].

وتأسيساً علي هذا الفهم يقصد هذا البحث إلي دراسة وسائل الإعلام الجديد من حيث وحدة فنونه و لغته و أساليبه، ومستوى خطابه الأدبي صوره وسماته رجاء

(1) د. إبراهيم إمام : دراسات في الفن الصحفي، مكتبة الأنجلو المصرية 2010م، ص3.

(2) المرجع السابق.

التبيُّن من خلال رؤية نقدية لتوصيف واقعه، والتحذير من عواقبه رغبةً في التجويد والتعمق ونشدان أدوار أسمى.

يعني هذا البحث بدراسة الإعلام الجديد لا في كل العناصر والوسائل ، بل في إطار أكبر، ألا وهو الموقف الاتصالي والإعلامي العام بأبعاده النفسية والثقافية والاجتماعية والأدبية ، ومن ثَم فإنه لا يغفل الموقف العام؛ وإن كان التركيز علي أبرز هذه الوسائل الجديدة وأوسعها انتشاراً ، وأشدها تأثيراً : شبكة التواصل الاجتماعي – Facebook .

إن الميدان الإعلامي بوسائله المختلفة يروّج دائماً لفكرة الحرية التعبيرية والإعلامية على اعتبار أن هذه الحرية يجب أن تكون مطلقة في الموقف الإعلامي بأسره تأكيداً علي إيمان الحقل الإعلامي بمسئوليته تجاه جمهوره ... علي أن ذلك لا يسلم من خلط وتزييف وعبث في الحقائق والمعلومات .

على أنه إذا كان المجتمع يشترط على الذين يرعون شىءونه في الميدان الصحي، أو الصناعي ، وغير ذلك أن يتقيدوا بقواعد مهنية " فإن تسامحه – إزاء أشخاص هم بنشرهم المعلومات مسئولون في ذلك عن معارفه وآرائه – يشكل حماقة من أكبر الحماقات .. و أحفلها بالأخطار "[1].

ولذا تعنى هذه الدراسة بتجنيبٍ وتحذيرٍ من هذه المزالق الإعلامية وغيرها :

تجنيب وسائلنا والقائمين عليها أن يتقبلوا كل شيء، ثم يقوموا بنقله ونشره، وهو لا يعبر تعبيراً أميناً عن أذواق أمتنا، وآدابها، وغاياتها، ولا يحقق أهدافها من خلال هذه الوسائل التي لم تعد تقدم إعلاماً مجرداً، بل شراً يُرى، ويُسمع، ويقرأ..

من هنا كان القصد والهدف من هذه الدراسة .

(1) د. عبد العزيز شرف : فن التحرير الإعلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب1987م، ص6 .

هذا وقد حرصت على الحيدة العلمية والموضوعية، وأرجو أن أكون قد وُفِّقت إلى ذلك، فجلَّ من لا يخطئ تحيزاً أو قصوراً في عالم البشر ..

منهج البحث :

آثرت في هذه الدراسة المنهج الشمولي أو التكاملي الذي لا يغفل الجزئيات سبراً للتفاصيل التي تصدق معها الرؤية العامة وينشد تكاملها، مع الأخذ من كل منهج بما يعمل على سلامة العرض ودقة التناول وأمانة النتائج .

خطة البحث :

وقد اقتضت طبيعة البحث أن يكون على النحو الآتي :

- المقدمة
- تمهيد : مسيرة الإعلام مع الإنسان
- الفصل الأول : الإعلام الجديد : أشهر وسائله الدلالة والدراسة
- الفصل الثاني : الخطاب الأدبي في الإعلام الجديد : المفهوم والصور والسمات
- الفصل الثالث: الإعلام الجديد: إمكانية التغيير والنهوض بمستوى الخطاب الأدبي
- الخاتمة
- ثبت بأهم المصادر والمراجع
- الفهرس

والله أسأل التجاوز عن الهفوات، و التوفيق إلى ما فيه السداد ..

****

تمهيد

مسيرة الإعلام مع الإنسان

ارتبطت مسيرة الإعلام بحياة الإنسان بأوثق الروابط منذ أن بدأ الله خلق الإنسان، واستخلفه في الأرض، حيث أعلم سبحانه وتعالى ملائكته بذلك قائلاً[1]:



إن الإعلام بهذا يعد وسيلة تربط الإنسان بحقيقة عبوديته، وتعمل على توجيه فكره في ملكوت السموات والأرض، وإقامة علاقات طيبة مع الناس جميعاً . يقول الله تبارك وتعالى[1]:

[

بالصدق كأحسن ما يكون الصدق ، وبالنزاهة في التوجيه ، والإرشاد كأحسن ما تكون النزاهة ، ولا غرو إنها صحيفة الله تعالى[1] (ث ث ث ث ث)[2].

وأهم من هذا كله أن هذه الصحيفة الإلهية كان لها الأثر أعظم الأثر في خلق مجتمع جديد في الجزيرة العربية هو المجتمع الإسلامي . يدلنا علي ذلك أنه أصبح للمجتمع الإسلامي الجديد من خلال البلاغ والإعلام القرآني علي يد النبي ε من القيم والمفاهيم والمعرفة ما لم يكن للعرب من قبل ، ولذا فقد غدوا أعلي صوتاً ويداً، وأسمي فكراً وغاية .

الرسول الكريم ε وبلاغ إعلامي أمين :

وإذا كان الإعلام في الأساس بمعني التبليغ الذي هو بمعني الإخبار والإنباء، فإن ذلك ليجلِّي العلاقة الوثقى بينه وبين النبي . يقول ابن منظور[3]: "الخبر في لغتنا العربية : واحد الأخبار ، وهو : ما أتاك من نبأ عمن تستخبر " . والنبي : هو من يصطفيه الله من عباده البشر، لأنه يوحي إليه بكلام الله ديناً لهداية الناس . وهذا ما يجلِّي جلال دور الإعلام وخطره وأثره، وكذا من يعمل به ..

وفي نظرية الإعلام المستفادة من الدعوة الإسلامية، نجد أن الله – عز وجل – قد أمر باستعمال الصدق والحق ، ووصف نفسه بهما ، فقال جلّ وعلا :

(ث ث ث ث ث)[4].

كما قال سبحانه : (□ □ □ □ □)[5].

أهمية الإعلام في حياتنا :

---

(1) د.عبد اللطيف حمزة : الإعلام في صدر الإسلام، ص 45،46 .

(2) سورة النساء ، آية 122 .

(3) لسان العرب ، مادة (خبر) .

(4) سورة النساء، آية 122 .

(5) سورة يونس ، آية 32 .

ما من ريب في أننا صِرنا جميعاً نحيا في عالم يعد قرية صغيرة من خلال ثورة الاتصال والسماء المفتوحة في عصر صار يعرف بعصر الإعلام الذي أفرزت فيه العولمة(1) نظاماً عالمياً يعتمد على الانفتاح الإعلامي الدولي، وعلى التجدد المتسارع (للتكنولوجيا) وزيادة التقارب الاتصالي بين الدول.

أصبح الإعلام ضرورة في كل مجتمع حديث نظراً للتقدم العلمي والمعرفي المذهل أمام قراءة الإنسان الذي لا يفتأ يتدبر أسرار الكون والحياة، إذ يقول مكوِّنه – جل وعلا – لمعمِّره(2):

(ﭽ ﭼ ﭽ ﭼ ﭽ ﭽ ﭽ

الإعلام ومقتضيات الحياة :

ما من شك في أن الإعلام من مقتضيات الحياة الحرة كي يُلِمَّ الإنسان بما يجري حوله من أحداث وتطورات ومستجدات، فيستطيع من خلال المتابعة والتواصل الإعلامي أن يأخذ ما يجب من القرارات، و يقوم بما يناسب من المواقف، " ولا يتيسر هذا الأمر بطبيعة الحال إلا إذا كانت معلومات هؤلاء الأفراد من الكفاية والدقة بحيث تمكِّنهم من إصدار أحكام يترتب عليها تطور المجتمع لا تدهوره، ومن هنا جاءت وظيفة الإعلام في المجتمع بوجه عام"[(1)].

وتأسيساً على هذا الفهم نستطيع أن نقول : إن الإعلام " حقيقة أساسية للوجود البشري والعملية الاجتماعية"[(2)]، حيث يعمل على إذكاء التواصل والتفاعل بين الأجناس البشرية ، حيال ما يُعرَض عليهم، ومحاولة المشاركة أو النزوع لعمل ما تقتضيه فكرة أو نظرية ما يُعرَض عليهم إعلامياً.

المجتمع يواجه كمًّا إعلامياً غير مسبوق :

إن تاريخ الإنسانية بأسره لم يشهد من قبل كمَّ ما يذاع أو يشاع، وينشر ويقدم للمشاهد من مواد إعلامية ودعائية لم تعد تَقْنع بحدود التعرُّف أو الإشباع، فقد وصل الأمر إلى مرحلة الإغراق، وهذا ما يدعونا إلى ضرورة تدارك الأمر أمام طوفان المواد الإعلامية والدعائية التي تعمل على إغراق الشباب فماذا نحن صانعون ...؟ وإلام نأوي ...؟

هل نأوي إلى جبل من الجهل والعناد الذي لا يجدي ولا يفضى إلا إلى أن يغرقنا الطوفان ؟!!

---

(1) د.إبراهيم إمام : فن العلاقات العامة والإعلام، مكتبة الأنجلو المصرية 1986م، ص179 .

(2) د.عبد العزيز شرف : فن التحرير الإعلامي، ص26.

أم هل نصنع صنيع أهل الكهف[1] حين عدلوا عن الاختلاف والتردد والتخبط حول مدة لبثهم في كهفهم وتخلُّفهم عن الحياة من حولهم بمحاولة إدراك كيفية التعامل مع زمن غير الذي عرفوه كي يحققوا مآربهم، ويخرجوا مما هم فيه، ولن يخرجهم إلا أن يتلطفوا، ويتفهموا ما حدث وما يحدث ؟!!

وهل لنا أن نتعلم من الإعلام السماوي الأمين القرآن الكريم، ودعوة رسولنا الهادي الأمين، والرعيل السائر على الدرب آخذين بأسباب العلم ونور المعرفة ؟ فنصنع فلك النجاة حتى ولو كانت [ڈ ڈ ڈ][2]، ونهز النخلة[3] ولو من الجذع فإنها ستأتي بالجني الطيب لا ريب ..

إن النظام الإعلامي الجديد من خلال وسائله التي تعد شبكة التواصل الاجتماعي – Facebook أشهر وسائله قد صاحبها تجديد وتغيير على المستوى التقني من جانب، وعلى مستوى الخطاب الإعلامي بصفة عامة، والأدبي بصفة خاصة من جانب آخر . ولعل هذا المدخل المثير يستثيرنا أكثر إلى الوقوف أمام بعض المصطلحات ماذا يقصد بها، وما مفهومها، وماذا نريد منها ؟ وكيف نتعامل معها ؟ وما الغاية من استخدامها ؟

(1) يمكن لمن أراد أن يستزيد أن يقرأ قصة أهل الكهف: سورة الكهف، آية 9 وما بعدها .

(2) سورة القمر ، آية 13 .

(3) يمكن لمن أراد أن يستزيد أن يقرأ سورة مريم ، آية 16 وما بعدها .

الفصل الأول

الإعـــــــلام الجـــــــديد

أشهر وسائله :" شبكة التواصل الاجتماعي – Facebook "

الدلالة والدراسة

مفهوم الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد مصطلح حديث، مغاير للإعلام التقليدي في كثير من المقتضيات، وذلك لكونه لا يقتصر على نخبة متحكمة، أو قادة إعلاميين محدودين، بل أصبح متاحاً لجميع شرائح المجتمع وأفراده للدخول فيه واستخدامه، والاستفادة منه .

ويرى بعض الباحثين في مجال الإعلام " أنه لا يوجد تعريف علمي محدد حتى الآن يحدد مفهوم الإعلام الجديد بدقة . إلا أنه له مرادفات عدة منها :

- الإعلام البديل
- الإعلام الاجتماعي
- صحافة المواطن
- موقع التواصل الاجتماعي[1]".

على أننا نستطيع أن نفيد من قاموس " التكنولوجيا الرفيعة High - tech " Dictionary في التعرف إلى ماهية الإعلام الجديد على نحو مختصر يعد تعريفاً مفيداً .

(1) الإعلام الجديد : ويكيبيديا .https://ar.wikipedia.org .

تعريفه في قاموس " التكنولوجيا الرفيعة High –tech Dictionary " :

يذكر القاموس أن الإعلام الجديد يتم من خلال " اندماج الكومبيوتر وشبكات الكومبيوتر والوسائط المتعددة وبحسب ليستر : " الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من تزاوج بين الكومبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو[1].

مفهوم الإعلام الجديد عند اليونسكو :

يعد الإعلام والنهوض به وتطويره أحد البرامج الأساسية التي ترعاها " يونسكو – Unesco " منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، حيث تهدف المنظمة إلى النهوض بحرية التعبير، وحرية الإعلام باعتبار أنهما من مبادئ حقوق الإنسان الأساسية لأي مجتمع سليم حر ديمقراطي[2]، وقد أوردت تعريفاً للإعلام الجديد على النحو الآتي :

يقصد بالإعلام الجديد أنه يتم من خلال جمع وتخزين ومعالجة ونشر الأنباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والتعليقات المطلوبة، من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والدولية،والتصرف تجاهها عن علم ومعرفة، والوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات السليمة "[3].

---

(1) Dr.paul Martin Lester , California state university, http://commfaculty.fullerton.edu/lester/curriculum/newmedia.html

(2) ويكيبيديا .https://ar.wikipedia.org .

(3) د. أحمد حمدي : في تجديد لغة الإعلام ولغة الأدب، منتديات ستار تايمز، أرشيف مطبوعات وصحافة وإعلام ص2 إلى 14 في 2010/12/12م . www.startimes.com .

مفهوم الإعلام الجديد عند اللجنة العربية للإعلام الإلكتروني :

يقصد بالإعلام الجديد : الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي آلياً، أو شبه آلي من العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة من اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون، ويشمل الإشارات والمعلومات، والصور والأصوات المكونة لمواد إعلامية[1].

أشهر وسائل الإعلام الجديد : " شبكة التواصل الاجتماعي **- facebook ":**

يعتبر " فيسبوك Facebook " أشهر شبكة تواصل اجتماعية في العالم ، إذ يحتل المرتبة الأولى علي عرش شبكات التواصل الاجتماعية .

بدأ الفيسبوك كفكرة بسيطة " لمارك زوكربيرج – Mark Zuckerberg " أحد طلبة جامعة " هارفارد – Harvard " الأمريكية، حيث كانت تقضي بإنشاء موقع بسيط يجمع من خلاله طلبة هارفارد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين طلبة كليته والإبقاء علي الروابط بينهم بعد التخرج . وبالفعل جسَّد فكرته التي رأت النور في عام 2004م ، وبعد انطلاق الموقع حقق نجاحاً كبيراً ، حيث استطاع في غضون أربعة أشهر أن يضيف ثلاثين شبكة لكليات أخرى ، ثم توالي التوسع والانتشار في سرعة مذهلة علي مستوى العالم كله حيث أصبح بإمكان كل من يملك بريداً إلكترونياً أن ينضم للفيسبوك[2].

---

(1) ويكيبيديا .https://ar.wikipedia.org .

(2) د.أحمد بن مرسلي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية 2003م الجزائر، ص49،50 .

الهدف من إنشاء (فيسبوك) :

الإنصاف يقتضى أن نشير بدايةً إلي نُبْل الهدف من إنشاء شبكة الفيسبوك علي نحو ما ذُكِرَ من قبل أن فكرة إنشائه كانت من أجل الرغبة في التواصل الاجتماعي والثقافي والأدبي والعلمي والإنساني ، لكن تُري هل ظل الهدف علي نُبْله، وكذا هل ظل أسلوب التواصل والتخاطب على المستوى الاجتماعي والأدبي المأمول من خلال هذه الوسيلة الإعلامية ؟!

لاشك في أن الإجابة على هذين السؤالين تحتاج إلى بحثٍ ودراسة ، وهذا هو ما تؤمل هذه الدراسة المتواضعة أن تقدم إضاءات وإجابات عليه دون إغفال لأمر الإعلام بصفة عامة رغبةً في تكامل الرؤية، إذ تراعى الأصالة وتنشد التطور في تمحيص وأمانة .

إن الإعلام الجديد بوسائله ووسائطه المتدامجة، وتقنياته المذهلة ليس شراً كله كما يتصور البعض، كما أنه ليس كما يقول البعض بأنه يتضاد مع الإعلام التقليدي، إذ إن كثيراً من العلماء يطلق على الأجناس الإعلامية المختلفة لفظ الصحافة، وهو ما سبق أن أشير إليه من ترادف " الإعلام الجديد " مع " صحافة المواطن "، ولذا فإن كثيراً من العلماء يرى أن الصحافة المكتوبة، والصحافة المذاعة، والصحافة المرئية تنطلق جميعاً من المقولة التي تزعم أو تذهب إلى وحدة فنون الإعلام، " وأن الأجناس الإعلامية، وإن صارت اليوم أكثر تميزاً وتحديداً إلا أنها ذات أصل واحد "[1].

ولذا فإن الإعلام الجديد الإلكتروني وإن كان قد فرض واقعاً إعلامياً مختلفاً تماماً في طبيعة وسائله، وأدائه وتقنياته المذهلة المثيرة أشد الإثارة والتأثير، إلا أنه

(1) بيير ألبير : الصحافة : ترجمة : فاطمة عبد الله محمود، الهيئة المصرية العامة للكتاب 1987م، ص9 .

لا يعد تطويراً فحسب لوسائل الإعلام السابقة، وإنما هو قد احتوى كل ما سبقه من وسائل إعلامية .

إننا إذ نقر بما حققه الإعلام من ثورة إعلامية مذهلة، تأتي وسيلة " شبكة التواصل الاجتماعي – facebook " على قمته من الشهرة والذيوع، فلا يجب علينا أن يستغرقنا الذهول، أو أن نقوم بدور الإمعة، وإنما يجب أن يكون لنا دور، إن لم تكن أدوار تفرض علينا أن ننهض بمسئولياتنا في الحياة التي أعلمنا خالق كل شىء – وهو سائلنا عن كل شىء من خلال رسالة السماء – أننا أكرم أمة أخرجت للناس، إذ نأمر بالمعروف، وننهى عن المنكر، ونؤمن بالله الذي علم الإنسان ما لم يعلم . قال تعالى[1]:

[

على أنه إذا تقرر ذلك فما بالنا بالإعلام حركي الصورة في سرعة ودقة ووضوح، فضلاً عما يصنعه في نفس المستخدم، إذ يشعر أنه يمْثُل في المكان المصوَّر يعايش الحدث، و يتأثر به، و يتفاعل مع معطياته ..

استحواذ الإعلام الجديد علي مستخدميه من خلال " فيسبوك " :

إن الصورة الإعلامية في جوهرها حقيقة متحركة، وهى من خلال إتقان تقنياتها تُعَد حركيةُ عرضها قيمة فنية و جمالية تعمل على مزيد من التأثير الإعلامي في المستخدم، و الاستحواذ على مقادير من مداركه ومشاعره .

لقد بلغ من تأثير وسائل الإعلام الجديدة أن تضاعفت قوة جذب المستخدم لدرجة الاستحواذ، أو أقرب ما يكون لذلك، مما يجعل المستخدم كأنه هو الشاشة، أو بات " هو الشاشة"[(1)].

إن الإحساس بوطأة الإعلام الجديد حقيقة لا ينكرها إلا مخادع، أو غافل غير واعٍ لما نحن فيه من فقر إعلامي عربي أمام هيمنة وسيطرة الإعلام الغربي بآلاته وتقنياته، و إمكاناته الهائلة منهجياً ومادياً، لدرجة تكاد تصل بشبابنا حد الإبهار والإدهاش، وسلب العقول والحواس .

إن دراسة الإعلام تعنى بأمرين :

أولاً : الفهم الكبير للوسائل الآلية .

ثانياً : أن نفهم كيف نستخدم هذه الوسائل في سبيل تحقيق وظائف معينة هي الإعلام والتأثير، والتنوير والإقناع، والتثقيف والترفيه والإمتاع[(2)].

إن هذه الوسيلة الإعلامية النفيسة ما لم تكن لها فوائدها ودلالاتها ووظائفها الهادفة يمكن أن تصبح لعبة لا معنى لها، وذلك إذا لم نكن نعي ما نقول من

---

(1) موري جرين : أخبار التليفزيون بين التحليل والتنفيذ، (ترجمة حمدي قنديل وأحمد سعيد عبد الحليم)، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة 1972م، ص249 .

(2) د. عبد العزيز شرف : فن التحرير الإعلامي ص 66 .

خلالها ؟ وماذا نريد منها ؟ ثم كيف نقول ما نريد ؟ وهو ما يجب أن نفعله كذلك مع غيرها من الوسائل الإعلامية .

ما أشبه إعلام اليوم من خلال (فيسبوك) بسوق عكاظ الذي يعد أشهر أسواق الجاهلية، وقد سمي بذلك لأن العرب كانوا يجتمعون فيه، فيتعاكظون، أي يتناشدون الأشعار، ويتفاخرون، ويتنافرون، كما كان البعض منهم يقوم بإلقاء الخطب، والإعلان عن بعض الأمور الاجتماعية، ويتحاكمون إلى من ترضى حكومته في ذلك .

ويعد سوق عكاظ مجتمعاً شاملاَ لكل المناسبات الاجتماعية والفكرية والمادية والعقدية، حيث كانت تعقد فيه مناسبات الزواج، كما تقام فيه الشعائر الوثنية في ذلك العصر إضافة لعرض البضائع والتجارة المادية، وربما قامت الحروب بسبب ما يحدث من منافرات ومشاجرات .

ويذكر أن النبي ε قد دخل هذا السوق يعرض نفسه على مرتاديه من أجل أن يبلغ دعوة ربه عز وجل، فيكسب أنصاراً لدعوته، ويقوي شأنها، وشأن من يهتدي بهديها .

ما أشبه إعلام اليوم من خلال (فيسبوك) بسوق عكاظ في انفتاحه أمام الجمهور دون حجر على مشاهدة، أو متابعة وتلقِّي ما يقدم من نتاج وإبداع إنساني يحكم له أو عليه من ذوي التخصص والأهلية للحكم الذي يذيع، ويذيع معه شأن النتاج والإبداع، والمبدع إذ يحظي بالقبول الذي يمنحه صك الذيوع والشهرة من خلال سوق الإعلام، أو سوق عكاظ !!!

وما أبعد وجه الشبه بين إعلام (فيسبوك) وسوق عكاظ الذي لم يكن ليسمح فيه لمبدع غير جدير أن ينال شرف المثول في ساحته ليعرض من نتاجه وإبداعه أجود بضاعته !!!

على أنه قد أُفسح المجال اليوم في سوق الإعلام الجديد من خلال أشهر وسائله: (فيسبوك) لكل ذائع رائع أو ناعق لاغط، دون ضابط أو رابط، اللهم إلا أنه قد أصبح مجالاً لكل خائض يخوض مع الخائضين دون قاعدة أو قيد، أو حدود لكمٍّ أو كيفٍ، أو حواجز من الزمان أو المكان لكل من شاء أن يقول ما يشاء، ويصنع ما يشاء، في أي شىء، وعن أي شىء، وبأي شىء !!!

وما أشبه شبكة التواصل الاجتماعي facebook بصحيفة ينشر على صفحاتها مواد صحفية متنوعة، تخضع كل صفحة منها لمعايير محددة، ومراجعة مدققة، واستئذان للعرض، وموافقة على النشر، ومحاسبة بعد ذلك على كل أمر، غير أن صحافة (الفيسبوك) مفتحة الأبواب دون إذن، أو مراجعة أو محاسبة، بل إنه في كثير من الأمور تعلن إدارة هذه الشبكة الإعلامية أن المادة المعترض عليها – حتى وإن كانت على درجات من الإباحية، والفحش، والإقذاع – أنها لا تتعارض مع سياسة (الفيسبوك) !!! .

ليس معنى ذلك أن الصحافة الورقية أو التقليدية فوق مستوى النقد، أو أنها خالية من العيوب والأخطاء والمآخذ، فهناك أخطاء مهنية، وأخرى طباعية، وكذا لغوية، مع وجود قصور وتقصير ومجاملات ؛ فمن ذا الذي ترضى سجاياه كلها .. ؟ غير أن ذلك يكون رغم القواعد والمعايير والمراجعة والالتزام بلغة وأساليب معينة مع الحفاظ على الفصحى، ومراعاة الذوق العام والعادات والتقاليد ... إلخ .

وإذا كان من الثابت – كما يقول الدكتور عبد العزيز شرف في كتابه : فن التحرير الإعلامي – [1]: " أن تظل الأمانة في نقل الخبر مسئولية رجال الإعلام في أي وسيلة إعلامية " فإننا في مثل هذه الوسيلة محل الدراسة قد صار كل مستخدم لها يقوم بدور رجال الإعلام ؛ فهذه هي صحافة المواطن، ولذا يجب أن يكون هناك مدارسة لهذا الأمر من خلال سبل مختلفة : أسرياً، وتعليمياً، واجتماعياً،

(1) د. عبد العزيز شرف : فن التحرير الإعلامي ص 70 . .

وتقنينياً . وإذا كان الكثير من المتخصصين وغيرهم يتحدث عن ميثاق الشرف الإعلامي فإنه يجب أن يذكى هذا الأمر على كل المستويات ..

وهذا ما يستدعي أن يكون لنا سياسة تتعامل مع هذه الوسيلة الإعلامية وغيرها حسب ما يناسبنا عادة وتقليداً، وثقافة وتعليماً نافعاً دنيا وديناً للحياة يمنحها الخير والحق والرقي والجمال الخالد .

إن هذه السياسة الإعلامية الجديدة لن تكون راشدة رائدة وقائدة ما لم تكن قائمة على دراسات جادة وقادرة على أن تسبر ماهية هذه الوسائل، فتتعرف جذورها وخصائصها وتوابع انتشارها ..

– **أما عن الجذور**، فلمعرفة منابعها والقائمين عليها والمتحكمين فيها حتى إذا ما أردنا أن نضبط دورها استطعنا، إذ نبحث عن السبل التي تمكننا من ذلك، ولن نعدم من السبل ما يبلغنا ذلك .

– **وأما عن الخصائص**، فلكي نعرف كيف نتعامل معها ؟ وكيف نستثمر إيجابيات كل خصيصة فيما يخدم متطلباتنا وتوجهاتنا، ويعمل على تحقيق غاياتنا، فيكون ذلك مكسباً ؟ وكيف نتفادى سلبيات كل خصيصة حتى لا تؤثر علينا، أو تضر بنا ميراثاً وواقعاً ومستقبلاً، فيكون ذلك مكسباً من نوع آخر على حد قول البيان أو الإعلام النبوي الذي لا يقف عطاؤه عند حد[1]: «عجباً لأمر المؤمن، إن أمره كله خير له، وليس ذلك إلا للمؤمن، إن أصابته سراء شكر فكان خيراً له، وإن أصابته ضراء صبر فكان خيراً له».

– **وأما عن توابع انتشارها**، فلنتأمل ما أحدثته في حياة الأفراد والمجتمعات، ومدى تأثيرها فيهم أو عليهم، للاستفادة القصوى من ذلك ثقافياً وحضارياً ومادياً، زمانياً ومكانياً من خلال دراسات استقرائية متنوعة متخصصة في جل المجالات.

ويمكن لنا أن نجمل توابع انتشار الإعلام الجديد فيما يأتي :

---

(1) حديث شريف رواه الإمام مسلم في صحيحه ..

أولاً : ظهور منابر إعلامية جديدة تتمتع بحرية غير محدودة، وتمنحها كذلك بلا حدود للمبدعين والمفكرين والمثقفين والجمهور، لينشر من شاء ما يشاء، وليطلع من شاء على ما يشاء، ويتواصل مع من يشاء، حيث أنشىء العديد من القنوات والصفحات التي تمثل المؤسسات الاجتماعية المختلفة، ومنها على سبيل المثال :

- قنوات وصفحات عن صحف ومجلات متنوعة وجديدة .
- قنوات وصفحات تمثل المدارس والجامعات المختلفة .
- قنوات وصفحات تتخصص في المجالات الرياضية .
- قنوات وصفحات ومجلات تتخصص في المجالات الفنية .
- قنوات وصفحات ومجلات تتخصص في المجالات الثقافية .
- قنوات وصفحات ومجلات تتخصص في المجالات الدينية ...إلخ .

ثانياً: ظهور طبقات وشرائح إعلامية جديدة، كثير منها متواضع، بل متدنٍ في أدائه، وبعضها تفوق بصورة تفصح عن أنه ما أكثر المواهب التي لم تتح لها الفرصة كي تثبت وجودها، وتؤدي دورها، وتثري الحياة في مجال موهبتها وإمكاناتها !!

ونستطيع أن نرى أمثلة لذلك من خلال آلاف، بل ملايين الصفحات والقنوات ذات صبغات اجتماعية، أو علمية، أو أدبية، سواء كانت تلك القنوات أو الصفحات تمثل جهات رسمية، أو إقليمية خاصة، أو شخصية تعد منابر تعبر عن فكر وإبداع لم يكن له ليظهر إلى النور لولا هذه الوسيلة الإعلامية .

ثالثاً : الانتصار على احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى في النشر، حيث أصبح النشر متاحاً أمام كل راغب دون قيود مادية، أو موادية، أو زمانية، أو مكانية، بل يمكن للراغب ذلك بالمساحة التي يريدها، وبالطريقة التي تناسبه في أي وقت، وفي أي مكان .

رابعاً : ظهور إعلام الجمهور إلى الجمهور، وما أكثر الصفحات التي تعبر عن ذلك!! حيث أصبح للجمهور حق التعبير عن نفسه من خلال حقيقة مستواه الثقافي الذي لم يكن ليؤهله ليسمع له أو يمنح حق أن يشاهَد .

وصحيح أن ذلك غير مناسب للإعلام والنشر، فليس كل شىء يصلح لذلك، على أن هذا الأمر من الخطورة بمكان، إذ يجب ألا يغفل ذلك، حتى لا يمكن جرجرتهم إلى بؤر ما كان أخطرها عليهم وعلى المجتمع !! وما كان أيسر ذلك !! وكذا استغلالهم سلباً، حتى يتعودوا ذلك لدرجة يصعب استردادهم منها، أو تصويب ما يكتسبونه من سلبيات في السلوك والعادات وآداب لغة التواصل والخطاب الإعلامي والأدبي .

خصائص الإعلام الجديد من خلال " شبكة التواصل الاجتماعي – facebook " :

أولاً : عالميته :

لم يعد الإعلام يتقيد بالمحلية أو الإقليمية في بثه ونشره مواده الإعلامية في مدى مكان معين، ومدة زمنية محددة، حيث يتخطى النشر من خلاله كل الحواجز إرسالاً واستقبالاً وحواراً بصورة مباشرة على كل المستويات الإعلامية المكتوبة والمسموعة والمرئية .

ثانياً : تكامل عناصره الإعلامية:

تتدامج وسائط عدة في هذه الوسيلة الإعلامية، حيث لا تقل هذه الوسائط عن الكتابة تأثيراً، بل قد تفوقها أو تعمل على تقوية أثرها وتأثيرها، إذ تستعين بمؤثرات من الرسوم والصور، أو الصوت والصورة الحية المباشرة .

ثالثاً : تفاعلية التواصل من خلال هذه الوسيلة:

حيث تتم العملية الإعلامية بالاعتماد على الحوار وتبادل الآراء دون اعتماد على النظرة الأحادية في الرسالة الإعلامية، وهذه التفاعلية الإعلامية تعمل على ثراء الفكر والإبداع وتقويمه، كما تعمل على نقل عدوى الإبداع وتلاقح الأفكار الذي يؤدي إلى حالة مخاض ثقافي مبشر .

رابعاً : سهولة مصاحبة آلة التواصل من خلال هذه الوسيلة:

حيث يتم ذلك في أي وقت أو مكان وعلى أي حال .

خامساً : سهولة الاحتفاظ بالمادة الإعلامية :

حيث يمكن الاحتفاظ بالمادة الإعلامية مهما كان كمُّها، وكذا يمكن استرجاعها والتعامل معها بسهولة ويسر، إذ يمكن لمستخدم هذه الوسيلة الاحتفاظ بآلاف بل ملايين الكتب والمراجع والمصادر من هلال الصفحات الخاصة بالمكتبات، ومن ذلك على سبيل المثال :

- صفحة عن: المكتبة المجانية – مكتبة المليون الكتاب– طريقة التحميل والتصفح .
- صفحة عن: المكتبة العامة – عالم الكتب بين يديك – محاولة لتسهيل الحصول على الكتب مجاناً في جميع فروع المعرفة .
- المكتبة الرقمية لتحميل كتب مجانية .
- صفحة عن : المكتبة – أضخم مكتبة لتحميل الكتب على الفيسبوك .
- صفحة عن : المكتبة الإلكترونية الإسلامية PDF .
- صفحة عن : المكتبة الأزهرية العالمية PDF .

إيجابيات الإعلام من خلال " شبكة التواصل الاجتماعي - facebook " :

يتجلى من خلال ما سبق تناوله مدى قيمة الإعلام وأهميته بالنسبة للإنسان في حياته ، لما يقدمه من أدوار جليلة وخطيرة علي مختلف المستويات التي تعمل على ارتباط الإنسان بالعالم من حوله على النحو الآتي :

أولاً : من الإيجابيات العظيمة التي تؤديها هذه الوسيلة سهولة الحصول على المعلومات والمعارف في سرعة ويسر إضافة إلى توفير الجهد والوقت والمال .

ثانياً : من الحسنات الجليلة لهذه الوسيلة الإعلامية أنها تعمل على نشر التواصل بين المجتمعات، وتحقيق الغاية من خلق الله للناس شعوباً وقبائل .

ثالثاً : من أجل حسنات هذه الوسيلة أنها يمكن أن تستثمر في ربط الإنسان بخالقه تأملاً في ملكوت الله واعترافاً بقدرته، ويقيناً في الإيمان به إذ ينجح أهل الإيمان والإسلام في ذلك .

رابعاً : تعد هذه الوسيلة من أهم عوامل نقل الحضارة والاطلاع الآني على كل جديد والإفادة من ذلك .

خامساً : تقدم هذه الوسيلة لطلاب العلم نماذج حية من الخدمات المدرسية والجامعية والثقافية ومقادير من المعرفة لم تتيسر لطلاب العلم من قبل[1].

سادساً[2]: تعد هذه الوسيلة الإعلامية العالمية مجالاً خصباً لنشر الدعوة الإسلامية ليل نهار في كل الأقطار آذاناً وصلاةً، وخطباً وتدريساً وشرحاً وبياناً لكل أمر من أمور دين الله لكل العالمين، بكل الوسائط والمؤثرات في الجمع والأعياد،

---

(1) الصفحات والقنوات الإعلامية التي تقدم هذه الخدمات من خلال شبكة التواصل الاجتماعي كثيرة جداً ومتنوعة، متمثلة في المجلات أو المكتبات أو الموسوعات، أو المحاضرات ...إلخ.

(2) لمعرفة المزيد من الإيجابيات يمكن الاطلاع على : الشبكات الاجتماعية والإعلام الجديد، لـ بخوش إيمان، ومرزوقي حسام الدين، إشراف د. غروبة دليلة، جامعة باجي الجزائر 2009 م.

والأمسيات والمؤتمرات في جل المواقف والأحداث والمناسبات . ونستطيع أن نرى مدى ما تقدمه هذه الوسيلة الإعلامية للدعوة الإسلامية من خلال ما أنشئ من صفحات وقنوات ومكتبات عن القرآن والسنة وعلوم الدين من خلال الصفحات والقنوات على سبيل المثال :

- قناة عن : القرآن الكريم .
- قناة عن : القرآن الكريم ومصحف التجويد .
- قناة عن : إتقان تحفيظ القرآن .

وكذا يمكن الاطلاع على : الإعلام الجديد في عصر المعلومات، لسميرة شيخاني، مجلة جامعة دمشق – المجلد 26 – العدد الأول والثاني . 2010 م، ص442 وما بعدها .

- صفحة عن : لجنة شئون القرآن .
- صفحة عن : الهيئة العالمية لتدبر القرآن الكريم .
- صفحة عن : الإعجاز العلمي في القرآن الكريم .
- صفحة عن : السنة النبوية الشريفة .
- صفحة عن : تحفيظ السنة النبوية الشريفة .
- صفحة عن : نشر السنة النبوية .
- صفحة عن : منتديات السنة النبوية .
- صفحة عن : منهاج الأنبياء : المد الإسلامي، منهاج السنة النبوية .
- صفحة عن : السنة النبوية لنبي الرحمة محمد ε

سلبيات الإعلام من خلال " شبكة التواصل الاجتماعي - facebook " :

الحديث عن سلبيات الإعلام ليس ميزة للمتحدث عن ذلك، كما أنه ليس غاية، بل الغاية أن يكون للإعلام دور إيجابي، إن لم تكن له أدوار بناءة تعمل على التواصل الشامل، والتكامل الفاضل على مستوى الأفراد والمجتمعات والإنسانية كلها

في كل زمان ومكان، من خلال تواصل أمين يجمع ذلك كله في أصل واحد انبثق منه نسْل الإنسانية على كوكب واحد يجمعهم جميعاً، غير أن بلوغ الكمال محال، حيث تجد ذلك في كل مجال، وفي كل حال ..

وتبدو أخطر سلبيات الإعلام الجديد على النحو الآتي :

أولاً : من أخطر سلبيات هذه الوسيلة غياب الرقابة التي تحول حرية استخدامها إلى فوضى قد تأتي على الأخضر واليابس .

قد لا تكون هناك كلمة ابتعدت عن معناها الأصلي ، ونأت عن حقيقتها عبر التاريخ مثل كلمه " الحرية " حيث استخدمت في دلالات وأغراض تنأي عن مدلولها الحقيقي، بل تُناقضه؛ ولذا فقد استُغلت في مجال الإعلام من قبل الموتورين، والمتحللين والسائرين في دروبهم، في سبيل غايات هابطة ورخيصة، متذرعين بدعاوى يزعمون أنها حضارية عن طريق كفالة الحرية الإعلامية علي مختلف الأصعدة .

وإذا كان المفهوم الحقيقي للحرية " يهيئ للإنسان الحرية في مختلف مجالات حياته : فنياُ وعلمياً ، وحرية الممارسة الخلاقة في ميادين الإعلام والثقافة"[1] فإن الإسلام قد منح الإنسان من الحرية ما لم ينله لدي غيره ، ولم يضع قيداً على الحرية " إلا حماية للدين باعتباره أول الضرورات للإنسان"[2] فالدين يبيح للفرد حرية أن يعتقد ، وحرية أن يري ويقول ، وحرية أن يتصل بغيره" ولكن لا علي الإطلاق .. بل بما يصون حرية الفرد ويحفظ وجوده" [3].

---

(1) فن التحرير الإعلامي ؛ د.عبد العزيز شرف ص13.

(2) أصول المجتمع الإسلامي : د.جمال الدين محمود ص96. المجلس الأعلى للشىءون الإسلامية 1983م القاهرة.

(3) الإسلام والفلسفات المعاصرة : د. محمد البهى ص57. المجلس الأعلى للشىءون الإسلامية 1977م القاهرة.

وهذا ما يجلِّي كمال الحرية وشموليتها في الإسلام من خلال قوانينه العادلة الشاملة والكاملة التي لا تسمح باقتحام ما يعدُّه الأسوياء فساداً عظيماً كالإساءة إلي الأديان أو الدعاية من خلال هذه الوسيلة الإعلامية العالمية التي تتبناها مؤسسات إعلامية لأجناس ذات مذاهب مناقضة لمنهج الإسلام وسموِّه بالإنسان، تلك المذاهب أمثال الماديين والوجوديين والطبيعيين والصهاينة الداعين إلي حرية تحلل من كل الضوابط والقوانين والشرائع والأعراف التي لا تراعي حتى فطرة الإنسان التي فطره خالقه عليها ..

وهنا يتجلى لنا الفرق بين الدعاية والإعلام بوجه عام، فالإعلام ينهض في جوهره علي معالجة موضوع ما من خلال عرضه بأحداثه وملابساته ، وما يتعلق بهذه الأحداث من معلومات حقيقية، وتفسيرات وتحليلات تعتمد على الأسلوب العلمي وما يلزمه من أساليب تتسق في مجموعها، وتساق للمشاهدين كي يتعاملوا معها بحواسهم وفكرهم فترفع من مستواهم الفكري والأدبي ، وتنشد تجاوبهم وتعاونهم من أجل المصلحة العامة، " ولذا أخذت الدول .. تفضل كلمة " الإعلام "وتنبذ كلمة" الدعاية " علي اعتبار أن الأولي تعبر عن الدقة والموضوعية والصدق"[1].

إن الإعلام يرمي إلى اليقظة والنمو، والتكيف الحضاري، أما "الدعاية فلا يهمها إلا تحقيق غايات معينة مع التضحية بكل شىء في سبيل تحقيق هذه الغايات، فهي لا تعني بإيقاظ الجماهير، بل على العكس من ذلك تماماً نجد إنها تعمل على تخديرهم، وشل قوة التفكير فيهم، وإيقاظ غرائزهم، ثم العبث بها عن طريق القصص الخرافية، والصور العارية، والأكاذيب المتكررة"[2].

إن الأمر خطير جد خطير ، إذ هو ليس مجرد حرية إعلام ، وإنما هي حرية الدعاية إلي العري والفحش، والهدم، والاجتراء على كل شىء، حتى على ما يعطي

(1) د.عبد العزيز شرف : فن التحرير الإعلامي، ص24.

(2) د. إبراهيم إمام : فن العلاقات العامة والإعلام، ص179.

كل شيء قيمته، ويسع كل شيء من خلال دين الإسلام القيم الحنيف الشريف، عن طريق إلباس الانفلات لمفهوم الحرية بغرض توظيف ذلك من أجل ضرب المشروع الإسلامي لأن الإسلام يملك أقوي مشروع حضاري[1].

ومن أمثلة ذلك في الإعلام الجديد ما نراه من خلال تلك الصفحات الخبيثة والمدسوسة :

- صفحة عن: (الإسلام من القرآن) وهي صفحة تطعن في السنة النبوية الصحيحة، وتعمل على تشكيك المسلمين في البيان النبوي الصحيح وتسخر من تعاليم السنة، وتدعو إلى الكفر بها، وهي كذلك تثير الشكوك حول القرآن الكريم وتفسيره حسب توجهاتهم الخبيثة، رغم أنها تجعل لها عنواناً باسم " الإسلام من القرآن " .
- وهذا نموذج مما ورد من إفك على هذه الصفحة الخبيثة عن عبادة الحج والطواف بالكعبة وتقبيل الحجر الأسود بعنوان خبيث : " عبدة الشيطان " .

وقد أوردت هذه الصفحة الخبيثة صورة للحجر الأسود مكتوباً عليها : " عبدة الشيطان" كما ذكر أعلاها قول الله تعالى[2]:

[گ گ گ گ ں ں ڻ ڻ ڻ ۀ ہ ہ ہ ہ ھ ھ ھ ے] .

ثم بدأت الصفحة تسرد زعمها، وتبث خبثها على النحو الآتي :

الحجر الأسود هو في الواقع مجموعة حجارة صغيرة سوداء ملزوقة بطمي لخداع الناس، كما نرى بأعيننا في الصورة الحجر الأسود يواجه الشروق الشتوي، حيث تولد الشمس من جديد ويرمز إلى ولادة اللات إلهة الخصوبة عند الوثنيين. وكان الوثنيون يحتفلون بولادة اللات كما في السبوع الذي هو عادة وثنية قديمة، حيث يتم الدوران حول الصنم سبع مرات، بينما الوثني يرتدي " لفة " غير مخاطة مثل المولود.

---

(1) حرية الإبداع الأدبي بين الفوضى والالتزام : د.صفوت زيد ص57 ، 58 ط التركي ، طنطا، مصر 1997م.

(2) سورة النساء : الآية 117.

كل هذه الطقوس والرموز خارجة عن القرآن وليس لها أي صلة بالحج الحقيقي المذكور بكل وضوح في القرآن الكريم [1].

ثانياً : من التبعات الخطيرة لاستخدام هذه الوسيلة أنها تؤدي إلى سرقة أهم شىء من الإنسان، وهو وقته أي حياته، حيث يجد المستخدم نفسه منجذباً أمام قوة، بل قوى جذب هائلة للصفحات المختلفة بما فيها من مواد إعلامية مثيرة، وأخبار جديدة متنوعة، ومغريات قوية وخطيرة .

على أن تبعة الوقت الذي سلبته هذه الوسيلة من أبنائنا وشبابنا إنما تعود إلينا نحن، إذ لم يكن لدينا سُبُل دقيقة لملئه وترتيبه لنشىءنا ترتيباً منهجياً ، فإن غيرنا قد أعدَّ منهجه كي ينشىءهم كما يريد، لينال منهم ما يريد دون عناء .

وأمام فراغ الوقت الذي أدى إلى حالة من البطالة دون استثمار للوقت والطاقات : ماذا ننتظر من شبابنا إذ ذاك ، هل نقول لهم : اخلدوا إلى الدعة ونَاموا .. ، أغلقوا أعينكم .. ، سُدوا مسامعكم .. ، دعُوكم من كل ما حولكم ، وأغلقوا عليكم أبوابكم .. ؟!

إننا بذلك كأننا نقول لهم : لا حاجة لنا بكم ، فلا مكان لكم في الحياة ، أو بمعني آخر : موتوا قبل أن يأتيكم الموت .. !!

على أن غيرهم يقدم لهم حياة جديدة تبدو سهلة جميلة ، حتى ولو كانت من خلال وسائل الإعلام الجديد ، وهي التي قد تودي بهم إلي أخطر النتائج ، حتى إذا ما

---

(1) المقال كاملاً موجود على تلك الصفحة الخبيثة التي تذكر – إفكاً – أن هذا ما يشرحه كتاب (الإسلام من القرآن) وهي تزعم – أي تلك الصفحة – أن ذلك الكتاب المدسوس يوضح مفاهيم مثل الحج والصلاة والمسجد من القرآن بدون غشاوة الأحاديث والمتوارثات الوثنية . ويمكن تحميل نسخة إلكترونية كاملة من الكتاب على الموقع : www.quran4peace.org.

ثُبْنا إلي رشدنا، وحاولنا أن نقدم له فرصة عمل للحياة تكون هذه الحياة قد أخذها الإعلام بكل ما ذكرناه آنفاً.

ثالثاً : من التبعات المتناقضة مع طبيعة هذه الوسيلة الإعلامية الاجتماعية ضعف العلاقة مع الأسرة بصفة خاصة، وكذا ضعف العلاقة مع المدرسة والجامعة والمجتمع المحيط بالمستخدم بدرجات تعمل على ضعف الهوية، حيث يجد المستخدم بديلاً، أو بدائل عديدة في واقع افتراضي جديد قد يجعل من الإنسان مجرد رافض لواقعه الذي يعيشه، بل قد يشعر بغربة في مجتمعه، ويتحين الهجرة إلى العالم الجديد في أي لحظة .

إن كثيراً من الدراسات والإحصاءات قد أثبتت أن عدد الساعات التي يقضيها الطلاب في استخدام هذه الوسيلة أصبح يفوق ما يقضيه في متابعة دروسه ومحاضراته في المدرسة أو الجامعة أو في التواصل مع أسرته والمجتمع القريب المحيط به، وهو ما يؤدي إلى خلل في النظام الحياتي للإنسان بصفة عامة إذا لم يحدث توازن بين كل هذه الأمور .

رابعاً : من أوخم تبعات استخدام هذه الوسيلة اكتساب عادات غريبة، وأساليب لها من الآثار ما يضر بالهوية واللغة والعقيدة، مما يؤدي إلى تنشئة قطاع كبير من النشء والشباب تنشئة غير سوية، وتعويدهم ليل نهار على عادات وأفعال غير مقبولة، بل قد تكون محرمة حتى يتعودوا عليها، ويدلفوا إليها، فيسلموا عقولهم ووجدانهم، وأنفسهم لتستقر في قرار سحيق، إذ ينكبُّ أكثرهم يتصفحون صفحات وقنوات ومواقع هذه الوسيلة الإعلامية فإذا بها تصدِّر لهم مواقع الفحش، وصور العُري، وعبارات البغاء مع أول لمسة لأول حرف من أي كلمة في بحثهم، فيطالعون ذلك من باب الفضول وكشف المجهول ، فإذا بالأمر لا يقف عند حد الفضول ، حيث يجدون أنفسهم أمام طوفان من الأفلام التي لا يفتأون يتعودون عليها ، وينشغلون بها ، ويدمنون رؤيتها ،

فينسون ما كانوا يريدون، لأنهم نسوا ما كانوا فيه ، وبدأوا يتأثرون ويكتسبون ، ثم يتحولون إلى مرحلة : الله أعلم كيف السلامة منها ؟

فهل نملك مشروعاً إعلامياً . ولو هيناً . يكون بديلاً نبني عليه ونضيف إليه ؟ من أجل شبابنا وأملنا ومستقبلنا حتى نحافظ عليه ؟

كان لابد لنا من دراسة هذه الوسيلة الإعلامية، ذلك أن البعض يطلق كلمة " الأسلوب " في أي عمل على موضوعه، فيقولون : " الأسلوب هو الموضوع"[1]، ثم تطور بعد ذلك ليطلق على الإنسان، فقالوا : " الأسلوب هو الإنسان"[2]، ثم تطور بعد ذلك مع تطور حياة الإنسان في اكتشافاته للوسائل التي تعينه في التعلم والإعلام، حتى قال البعض: "الأسلوب هو الوسيلة"[3]، ومرجع هذا هو الجمهور الذي يستخدم الوسيلة، حتى صارت تصبغ بصبغة استخدام الجمهور، كما أن الأسلوب يتميز بمميزات كل وسيلة، ووسائل الإعلام تغير من طبيعة المستويات اللغوية لجذورها وفروعها، ولخطورة ذلك يقول " ماكلوهان "[*] : " إن أصحاب الوسائل الإعلامية ينصب اهتمامهم على الوسائل في ذاتها، أنهم يهتمون على الأخص برغبات الجمهور .. ذلك أن أصحاب الوسائل يدركون الوسائل كقوة، ويعلمون أن هذه القوة لا تهتم بالمضمون أو بالوسيلة داخل الوسيلة"[4].

---

(1) أحمد الشايب : الأسلوب ص121.

(2) المرجع السابق.

(*) مارشال ماكلوهان : كاتب كندي أحدثت نظرياته في وسائل الاتصال الجماهيري جدلاً كبيرًا، فهو يرى أن أجهزة الاتصال الإلكترونية . خاصة التلفاز . تُسيطر على حياة الشعوب، وتؤثر على أفكارها ومؤسساتها.

(3) د. عبد العزيز شرف : فن التحرير الإعلامي ص 84.

(4) ماكلوهان (مارشال) : كيف نفهم وسائل الاتصال، ترجمة د. خليل صابات، و د.محمد محمود الجوهري، و د. السيد محمد الحسيني، وسعد لبيب، دار النهضة العربية، القاهرة 1975م، ص 65.

****

الفصل الثاني
الخطاب الأدبي في الإعلام الجديد
المفهوم والصور والسمات

قد يحسن بنا في بداية هذا الفصل قبل الحديث عن الخطاب الأدبي في الإعلام الجديد أن نفرق بين طبيعة الخطاب في الإعلام بصفة عامة، والإعلام الجديد بصفة خاصة، وبين الخطاب الأدبي ومدى ارتباطهما وإلى أي مدى وصلت العلاقة بينهما؟

مفهوم الخطاب بين اللغة والتاريخ :

الخطاب لغة : مأخوذ من خطب . والخطب : الشأن، أو الأمر، صغر أو عظم ..

والخطاب: الكلام .. ولا يكون فيه اختصار مخل، ولا إسهاب ممل، على نحو ما جاء في معجم مجمع اللغة العربية من وصفه إذا كان عاماً مفتوحاً بأنه : خطاب يوجه إلى أولي الأمر علانية [1] بـ (محدثة) .

على أن الخطاب قد تطور إلى أن صار يتضمن معنى إرسال الكلام، والمحادثة الحرة، والارتجال، وغير ذلك من الدلالات التي أفضت إلى معاني السرد والعرض[2]...

ويرى البعض أن الخطاب " هو اللغة المستخدمة لتمثيل ممارسة اجتماعية محددة"[3]، وبرغم تعدد مفاهيم الخطاب، فمن الثابت أنه مصطلح يعد – تاريخياً – مقولة من مقولات علم المنطق الذي يعني به : " أنه التعبير عن فكر متدرج بوساطة قضايا مترابطة "[4].

---

(1) المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية بالقاهرة، مادة (خطب).

(2) سيميولوجيا النص والخطاب : مدونة موجهة لطلبة الإعلام، 23 مايو 2013م .
http://ostadabayoucef.blogspot.com.eg/2013/05/blog post_23.html?m=1.

(3) خالد عزب : تحليل الخطب لمحمد شومان، اليوم السابع – عدد 4 مارس 2015م.

(4) خالد عزب : تحليل الخطب لمحمد شومان، اليوم السابع – عدد 4 مارس 2015م.

مفهوم الخطاب الإعلامي :

الخطاب الإعلامي في مجمله يعنى بالتعبير عن الأحداث اليومية أو الآنية بأسلوب مباشر، ولا يعنى بالأسلوب الأدبي، إذ الإعلام يخاطب الجماهير العامة، وإن كان يخاطب الخاصة كذلك، غير أن الجمهور الإعلامي عامة قد بات مشغولاً بالعملية الإعلامية في الإعلام الجديد التي تعد منظومة الرموز من خلاله في نقل الحدث والتعبير عنه بصورة تتدامج فيها الوسائط والمؤثرات معبرة في مجملها عن الخطاب اللغوي والأدبي، إذ إنه لا يكاد يكون هناك محل للانتفاع بمفردات وأساليب الخطاب الأدبي بإيحاءاته وجمالياته .

وإذا كان الخطاب الإعلامي لدى البعض يعنى به أنه " هو منظومة الرموز التي تعبر عن موقف طرف معين، والتي يراد لها أن تكون لغة التعامل مع الآخر وغالباً ما يستخدم الخطاب الإعلامي وسائل الاتصال الجماهيرية المعروفة"[(1)]، فإن اللغة التي تفرض نفسها على الخطاب الإعلامي هي اللغة القائمة على التعامل أو التواصل مع الآخر، حيث نجدها تقترب من لغة الحديث اليومي، وكذا لغة الأدب، وهي تستند إلى قواعد وتتفرع إلى مستويين كبيرين:

1- مستوى لغة الإعلام المكتوب .

2- مستوى لغة الإعلام المسموع والمرئي[(2)].

مفهوم الخطاب الأدبي :

---

(1) د. عمران الكركوشي : مجلة الفرات، العدد الثالث – http://fcdrs.com/mag/issue-3-4.html.

(2) د. أحمد حمدي : في تجديد لغة الإعلام ولغة الأدب، منتديات ستار تايمز، أرشيف مطبوعات وصحافة وإعلام ص2 إلى 14 في 2010/12/12م .www.startimes.com.

يتفق جل الكتاب والباحثين على أن الأدب تعبير لغوي يستخدم الكلمات والمفردات والأساليب والعبارات الجميلة جسراً وقناةً لتبليغ مضامينه، وإيحاءات خطابه، وتحقيق غاياته وأهدافه .

إن الخطاب الأدبي يعيد خلق اللغة من جديد، ويحررها من عاديتها، ويشحنها بدلالات وإيماءات مبتكرة . لكل ذلك أمكن القول : بأن لغة الأدب هي أسمى مستويات اللغة البشرية، ولا ريب في أن اللغة البشرية هي نتاج تطور اجتماعي، وهذا ما يجعل لشبكة التواصل الاجتماعي – Facebook دوراً وتأثيراً في تشكيل اللغة وتطورها، وكذا الخطاب الأدبي من خلال ارتباطه باللغة والمجتمع، وتلك الوسيلة الإعلامية .

والأديب يجد من الوقت متسعاً للتعبير عن تجربته الأدبية بالصورة الفنية التي تبلورها، وتعبر عما في نفسه، ويجول بخاطره حتى تصل إلى المتلقي في الإطار الذي يرى الأديب من خلاله أنه أنشأ عملاً أدبيا في أبدع ما تكون الصورة التي يطيقها .

العلاقة بين الخطاب الإعلامي والخطاب الأدبي :

الحديث عن خاصية الترابط العضوي بين الخطاب الأدبي والخطاب الإعلامي أمر طبيعي وضروري، ذلك أن " الخطاب الأدبي يطور الخطاب الإعلامي واللغوي، ويسمو بكل أنواع الخطاب وكل أنواع المخاطبين، ذلك أنه فن جعْل اللغة تقول ما لم تتعلم أن تقوله، ما لا تعرف اللغة العادية أن تنقله"[1].

إن الإعلام بصفة عامة كما سبقت الإشارة إلى أن هناك بين فنونه وحدة تصدر عن أصل إعلامي واحد هو الفن الصحفي[2]، غير أن الإعلام لم يكن من قبل

---

(1) د. أحمد حمدي: في تجديد لغة الإعلام ولغة الأدب، منتديات ستار تايمز، أرشيف مطبوعات وصحافة وإعلام ص2 إلى 14 في 2010/12/12م . ww.startimes.com

(2) د. عبد العزيز شرف : فن التحرير الإعلامي، ص5 ..

في لغته وأسلوبه لساناً لكل ناعق، وإنما كان لساناً يراعي سلامة الكلمة وحرمه اللغة وأدب الخطاب، ذلك أن الإعلام أدب، وإن لم يكن خالداً خلود الأدب بخطابه الإبداعي الذي يغاير الأدب بخطابه الإعلامي، وإن كان منه ما يستحق الخلود، لجودته وتفوقه جنساً قولياً مؤثراً ومثيراً مهما استعان بالمؤثرات الإعلامية، فإنه إنما يستمد خلوده من الأدب، والأدب يستمد خلوده من أشياء رفيعة وسامية لها بالنفس الإنسانية أوثق صلة وأقوى رباط .

إن الخطاب الإعلامي مهما تكن الظروف التي تحيط به، وتطورات الأحداث والمستجدات التي يرتبط بها مستخدمه فإنه يجب عليه أن يؤدب إعلامه من خلال خطابه أياً ما كانت رموزه ووسائطه، ولاسيما اللغوية، إذ إن اللغة تعد كذلك وسيلة وطريقة للسلوك ذات موقع اجتماعي وتاريخي، ولها علاقة جدلية مع النواحي الاجتماعية الأخرى ويقصد بتلك العلاقة الجدلية : أن اللغة تتشكل اجتماعياً، كما أنها تؤثر في تشكيل المجتمع .

صور الخطاب الأدبي في الإعلام الجديد :

أدركنا من خلال ما سبق تناوله في الصفحات السابقة طبيعة هذا الإعلام الجديد من خلال هذه الوسيلة الإعلامية " شبكة التواصل الاجتماعي – Facebook " أن صفحات النشر الإعلامي وقنواته قد باتت مفتحة الأبواب أمام أي إنسان كائناً من كان، في أي مكان أو زمان بحرية مطلقة، ولذا فإن عملية استقصاء الصور التي يتم بها الخطاب الأدبي من خلال هذه الوسيلة الإعلامية يعز على الحصر، ولذا فإن التوجه في هذه المعالجة يركز على الجانب الكيفي، على أننا قد نجد لنا مندوحة، إذ نعول على أبرز صور الخطاب الأدبي في الإعلام الجديد التي نستطيع من خلالها أن نتبين طبيعة الموضوعات التي تنشر مراعين في ذلك الأشكال والمضامين، وعلاقة ذلك بالمجتمع، إذ إن صورة الخطاب الإعلامي

والأدبي لا تعكس الواقع فقط، وإنما هي تساهم في بناء هذه العلاقة وتحديد هوية المجتمع ومكانته الثقافية والتاريخية .

وتبدو أبرز صور الخطاب الأدبي في الإعلام الجديد على النحو الآتي :

أولا : الخطاب الأدبي في إعلام الجمهور إلى الجمهور :

يبدو هذا الضرب من الإعلام الجديد هو الأكثر انتشاراً اتساقاً مع طبيعة شبكة التواصل الاجتماعي – Facebook تلك الوسيلة الإعلامية التي تتيح لكل إنسان أن يتواصل مع من شاء قائماً بدور إعلامي في نشر ما يريد، ومعروف أن التعبير الأدبي لا يطيقه كل إنسان، فقد يكون من الجمهور من يملك من أدوات التعبير الأدبي ما يجعل خطابه مقبولاً أو مبشراً بموهبة قد تصقل بالممارسة والتواصل الإعلامي، وهذا الصنف قليل قياساً بمن لا يملك ذلك ولا يطيقه، غير أنه يذيع ما يريد، ويشيع ما يريد دون مراعاة لمقتضيات الخطاب الأدبي، ومعايير اللغة والأسلوب، أو حتى أدنى مقتضيات الخطاب الإعلامي .

– وهذا نموذج من إعلام الجمهور إلى الجمهور من خلال صفحة بعنوان :(سماء الأدب) حيث يتحدث صاحبها عن قضية الدخل وظاهرة غلاء الأسعار قائلاً :

" يا جدعان ده أبو لهب بذات نفسه، لو فكر يعذبنا، علشان تبعنا دين محمد، مش هيجيله، فكره غلاء الأسعار وتتضيق الدخل بالشكل ده ... تتضيفه أيه . قول منعه أو بتره . ارحمونا يا ولاد ..... "(*).

أن يكون للصفحة عنوان يرتبط بالأدب ويعبر عن سموه ورقيه فهذا جميل، غير أنك إذا ما فتشت في سماء هذه الصفحة عن الأدب موضوعياً واجتماعياً، فإنك تجد النموذج السابق يعبر عن قضية اجتماعية في غاية الأهمية، ويربطها بظاهرة خطيرة، أما القضية : فهي محدودية الدخل الذي يعاني معه معظم أفراد المجتمع،

(*) آثرت تسجيل النص كما هو حتى يطالعه القارئ بالحالة الكتابية التي نشر عليها ..

وأما الظاهرة التي تزيد الطين بلة : فهي ارتفاع الأسعار، وعدم السيطرة عليها مما يؤدي إلى مزيد من آلام وأوجاع محدودي الدخل .

والتعبير عن موضوع يهم المجتمع جدير بالتقدير، غير أن ذلك قد جاء في إطار خطاب فقير، بل متدنٍ أدبياً وأخلاقياً . وهذا ما يجعلنا نلقى باللائمة على الفرد الذي يمثل أحد عناصر المجتمع والجمهور أكثر مما نلقي بها على أصحاب المسئولية، وإن كان الكل مسئولاً .

ثانياً : الخطاب الأدبي في إعلام المنابر الثقافية والأدبية :

يعد هذا النوع من الخطاب الأدبي في الإعلام الجديد من خلال "شبكة التواصل الاجتماعي– Facebook "هو الأهم والأولى بالعناية والدراسة على أساس أنه يفترض فيه أن يكون حقلاً لرواد الأدب وأصحاب المواهب والرصيد اللغوي والأدبي والثقافي، وأنه مجال لنشر الإبداع وتلقيه بالتذوق والدراسة والتحليل وإبداء الرأي من خلال شبكة التواصل الاجتماعي، إذ تعمل على ثراء العمل الأدبي، والارتقاء بالخطاب الإعلامي والأدبي في مفرداته وأساليبه وموضوعاته ومضامينه..

ونستطيع أن نتبين طبيعة الموضوعات، وطبيعة الخطاب في هذا النوع من الإعلام مما ينشر على صفحات العديد من تلك القنوات الأدبية والثقافية .

– وهذا نموذج من خلال صفحة بعنوان :

(نادي الأدب تونس) Nadi Aladab حيث تقدم قصة قصيرة للقاص " سمير الفيل"(*) يقول فيها :

" وصلت مجهدا إلى مدينة فارسكور في الخامسة صباحا.

هبطت في المحطة انتظارا للركاب .

(*) كاتب وروائي وقاص وشاعر مصري معاصر . من مواليد محافظة دمياط في يناير سنة 1951م. من أشهر أعماله القصصية : الخبول، ونتهجى الوطن في النور . ومن أشهر رواياته : رجال وشظايا عمل في مجال الإعلام، وشارك في العديد من المؤتمرات الأدبية . حقق بعض المراكز الثقافية الرفيعة ونال بعض الجوائز .

ساعة كاملة ولم يحضر أحد.

ذهبت إلى مقهى مقابل للمحطة لشرب الشاي ..

فجأة وجدت تجمعا من الناس حول شخص يبدو زائغ البصر ..

قمت للاستطلاع .

شاب أربعيني، وسيم بعض الشيء فاقد الذاكرة ..

وقفت سيارة شرطة لونها ازرق، استعلمت عن الموضوع، ورفضت التدخل .

أولاد الحلال قادوا الرجل إلى المستشفى المركزي للتصرف .

أصعب شيء أن يفقد شخص ذاكرته .

أصعب من ذلك أن تفقد الأمم ذاكرتها!"(*).

يتجلى في النموذج السابق مدى إيجابية هذه الشبكة الإعلامية التي لا أقول عنها ذلك: لأنها مكنت مبدع هذا النموذج من نشر إبداعه بيسر، إذ هو يستطيع ذلك لموهبته وشهرته، ولصلته ببعض دور النشر في مصر وغيرها، ولكن الأهم من ذلك هو إمكانية التواصل والتوحد بين أبناء هذه الأمة في قضاياها الاجتماعية من خلال خطاب مبدعيها الأدبي، والذي تم بيسر وسرعة دون أية عوائق تعوق حركة التواصل بين أبناء الأمة جميعاً، ولا شك فيما يؤديه ذلك من حسنات جليلة لخدمة الثقافة والأدب .

والجدير بالتحليل هنا هو قدرة الأديب من خلال خطابه الأدبي في هذه القصة القصيرة في تركيزها على حالة ذلك الشاب بطل القصة هو تركيز الرؤية حول عدم قيام المسئول بمسئوليته نحو المجتمع، وكأن المسئول قد فقد ذاكرة مسئوليته، وواجبه نحو رعيته في مرضهم وأزمتهم الذي يعبر عن مرض الأمة وأزمتها في ذاكرتها ..

(*) آثرت تسجيل النص كما هو حتى يطالعه القارئ بالحالة الكتابية التي نشر عليها.

على أن النموذج السابق في جودته لا يعني أن الصفحات المماثلة أو المتخصصة في المجالات الأدبية والثقافية، وما أكثرها، لا يعني هذا أنها كلها كذلك، فما أندر ذلك، وما أكثر نقيضه في صفحات كثيرة كثيرة !!!

- **وهذا نموذج آخر من صفحة بعنوان** : نادي الأدب (نادي أدب الشباب) حيث يعلن في هذا النموذج عن مسابقة لاكتشاف المواهب الفنية على النحو الآتي :

"كل اللي عنده موهبة يقدر يشارك في المسابقة .. لمبدعين دمياط المسابقة يوم الثلاثاء القادم اللي هيلحق يشارك يشوف تفاصيل المسابقة في البوست ده .. وشكرا ... " (*) .

والنموذج السابق مرتبط بإعلان عنه من خلال صفحة أخرى، وقد تمت مشاركة هذا الإعلان من خلال صفحة (نادي أدب الشباب) السابقة على النحو الآتي :

" الحلم أصبح حقيقة عندك موهبة هنكتشفها ونوصلك للعالمية فى اكبر مسابقة فنية بالدلتا لمنتدى دمياط الأول للفنون العربية لعام 2016 برعاية سلسلة مطاعم سى لا فى عندك موهبة فنية " .

عقب الإعلان السابق عن المسابقة المذكورة تبدأ المداخلات من الجمهور على الصفحة فنجد رد المسئول على الصفحة على النحو الآتي :

" على جميع المشاركين كتابة ابليكيشن الخاص بهم والتوجه الى ادارة المطعم وتسليمه " .

كما نجد من بين المداخلات حول هذا الموضوع مداخلة مذيلة بقلم مَنْ يقول عن نفسه : إنه شاعر غنائي (...)، حيث يقول في بداية هذه المداخلة :

(*) سجلت النص كذلك كما هو بالحالة التي نشر عليها، وكذا في مثل ذلك من النصوص، حتى يتلقاها القارئ على الحال التي صدرت عليها.

" كرهت الدنيا كرهت نفسى مليت خلاص
بتعدى ثانية ولحظة تانية مش لاقى اخلاص
مابقتشى عارف ولاشايف اى ناس
غيرالالم وحزن وندم وكلام الناس " .

إذا كان تشجيع المواهب، وعمل المسابقات التي تعمل على اكتشافها، وتعهدها بالرعاية والصقل يعد خدمة جليلة للأدب والمجتمع، فإن فاقد الشىء لا يعطيه، فإذا كان هذا هو حال الخطاب الأدبي لمن يعمل في هذا المجال فهل يا ترى يمكن أن يثمر ذلك، أو يسفر عن شىء يذكر من خلال هذا الخطاب الإعلامي أو الإعلاني المتدني، والأسلوب الذي تشيع فيه العامية وتمتزج بالمفردات الأجنبية بصورة لا تبشر ؟؟

ثالثاً : الخطاب الأدبي في القنوات والصفحات الطاعنة على عقيدتنا وهويتنا :

سبق أن أشرنا إلى هذا النوع من الإعلام الاجتماعي، وهو يبدو على ضربين :

الأول : إعلام موتور طاعن مجترئ يدعي الأخذ بأسباب العلم في كثير من الأحيان، وفي أحايين أخرى كثيرة يبدو مستفزاً معادياً مغالطاً متجاوزاً .

الثاني: يقابل الإعلام السابق في كثير من الأمور لدى عامة جمهورنا، فإذا به يسب ويسخط ويشتم رافضاً تلك المطاعن والافتراءات والتجاوزات ..

والرفض مطلوب، وكذا الرد، لكن الرد المسئول الذي يعبر عن سمو الإسلام وعظمته، وعالميته لكل العالمين استقاءً من أدب النبوة، وأدب القرآن العظيم . يقول الله تبارك وتعالى[1]:

[ھ ھ ے ے ۓ ۓ ڭ ڭ ڭ ڭ ۇ ۇ ۆ ۆ ۈ ۈ ۇٴ ۋ ۋ ۅ ۅ ۉ ۉ ې ې ې ې] .

(1) سورة الأنعام : الآية 108.

ويقول الرسول الكريم ε موجهاً بحسن مخاطبة الناس كل الناس، وحسن مخالقتهم : " وخالق الناس بخُلقٍ حسن "[1].

- **وهذا نموذج لصفحة** من تلك الصفحات المزعومة التي تتخذ لنفسها عنواناً مستفزاً مزدرياً ومتحدياً : (القرآن بين الإعجاز والأخطاء) حيث ينفث أحد أصدقائها الأباطيل والمغالطات والافتراءات في حق الخالق جل وعلا والقرآن العظيم، وأمتنا الكريمة قائلاً :

"من صديق الصفحة Bilel Bobo

المشكلة قرأت القرآن 14مرة و في كل مرة اكتشف إن كاتب القرآن ليس شخصا واحدا بل مجموعة أو عصابة دونته لمصلحة سياسية أو ظرفية اقتصادية أو سببه أمراض نفسية : صراع من اجل السلطة و النهب و الاستغلال .... بدا بتحقير المرأة ووصولا إلى الاستغلال .. والمشكلة أن كل مسلم همه لا شيء غير الخلود و النكاح و الأكل والاستجمام ..... " .

إن هذا النموذج وهذه الصفحة الملحدة الطاعنة المطعونة وأمثالها ينبغي أن يتنبه لها، وللموضوعات التي تنشرها، وتبث من خلالها سمومها وحقدها، وباطلها وافتراءاتها باسم العقل والعلم .

ولا ينبغي أن يترك الأمر حيالها لكل ذي فكر وحرية تعبير أن يرد رداً ينقصه العلم بأمور الدين، ويعوذه الدليل، وربما ابتعد عن روح الإسلام .

على أنه في الوقت نفسه ينبغي أن يكون لدينا من الجهات المنوط بها ذلك من يتابع ويلم، ويدرس ويقدم الرد الداحض، الذي يبطل الباطل وينشر الحق

(1) حديث شريف : رواه الترمذي.

وصحيح الدين مؤيداً بالعلم والفقه من خلال خطاب جامع رائع بالأدب والحكمة والموعظة الحسنة استناداً إلى قول الله تعالى في القرآن الكريم [1] :

[

إذا كان هذا هو حال اللغة والخطاب الأدبي على مستوى صفحات الأدب والثقافة، فكيف يكون الحال في غيرها ؟ وكيف يكون الحال مع الخلاف في الرأي الذي باتت تفسد معه قضايا الود، وتتدنى عناصر الخطاب الأدبي على مستوى المفردات والأساليب الأفكار والآداب والأخلاق، تلك الأخلاق التي تمنعنا أن نورد شيئاً من ذلك مما لا يمكن حصره حتى تفشى بصورة مزرية .

ويضاف إلى ما سبق من تفشٍّ للعامية أنك تلحظ حتى من عناوين تلك الصفحات الخاصة والعامة تزايد استخدام المفردات الأجنبية على حساب لغتنا العربية من خلال الإعلان عن برامج تلك الصفحات والمداخلات والتعليقات على مستوى المفردات والمصطلحات والأرقام والتواريخ .

إن عملية تطوير اللغة والارتقاء بخطابها الأدبي، وتأثر ذلك إيجاباً وسلباً لا يتم بمعزل عن حركية المجتمع، لأن هذا الأخير هو الذي ابتكر وأبدع اللغة والأدب وسيلة للتعبير وقناة للتواصل مع أفراد المجتمع، حيث يفرض التطور استخدام مفردات وأساليب جديدة، أو يهمل ويكاد يقتل أخرى كانت موجودة، كما أنه أصبح يطلع، بل يتعامل مع أخرى أجنبية حيث تشيع وتذيع على حساب الأصلية، كما أنه لم يعد يتوارى أو يتحرج من العامية التي كانت قصراً على الحديث شفوياً فإذا به أصبح يستخدمها إعلامياً بكل حرية، دون مراعاة لقواعد اللغة، أو أدبيات التعبير، أو طبيعة العادات والتقاليد التي لم يكن يسمح بتجاوز عشر معشار ما استبيح في الإعلام الجديد بصورة لا أقول : يمر ذلك من خلالها مرور الكرام دون نقد وقدح واستهجان وحساب، فإذا بنا من خلال هذه الوسيلة الإعلامية بسيل عرم، وطوفان جديد يمر من خلاله كل شىء مرور الإعلام .

ثانيا : غلبة الذاتية المؤدية إلى الانعزالية وعدم الترابط :

يغلب على مستخدمي هذه الشبكة الإعلامية أنهم يجنحون إلى الذاتية وينأون عن الموضوعية والترابط المنشود فإذا بالنتائج الاجتماعية تأتي متناقضة مع الهدف

الذي كانت من أجله هذه الوسيلة الإعلامية " شبكة التواصل الاجتماعي – Facebook " .

على أننا ننأى عن ذلك لنقدم نموذجاً مضيئاً من خلال خطابه الأدبي، على نحو ما نجد في صفحة بعنوان (نادي الأدب والفكر بآداب قنا) :

" قادمون من صحارى وبلاد ومدن جنوبية ...

الدماء حارة ... الكلمات هى ارثنا المقدس ...

لا نعرف غير الأدب ونيسا ...

لا نرتجى إلا القلم وليفاً ...

غاياتنا متوحدة مع أمنياتنا وأفعالنا ...

نتوحد مع الآتي ... ونقدر الماضي المنقضي ...

(اللائحة العامة للجروب) :

1- هدف الجروب هو نشر الثقافة الراقية كرقىّ نادينا ..

ورجاء على كل الأعضاء الالتزام بنشر المنشورات المتعلقة بشتى أنواع الأدب والفكر وعدم تجاوز ذلك ..

2- ضرورة ان يلتزم الأعضاء بالضوابط الأخلاقية والأدبية عند النشر والتعليق على أي مشاركة والتي منها :

(أ) عدم استخدام الألفاظ البذيئة أو النابية في الكتابة أو عند التعقيب .

(ب) عدم نشر الصور والمواضيع المخلة بالآداب أو الذوق العام .

(ج) التعليق والنقد يكون على الإبداع وليس الأشخاص .

3- يحق للمسئولين حذف أي موضوع يخل بالقوانين في الحال وذلك دون الرجوع لصاحب المنشور .

4- وإذا تكرر التجاوز من ذات الشخص يتم حذفه هو شخصيا .

وأخيرا وليس آخرا :

" أحبتنا فى الله : " الصفحة ملك لكم جميعا "

ونرجو ألا تبخلوا علينا بأية مقترحات تدفعنا للارتقاء بصفحتكم .

وأقول في النهاية أننا لن نتعلم أبد من شخص يوافقنا الرأي لذا ادعوكم لتقبل النقد بصدر رحب اى كان فالنقد هنا لا يعرف سوى طريق البناء ..

تحياتنا لكم :

إدارة الجروب .. "

يعد النموذج السابق نموذجاً راقياً في خطابه الأدبي شكلاً ومضموناً، وهو عنوان ونموذج لا يعيب أي صفحة أن تفيد منه ؛ فقد جاء خطابه معبراً عن مدى التوازن والانسجام النفسي والوجداني على مستوى الأفراد والجماعات، والواقع والأمنيات، وحرية الإبداع في ضوء النقد البناء، ومراعاة الذوق الاجتماعي، ومعايير النشر على مستوى المفردات، والموضوعات، والوسائط الإعلامية المختلفة المصورة وغيرها، في مستوى لا يتجاوز إطار السمو والرقي، وإلا فإنه يتم معالجة ذلك حسب ما يتناسب مع كل تجاوز .

وليس معنى ذلك أن هذا نموذج لا مزيد على خطابه، فرغم كثير حسناته إلا أنه يجب التنبيه إلى بعض المآخذ اليسيرة مثل استخدام كلمة " جروب "، والهفوات اللغوية والأسلوبية التي تبدو من خلال تسجيلنا للنص كما هو دون زيادة أو نقصان .

وقد يرى البعض أن إيراد مثل هذا النموذج يناقض السمة التي نتحدث عنها، وكأنه استشهاد في غير محله، على أننا في هذا إنما نريد أن نبرز الجانب المضيء، ونحذر من المتدني المتبذل وهو كثير، وكثرته لا ترقى إلى نشره في بحوث علمية .

ثالثاً : السطحية وعدم القدرة على التعمق :

يغلب على الخطاب الإعلامي والأدبي السطحية الفجة التي تنبئ عن مستوى خطابي يتجاوز مرحلة التدني والتبذل إلى مرحلة الأمية الإعلامية والأدبية، إذ يوشك

مستخدمو هذه الوسيلة الإعلامية أن يعتمدوا عليها اعتماداً كلياً في تلقي المعلومات والمعارف والآداب، ويعتقدون أنها تقدم لهم كل شيء، دون اعتماد على إعمال فكر أو معاناة إبداع أو مراجعة تعمل على تعمق الأمور والإدراكات المختلفة بما ينعكس على خطابهم، وأنى ذلك لإعلام يغلب عليه تسطيح الموضوعات، ووضعها على مستوى مماثل في ذهن المتلقي الذي لم يعد إزاء كم ما يعرض من مواد وبرامج لا يكاد يفرق بين جيدها وسيِّئها حتى أصبح ينظر إليها جميعاً على أنها شيء من نوع واحد رغم أنها في الحقيقة خليط من مواد متنافرة أشد التنافر .. ؟

ولقد أصبحت وسائل الاتصال ومنها هذه الوسيلة معاول هدم تفسد اللغة وتهوي بالذوق اللغوي والخطاب الإعلامي والأدبي عامة إلى الحضيض اللهم إلا ما رحم ربي من خلال بعض الصفحات والنوافذ الإيجابية التي قد تعد عدّاً أمام ما لا يكاد أن يعده عادّ .

لقد تردى الخطاب الإعلامي والخطاب الأدبي إلى مستوي نذير شؤم في مستنقع آسن يوشك أن يطال المجتمع بأسره، ولا بد من سد الثغرات بالنهوض بالثقافة العربية والتعليم لمواكبة التحولات، ومواجهة التحديات التي يفرضها عصر العولمة .

إننا في هذه المعالجة النقدية، والمحاولة العلمية لتأمُّل حال الخطاب الأدبي في الإعلام الجديد خدمةً للغتنا رمز هويتنا لا نحصر همنا في التركيز على قواعد لغوية، ومعايير أدبية بصورة دقيقة رغم أهمية ذلك وضرورة الحفاظ عليه استيعاباً وتذوقاً وممارسة، ولكننا نلفت الأنظار نحو جوهر العلاقة بين اللغة وخطابها الأدبي ومحمولات ذلك إعلامياً على مستوى وسائل الإعلام الجديد ومستخدميه .

ولا يعاب أبداً الاعتماد على بعض الطرق التقليدية في الخطاب الإعلامي والأدبي، فليس معنى أن نذكر دور وإسهام الوسيلة الجديدة بتقنياتها الحديثة أن نهمل كل قديم أو نرفض كل تقليدي . " إن استخدام اللغة بالطريقة التقليدية يساعد على الاحتفاظ وإعادة إنتاج الهويات والعلاقات الاجتماعية ونظم المعرفة والاعتقادات

السائدة"[1]، وفي الوقت ذاته تكون العناية بالخطاب الأدبي من خلال الطرق الإبداعية والإعلامية عاملاً تشكيلياً يساعد على إبراز هذه الجوانب .

ونحن لا نطالب مستخدمي وسائل الإعلام الجديد أن يتعاملوا من خلاله بلغة " سيبويه "، وأسلوب " الجاحظ "، وإنما نوجه إلى احترام حرمات اللغة، وعدم هدم قوانينها، أو إغفال جماليات خطاب أدبها الداعم لخلودها نأياً عن الإسفاف والابتذال الذي أرداها في غير منزلتها، وأراق دماءها الذكية على عتبات مواخير إعلامية لا تستضئ بزيت زيتونة نقية، إذ يولي أهلوها وجوههم عن طيبها وعبقها ومداد معينها الأمين إلى وجهات لامعة خادعة شرقية وغربية .

****

(1) د. أحمد حمدي : في تجديد لغة الإعلام ولغة الأدب، منتديات ستار تايمز، أرشيف مطبوعات وصحافة وإعلام ص2 إلى 14 في 2010/12/12م. www.startimes.com

الفصل الثالث

الإعلام الجديد : إمكانية التغيير والنهوض بمستوى الخطاب

لا يجب أن يترك الأمر على نحو ما آل إليه الإعلام فيما ذكرناه من سلبيات آنفة ، بل يجب أن نخلص من عدم مبالاتنا بالسيولة الإعلامية المتجاوزة إضافة إلى سطحية الموضوعات والمواد الإعلامية، وتدنِّي مستوى الخطاب الإعلامي والأدبي ، فقد ذكرنا ما لذلك من آثار تعمل علي تسطيح ذهن المشاهد وما يتبع ذلك من آثار أخطر .

الارتقاء بالإعلام ضرورة :

يجب أن يُرتقى بالعرض الإعلامي ولو كمًّا، بحيث يكون هناك توازن بين الترفيه والجد ، ولذا يرفض كثير من العاملين في أخبار التلفيزيون استخدام كلمة " عرض show " لوصف إذاعات التليفزيون الإخبارية، لأن تعبير" عالم الاستعراض Show business" يشير إلي الترخص والبهرجة والزيف[1]...

وإذا كان هذا في (الإعلام التليفزيوني) فما بالك بما يحدث في الإعلام الجديد ؟ فهل يُترك الأمر بلا ضابط، ولا رابط، ولا رقابة، ولا حساب على مستوى العرض والخطاب، فتظل الآثار التي أشرنا إلي بعضها قائمة ومستمرة حتى تؤدي بنا وشبابنا إلي أوخم العواقب .. ؟!

إن ما نشهده اليوم من ثورة إعلامية متمثلة في وسائل الإعلام العالمية الجديدة يحتاج منا إلى ثورة في الدراسات الإعلامية من خلال المعاهد والجامعات التي تعنى بالدراسات الإعلامية وما يتصل بها من أجل إعداد أجيال إعلامية صاعدة واعدة مؤهلة للتأثير والإرشاد الإعلامي الموضوعي والمنهجي المستنير في ميول الجمهور الإعلامي الجديد وعقله وروحه لمساعدته في تجنب الخلط بين الإعلام الموضوعي

(1) فن التحرير الإعلامي : ص356.

الحقيقي، والدعاية لإعلام خادع مضلل، واستغلاله في التزييف والعبث للتأثير على الناس، ومن ذلك ما يذكره الدكتور عبد الحليم محمود شيخ الأزهر[1]:

" لقد تصادف أن جلس أحد الأشخاص مع زعيم من زعماء التبشير، وجرهما الحديث عن التبشير، فقال الشخص – وكان مسلماً دون أن يظهر ذلك – ولم تتمسكون بالتبشير في أفريقيا ؟ .... إننا نسمع من آن لآخر أن التبشير في أفريقيا قد أخفق .. ألا تتطلعون إلى أقاليم أخرى للتبشير ...

وضحك الزعيم المبشر، وقال :

إننا نحن الذين ننشر هذه الأخبار، وننشرها في مقابل دفع أجرة لها، وذلك أن التبشير في أفريقيا ناجح كل النجاح، وبلغ من نجاحه أن أصبح شوكة في ظهر السودان، شوكة قوية تقلقه، وتضج مضجعه ..

" أما إذا أردت معرفة السر، أو بتعبير أدق، الحكمة في نشر هذه الأخبار، فهاكها :

– إننا حينما ننشر هذه الأخبار، فذلك لفائدتين محققتين :

إحداهما: أن المسلمين حينما يقرأونها، يستمرون في نومهم قائلين: "وكفى الله المؤمنين القتال " .. فلا ينالنا من جانبهم معارضة أو أذى ..

أما الفائدة الثانية: فهي أن تنهال علينا التبرعات من أغنياء المسيحيين – أينما كانوا – إنما يسرهم أن ينجح التبشير " .

وإذا كانت منظمة اليونسكو من خلال إحدى لجانها المختصة بدراسة الحاجات الفنية والتقنية للصحافة تذكر في تقرير لها[2]:

---

(1) د. عبد الحليم محمود : أوروبا والإسلام، دار المعارف القاهرة، ط4، ص199.

(2) د. عبد العزيز شرف : فن التحرير الإعلامي، ص6.

" إن في مقدمة الحلول التي يجب اللجوء إليها لحل معضلة الصحافة هو إعداد الصحفيين من الناحية المهنية إعداداً يتناول في جوهره تلقينهم معنى المسئولية الإعلامية، وحملهم على العمل بروحها، ذلك أن الصحافة لا يمكنها أن تبلغ مستوى رسالتها الرفيعة .. إلا إذا توفرت في الأشخاص المشتغلين بها المزايا المهنية والعملية والخلقية الكافية "، إذا كان قد تقرر ذلك في شأن الصحافة فإن الإعلام الجديد أحوج ما يكون إلى إيجاد حلول ناجعة لمعضلاته وآثاره السلبية من خلال دراسات جادة .

وإذا كان قد تقرر ذلك مع جمهور الإعلام الصحفي التقليدي الذي يبدو مستواه الثقافي، ومستوى لغة التواصل والخطاب الإعلامي والأدبي لديه أرفع من مستوى جمهور الإعلام الجديد، إذا كان قد تقرر ذلك – فإن شيوع هذا النوع من الإعلام يستدعي أن نفكر في تبعات هذه الوسيلة، إذ تبدو أمية مستخدميه إعلامياً ؛ لعدم إلمامهم بمقتضيات الإعلام وأساسيات وأصول استخدامه أدبياً وخطابياً، وهو ما يجعلنا نعترف أننا أمام أمية من نوع جديد يجب معالجتها، إذ إن تبعاتها لا تقل خطراً عن أمية من لا يقرأ ولا يكتب، ويستطيع مستخدم هذه الوسيلة أن يرى لذلك من النماذج ما لا يمكن حصره، ولا يليق ذكره في بحث علمي ينشر.

وليس من شك في أن الدراسة العلمية للإعلام الجديد من شأنها أن تعد جيلاً إعلامياً يحمل شرف المسئولية في وسائل الإعلام الجديد، إذ يعي ويحمل أمانة الكلمة، ويتجنب مزالق الخطاب الإعلامي والأدبي منتهجاً الموضوعية، ومتخففاً من الذاتية المفضية إلى الانعزالية والانفلات المؤدي إلى التشرذم والشذوذ، " لأن الإعلام يعكس مشاعر الجماعة، وآرائها، وهو مقيد بمصالح المجموع .. ويهدف إلى مخاطبة العقول لا الغرائز، كما تفعل الدعاية"[1].

(1) د. عبد العزيز شرف : فن التحرير الإعلامي، ص6.

كيف نتلافى سلبيات هذه الوسيلة وننهض بمستوى الخطاب الأدبي ؟

أولاً : وضوح الغاية وتحديد الهدف، وبلورة المضامين الأساسية دون إغفال لأصغر العناصر في الرسالة الإعلامية بما يوفر لها دوراً نافعاً للأفراد والمجتمعات.

ثانياً : تربية النشء تربية إعلامية راشدة واعدة بإعداد المناهج الإعلامية المناسبة لكل مرحلة عمرية، والقيام بتدريسها في كل مراحل التعليم، والعمل على نشر ذلك بشتى الصور، دون أن يقتصر الأمر على مراحل التعليم من خلال مؤسساته المختلفة، بل يجب أن تتآزر الجهود لدى كل الهيئات التي لها صلة بالعمل الإعلامي، على نحو ما يجب أن تضطلع به المؤسسات الثقافية التي تتبعها المراكز والنوادي الأدبية، وقصور الثقافة الإقليمية التي تمولها الدولة بالكوادر والموارد والوسائل المختلفة، دون أن يترك الأمر لأفراد يأتي أداؤهم على نحو ما رأينا في صور الخطاب الأدبي وسماته سلفاً دون متابعة أو مراقبة، أو حتى توجيه وإرشاد، وتقييم للمتفوق بالمكافأة، والمخفق بما يخلِّصه ويخلِّص الخطاب الإعلامي والأدبي من إخفاقه.

وكذا فإن الأمر يحتاج إلى تقنين، " فإذا كانت الدول تنشىء القوانين وتسن التشريعات لحماية العملة من التزوير، فمن باب أولى أن تصان اللغة"[(1)] – على مستوى القواعد التي تتبلور في خطابها المتنوع الذي يأتي على قمته خطابها الأدبي – من التدنيس والتدليس والإفلاس .

واللغة العربية بأدبها وخطابها " تعد عنواناً لهوية المجتمع العربي والإسلامي وقناة تواصل بين الأجيال تنقل آثار الأجداد إلى الأبناء، وتحفظ أمجاد الأبناء للأحفاد،

(1) سلطان بلغيث : وسائل الإعلام واللغة والعربية، ديوان العرب، 28 مايو 2006م، الجزائر.
http://www.diwanalarab.com/spip.php?page=article&id_article=4568

وتعتبر ضرورة لبناء مهارات التواصل الإنساني لارتباطها بجملة مكونات من فكر وإبداع وتربية وتراث وقيم"[1].

ثالثاً: توفير الحماية اللازمة لمواجهة الإعلام الوافد الضار موجهاً، وغير موجه للنيل من عقيدة الأمة وهويتها، وميراثها وحاضرها، ومستقبلها بمراقبة ليس همها النيل من الأشخاص أو معاداة الغير، وإنما محاسبة المتجاوز، ومواجهة الوافد الموجه، من خلال مناهج وبرامج ومواد تراعي المضمون والجمال الفني باستحداث أعلى درجات التقنية الإعلامية على المستوى المقروء والمسموع والمرئي .

فهناك على سبيل المثال صفحات وقنوات وافدة وغير وافدة تعمل ضد عقيدتنا القيمة السمحة بصور مباشرة أو غير مباشرة، ولذا يجب أن يتم التنبه لكل هذه القنوات والصفحات والمواقع، فيتم الرد على بعضها بصور مباشرة وغير مباشرة، حيث يتم الإعلان عن ذلك، وبيان خبث تلك القنوات والصفحات والمواقع ليتم تجنبها، والعمل على اتخاذ كافة السبل للقضاء على خبثها وشرها ومن تلك القنوات والصفحات والمواقع على سبيل المثال :

- صفحة عن : (القرآن بين الإعجاز والأخطاء) : وهي تعلن صراحة عن نفسها من خلال روادها أنها صفحة – على حد زعمهم – متخصصة لنقد القرآن وتوضيح بشريته، وأخطائه العلمية، والمنطقية، والبلاغية، وتفنيد خزعبلات الإعجازيين والمرقعين ...

تعالى الله وكتابه علواً كبيراً فوق إفك هذه الصفحة وروادها وأمثالهما وما ومن على شاكلتهما، وهو ما يستدعي مواجهة تلك الصفحات والقنوات، ومناظرة روادها والرد على إفكهم، ودحض افتراءاتهم، والقضاء على شبهاتهم .

---

(1) سلطان بلغيث : وسائل الإعلام واللغة والعربية، ديوان العرب، 28 مايو 2006م، الجزائر. .http://www.diwanalarab.com/spip.php?page=article&id_article=4568

التوازن الكمي و الكيفي سبيل للارتقاء بالإعلام :

إننا إذ نحذر من غلبة جوانب التسلية والترفيه علي الإعلام ، لا يعني هذا الرفض الكلي لهذه الجوانب ، وإنما نريد التوازن كما ذكرنا، ففي لغتنا العربية " الإمتاع والمؤانسة "، وفي " أساس البلاغة"[1] [1] " رَّفه عني : نفَّس .. " و " أسلاني عنه وسلاني، فيه مسلاة .. وإنه لفي سلوة من عيشه : في رغد " .

وتقول " متعك الله بكذا وأمتعك " أطال لك الانتفاع به وامتلاكه ، غير أن الدنيا متاع الغرور ، ولذا يجب أن يحذر ذلك .

أما المؤانسة فهي من الإقامة والألفة وما يتوسم فيه الرشد والاطمئنان إليه ، ومنه (□ □ □ □)[2]، وهذا ما نرجو أن يتحقق من وراء وسائل الإعلام، إذ تكون موادها مزيجاً معدًّاً بدقة مقدماً في قالب من الإقناع والإمتاع والمؤانسة [3].

السيطرة المادية على الإعلام لابد لها من حلول :

ولا يجب كذلك أن يترك الأمر للوسائل والأدوات المادية والدعائية لتسيطر علي السياسة الإعلامية في جميع الأحوال، إذ تسيطر علي المواقع والشبكات الإعلامية.

وإذا كنا لا نملك الندِّية الإعلامية الآنية ، فلتكن لدينا محاولات تتشبث بشرف المحاولة من أجل التطلع إلى المنافسة مستثمرين ما لدينا من وسائل مادية وسبل قوية للضغط على منابع التحكم في وسائل الإعلام العالمي الجديد من أجل أن نضبط ما ينشر من خلال هذه الوسائل الإعلامية بصور تناسب مجتمعنا على مستوى العرض والخطاب الإعلامي والأدبي، ولا يعيبنا أبداً أن نستعمل كلمة الضغط على نحو ما يصنع أهل الإعلام الأجنبي، إذ يقول أحدهم " توم جريس – Tom Greis " : " إنه يجب أن نضغط للحصول على نوعية أفضل من البرامج . يجب أن نضغط للحصول

(1) أساس البلاغة للزمخشري مادة " رفه " ، و مادة " سلو ".

(2) سورة النساء ، آية 6.

(3) فن التحرير الإعلامي ص357.

على وقت أطول لإذاعة البرامج الإعلامية والتسجيلية. إننا في حاجة إلى البرامج الجادة التي تغوص في المجتمع"[1].

سلبيات الإعلام مسئولية تُنـاط بأعناق الجميع :

إن المسئولية التاريخية المنوطة بأهل المسئولية جميعاً لتفرض ضرورة العمل علي تغيير الواقع الإعلامي مفهوماً وأداءاً، كيفاً وكماً، غايةً ومقصداً، من خلال إعداد مشروع إعلامي إسلامي عربي جامع لما بات عليه الإجماع من خطورة الدور الإعلامي في حياتنا علي كل المستويات ..

كيف نـنـهض بالإعــلام ؟

لا يمكن لنا أن ننهض بالإعلام إلا إذا عملنا على إقامة مشروع إعلامي عربي إسلامي يملك مقومات النجاح، ولن يتحقق هذا المشروع إلا بالإجابة علي سؤال دقيق :

ماذا نقدِّم في وسائل الإعلام ؟ وكيف ...؟

والإجابة على ما سبق تقتضي ما يأتي :

- وضْع خطط دقيقة ومناسبة : بعضها قصيرة جزئية ، وبعضها طويلة شاملة .
- أما الخطط القصيرة أو السريعة الجزئية فلمعالجة ما يحتاج إلي علاج فوري، وتقديم ما يناسب من الوسائل الناجعة التي تساعد علي نجاح الخطط الطويلة .
- وأما الخطط الطويلة الشاملة فهي ذات جداول زمنية ودراسات وافية ..
- ويراعى في هذه الخطط كلها توقُّع حدوث سلبيات قد تطرأ، حتى لا تأتي بنتائج عكسية، أو تتأثر النتائج سلباً على أقل تقدير .
- أن تكون هذه الخطط ذات معايير دقيقة : تراعي الأصالة، ولا تغفل مواكبة الحاضر، كما لا ترفض الاستفادة من الخبرات لدي المؤسسات الإعلامية العالمية

(1) د. عبد العزيز شرف : فن التحرير الإعلامي، ص344.

الموثوق بها التي قد لا يخفى أن تفوُّقها وانطلاقها يشارك فيه شباب فائق من خيرة شبابنا .

****

الخاتمـــــــة

الحمد لله، والصلاة والسلام على سيدنا محمد ε وعلى آله، وأصحابه، وأتباعه، ومن والاه ..

وبعد

فإن هذا البحث على ما بذل فيه من جهد، وما أنفق فيه من وقت، وما استتبع ذلك من معالجة وتوصيف وتقييم مع مراعاة عديد من الظروف، فإن هذه الأمور كلها لكفيلة بأن تجعل الباحث يشعر أنه مهما قدَّم وحاول في بحثه فإن ذلك لا يعدو أن يكون كلمة في سفر الحياة التي يفتح البحث فيها أمام الباحث آفاقاً تصله بعوالم تطلعه على أسرار تجعله في تفكر دائم فيما كان، وما قيل عن ذلك أو عليه، وما هو كائن، وما يقال، وما يمكن أن يقوله هو .

ولقد شفَّت هذه الدراسة بفضل الله عن عدة أمور أهمها ما يلي :

- مسيرة الإعلام ارتبطت بالإنسان منذ بداية خلقه، وهي مستمرة معه إلى أن يلقى خالقه جل وعلا .
- أصبح للإعلام من التأثير في الحياة ما يجعله الأقوى والأشد تأثيراً على الإطلاق.
- الدين الإسلامي دين عظيم راقٍ قدَّم للعالم نموذجاً إعلامياً مثالياً .
- للإعلام أهداف نبيلة فليس الإعلام كله شراً .
- الدعاية لمذاهب واتجاهات خبيثة المآرب في الإعلام تخرجه عن نبيل هدفه .
- للإعلام آثار سلبية خطيرة، ولاسيما على مرحلة الشباب لخصوصيتها وأهميتها .
- لسلبيات الإعلام أسباب إذا عولجت يُقضَى على كثير من مشكلاته وسوأته .
- الإعلام الجديد عمل على إفراز وبروز مواهب أدبية وإعلامية قوية .
- الإعلام الجديد عمل على الانتصار على احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى، وأتاح النشر أمام كل راغب دون قيود.

- الإعلام الجديد تمتع بسمة العالمية دون التقيد بالمحلية أو الإقليمية، ولذا فقد عمل على سهولة التواصل بين المجتمعات وتحضرها .
- غياب الرقابة وابتعاد الحرية عن معناها الحقيقي حوَّل الإعلام في كثير من الأحيان إلى وسائل للدعاية التي لا تعبر عن الموضوعية والصدق .
- هناك ترابط عضوي بين الخطاب الإعلامي والخطاب الأدبي، على أنه يجب على الخطاب الإعلامي مهما تكن الظروف التي تحيط به أن يؤدب خطابه أياً ما كانت رموزه ووسائطه .
- للخطاب الأدبي في الإعلام الجديد صور تعز على الحصر على أن أكثرها انتشاراً هو : إعلام الجمهور إلى الجمهور، إلا أنه أبعد ما يكون عن مقتضيات الخطاب الأدبي ومعايير اللغة والأسلوب .
- ومن أهم صور الخطاب الأدبي : إعلام المنابر الثقافية والأدبية، ومع ذلك فقد جاء خطابها في الأغلب الأعم فقيراً ولا يبشر .
- وقد بدت سمات الخطاب الأدبي من خلال تلك الصور يغلب عليها تفشي العامية، وتزايد استخدام المفردات الأجنبية بصورة مزرية، كما يغلب عليها الذاتية المؤدية إلى الانعزالية، وعدم الترابط، كما اتسمت مواد الخطاب بالسطحية، وعدم القدرة على التعمق .
- إقرارنا بتفوق إعلام الغير لا يدعونا إلى الاستسلام .
- النهوض بالإعلام الجديد وخطابه الأدبي ليس مستحيلاً لكنه يحتاج إلى عوامل نحن نملكها .

والحمد لله أولاً وآخراً، وهو من وراء القصد ..

****

ثبت بأهم المصادر والمراجع

أولاً : (القرآن الكريم)
ثانياً :π كتب الحديث الشريف ι
ثالثاً : من المراجع العربية :

- د.إبراهيم إمام : دراسات في الفن الصحفي، مكتبة الأنجلو المصرية 2010م .
- د.إبراهيم إمام : فن العلاقات العامة والإعلام، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة 1986م .
- د. أحمد حمدي : في تجديد لغة الإعلام ولغة الأدب، منتديات ستار تايمز، أرشيف مطبوعات وصحافة وإعلام ص2 إلى 14 في 2010/12/12م . www.startimes.com .
- أحمد الشايب : الأسلوب، مكتبة النهضة المصرية 1991م .
- د.أحمد بن مرسلي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية 2003م الجزائر .
- بخوش إيمان ومرزوقي حسام الدين : الشبكات الاجتماعية والإعلام الجديد، إشراف د. غروبة دليلة، جامعة باجي الجزائر 2009 م .
- د.جمال الدين محمود : أصول المجتمع الإسلامي، المجلس الأعلى للشىءون الإسلامية 1983م القاهرة
- الزمخشري : أساس البلاغة .
- د.صفوت زيد : حرية الإبداع الأدبي بين الفوضى والالتزام، ط التركي، طنطا، مصر 1997م .
- د.عبد الحليم محمود : أوروبا والإسلام، دار المعارف، القاهرة، الطبعة الرابعة .
- د.عبد العزيز شرف: فن التحرير الإعلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب1987م .
- د.عبد اللطيف حمزة : الإعلام في صدر الإسلام، دار الفكر العربي القاهرة .

- مجمع اللغة العربية بالقاهرة : المعجم الوسيط .
- د.محمد البهي : الإسلام والفلسفات المعاصرة، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية 1977م القاهرة .
- ابن منظور : لسان العرب .
- د. موسى جواد الموسوي، د. انتصار إبراهيم، د. صفد حسام :

الإعلام الجديد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع 2011م .

رابعاً : من المراجع الأجنبية **:**

- Dr.paul Martin Lester , California state university, http://commfaculty.fullerton.edu/lester/curriculum/newmedia.html

خامساً : من المراجع المترجمة :

1- بيير البير : الصحافة : ترجمة : فاطمة عبد الله محمود، الهيئة المصرية العامة للكتاب 1987م .

2- ماكلوهان (مارشال) : كيف نفهم وسائل الاتصال، ترجمة د. خليل صابات، و د.محمد محمود الجوهري، و د. السيد محمد الحسيني، وسعد لبيب، دار النهضة العربية، القاهرة 1975م .

3- موري جرين : أخبار التليفزيون بين التحليل والتنفيذ، (ترجمة حمدي قنديل وأحمد سعيد عبد الحليم)، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة 1972م .

4- وليام ريفرز و آخرون : وسائل الإعلام والمجتمع : (ترجمة د.إبراهيم إمام)، دار المعرفة، القاهرة، 1975 .

سادساً : من المجلات والدوريات :

1- مجلة جامعة دمشق – المجلد 26 – العدد الأول والثاني 2010 م – سميرة شيخاني : الإعلام الجديد في عصر المعلومات.
2- مجلة الفرات، العدد الثالث – http://fcdrs.com/mag/issue-3-4.html
3- مجلة العلم والمجتمع – عدد 5 يونيو 1971م – التليفزيون بين الكم الجماهيري والكيف الفني (ت : د.إبراهيم إمام).
4- اليوم السابع – عدد 4 مارس 2015م – تحليل الخطب لمحمد شومان .

سابعاً : من المواقع الإلكترونية :

1- ويكيبيديا .https://ar.wikipedia.org .

****

فـــهـــــــــرس

الموضوع	الصفحة
المقدمة	15
– تمهيد: مسيرة الإعلام مع الإنسان:	19
الإعلام في الإسلام	20
أهمية الإعلام في حياتنا	22
المجتمع يواجه كماً إعلامياً غير مسبوق	23
– الفصل الأول : الإعلام الجديد : أشهر وسائله الدلالة والدراسة	25
مفهوم الإعلام الجديد	25
أشهر وسائل الإعلام الجديد: شبكة التواصل الاجتماعي	27
استحواذ الإعلام الجديد على مستخدميه من خلال : facebook	30
توابع انتشار الإعلام الجديد من خلال شبكة التواصل الاجتماعي	34
خصائص الإعلام الجديد من خلال شبكة التواصل الاجتماعي	35
إيجابيات الإعلام من خلال شبكة التواصل الاجتماعي	37
سلبيات الإعلام الجديد من خلال شبكة التواصل الاجتماعي	39
– الفصل الثاني: الخطاب الأدبي في الإعلام الجديد : المفهوم والصور والسمات	46
مفهوم الخطاب بين اللغة والتاريخ	46
مفهوم الخطاب الإعلامي	47
مفهوم الخطاب الأدبي	48
العلاقة بين الخطاب الإعلامي والخطاب الأدبي	48
صور الخطاب الأدبي في الإعلام الجديد	49

الموضوع	الصفحة
سمات الخطاب الأدبي في الإعلام الجديد	56
– الفصل الثالث: الإعلام الجديد : إمكانية التغيير والنهوض بمستوى الخطاب الأدبي	62
الارتقاء بالإعلام ضرورة	62
كيف نتلافى سلبيات هذه الوسيلة وننهض بستوى الخطاب الادبي ؟	65
كيف ننهض بالإعلام الجديد ؟	67
الخاتمة	70
ثبت بمصادر ومراجع البحث	72
فهرس	75

****