



المكانز كأدوات ضبط المعلومات وتحليلها واسترجاعها في مجال الإعلام الإسلامي
دراسة تحليلية تجريبية لإنشاء مكنز عربي

إعداد

د. عزت عبد الفتاح الشامي

مدرس المكتبات والمعلومات قسم الوثائق والمكتبات والمعلومات
كلية الآداب – جامعة المنصورة

المستخلص:

تهدف الدراسة إلى بناء مكنز عربي مقترح لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي يسهم في التمثيل الموضوعي للإنتاج الفكري في هذا المجال، وفقاً للمواصفة (ISO25964-1) التي صدرت عام ٢٠١١، وقد تم الاعتماد على المنهج التاريخي، والمنهج البيبليوجرافي "الوصفي التحليلي المقارن"، وأسلوب دلفي، والمنهج التجريبي، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن أدوات التحليل الموضوعي المتاحة بأنواعها المختلفة ولاسيما العربية منها لا تفي حاجة الموضوعات والتفريعات والرموز الخاصة بمجال الإعلام الإسلامي، وبالتالي جاءت عاجزة عن حصر كافة تفريعات هذا المجال، كما وردت فقيرة في الرموز المخصصة للإنتاج الفكري المتخصص في هذا المجال، وأنه لا بد من إعداد مكنزاً متخصصاً لمجال الإعلام الإسلامي؛ بغرض سد حاجات التنظيم والتحليل والاسترجاع للإنتاج الفكري المتخصص في هذا المجال. كما أوصت الدراسة بضرورة أن تتبنى مؤسسة متخصصة في مجال الإعلام الإسلامي، سواء على المستوى العربي أو على المستوى المصري مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح، ورعايته، ونشره، والإنفاق عليه، وتحديثه بشكل دوري، والاستعانة بالحاسب الآلي وبرامجه وشبكة الإنترنت في استخدامه، وإنشاء موقع خاص له علي شبكة الإنترنت لتسهيل عملية تزويد المكنز بالمصطلحات الجديدة، واستخدام الموقع لتبادل الآراء والخبرات كحلقات النقاش، وذلك بالاشتراك مع المتخصصين في مجال المكتبات والمعلومات ومجال الإعلام الإسلامي.

الكلمات الإفتتاحية: المكانز المتخصصة، بناء المكانز، الإعلام الإسلامي، المكانز الإسلامية، المكانز الدينية، مكنز مصطلحات الإعلام الإسلامي.

١/ الإطار المنهجي للدراسة:

١/١ تمهيد:

أحدثت الثورة التكنولوجية تغيرات جذرية في أساليب التعامل مع المعلومات، فلم يعد الباحث كما كان مسبقاً يبحث عن كتاب معين، بل اتجه للبحث عن معلومة معينة؛ وبذلك أصبحت الوسائل التقليدية الخاصة بعمليات التحليل الموضوعي لأوعية المعلومات عاجزة عن تلبية احتياجات الباحثين المستفيدين، ولم تعد أدوات الضبط الببليوجرافي قادرة على حصر كل ما هو جديد من أوعية المعلومات، مما دعا إلي البحث عن لغة جديدة من لغات الكشف قادرة على تلبية احتياجات المستفيدين، في ضوء تضخم المعلومات، إلي جانب حاجة الباحثين إلي أداة تجمع عناصر الموضوع، وتوضح العلاقة بين أجزائه؛ لذا بدأ استخدام المكانز كأداة مهمة لاسترجاع المعلومات المطلوبة في أقل وقت ممكن، حيث تضطلع بمهمة التعريف بمصطلحات تخصصات المعرفة البشرية المختلفة، وتعمل على توحيدها، وتقنينها، وتحديد أبعادها، وإدراك العلاقات بين المصطلحات المختلفة، بما يساعد على تحقيق هذه الأهداف.

فالمكانز أداة لضبط المصطلحات تستخدم لترجمة المصطلحات من اللغة الطبيعية لأوعية المعلومات أو من لغة المكشفين أو من لغة المستفيدين إلي لغة أكثر تقييداً، (لغة توثيق، لغة معلومات)، كما أنها لغة مضبوطة وديناميكية تتكون من المصطلحات المتصلة ببعضها البعض دلاليًا ونسبيًا والتي تغطي أحد حقول المعرفة البشرية (عبد الهادي، ١٩٨٠ ج، ص ٢٧)، ومن ثم تستخدم هذه اللغة في تصنيف الإنتاج الفكري، وفهرسته، وتحليله في مختلف موضوعات المعرفة البشرية؛ لذا فهي تسمح لأخصائي المعلومات بتصنيف المعلومات الواردة في الإنتاج الفكري، وفهرستها، وتحليلها بطريقة أكثر اكتمالاً، بالإضافة إلي أنها توفر وقت الباحثين وجهدهم في التفكير أثناء عملية البحث، كما أنها تسهل عملية البحث العريض، إذ إنها تحضر المصطلحات المتصلة مع بعضها البعض، فالمكانز "يضم المصطلحات الدقيقة والمقننة التي تعبر عن الموضوعات وتحيط بالعلاقات بينها في مختلف الاتجاهات" (عبد الهادي، ٢٠١٠ ب، ص ٨). فالمكانز إذن أداة لأخصائي المعلومات وأداة للباحث أيضاً، فأخصائي المعلومات يعتمد عليها في الحصول على المصطلحات التي يستخدمها في تحليله للموضوع، بينما يعتمد عليها الباحث في الحصول على المصطلحات التي يحتاج إليها لاسترجاع ذلك الموضوع، فالمكانز إذن حلقة الوصل بين أخصائي المعلومات والباحث، وهي اللغة المشتركة بينهما أيضاً في تمثيل واسترجاع المعلومات (عطية، ١٩٩٧، ص ٤٧). فالمكانز كأدوات مقننة لتحقيق التوحيد والمعمارية في الممارسة والتطبيق، وبالتالي تحقيق قدرة استرجاعية عالية للنظام وتقديم خدمة مكتبية ومعلوماتية جيدة" (غنيم، ٢٠٠٣، ص ١٥٠).

ولاشك في أن الإعلام يعد من أهم أدوات الصراع العتيق بين الحق والباطل، حيث يوظف لخدمة فكرة معينة يؤمن بها أصحابها أو يرون أنها وسيلة جيدة يتحقق بها وجودهم وتتأكد مصالحهم؛ لذا فإن الإعلام كان وسيظل مسخرًا لتحقيق الغايات، فإذا ما استخدمت أدواته لخدمة الحق والخير فإن نتائجها يكون نتائجًا بشريًا طيبًا، كما أنها إذا ما سخرت لخدمة الباطل والشر فإن نتائجها يصبح نتائجًا بشريًا خبيثًا. وقد تعددت

النظريات الإعلامية في عصرنا الحاضر، وأصبح للإعلام مدارس وقواعد وأطر محددة ومناهج معروفة، فهناك الإعلام الليبرالي "الحر" الذي يعبر عن وجهة نظر العالم الرأسمالي، وهناك الإعلام الشيوعي الذي وجد في ظل الحرب الباردة أثر قيام الأنظمة الشيوعية الكبرى، وهناك الإعلام الرسمي الموجه الذي يكون مصدره الدولة، والإعلام القائم على الفصل العنصري؛ وبغرض تأكيد الوجود والتعبير الصادق القويم عن قضايا الأمة الإسلامية وفق منهج إعلامي متماسك القوام محدد واضح الملامح، اجتهد عدد من الإعلاميين المسلمين، وعملوا من أجل تحديد أسس للإعلام الإسلامي مستمدة مما يزرع به التراث الإسلامي القوي والغني، من مفاهيم ومبادئ ثمينة وحميدة، فكانت الدعوة إلى ما يسمى بـ " النظرية الخامسة في الإعلام" وهي نظرية الإعلام الإسلامي (راضي، ١٩٩٧، ص ٧-٨). فالإعلام الإسلامي يساهم في الوقوف بوجه المجون والفسق وتحصين الشباب منه، ويساهم في تكوين الشخصية الإسلامية القوية؛ بغرس قيم الاعتزاز بالدين في النفس، والمساعدة على تشكيل شخصية مسلمة ذات إمام بالعلم الشرعي لتجسده سلوكاً في واقع الحياة (أبو زيد، ٢٠٠٩، ص ١٣٧).

والدين الإسلامي دين إعلامي بطبيعته؛ لأنه يقوم على الإفصاح والبيان؛ لذا فإن أهمية الإعلام الإسلامي تكمن في تصحيح مفاهيم الدين الإسلامي، والدعوة إلى مبادئه السمحة، وقيمه الأصيلة النافعة بطريقة علمية وعملية وفنية، لتكون هذه القيم منهج حياة كل مسلم في بيئته وعمله، ومع إخوانه، وأقاربه، وفي معاملاته، وعاداته وتقاليده، وعبادته، فهو إعلام يهتم بالمواعظ والحكم ويقود إلى الأمام، وإلى الحياء، وإلى العفة، كما أن الإعلام الإسلامي يمثل الوسيلة لرد ما ينهال على المسلمين من كم كبير ورهيب من صور الفساد العقدي والانحراف الخلقي الذي يصلنا عبر وسائل الإعلام؛ بسبب التعلق بالشهوات، ونشر الشبهات، فكم من شعوب خلعت تعاليم الإسلام وتحولت إلى مسخ بين الخلق، فلا دنيا أقاموا ولا ديناً أبقوا (المكاوي، ٢٠١٦، ص ١-٢).

ومجال الإعلام الإسلامي من المجالات المعترف بها ليس فقط على المستوى المحلي أو المستوى الوطني أو المستوى الإقليمي بل أيضاً على المستوى الدولي، وأن هذا المجال يحظى بوجود مجموعة كبيرة ومتنوعة من المتخصصين والباحثين في كافة دول العالم، حيث يتمتع بوجود مجموعة من المؤسسات الأكاديمية التي تقوم على تأهيل وتدريب الخريجين في هذا المجال، مثل: قسم الدعوة والإعلام الإسلامي في كلية الشريعة بجامعة اليرموك، وقسم الدعوة والإعلام الإسلامي في كلية الدعوة وأصول الدين بجامعة العلوم الإسلامية العالمية، وقسم الدعوة والإعلام الإسلامي في كلية أصول الدين بالجامعة الإسلامية بغزة، وقسم الدعوة والإعلام في كلية الدراسات الإسلامية بجامعة بلاد الشام، وقسم الإعلام الإسلامي في كلية الدعوة وأصول الدين بالجامعة الأسمرية الإسلامية، وبرنامج الدعوة الإسلامية والعلاقات الدولية في الإسلام بجامعة القدس المفتوحة. ومن المجالات التي تتمتع بوجود مجموعة من المؤسسات المهنية على المستوى الوطني، على سبيل المثال في مصر: جهاز الدعوة الإسلامية بوزارة الأوقاف، وجهاز الدعوة والإرشاد بالجامع الأزهر، ومحطة القرآن الكريم، والمجلات الدينية المتخصصة،

والمجلس الأعلى للشئون الإسلامية، والجمعيات الدينية الإسلامية المشهورة بوزارة الشئون الاجتماعية، كذلك يتمتع المجال بتوافر عدد من المؤسسات المهنية على المستوى الدولي، مثل: وكالة الأنباء الإسلامية الدولية، ومنظمة المؤتمر الإسلامي، ومنظمة إذاعات الدول الإسلامية، وعقدت حوله العديد من المؤتمرات والندوات الدولية، مثل: المؤتمر العالمي للإعلام الإسلامي، كما أن هذا المجال يحظى بإنتاج فكري وفير صدر في العديد من دول العالم بأكثر من لغة.

٢/١ أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من أنها تهدف إلى بناء مكنز كامل في أحد مجالات المعرفة البشرية، وليس مجرد إعطاء أسس أو تحديد خطوات لبناء المكنز، وليس الاقتصار على نموذج لأحد أقسام المجال وموضوعاته الأساسية، وإنما تهدف الدراسة إلى عمل إنشائي كامل لمكنز في مجال الإعلام الإسلامي، حيث إن بناء المكنز عملية فنية صعبة جداً، وشاقة جداً، ومعقدة جداً، كما تستمد الدراسة أهميتها من دور المكنز كأدوات فنية حديثة ودقيقة قادرة على مساعدة أخصائي المعلومات والباحثين على القيام بأعبائهم على نحو طيب ودقيق، فهؤلاء يفتقدون إلى رؤية واضحة للتعامل الجيد مع مصطلحات المعرفة البشرية أثناء تصنيف المعلومات، وفهرستها، وتحليلها من جانب أخصائي المعلومات واسترجاع المعلومات من جانب الباحثين، مما يزيد من حاجتهم إلى وجود أداة تضبط هذه المصطلحات، وتعمل على التعريف بها، وتوحيدها، وتقنينها، وتحديد أبعادها، وإدراك العلاقات بين المصطلحات المختلفة، بما يساعد على تحقيق الأهداف لأخصائي المعلومات والباحثين. فمن المعلوم أن هناك كمًا كبيرًا من المصطلحات المترادفة المتداخلة الشائكة في مختلف التخصصات، وهذا الكم في المصطلحات قد يؤدي إلي ما يسمى بغيوم المصطلحات، تلك الغيوم التي ينتج عنها حاجزًا بين أخصائي المعلومات وتصنيف المصطلحات، وفهرستها، وتحليلها في أوعية المعلومات من ناحية، وبين الباحثين والإفادة من هذه المصطلحات من ناحية أخرى، الأمر الذي يتطلب وجود المكنز؛ للتعامل الجيد مع هذه المصطلحات؛ بهدف استخدامها في الأغراض الفنية والبحثية على نحو طيب وأكثر فعالية. وإذا كانت محركات البحث على شبكة الإنترنت تستخدم المصطلحات الطبيعية غير المقيدة في تنظيم المعلومات واسترجاعها بطريقة تتسم بالبساطة والسهولة للباحثين؛ إلا أن المعلومات المسترجعة منها تبقى غير قوية وغير فعالة للباحثين، مما يعظم من أهمية اللغات المقيدة في التنظيم والاسترجاع.

كما تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية مجال الإعلام الإسلامي ذاته، فالبحث في الإعلام الإسلامي أصبح موضوع العصر، فالحاجة ماسة لوجود إعلام ينطبق عليه وصف "الإسلامي" يستمد ضوابطه ومقوماته وكافة أساليبه ووسائله من القرآن الكريم، إذ أن دراسة ذلك وتقعيد أصوله يعد بوابة رحبة لانطلاق الإعلام الإسلامي المنشود؛ لذا تساهم هذه الدراسة في إثراء المكتبة الإسلامية بدراسات تتعلق بالإعلام وتتبع من القرآن الكريم، ومن ثم المساهمة في إفادة الباحثين والمهتمين بالإعلام بوجه عام والإعلام الإسلامي بوجه خاص. تتبع أهمية هذه الدراسة كذلك من كونها رسالة تعريف بالإعلام



الإسلامي في وقت غدا فيه العالم كالفقرية الصغيرة التي تعرف أخبارها مباشرة من جميع أفرادها، فهذه الدراسة تسهم بمحاولة توضيح صورة الإعلام الإسلامي للعالم، تنطلق من الإيمان بأهميته وأنه يحمل رسالة السلام للبشرية جمعاء.

" لقد خرج إلى النور العديد من الدراسات الحديثة حول الاقتصاد الإسلامي، والفلسفة الإسلامية، والسياسة الإسلامية ... الخ، ولكن الإعلام الإسلامي ظل حقلًا بكرًا لم يكد يقترب منه أحد إلى الآن على الرغم من الأهمية البالغة لدراسة الإسلام من هذه الزاوية الإعلامية لأنها تكاد تكون أهم الزوايا وأدقها؛ ذلك لأن الإعلام وفنونه هو قوام هذا الدين وقاعدته الصلبة، فهو بمثابة الجسور التي تعبر منها هذه الرسالة الخالدة إلى الناس، ويرجع إليه فضل انتشاره على هذه الرقعة الفسيحة من كوكب الأرض في الشرق والغرب وفي الشمال والجنوب" (عبد الحليم، ١٩٨٤، ص ٥).

لقد نادى الكثير من المتخصصين والباحثين في مجال الإعلام الإسلامي بضرورة احتياج الأمة الإسلامية في عصرنا الحاضر إلى هذا المجال، فأمام الحملات العدائية التي تقوم بها وسائل الإعلام الغربية منذ أحداث الحادي عشر من سبتمبر بأمريكا، وأمام السموم التي تبثها هذه الوسائل ضد العرب والمسلمين، تتزايد الأعباء على عاتق الإعلام الإسلامي لمواجهة هذه الافتراءات ولتوضيح الصورة الصحيحة للإسلام، ومن ثم تتزايد الحاجة للإعلام الإسلامي كإطار حاكم ومميز للممارسات الإعلامية، ويعالج ثغرات التشريعات الإعلامية التي أوجدتها العولمة، ويساعد على حماية الحياة الخاصة للأفراد، ويؤمن الأمن القومي للمجتمعات، ويوقف التهديد الذي تمثله العولمة للذاتية الثقافية للأمم والشعوب الإسلامية، ويوفر العدالة للأمم والشعوب كافة في تدفق المعلومات (حجاب، ٢٠٠٣، ص ١٥). ومع الاهتمام ظهرت لمجال الإعلام الإسلامي العديد من المنظمات والمؤسسات الدولية الخاصة به، مثل رابطة العالم الإسلامي، ومنظمة المؤتمر الإسلامي، ووكالة الأنباء الإسلامية الدولية. هذه المنظمات تعمل على تطبيق الشريعة الإسلامية في البلدان الإسلامية، وتعزيز التراث الإسلامي وحمايته، ونشر مبدأ الشورى بين المسلمين، والاستفادة من الحج باعتباره مؤتمرًا إسلاميًا عالميًا، وإقامة ندوة سنوية في موسم الحج، وتشجيع الدعاة في العالم كله، وتشجيع التأليف الإسلامي بالمساهمة في شراء الكتب الإسلامية النقية، ونشر التعليم الإسلامي بالمساهمة في إنشاء المدارس والمعاهد الإسلامية في العالم الإسلامي كله، والعمل على تنقية وسائل الإعلام الإسلامي (محمد، ١٩٨٣، ص ٣١٠-٣٣٠).

ونظرًا لكثرة ما ينشر في مجال الإعلام الإسلامي من إنتاج فكري بكافة أشكاله المختلفة، وبعدد من اللغات، حيث يصدر في هذا المجال أوعية معلومات مطبوعة، وأوعية معلومات مسموعة ومرئية ومصورة، وأوعية معلومات إلكترونية، بجانب المعلومات الخاصة بهذا المجال على شبكة الإنترنت من البرمجيات الإسلامية الرقمية، والصور الإسلامية الرقمية، والفيديوهات الإسلامية الرقمية، وصفحات الويب ومواقع الويب الإسلامية، ووسائل التواصل الاجتماعي، وقواعد البيانات الإسلامية، وقنوات الإنترنت الإسلامية، والرسوم المتحركة الإسلامية، والمستندات الرقمية الإسلامية، والراديو الرقمي، والاسطوانات المليزرة

الإسلامية، والمدونات الإلكترونية الإسلامية، والمواقع الإلكترونية الإسلامية، والكتب الإلكترونية الإسلامية، والصحف الإلكترونية الإسلامية ... الخ؛ لذا فإن مؤسسات مجال الإعلام الإسلامي والمكتبات والمراكز المتخصصة في مجال الإعلام في حاجة ماسة وشديدة إلى بناء مكنز عربي في مجال الإعلام الإسلامي؛ يستخدم كأداة مقننة عند تصنيف الإنتاج الفكري المتخصص في هذا المجال من الجزء المصنف في المكنز، وفهرسته وتكشيفه واستخلاصه وتحليله من الجزء الهجائي في المكنز، كما يستخدم عند البحث عن المعلومات واسترجاعها في هذا المجال، ومن ثم ضبط المصطلحات الخاصة بهذا المجال؛ لذا فإن إصدار مكنز لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي يخدم كل من أخصائي المعلومات في مؤسسات مجال الإعلام الإسلامي والمكتبات والمراكز المتخصصة في مجال الإعلام، والباحثين في هذا المجال يعد ضرورة ملحة.

ولما كان موضوع هذه الدراسة هو "المكانز كأدوات ضبط المعلومات وتحليلها واسترجاعها في مجال الإعلام الإسلامي: دراسة تحليلية تجريبية لإنشاء مكنز عربي"؛ لذا فإن مجال الإعلام الإسلامي يشكل المحور الرئيسي للبحث، والمجال الموضوعي الذي تدور في فلكه الدراسة. وقد تم اختيار هذا المجال ليكون موضوعاً للدراسة؛ للأسباب الآتية :

١- أن مجال الإعلام الإسلامي من أهم المجالات الحيوية في الدراسات الإنسانية والاجتماعية، والذي يُعبّر عن التعاليم الإسلامية، وعلى الرغم من قدسية هذه التعاليم؛ إلا أن هذا المجال لم يحظ بالاهتمام الكافي والمناسب من جانب المهتمين بتجميع مصادر المعلومات، وتنظيمها، وتيسير سبل الاستفادة منها بكل وسيلة ممكنة.

٢- أن مجال الإعلام الإسلامي رفيق دعوة إلهية أوحى بها الرسول صلى الله عليه وسلم، وسيظل هذا للإعلام قائماً ما قام الدين، كما أنه إعلام قائم على العقيدة، ومرتبب بأحكام الإسلام (صيني، ١٩٩٧، ص ٩٣)، بجانب أنه يعمل على نشر الثقافة الإسلامية المؤسسة على القيم الدينية والنظم الإسلامية والمعارف العلمية والأشكال الجمالية الأصيلة في الأدب والعمارة والإنتاج، والعادات والتقاليد الراسخة والأعراف السائدة بين المسلمين، والتي تقوم عليها الحياة الفردية للإنسان المسلم والحياة المشتركة للأمة الإسلامية في أقطارها المختلفة (إمام، ١٩٨٥، ص ٣٤)، الأمر الذي يتحتم علينا جميعاً لشحذ الهمم لتحقيق ذلك، إذن هذا المجال هو قوام الدين الإسلامي وقاعدته الصلبة؛ لذا كان اختيار هذا المجال للدراسة من باب خدمة الدين الإسلامي.

٣- حاجة العاملين في مجال الإعلام الإسلامي لمثل هذه الدراسات، تسهياً لعلمهم، واختصاراً لوقتهم وجهدهم.

٤- أن هذا المجال قد أصبح اليوم علماً مستقلاً له أصوله ومناهجه التي تميزه عن غيره من المجالات الإنسانية، حيث أُمسى ببناءً شامخاً مستقر الأركان، له نظرياته الواضحة، وله أدوات بحث

متطورة، ومفاهيم استطاعت أن تصل إلى درجة عالية من الدقة والإحكام، ونال اعتراف المؤسسات الدولية، بل لديه عددًا من المؤسسات والمنظمات الدولية الخاصة به.

٥- أن هذا المجال يحظى بعدد كبير من الباحثين والمتخصصين فيه، حيث استطاعت المعاهد والأقسام العلمية في مجال الدعوة والإعلام الإسلامي في مصر، والعالم العربي، وكافة دول العالم تخريج عددًا كبيرًا من الباحثين من حملة الماجستير والدكتوراة في هذا المجال. وفي ظل ذلك، تصبح حاجة هؤلاء الباحثين إلى المعلومات ملحة وأساسية.

٦- أن هذا المجال من الموضوعات الخاصة بالأمة العربية والإسلامية، حيث يمثل إحدى موضوعات الثقافة العربية والإسلامية، والتي من المفترض أن يتصدى لها أصحاب هذه الثقافة لمعالجة مثل هذه الموضوعات.

٧- أن مجال الإعلام الإسلامي من المجالات التي تتسم بوفرة إنتاجها الفكري؛ لأنه يجمع بين مجال الدين الإسلامي من ناحية ومجال الإعلام من ناحية أخرى، سواء أكان ذلك في شكل كتاب أو في شكل رسائل جامعية أو شكل مقالات دوريات أو أعمال مؤتمرات وندوات أو غير ذلك من المصادر المسموعة والمرئية والمصورة أو في شكل رقمي على شبكة الإنترنت. ومن هنا يمكن القول أن مجال الإعلام الإسلامي مجال حافل بالإنتاج الفكري الذي يتطلب أداة فنية تعمل على تصنيف هذا الإنتاج الفكري وتنظيمه، وتحليله، واسترجاعه؛ بغرض الاستفادة منه على خير وجه.

٨- رقد مؤسسات مجال الإعلام الإسلامي والمكتبات والمراكز المتخصصة في مجال الإعلام بمثل هذه الدراسات، لتكون في متناول يد من يحتاجها عند الحاجة إليها.

٩- أن هذا المجال يحفل بمكتبات متخصصة في مجال الإعلام، تضم مجموعة متنوعة من مصادر المعلومات التي تتناول هذا المجال ومجالات المعرفة المتصلة به، كما تم إعداد ونشر عدد من الببليوجرافيات المتخصصة في هذا المجال، تتضمن الكتب ومقالات الدوريات والرسائل الجامعية وبحوث المؤتمرات والندوات إما بصفة عامة وإما خاص بقسم واحد من أقسامه. وهذه المكتبات وتلك الببليوجرافيات تحتاج إلى أداة فنية تعمل على تصنيف هذا الإنتاج الفكري وتنظيمه، وتحليله، بما يخدم حاجة هذه المكتبات وتلك الببليوجرافيات.

١٠- أن هذا المجال يفتقر لوجود خطة تصنيف متخصصة تساعد على تنظيم الإنتاج الفكري الخاص بهذا المجال، كما أنه لا تتوافر فيه قائمة رؤوس موضوعات متخصصة تساعد على وصف هذا الإنتاج الفكري، وتحليله، على الرغم من عدم قدرة هذه القوائم على التغطية الشاملة لموضوعات الإنتاج الفكري المتخصص في مجال الإعلام الإسلامي؛ لتداخل الموضوعات والتخصصات في المكتبات ومراكز المعلومات المتخصصة، كما أنها غير صالحة للتطبيق على هذا الإنتاج؛ لأنها لم تقم بدراسة الإنتاج الفكري الصادر في هذا المجال؛ للتعرف على خصائصه، وبنيته، والمصطلحات التي تدور في فلك هذا الإنتاج؛ كما أنها لم تضع في اعتبارها خصوصية مجال الإعلام الإسلامي، الذي يرتبط بالتراث

العربي الإسلامي، بجانب أنها لم تعتمد على الفهم الكامل لفروع موضوعات هذا المجال، وتحديد مصطلحاته الدالة والمهمة.

١١- أن هذا المجال يفتقر لوجود مكنزًا متخصصًا يعمل على تنظيم الإنتاج الفكري الخاص بهذا المجال، وتحليله، واسترجاعه، على الرغم من قدرة هذه المكنز الفائقة على تنظيم الإنتاج الفكري وتحليله في المكتبات ومراكز المعلومات المتخصصة.

١٢- أن هذه الدراسة جاءت تلبية لتوصيات المؤتمرات التي تتعلق بمجال التكشيف والتقارير الخاصة بإعداد المكنز، وكان من أبرز هذه التوصيات:

التوصيات التي أوردتها منظمة الخليج للاستشارات الصناعية (جوبك)، حيث أوصت "بضرورة بناء المكنز العربية المتخصصة في شتى ضروب المعرفة؛ لأن التجربة أثبتت فعاليتها فهي عملية سهلة الاستخدام، إضافة إلى تغطيتها للتخصص وسرعة إنجازها، وفي الوقت نفسه غياب المكنز في المكتبة العربية والاحتياج الشديد لها" (أحمد، ١٩٩٠، ص ١٠٨).

توصيات الندوة العربية حول التكشيف والتصنيف في مراكز المعلومات العربية، حيث "تنظر الندوة بارتياح إلى ما تحقق من مجهودات في مجال إعداد المكنز العربية المتخصصة واستخدامها؛ تدعو المنظمات والهيئات الإقليمية لاستكمال وإعداد مثل هذه المكنز في مجال تخصصاتها" (الندوة العربية حول التكشيف والتصنيف في مراكز المعلومات العربية، ١٩٩٠، ص ٢٦٨).

١٣- أن هذه الدراسة جاءت تلبية لتوصيات العديد من الرسائل الجامعية السابقة في مجال المكنز والتي نادى بضرورة إعداد مكنز أخرى في العلوم الإسلامية، مثل: التفسير والسيرة وغيرهما من العلوم الشرعية، ومكنز أخرى في العلوم المرتبطة بالعلوم الإسلامية، مثل: الإعلام الإسلامي، والطب النبوي، وغيرهما من هذه العلوم (عبد الله، ١٩٩٦) (أحمد، ٢٠١٣)، (أحمد، ٢٠١٨)، (أبو العزم، ٢٠٢١).

ونظرًا لوفرة الإنتاج الفكري في هذا المجال وتنوعه، ونظرًا لعدم فعالية أدوات التحليل الموضوعي العامة على تلبية احتياجات المكتبات والمراكز المتخصصة في تصنيف مجموعاتها، وفهرستها، وتكشيفها، واستخلاصها، ونظرًا لعدم وجود أداة فنية توفر للباحثين وقتهم وجهدهم في التفكير أثناء عملية البحث عن المعلومات في مجال الإعلام الإسلامي؛ ونظرًا لعدم توافر مكنزًا متخصصًا يغطي مصطلحات هذا المجال؛ لذا تبدو الحاجة ملحة إلى بناء مكنز عربي متخصص لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي، معتمدًا على أحدث المعايير والمواصفات المتبعة في إعداد المكنز، ألا وهي مواصفة ISO 25964-1 التي صدرت في عام ٢٠١١ (International Standard ISO 25964-1)، يمكن الاعتماد عليه في تصنيف الإنتاج الفكري في هذا المجال، وفهرسته، وتكشيفه، واستخلاصه، واسترجاعه. ومن ثم يمكن استخدامه في المكتبات ومراكز المعلومات المتخصصة في مجال الإعلام، ومجال الدين الإسلامي، وفي

المؤسسات والمنظمات الخاصة بهذا المجال، وفي القوائم البليوجرافية المطبوعة والآلية، وقواعد بيانات مجال الإعلام الإسلامي، فكانت هذه الدراسة.

٣/١ مشكلة الدراسة:

تتضح مشكلة هذه الدراسة في محاولة ضبط مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي التي تستخدم في تحليل الإنتاج الفكري في هذا المجال، واسترجاعه، حتى لا تحمل معانٍ متشعبة، ومفاهيم مترادفة، ورؤى تتحرف عن معناها الأصلي والحقيقي، تسبب صعوبات في عمليات التحليل الموضوعي، وعقبات في عمليات الاسترجاع، مما يترتب عليه وجود مشكلات في الإفادة من المعلومات؛ نظراً لغيوم المصطلحات. فمجال الإعلام الإسلامي من المجالات التي تحظى بالإنتاج الفكري بكل أشكاله؛ لذا تبدو هناك مشكلة تقف أمام القائمين على تحليل الإنتاج الفكري في هذا المجال، وإعداد الكشافات والمستخلصات في مؤسسات مجال الإعلام الإسلامي والمكتبات والمراكز المتخصصة في مجال الإعلام، حيث إنهم بحاجة إلى أداة مقننة تتاصر تحليل الإنتاج الفكري المتخصص، وتوفر لهم كل المصطلحات الدقيقة والمخصصة في هذا المجال، لمساعدتهم على تنظيم هذا الكم من الإنتاج الفكري المتخصص في هذا المجال وتحليله، ومساعدتهم أيضاً في إعداد الكشافات والمستخلصات المختلفة؛ لأنه إن لم توجد هذه الأداة فلا يمكن أن تتم عمليات تحليل الإنتاج الفكري المتخصص على نحو طيب، ولا يمكن أن توجد الكشافات والمستخلصات بشكل دقيق ومخصص دون وجود المكانز، فجودة هذه الأدوات الفنية مرتبط بوجود المكنز الذي يغطي كافة المصطلحات الدقيقة والمخصصة في مجال الإعلام الإسلامي، ويعمل على توحيدها، وتقنينها، ويحدد العلاقات التي توجد بينها.

كما أن هنالك مشكلة أخرى تقف أمام الباحثين في مجال الإعلام الإسلامي، فالإنتاج الفكري المتخصص في هذا المجال يتصف بالتفاوت في حجمه وأشكاله؛ لذا فالباحثين في حاجة ماسة إلى مفاتيح إرشادية تقودهم إلى محتويات هذا الإنتاج الفكري المتخصص، ومن هنا كان لابد من إعداد الكشافات والمستخلصات المختلفة لمساعدة الباحثين في الوصول إلى ما يريدون من معلومات في مظانها المختلفة، كما أنهم بحاجة إلى أداة توفر لهم كل المصطلحات الدقيقة والمخصصة في هذا المجال، لمساعدتهم في عملية البحث في قواعد البيانات المختلفة. ومن هنا كان لابد من إعداد مكنزاً متخصصاً لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي؛ خدمة لأخصائيي المكتبات والمعلومات في عمليات تنظيم الإنتاج الفكري في هذا المجال، وتحليله، وإعداد الكشافات والمستخلصات، وخدمة للباحثين والمتخصصين في هذا المجال في عمليات البحث عن المعلومات، والوصول إليها.

٤/١ أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة في بناء مكنز عربي مقترح لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي يسهم في التمثيل الموضوعي للإنتاج الفكري في هذا المجال، وفقاً للمواصفة (ISO) 25964-1 التي صدرت عام ٢٠١١. ويتفرع هذا الهدف الرئيس إلى الأهداف الفرعية الآتية:

١- معالجة مجال الإعلام الإسلامي في أدوات التحليل الموضوعي المختلفة؛ للتعرف على واقع معالجتها لهذا المجال، ومعالجة جوانبه المختلفة، ومدى قدرتها في التعبير عن موضوعات هذا المجال، ومدى نجاحها في التعبير عن الإنتاج الفكري في هذا المجال، والوقوف على الجوانب الإيجابية والسلبية في هذه المعالجة.

٢- تحديد الخطوات المنهجية التي سيتم الاعتماد عليها في بناء مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح.

٣- تحكيم مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح من قبل المتخصصين في مجال الإعلام الإسلامي، ومجال الدراسات الإسلامية، ومجال المكتبات والمعلومات؛ لضمان جودة بناء المكنز، وشمولية مصطلحاته، ووضوحها، وضمان سلامته وصحته للتطبيق على الإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي، وتجريبه على عينة ممثلة من الإنتاج الفكري في المجال؛ لضمان صلاحية المكنز في التطبيق العملي عند استخدامه في إعداد الكشافات والمستخلصات المختلفة، وفي ترتيب أوعية المعلومات على رفوف المكتبات في هذا المجال.

٥/١ تساؤلات الدراسة:

تحاول الدراسة الإجابة عن تساؤل رئيس: هل يمكن بناء مكنز عربي مقترح لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي يسهم في التمثيل الموضوعي للإنتاج الفكري في هذا المجال، وفقاً للمواصفة (ISO) -25964 التي صدرت عام ٢٠١١؟ ويتفرع هذا التساؤل الرئيس إلى التساؤلات الفرعية الآتية:

١- إلى أي مدى استطاعت نظم التصنيف العامة (تصنيف ديوى العشري، وتصنيف مكتبة الكونجرس، والتعديلات العربية لتصنيف ديوى العشري) ونظم التصنيف المتخصصة (التصنيف الببليوجرافي لعلوم الدين الإسلامي للدكتور أبو النور، وخطة تصنيف علوم الدين الإسلامي ليوست) التعبير عن الإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي؟ وما واقع هذه المعالجة؟ وما الجوانب الإيجابية والسلبية في هذه المعالجة؟

٢- ما واقع مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي في قوائم رؤوس الموضوعات العامة (قائمة رؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس، وقائمة رؤوس الموضوعات العربية للخازندار، وقائمة رؤوس موضوعات العربية القياسية للمكتبات ومراكز المعلومات وقواعد البيانات للدكتور خليفة، والقائمة الكبرى لرؤوس الموضوعات العربية للعايدي) وإلى أي مدى استطاعت التعبير عن الإنتاج الفكري في هذا المجال؟ وما مدى كفايتها لخدمة مجال الإعلام الإسلامي؟

٣- هل استطاعت المكنز العامة (مكنز الفيصل، ومكنز رؤوس الموضوعات للمخطوطات العربية للدكتور عبد الهادي)، والمكنز المتخصصة (المكنز العربي في مجال الاتصال الجماهيري - الراديو والتلفزيون للدكتور العناني، ومكنز إسلامي للمرأة لمحمد، ومكنز إسلامي للخدمة الاجتماعية لمحمد، ومكنز المصطلحات الفقهية لعبد الله، ومكنز الفتاوى الإسلامية للدكتور أبو العزم) التعبير عن



الإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي بشكل كامل؟ وما واقع هذه المعالجة؟ وما الجوانب الإيجابية والسلبية في هذه المعالجة؟

٤- ما المواصفة القياسية التي يمكن الاعتماد عليها في بناء مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح؟

٥- ما الخطوات المنهجية التي سيتم الاعتماد عليها في بناء مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح؟

٦- ما المصادر التي يتم الاعتماد عليها في دراسة الإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي واختيار مصطلحاته؟ وكيف يمكن تحليلها للتعرف على المصطلحات التي تستخدم في عمليات التحليل والبحث والاسترجاع؟

٧- ما الأقسام الاصطلاحية لمصطلحات الإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي؟ وما تفرعاته المختلفة؟

٨- كيف يمكن تحكيم مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح من قبل المتخصصين في مجال الإعلام الإسلامي ومجال الدراسات الإسلامية ومجال المكتبات والمعلومات؟ وكيف يمكن ضمان جودة بناء المكنز، وشمولية مصطلحاته، ووضوحها، وضمان وسلامته وصحته للتطبيق على الإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي؟

٩- كيف يمكن تجريب مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح على عينة ممثلة من الإنتاج الفكري في المجال؟

٦/١ حدود الدراسة:

تلتزم الدراسة بالحدود الآتية :

١/٦/١ الحدود الموضوعية:

تتمثل الحدود الموضوعية لهذه الدراسة في مجال الإعلام الإسلامي بكل مجالاته وأبعاده المختلفة. وقد تم تقسيم الأقسام الرئيسية لمجال الإعلام الإسلامي إلى عشرة أقسام على النحو الآتي:

الإعلام الإسلامي - عام، عملية الاتصال، تأريخ الإعلام الإسلامي، مؤسسات الإعلام الإسلامي، رجال الإعلام الإسلامي، رسائل الإعلام الإسلامي، وسائل الإعلام الإسلامي، جمهور الإعلام الإسلامي، تأثير الإعلام الإسلامي، الإعلام الإسلامي في العالم. وينقسم كل قسم اصطلاحياً بدوره إلى عدد من الموضوعات الفرعية التي تندرج تحته، وكل موضوع فرعي يقسم بدوره إلى عدد من الشعب التي تندرج تحته، وكل شعبة تقسم إلى عدد من الأغصان التي تندرج تحته ... وهكذا.

٢/٦/١ الحدود النوعية:

تتناول الدراسة بناء مكنزاً للإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي بمختلف أشكال الإنتاج الفكري، وتشمل: الإنتاج الفكري المخطوط، مثل: المخطوطات، والإنتاج الفكري المطبوع، مثل: الكتب، والرسائل

الجامعية، ومقالات الدوريات، وبحوث المؤتمرات، والإنتاج الفكري المسموع والمرئي والمصور، والإنتاج الفكري الإلكتروني، بجانب المعلومات الخاصة بهذا المجال على شبكة الإنترنت. فهذه الإشكال ستمد المكنز المقترح بالمصطلحات والواصفات المختلفة، كما ستستفيد من المكنز في عمليات التصنيف والفهرسة والتكشيف والاستخلاص والاسترجاع.

٣/٦/١ الحدود اللغوية:

ينتمي مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح إلى المكنز المتخصصة؛ لأنه يقتصر في تغطيته للمصطلحات على المصطلحات في هذا المجال فقط، كما ينتمي هذا المكنز المقترح إلى المكنز أحادية اللغة؛ لأنه يقدم المصطلحات وتفرعاتها المختلفة في اللغة العربية فقط، فهو موجه إلى المتخصصين في العالم العربي. لكن على الرغم من ذلك إلا أنه يستفيد من الإنتاج الفكري الخاص بمجال الإعلام الإسلامي باللغة الإنجليزية؛ لإتمام تجميع المصطلحات في هذا المجال.

٤/٦/١ الحدود الشكلية:

على الرغم من ضرورة إصدار كل أدوات العمل الفني من نظم تصنيف وقوائم رؤوس موضوعات ومكانز في شكل إلكتروني بحت، فهذه الأدوات تخرج في ثوب رقمي، وقد يكون لها نظير ورقي أو لا يكون، هذا هو التطور الجديد لهذه الأدوات الفنية، فكل الأدوات حالياً - مثل نظام تصنيف ديوي، ونظام تصنيف مكتبة الكونجرس، وقائمة رؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس- يتم التعامل معها من خلال الموقع الخاص بها على شبكة الإنترنت، فالمكانز تبنى آلياً من خلال أحد البرامج الإلكترونية لبناء المكنز على شبكة الإنترنت؛ إلا أن المكنز المقترح سوف يظهر في شكل تقليدي مطبوع، حيث سيتم استخدام بطاقات ورقية للمصطلحات، كما سيتم الاستعانة ببرنامج قاعدة بيانات (Access) في تفرغ المصطلحات الخاصة بالمكنز، على أن يتم إنشاء موقع خاص لمكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح على شبكة الإنترنت في دراسة قادمة بمشيئة الله، وذلك بعد أن يستقيم أمره، ويستوي عوده، وتضبط مصطلحاته على نحو سليم ومستطاب، حتى يكون متاحاً بشكل يسير وبصورة طيبة للعاملين في مؤسسات مجال الإعلام الإسلامي والمكتبات والمراكز المتخصصة في مجال الإعلام، والباحثين في هذا المجال؛ وذلك لسببين اثنين: الأول: تعدد أهداف الدراسة وتشعبها من معالجة مجال الإعلام الإسلامي في أدوات التحليل الموضوعي، وتحديد خطوات بناء مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح، وتحكيمه، وتجريبه. السبب الثاني: أن إنشاء المكنز المقترح في شكل إلكتروني، وإنشاء موقع خاص به على شبكة الإنترنت سوف يعالج العديد من العناصر الخاصة بالموقع وخلافه، مما لا تتسع الدراسة الحالية لمعالجته.

٧/١ منهج الدراسة:

يختلف المنهج الذي تستخدمه الدراسة الحالية باختلاف جوانبها النظرية والعملية، والهدف المطلوب تحقيقه في كل مرحلة من مراحلها.

ففي مرحلة دراسة مجال الإعلام الإسلامي، لتحديد هويته وماهيته، وتوضيح إطاره العام، وملامحه العامة، سيتم الاعتماد على القراءات النظرية من المصادر المتعلقة بالموضوع، والاستفادة من المنهج التاريخي. وفي مرحلة دراسة مجال الإعلام الإسلامي في أدوات التحليل الموضوعي المختلفة (نظم التصنيف المختلفة، وقوائم رؤوس الموضوعات، والمكانز)، سيتم الاعتماد على المنهج البليوجرافي " الوصفي التحليلي المقارن"؛ لدراسة مدى نجاح هذه الأدوات في التعبير عن الإنتاج الفكري في هذا المجال. وفي مرحلة بناء المكنز المقترح، سيتم الاستعانة بتحليل المضمون؛ لتجميع المصطلحات واستقائها من أدوات التحليل الموضوعي المتاحة، ومن الإنتاج الفكري المتخصص في مجال الإعلام الإسلامي، ومن أساتذة مجال الإعلام الإسلامي في مصر. وفي مرحلة مراجعة المتخصصين في مجال الإعلام الإسلامي ومجال المكتبات والمعلومات، واستطلاع آرائهم عند تحكيم مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح، سيتم الاستعانة بأسلوب دلفي؛ للتأكد من جودة بناء المكنز المقترح، وشمولية مصطلحاته، ووضوحها، وتعبيرها، واستخدامها لتعبر عن معني ثابت وموحد، وترتيبها المنطقي، وصياغتها الجيدة. وفي مرحلة تجريب مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح، سيتم الاعتماد على المنهج التجريبي؛ للتأكد من نجاح المكنز المقترح في التعبير عن كل أوجه الإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي، والتأكد من صلاحيته للتطبيق على الإنتاج الفكري، وضمان مناسبه لتصنيف الإنتاج الفكري، وفهرسته وتحليله.

٨/١ أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على أدوات جمع البيانات الآتية :

١/٨/١ أدوات التحليل الموضوعي:

تم الاعتماد على الطبعات الأصلية من أدوات التحليل الموضوعي محل الدراسة، والتي تتمثل في تصنيف ديوى العشري، وتصنيف مكتبة الكونجرس، والتعديلات العربية لتصنيف ديوى العشري، والتصنيف البليوجرافي لعلم الدين الإسلامي للدكتور أبو النور، وخطة تصنيف علوم الدين الإسلامي ليوسف، وقائمة رؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس، وقائمة رؤوس الموضوعات العربية للخازندار، وقائمة رؤوس موضوعات العربية القياسية للمكتبات ومراكز المعلومات وقواعد البيانات للدكتور خليفة، والقائمة الكبرى لرؤوس الموضوعات العربية للعايدي، ومكنز الفيصل، ومكنز رؤوس الموضوعات للمخطوطات العربية للدكتور عبد الهادي، والمكنز العربي في مجال الاتصال الجماهيري - الراديو والتلفزيون للدكتور العناني، ومكنز إسلامي للمرأة لمحمد ، ومكنز إسلامي للخدمة الاجتماعية لمحمد، ومكنز المصطلحات الفقهية لعبد الله، ومكنز الفتاوى الإسلامية للدكتور أبو العزم.

٢/٨/١ مواصفة (ISO) 1-25964 :

عند بناء مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح، سيتم الركون بالمواصفة رقم (ISO) 1-25964 التي صدرت في عام ٢٠١١م، والوثوق بها؛ لكونها أحدث المواصفات والمعايير في بناء المكنز.

٣/٨/١ مصادر تجميع المصطلحات في المكنز:

عند تجميع المصطلحات لمكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح، سيتم الاعتماد على المصادر الآتية :

١/٣/٨/١ أدوات التحليل الموضوعي:

أثناء عملية تجميع المصطلحات، سوف يرجع الباحث إلى أدوات التحليل الموضوعي سابقة الذكر؛ بغرض تحديد المصطلحات الخاصة بمجال الإعلام الإسلامي التي وردت في هذه الأدوات؛ كأساس لبناء المكنز المقترح لهذا المجال.

٢/٣/٨/١ الإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي:

حيث تلعب مصادر المعلومات في مجال الإعلام الإسلامي دوراً أساسياً ومهماً في تجميع المصطلحات الخاصة بمكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح، حيث سيتم الاطلاع على مصادر عديدة في هذا المجال، سواء أكانت معاجم أو موسوعات أو ببيوجرافيات متخصصة في المجال، أو كانت كتب أساسية، كما سيتم الاطلاع على الكتب الدراسية التي تستخدم في تدريس المقررات الخاصة بقسم الإعلام بجامعة المنصورة، وجامعة طنطا، والاطلاع على الكتب الأساسية في مجال الإعلام الإسلامي، والتي حصل عليها الباحث من أساتذة هذا المجال. بجانب الإنتاج الفكري لمجال الإعلام الإسلامي المتاح على شبكة الإنترنت.

٣/٣/٨/١ المقابلات الشخصية:

سيقوم الباحث بإجراء عدد من المقابلات الشخصية مع بعض أساتذة مجال الإعلام الإسلامي في مصر، أثناء عملية تجميع المصطلحات للمكنز المقترح، فمن خلال هذه المقابلات الشخصية، والمناقشات العلمية التي سوف تتم مع هؤلاء الأساتذة، والاستفسارات التي سيطرحها الباحث عليهم، سوف يستقر الباحث على عدد الأقسام الرئيسية لمجال الإعلام الإسلامي، كما سيحصل على عدد من المصطلحات الدقيقة التي تنتمي لموضوعات مجال الإعلام الإسلامي.

٤/٣/٨/١ بطاقة تسجيل المصطلح والمعلومات الخاصة به:

قام الباحث بتخصيص بطاقة لكل مصطلح، تدون عليها كافة المعلومات الخاصة بالمصطلح، كما هو موضح بالشكل رقم (١).

	رمز التصنيف
	التبصرة التوضيحية
	المصطلحات المترادفة
	المصطلحات الأعم
	المصطلحات الأضيق
	المصطلحات المترابطة
	الموثق
	المصدر
غير موافق () موافق ()	رأى اللجنة لاستشارية

شكل رقم (١)

نموذج بطاقة تسجيل مصطلحات في المكنز المقترح

٥/٣/٨/١ برنامج قاعدة البيانات (Access):

قام الباحث بتفريغ المصطلحات الخاصة بالمكنز اعتماداً على برنامج (Access).

٤/٨/١ استطلاع آراء الخبراء والمتخصصين:

بعد الانتهاء من بناء مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح، سوف يتم استطلاع آراء الخبراء والمتخصصين في مجال الإعلام الإسلامي، ومجال الدراسات الإسلامية، ومجال المكتبات والمعلومات حول المكنز المقترح؛ للتأكد من جودة بناء المكنز المقترح، وشمولية مصطلحاته، ووضوحها، وتعبيرها، وترتيبها المنطقي، وصياغتها الجيدة.

٥/٨/١ الاطلاع على أدب الموضوع:

سيتم الاعتماد على القراءات النظرية من المصادر المتعلقة بمجال الإعلام الإسلامي، ومجال المكنز؛ بغرض تحديد هويتهما وماهيتهما، وتوضيح إطارهما العام؛ بهدف تكوين خلفية نظرية عنهما.

٩/١ مراحل الدراسة:

مرت الدراسة بالمراحل الأساسية الآتية :

١/٩/١ مرحلة تجميع المصادر الأولية والمراجع الأساسية عن مجال الإعلام الإسلامي، ومجال المكنز، سواء كانت كتب أو مقالات دوريات أو رسائل جامعية أو خلافه، والقراءة في المجالين؛ بغرض الوقوف على ماهيتهما، والإلمام الكامل بكل التفريعات الخاصة بهما، وتكوين خلفية نظرية عن موضوعاتهما الأساسية والفرعية.

٢/٩/١ مرحلة معالجة أدوات التحليل الموضوعي لمجال الإعلام الإسلامي؛ وفي هذه المرحلة قام الباحث بدراسة مجال الإعلام الإسلامي في نظم التصنيف المختلفة وقوائم رؤوس الموضوعات والمكانز؛ بغرض التعرف على موقع مجال الإعلام الإسلامي داخل البنية العامة فيها، وأسسها ومدى مناسبتها لهذا المجال، والوقوف على أقسامه الاصطلاحية ومدى ملاءمته للإنتاج الفكري الخاص به، ودراسة البنية الداخلية والتفريعات الدقيقة الخاصة بهذا المجال في هذه الأدوات، ومدى كفاءة هذه التفريعات في التعبير عن موضوعات الإنتاج الفكري الخاص بهذا المجال. وكذلك دراسة الرمز الخاص بهذا المجال في ديوي والكونجرس والتعديلات العربية لديوي، ومدى مرونته، وقدرته على التعبير ومساعدته على التذكر، وإمكانية تسكين الموضوعات الجديدة، والتعرف على المساحة الرمزية الخاصة بمجال الإعلام الإسلامي، ومدى كفايتها لتصنيف إنتاجه الفكري، والوقوف على الجوانب الإيجابية والسلبية الخاصة بتصنيف هذا المجال في ديوي والكونجرس والتعديلات العربية لديوي.

٣/٩/١ مرحلة تحديد المعايير والمواصفات المتبعة في إعداد المكنز؛ قام الباحث في هذه المرحلة بحصر المعايير والمواصفات الخاصة ببناء المكنز وتجميع مصطلحاتها. فهناك مواصفة ISO 2788 التي صدرت في عام ١٩٨٦، والمواصفة المصرية التي اعتمدت عليها م ق م ٢٠٠٦/٤١٤٩ وهناك مواصفة Z39.19 التي صدرت في عام ٢٠٠٥، وهناك مواصفة ISO 25964-1 التي صدرت في عام ٢٠١١. وقطعاً يفضل الاعتماد على أحدث مواصفة في هذا الشأن؛ لذا تم الاعتماد على مواصفة ISO 25964-1.

٤/٩/١ مرحلة بناء مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح؛ في هذه المرحلة قام الباحث ببناء المكنز المقترح لمجال الإعلام الإسلامي وفقاً للخطوات المنهجية المتبعة في المواصفة السابقة. حيث تم تحديد الأطر الأساسية لمجال الإعلام الإسلامي، وتحديد طريقة تجميع المصطلحات، وحصرها، ثم عملية التقسيم الوجهي، وإنشاء شبكة العلاقات بينها، وإنشاء متن المكنز المقترح.

٥/٩/١ مرحلة إجراء الضبط العلمي لمكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح والتأكد من صدقه وثباته؛ حيث عرض الباحث مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح المعد سلفاً من قبل الباحث على مجموعة من المحكمين في مجال الإعلام الإسلامي، ومجال الدراسات الإسلامية،

ومجال المكتبات والمعلومات؛ للتأكد من سلامته وصحته للتطبيق، وتعديله في ضوء آرائهم (انظر أسماء السادة المحكمين في ملاحق الدراسة).

٦/٩/١ مرحلة تجريب مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح على عينة ممثلة من الإنتاج الفكري المتخصص؛ حيث سيتم تجريب المكنز المقترح وفقاً لعينة ممثلة من الإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي؛ لتقييم المكنز المقترح، ومدى وفائه برموز التصنيف ورؤوس الموضوعات التي يعالجها الإنتاج الفكري في هذا المجال.

٧/٩/١ مرحلة الإصدار النهائي لمكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح في شكل تقليدي مطبوع؛ وباستخدام برنامج (Access).

٨/٩/١ مرحلة مناقشة النتائج وتفسيرها؛ تضمنت هذه المرحلة تحليل المعلومات وتفسير النتائج.
٩/٩/١ مرحلة صياغة البحث وكتابته وتقديم التوصيات والمقترحات في ضوء ما أسفرت عنه الدراسة من نتائج.

١٠/١ مصطلحات الدراسة:

١/١٠/١ الإعلام الإسلامي:

يعرف "معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي" الإعلام الإسلامي بأنه: "هو التزام وسائل الإعلام في كل ما تقدمه من مواد، التزاماً دقيقاً بالشرعية الإسلامية وما حددته من ضوابط في تقديم الأخبار وتفسيرها وفي التوجيه. أو هو تبليغ بحقائق الدين الإسلامي ونقل الأخبار والوقائع والمعلومات بصورة صحيحة ومنضبطة عبر وسائل مخصوصة، داخل الأمة الإسلامية وخارجها بقصد الإقناع والتأثير" (الزبيدي، ٢٠١٠، ص ص ٤١-٤٢).

"فالإعلام الإسلامي ليس إعلاماً مختلفاً في أساليبه أو موضوعه أو فنونه المتنوعة عن الإعلام المعاصر، لكنه ذو صبغة خاصة مستمدة من روح الشريعة الإسلامية لتظهر في جوهره ومحتواه وشكله وكل ما يصدر عنه حتى يكون معبراً عن قيم المجتمع الإسلامي وأصالته وتراثه الفكري والعقائدي، وبذلك تنطلق العملية الإعلامية الإسلامية لتحقيق هدف محدد واضح ومتكامل ولتشمل الإخبار الصادق والتنقيف والتعليم والتسلية والإمتاع وفقد قواعد تحدد وجهة هذه المسيرة هي قواعد التقويم للإعلام الإسلامي ولا بد من التأكيد على أن الدعوة الإسلامية منذ نشوئها استخدمت الوسائل الإعلامية المتاحة لتبليغ دين الله الحنيف بلاغاً مبيئاً ومن البلاغ المبين أنه دين شامل لشئون الحياة الروحية والمادية (جبير، ٢٠٠٥).

٢/١٠/١ المكانز:

يُعرّف عبد الهادي المكنز بأنه: "قائمة بالواصفات وعلاقاتها الترادفية والهرمية والاتصالية، ويكون ترتيب وعرض الواصفات وعلاقاتها بما يخدم بكفاية وفعالية في كشف أوعية المعلومات واسترجاعها" (١٩٨٩،

ص ٢٨). كما يُعرفه Rowley بأنه: " قائمة مصطلحات منظمة بطريقة معينة مع مترادفاتهما، مرتبة بطريقة تسهل عملية اختيار مصطلحات التشفيف " (١٩٩٨، ص ٥٧).

إن المكنز من حيث الوظيفة والاستخدام أداة لضبط المصطلحات في مؤسسات المعلومات، حيث تُستخدم هذه الأداة للترجمة من اللغة العادية أو الطبيعية لمصادر المعلومات أو المكشفين أو المستفيدين إلى لغة نظام معلومات، بطريقة تكفل أعلى درجات الاطراد والاتساق في التعبير عن الأفكار والموضوعات لأغراض التشفيف والاسترجاع. ومن حيث البناء أو التركيب قائمة بالوصفات في أحد حقول المعرفة البشرية، مرتبة إما بطريقة هجائية وإما بطريقة هرمية، تبين علاقاتها الترادية والهرمية والاتصالية، أي المجال الدلالي الكامل لكل واصف، وترطبه بالوصفات الموازية له دلاليًا، أي مترادفات، والوصفات التي يتفرع عنها، أي الأعرض منه، والوصفات التي تتفرع عنه، أي الأضيق منه في المجال الدلالي، والوصفات التي تمت له بصلة أخرى، أي القريبة منه أو التي تتفق معه دلاليًا.

١١/١ الدراسات السابقة:

باستعراض الدراسات المنشورة المتعلقة بالمصطلحات العربية التالية: المكنز العربية، المكنز الإنجليزية، المكنز العامة، المكنز المتخصصة، إعداد المكنز، المكنز الآلية، الإعلام الإسلامي، الإعلام الديني، المكنز الإسلامية، المكنز الدينية، مكنز الإعلام الإسلامي، مكنز الإعلام. أو بالمصطلحات الإنجليزية الآتية: *Arabic Thesaurus, English Thesaurus, General Thesaurus, Arabic Thesaurus, Specialized Thesaurus, Preparation Thesaurus, Automated Thesaurus, Islamic Media, Religious Media, Islamic Thesaurus, , Religious Thesaurus, Islamic Media Thesaurus, Media Thesaurus.*

وذلك في قاعدة بيانات اتحاد مكنتات الجامعات المصرية، وقاعدة بيانات دليل الأستاذ الدكتور محمد فتحي عبد الهادي، وقاعدة بيانات الإنتاج الفكري جوجل سكولار، وقاعدة بيانات دار المنظومة، وقاعدة بيانات المنهل، وشبكة الإنترنت عبر محركات البحث المختلفة، هذا إلى جانب الدوريات العلمية في تخصص المكتبات والمعلومات، تم الوصول إلى مجموعة من الدراسات والأبحاث المنشورة نتيجة عملية البحث.

وبفحص هذه الدراسات والأبحاث السابقة المنشورة، فإنه يمكن تقسيمها إلى محورين اثنين:

المحور الأول: الدراسات السابقة في مجال الإعلام الإسلامي.

المحور الثاني: الدراسات السابقة في مجال المكنز.

١/١١/١ الدراسات السابقة في مجال الإعلام الإسلامي:

وهي الدراسات المنشورة التي تتعلق بمجال الإعلام الإسلامي، سواء أكانت على مستوى الكتب، أو على مستوى مقالات الدوريات، أو على مستوى الماجستير والدكتوراة، أو على مستوى أبحاث المؤتمرات؛ ونظرًا لكثرة الدراسات المسترجعة، وتنوعها، وتعددتها؛ لذا يقتصر الباحث على عرض نماذج منتقاة من هذه الدراسات، والتي ترتبط بموضوع الدراسة.

وبتحليل الدراسات والأبحاث السابقة في مجال الإعلام الإسلامي، فإنه يمكن الوصول إلى الحقائق الآتية :

١- أن هناك تفاوتاً واضحاً بين الدراسات المنشورة في مجال الإعلام الإسلامي، وذلك من حيث التغطية الزمنية، والتغطية المكانية، والتغطية الموضوعية، وشكل الإنتاج الفكري.

٢- أن هذه الدراسات تمتد من حيث التغطية الزمنية من عام ١٩٦٦م، وهو العام الذي شهد صدور أول كتاب باللغة العربية عن الإعلام الإسلامي لمؤلفه محمد عبد الرؤوف بهنسي، بعنوان: "الرأي العام في الإسلام" وحتى عام ٢٠٢٢م حيث كانت دراسة الحافي والتي تتعلق بـ " معالجة المواقع الإلكترونية لحقوق الأطفال واتجاهات علماء الدين نحوها: دراسة مقارنة بين المواقع الإسلامية والمسيحية"، وكذلك دراسة Hamada (May,2022) التي تناولت العالم الإسلامي كنموذج لنزع الطابع الغربي في دراسات ومهنة الصحافة.

٣- أن هذه الدراسات تتباعد مكانياً بين الوطن العربي وإن كانت الغلبة للدراسات المصرية والسعودية. فهناك دراسات نشرت في مصر، مثل: دراسة حمزة (١٩٧٨)، ودراسة بركات (١٩٨١)، ودراسة كحيل (١٩٨٣)، ودراسة بسيوني (١٩٨٦)، ودراسة حجاب (٢٠٠٣). وهناك دراسات نشرت في السعودية، مثل: دراسة عبد الواحد (١٩٨٤)، ودراسة الشنقيطي (١٩٨٦)، ودراسة يوسف (١٩٨٦)، ودراسة أبو هلاله (١٩٨٨)، ودراسة صيني (١٩٩٧). ودراسات نشرت في السودان، مثل: دراسة العجل (١٩٩٨)، ودراسة عبد الجبار (٢٠٠٣)، ودراسة المكاوي (٢٠١٦). ودراسات نشرت في لبنان، مثل: دراسة يكن (١٩٨٢)، ودراسة بليق (١٩٨٣)، ودراسة الخطيب (١٩٨٥)، ودراسة كحيل (١٩٨٥)، ودراسة الكيلاني (١٩٨٥). بينما هناك دراسات نشرت في الكويت، مثل: دراسة إمام (١٩٨٣)، ودراسة النجار (١٩٨٥)، ودراسة متولي (١٩٨٦). في حين أن هناك دراسات نشرت في الأردن، مثل: دراسة شهاب (١٩٨٠)، ودراسة أبو هلاله (١٩٨٧)، ودراسة نشرت في المغرب، مثل: دراسة الريسوني (١٩٨٤).

٤- أن هذه الدراسات التي عالجت مجال الإعلام الإسلامي، انقسمت من حيث المعالجة الموضوعية إلى الموضوعات الآتية :

١/٤ دراسات اهتمت بمعالجة مجال الإعلام الإسلامي بوجه عام، مثل: دراسة عبد الحليم (١٩٧٩)، (١٩٨٤) والتي دارت حول "الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية"، ودراسة نجيب (١٩٨٣) عن "المدخل لدراسة الإعلام الإسلامي"، ودراسة يوسف (١٩٨٤) عن "الإعلام الإسلامي: بيلوجرافيا الكتب والرسائل والبحوث الجامعية"، ودراسة إمام (١٩٨٥) عن أصول الإعلام الإسلامي، ودراسة كحيل (١٩٨٥)، ودراسة الشنقيطي (١٩٨٦) والتي تتعلق بـ "الأصول التطبيقية للإعلام الإسلامي"، ودراسة سليمان (١٩٨٩) والتي عالجت " التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام"، ودراسة صيني (١٩٩١) عن "مدخل إلى الإعلام الإسلامي"، ودراسة يوسف (أكتوبر، ١٩٩١) عن "الإعلام الإسلامي: بيلوجرافيا

وملاحظات"، ودراسة عمر (١٩٩٢) التي عالجت " الرقابة في الإعلام الإسلامي"، ودراسة آل سعود (١٩٩٥) التي عرضت لموضوع " الإعلام الإسلامي ودوره في مكافحة الإرهاب"، ودراسة السماسيري (١٩٩٩) التي هدفت إلى دراسة "فلسفات الإعلام الوضعية المعاصرة دراسة نقدية مقارنة في ضوء المنظور الإسلامي"، ودراسة حجاب (٢٠٠٣) التي عالجت " الإعلام الإسلامي: المبادئ، النظرية، التطبيق"، ودراسة عبد الجبار (٢٠٠٣) التي هدفت إلى دراسة " الإعلام الإسلامي ومواجهة إشكاليات النظام العالمي المعاصر"، ودراسة البر (٢٠٠٥) التي عالجت " الإعلام الإسلامي: دراسة في المفاهيم والأصول والخصائص، ودراسة أبو زيد (٢٠٠٩) عن "الإعلام الإسلامي: خصائصه، أهدافه، معوقاته، ضوابطه"، ودراسة الزواري (٢٠١٤) التي هدفت إلى الوقوف على "مقومات الإعلام الإسلامي".

٢/٤ دراسات اهتمت أساسًا بتناول الموضوعات الرئيسية في مجال الإعلام الإسلامي مثل: دراسة بهنسي (١٩٦٦) عن " الرأي العام في الإسلام، ودراسة شهاب (١٩٨٠) عن " وسائل الاتصال الجماهيري في الإسلام"، ودراسة بركات (١٩٨١) التي هدفت إلى تقصي " دور الإعلام الديني الإسلامي في مجال الدعوة لتنظيم الأسرة من خلال الاتصال المباشر"، ودراسة علوان (١٩٨٥) والتي تناولت "حكم الإسلام في وسائل الإعلام"، ودراسة الفتاني (١٩٨٧) التي عالجت " مقومات رجل الإعلام الإسلامي".

٣/٤ دراسات ركزت على معالجة الموضوعات الفرعية للموضوعات الرئيسية في مجال الإعلام، مثل: دراسة جداع (١٩٧٠) التي عالجت " الموقف من السينما الإسلامية"، ودراسة حمزة (١٩٧٨) التي سلطت الضوء على " الإعلام في صدر الإسلام"، ودراسة إمام (١٩٨٠) التي عرضت لـ "الإعلام الإسلامي: المرحلة الشفهية"، ودراسة خليفة (١٩٨٠) عن "الوسائل الصحفية وتحديات المجتمع الإسلامي"، ودراسة نجيب (١٩٨٠) عن "الإعلام في ضوء الإسلام"، ودراسة إبراهيم (١٩٨٢) عن " نحو قيام مسرح إسلامي"، ودراسة حجاب (١٩٨٢) عن " العروة الوثقى: دراسة تحليلية لمقومات نجاح الصحافة الإسلامية"، ودراسة كحيل (١٩٨٣) التي كشفت النقاب عن "الإعلام الإسلامي في مجتمع الرسول" صلى الله عليه وسلم" في المدينة"، ودراسة مذكور (١٩٨٣) عن تتبع تاريخ "الإعلام الإسلامي الطباعي: في الدول غير الإسلامية في إفريقيا مع دراسة تطبيقية للإعلام الإسلامي في أثيوبيا"، ودراسة إبراهيم (١٩٨٥) عن "الجانب الإعلامي في خطب الرسول"، ودراسة الخطيب (١٩٨٥) عن " أضواء على الإعلام في صدر الإسلام"، ودراسة عبد المقصود (١٩٨٥) عن " العلاقات العامة والخاصة في الإسلام"، ودراسة مصطفى & الصيرفي (١٩٨٥) التي عالجت "التلفزيون الإسلامي ودوره في التنمية"، ودراسة بسيوني (١٩٨٦) التي عرضت لـ "الإذاعة الإسلامية"، ودراسة الشنقيطي (١٩٨٦) التي عرضت لموضوع " أصول الإعلام الإسلامي وأسس: دراسة تحليلية لنصوص الأخبار في سورة الأنعام"، ودراسة متولي (١٩٨٦) عن " الإعلام في العصر الحديث ودوره في تبليغ الدعوة الإسلامية"، ودراسة كحيل (١٩٨٧) التي عالجت " الجوانب الإعلامية في حياة الرسول: مرحلة الإعداد والممارسة العامة في مكة"، ودراسة الدميري (١٩٨٧) التي عالجت "الصحافة في ضوء الإسلام"، ودراسة حجاب (١٩٩٢) وقد

عاجت " ضوابط الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال في حق الإعلام الإسلامي"، ودراسة سيد (١٩٩٢) التي عاجت " الأسلوب الإعلامي في القرآن الكريم"، ودراسة عجوة (١٩٩٢) التي دارت حول " الإعلام الإسلامي في القرن الحادي والعشرين"، ودراسة حاتم (٢٠٠٣) التي هدفت إلى دراسة " الإعلام في القرآن الكريم"، ودراسة الزوبعي (٢٠٠٦) التي عاجت " الدعوة الإسلامية في القنوات الفضائية"، ودراسة بدري (٢٠٠٩) التي ركزت على "الأحكام الفقهية المتعلقة بوسيلة الإعلام المرئية"، ودراسة May, Pintak (2014) التي كانت عن "الإسلام، الهوية والقيمة المهنية: دراسة لثلاثة صحفيين مسلمين"، ودراسة Rahaman (2016) التي هدفت إلى دراسة الحوار والإقناع في التراث الإسلامي: تدعيات الصحافة.

٤/٤ دراسات عاجت موضوعات فرعية دقيقة في مجال الإعلام الإسلامي، مثل: دراسة واصل (١٩٨٠) عن " عاطفة الحب بين الإسلام ووسائل الإعلام"، ودراسة خليفة (١٩٨١) عن " اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي مع دراسات عن الأخلاقيات الصحفية في المجتمع الإسلامي المعاصر"، ودراسة إمام (١٩٨٣) عن " نحو بلاغة تليفزيونية في البرامج الدينية"، ودراسة عزت (١٩٨٣) التي تناولت " بحوث في الإعلام الإسلامي: توجيهات إسلامية لمقاومة الشائعات: لنشر أخبار الجريمة، لنشر أخبار الجنس"، ودراسة الأسطل (١٩٨٤) التي دارت عن "الوفود في العهد المكي وأثرها الإعلامي"، ودراسة شلبي (١٩٨٤) عن "الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية"، ودراسة عزت (١٩٨٤) عن " دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية"، ودراسة حجازي (١٩٨٦) عن "منهج الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية"، ودراسة يوسف (١٩٨٦) عن " صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون"، ودراسة أبو عرقوب & الجوارنة (٢٠١١) عن " وسائل الدعوة وأساليب الاتصال في زيادة طلبة قسم الدعوة والإعلام الإسلامي في كلية الشريعة بجامعة اليرموك"، ودراسة حمودة (٢٠٢١) عن " العلاقة بين الاعتماد على إذاعة القرآن الكريم والمعرفة الدينية"، وفي عام (٢٠٢٢) كانت دراسة الحافي والتي تتعلق بـ " معالجة المواقع الإلكترونية لحقوق الأطفال واتجاهات علماء الدين نحوها: دراسة مقارنة بين المواقع الإسلامية والمسيحية".

٥- أن الدراسات المنشورة في مجال الإعلام الإسلامي في الوطن العربي قد تباينت فيما بينها على استخدام الشكل المناسب للوعاء، ويمكن تقسيمها من حيث شكل الوعاء إلى أربعة أنماط أساسية:

١/٥ أن هناك دراسات منشورة في مجال الإعلام الإسلامي نشرت في شكل الكتاب لعرض المعلومات بشكل تفصيلي، وإن نظرة على قائمة المراجع الخاصة بهذه الدراسة يؤكد على ذلك.

٢/٥ أن هناك دراسات منشورة في مجال الإعلام الإسلامي استخدمت شكل المقال في الدوريات ، مثل: دراسة التارزي (١٩٨٠)، ودراسة عثماوي (١٩٨٠)، ودراسة إبراهيم (١٩٨٢)، دراسة خجا (١٩٨٣)، ودراسة العنيسي (فبراير، ١٩٨٣)، ودراسة الرشيد (١٩٨٤)، ودراسة الشويبي (١٩٨٤)، ودراسة زرزور (١٩٨٥)، ودراسة شرف (يناير ١٩٨٥)، ودراسة علي (يناير، ١٩٨٥)، ودراسة علي (يونيه، ١٩٨٧)، ودراسة المجلي (١٩٨٧)، ودراسة القاضي (١٩٩١)، ودراسة زنجير (فبراير، ١٩٩٤)،



دراسة شرجي (فبراير، ١٩٩٤)، ودراسة كمال (١٩٩٤)، ودراسة عاشور (١٩٩٥)، ودراسة راضي (١٩٩٧)، ودراسة عبد الوهاب (١٩٩٩)، ودراسة زين (يوليو، ٢٠٠٩).

٣/٥ أن هناك دراسات منشورة في مجال الإعلام الإسلامي استخدمت شكل المقال في الصحف والجرائد، مثل: دراسة أحمد (١٩٨٥)، ودراسة إبراهيم (١٩٨٧)، ودراسة شرف (١٩٨٩).

٤/٥ أن هناك عددًا محدودًا من الدراسات المنشورة في مجال الإعلام الإسلامي نشرت في شكل البحث في الندوة أو المؤتمر، مثل: نويري (ديسمبر، ٢٠١٣).

٥/٥ أن هناك دراسات منشورة في مجال الإعلام الإسلامي في شكل الرسائل الجامعية، مثل: دراسة بركات (١٩٨١)، ودراسة مدكور (١٩٨٣)، دراسة كحيل (١٩٨٣)، ودراسة العجل (١٩٩٨)، ودراسة السماسيري (١٩٩٩)، ودراسة عبد الجبار (٢٠٠٣)، ودراسة عايش (٢٠٠٧)، ودراسة الهادي (٢٠٠٩)، ودراسة بدري (٢٠٠٩)، ودراسة هشام (٢٠٠٩)، ودراسة الزواري (٢٠١٤)، ودراسة المكاوي (٢٠١٦)، ودراسة حمودة (٢٠٢١)، ودراسة الحافي (٢٠٢٢).

٦- أن كل الدراسات المنشورة في مجال الإعلام الإسلامي قد عالجت الموضوعات في هذا المجال من وجهة نظر إعلامية بحتة، ولا توجد أي دراسة عالجت موضوعات هذا المجال من وجهة نظر مجال المكتبات والمعلومات، حيث تفتقر الدراسات المنشورة في هذا المجال إلى دراسات تعالج تصنيف مجال الإعلام الإسلامي بوجه عام أو أحد أقسامه أو أحد تفرعاته، وتكشيفه، واستخلاصه، وإعداد مكنز لمصطلحاته.

٧- أن الدراسة الحالية استفادت من كل الدراسات السابقة في تجميع مصطلحات المكنز المقترح.

٢/١١/١ الدراسات السابقة في مجال المكنز:

هي تلك الدراسات المنشورة التي تتعلق بمجال المكنز من زوايا متعددة. وقد قام أبو العزم (أكتوبر، ٢٠٢١) برصد للإنتاج الفكري المنشور باللغة العربية واللغة الإنجليزية حول المكنز في مراجعة علمية نشرت حديثاً، أوضح خلالها أن عدد مفردات الإنتاج الفكري المنشور باللغة العربية واللغة الإنجليزية حول هذا الموضوع بلغ ١٣٩ دراسة: منها ٦٩ مقالاً (٤٦ باللغة العربية، ٢٣ باللغة الإنجليزية)، و ٣٧ رسالة ماجستير ودكتوراة (١٨ رسالة باللغة العربية، ١٩ رسالة باللغة الإنجليزية)، و ٧ أوراق بحثية، و ٧ كتب، و ٨ مكنز أحادية اللغة، و ٣ مكنز ثنائية اللغة، و ٨ مكنز متعددة اللغات. كما أوضح أن المكنز في الوطن العربي ليس فيها إنتاج فكري وفير والمؤلفون فيها عددهم ليس بالكثير، وأن أكثر المؤلفين إنتاجاً هو الأستاذ الدكتور محمد فتحي عبد الهادي الذي وصل إنتاجه إلى ١٦ دراسة (ص ٢٣٣-٢٣٤).

وعلى الرغم من النتائج المهمة التي توصلت إليها دراسة أبو العزم؛ إلا أن هناك بعض التساؤلات التي توجه لها، هي:

١- أن هذه الدراسة ذكرت في المستخلص الخاص بها" في الصفحات التالية مجموعة من الجداول والرسوم البيانية التي تتضح من خلالها السمات الكمية والنوعية والمؤشرات الزمنية لما تم رصده من إنتاج فكري لعمل المراجعة العلمية" (ص ٢٢٩)، لكن بفحص الدراسة والبحث عن هذه الجداول وتلك الرسوم البيانية تبين وجود الآتي : شكل رقم (١) يوضح خطوات المراجعة العلمية (ص ٢٣١)، جدول رقم (١) يوضح مصطلحات البحث عن المصادر في موضوع المكانز (ص ٢٣٢)، جدول رقم (٥) يوضح دراسات الدكتوراة والماجستير في موضوع بناء المكانز مع سنة النشر واللغة والعنوان (ص ٢٦٦) فقط؛ لذا كان التساؤل: أين الجداول والرسوم البيانية التي تتضح من خلالها السمات الكمية والنوعية والمؤشرات الزمنية لما تم رصده من إنتاج فكري حول موضوع المكانز؟، وأين الجدول رقم (٢) والجدول رقم (٣) والجدول رقم (٤)؟

٢- أن هذه الدراسة قد وضعت عام ١٩٧٠م كبدائية للحدود الزمنية لهذه المراجعة العلمية، حيث ذكرت" وقد تم تحديد عام ١٩٧٠م كبدائية حيث إنه بعد البحث المبدئي في الإنتاج الفكري وجد أن أول نشاط عربي في موضوع المكانز كان في السبعينات" (ص ٢٣٠)، لكن بفحص الدراسة تبين عدم اشتغالها على أي إنتاج فكري منشور من عام ١٩٧٠ وحتى عام ١٩٧٧، حيث تعد دراسة عبد الهادي (١٩٧٨) الأولى في مجالها على مستوى الوطن العربي. والسؤال الآن: لماذا لم يتم وضع عام ١٩٧٨ كبدائية للحدود الزمنية لهذه الدراسة بدلاً من عام ١٩٧٠؟

٣- أن هذه الدراسة قد وضعت عام ٢٠١٥م كنهاية للحدود الزمنية لهذه المراجعة (ص ٢٣٠)، لكن بفحص الدراسة تبين اشتغالها على إنتاج فكري منشور بعد عام ٢٠١٥، مثل: دراسة حليلة، ودراسة خضر، ودراسة الدبعي & العناسوة، ودراسة عبد الهادي وزايد، ودراسة وهدان التي نشرت في عام ٢٠١٦، ودراسة ابن شعشوع في عام ٢٠١٧، ودراسة أحمد في عام ٢٠١٨. والسؤال الآن: لماذا التمسك بعام ٢٠١٥ تحديداً؟

٤- أن هذه الدراسة قد وزعت المراجعة العلمية على محاور ثلاثة: المحور الأول مقالات ودراسات عن المكانز، المحور الثاني الفتاوى بدار الإفتاء المصرية، المحور الثالث المكانز. وبفحص كل محور من هذه المحاور الثلاثة، وعدد الصفحات الخاصة، وطبيعة المعالجة في كل محور منها، تبين بوضوح ضعف المحور الثاني من الدراسة والخاص بـ الفتاوى بدار الإفتاء المصرية، فعدد صفحات المحور الأول وصلت إلى ٢٧ صفحة (ص ص ٢٣٤-٢٦١)، بينما عدد صفحات المحور الثالث والخاص بـ المكانز وصل إلى ٥ صفحات (ص ص ٢٦٣-٢٦٧)، في حين كان نصيب المحور الثاني من هذه الدراسة صفحتين فقط (ص ص ٢٦١-٢٦٣). والسؤال الآن: لماذا لم يتم التركيز على المحور الثاني بالدراسة على الرغم من كونه المجال الموضوعي لموضوع الدراسة؟

وبفحص الدراسات المنشورة في مجال المكانز التي تم الوصول إليها، وتحليلها، فإنه يمكن الوصول إلى الحقائق الآتية :

١- أن هناك تبايناً واضحاً بين الدراسات المنشورة في مجال المكانز، فلم تتناغم هذه الدراسات من حيث التغطية الزمنية، ولم تتألف على موضوع محدد في تناول، ولم تجتمع على نهج واحد في المعالجة، ولم تتسجم على أسلوب بعينه في التحليل، ولم تتوحد على شكل الإنتاج الفكري. بل هناك اختلافاً شديداً بين هذه الدراسات في التباعد الزمني، والموضوعات المعالجة، ونهج المعالجة، وأسلوب التحليل، وشكل الإنتاج الفكري.

٢- أن هذه الدراسات تمتد من حيث التغطية الزمنية من عام ١٩٧٨، وهو العام الذي شهد صدور أول دراسة باللغة العربية عن المكانز وهي دراسة عبد الهادي، بعنوان: "المكانز كأدوات للكشف واسترجاع المعلومات: الحاجة إليها، تعريفها ووظائفها، أنواعها" ونشرت بالمجلة العربية للمعلومات، حتى عام ٢٠٢١، وهو العام التي شهد مناقشة رسالة الدكتوراة للباحث أبو العزم بكلية الآداب جامعة حلوان، بعنوان: "بناء مكنز عربي للفتاوى الصادرة عن دار الإفتاء المصرية: دراسة تحليلية تجريبية".

٣- أن هذه الدراسات التي عالجت موضوع المكانز انقسمت من حيث المعالجة الموضوعية إلى الموضوعات الآتية :

١/٣ دراسات اهتمت بمعالجة المكانز بوجه عام، مثل: دراسات عبد الهادي (١٩٧٨)، (١٩٨٩)، (٢٠١٠)، ودراسة عبد الهادي & زايد (٢٠١٦) والتي عالجت المكانز من كافة الجوانب المختلفة، ودراسة حليلة (٢٠١٦) التي تتبعت ماهية المكانز والمراحل التي مرت بها ونشأتها وأهميتها ومكوناتها وكيفية إعداد المكنز.

٢/٣ دراسات اهتمت أساساً بنشأة المكانز وتطورها، مثل: دراسة ابن شعشوع (٢٠١٧) التي ركزت على مصطلح مكنز من حيث نشأته، وتواجده في المعاجم القديمة، وتحديد في المكانز العربية الحديثة، وهل هو مفهوم لغوي أم مصطلح متداول أم عمل مؤلف.

٣/٣ دراسات ركزت على مفهوم المكانز ووظائفها وأهميتها ودورها، مثل: دراستي عبد الهادي (١٩٨٣)، (١٩٨٧) التي تناولتا دور المكانز في عمليات تحليل المعلومات وتكثيفها واسترجاعها، ودراسة شعلان (١٩٩٢) التي اهتمت بالتعرف على ماهية المكانز وأهميتها كأحد الأدوات المهمة في عملية التحليل الموضوعي لأوعية المعلومات باستخدام الواصفات للبحث عن الموضوعات في المكتبات ومراكز المعلومات، ودراسة Shorabi (٢٠٠٠) وهي دراسة أجريت للتعرف على أثر استخدام المكانز في قواعد البيانات الببليوجرافية من حيث الاستدعاء والدقة في الاسترجاع والوقت المستغرق في البحث عن المعلومات، ودراسة حسن (٢٠٠١) التي ركزت على تحديد أوجه التشابه والاختلاف بين المكانز ومكانز المترادفات والوظائف التي تؤديها، ودراسة Bahmanabadi (٢٠٠١) التي عرضت لمزايا وعيوب استخدام المكانز في عملية البحث، وخصائص المكانز وبنيتها التي يتم استخدامها للحصول على المعلومات واسترجاعها منها، ودراسة الحماد (٢٠٠٩) التي أوضحت دور المكانز في الفهرسة الموضوعية، ودراسة Qin (٢٠٠٩) التي هدفت إلى معرفة نتائج البحث المعتمد على المكانز، حيث

يواجه كل مستخدم خدومه البحث مشكله عدم تطابق الكلمات أثناء البحث علي الويب، ولما كانت الحلول التي وضعت في البيئة التقليدية لاسترجاع المعلومات غير مناسبة؛ لذا فإنه يتم إدخال تقنية تسمى "قاموس الملاحظات التلقائية" وتنفيذها واختبارها في هذه الدراسة، ودراسة الدبعي & العناسوة (٢٠١٦) التي تناولت المفاهيم والتعريفات القديمة والحديثة للمكانز مع بيان وظائف المكنز في إدخال البيانات ومعالجتها واسترجاعها، ودراسة شريف (٢٠١٦) التي تناولت المكانز ولغة التكشيف، والتكشيف والمكانز والمستخلصات بين الأعمال الفنية والأوعية المرجعية والخدمات المعلوماتية المعاصرة، حيث عرضت لأهمية المكانز ودورها كعمل فني وأحد الأدوات الأساسية في استرجاع المعلومات.

٤/٣ دراسات عالجت مصطلحات المكانز، مثل: دراسة عبد الهادي (١٩٧٩) التي تناولت تقنين وضبط المصطلحات في المكانز، ودراسة عبد الهادي (١٩٨٠ب) التي أوضحت العلاقات المتبادلة بين المصطلحات في المكانز، ودراسة عبد الهادي (١٩٨١) التي ركزت على تنظيم وعرض المصطلحات في المكانز، ودراسة هليل (١٩٩٣) التي عالجت أسس المصطلحية في المكانز، ودراسة سماحة (١٩٩٤) التي عالجت اختيار المصطلحات في المكانز، ودراسة حسن (١٩٩٨) التي هدفت إلى التعرف على الاتجاهات الحديثة في بناء العلاقات بين المصطلحات في المكانز، ودراسة الدبعي & العناسوة (٢٠١٦) التي عالجت منهجية ضبط المصطلحات في اللغة العربية.

٥/٣ دراسات تناولت خطوات إعداد المكانز، وإنشاء المكانز، مثل: دراسة الهبائلي (١٩٨٧) التي كشفت عن الأسس اللغوية لبناء المكانز العربية، والعناصر اللغوية والعلاقات الدلالية التي ينبغي أن تبنى عليها هذه المكانز، والقواعد اللغوية اللازمة والأدوات التي ينبغي أن تتوفر لصياغة الواصفات العربية والمصطلحات المتساوية وكيفية استخدام الزوائد والكلمات الوسيطة، ودراستي عبد الهادي (١٩٨٩)، (٢٠١٠أ) والتي أوضحت خطوات إعداد المكانز بشكل كامل، ودراسة Chen & Cheng & Chen (٢٠١١) التي قدمت تقريراً عن المنهجيات الخاصة بإعداد المكانز من خلال اثنين من المكانز متعددة المكانز، حيث ناقشت أربع خطوات في بناء البيانات الأمامية الإنجليزية، ورسم الخرائط، والاختيار، والترجمة، والتحكم في المفردات.

٦/٣ دراسات ركزت على إنشاء المكانز في مجالات ومؤسسات معينة، مثل: دراسة سالم (١٩٨٥) التي سعت للتخطيط لإنشاء المكنز العام العربي للمصطلحات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، حيث تعرضت للمسائل اللغوية والفنية في هذا التخطيط، ثم أوضحت الدراسة مراحل إنشاء المكنز العربي وإنشاء القوائم المساعدة وهو تجميع للمصطلحات الموضوعية فقط بشكل يغطي علاقاتها التحليلية، وكيف يتم التكشيف بالمكنز العربي، ودراسة أحمد (١٩٨٩) عن تجربة التكشيف والاستخلاص وبناء المكانز في منظمة الخليج للاستشارات الصناعية، حيث تحدث الكاتب عن التكشيف والاستخلاص والتحليل الموضوعي ورؤوس الموضوعات، ثم تناول المكانز وأهميتها ووظائفها وعن القواعد العامة لبناء المكانز العربية، ودراسة سعيد (١٩٨٩) عن بناء المكانز الموضوعية في الحديث وأهمية ذلك للأعمال

الموسوعية لكن الباحث ركز في بحثه على التصنيف الموضوعي، حيث تحدث عن أهداف التصنيف الموضوعي والملاحظات الخاصة بتصنيف الكتب، وقد أرفق الباحث مع البحث ملحقين: الأول دليل تصنيفي للنظام التربوي والتعليمي، والثاني دليل تصنيفي لموضوعات العقيدة الإسلامية، ودراسة أحمد (١٩٩١) التي تناولت مسألة بناء المكنز العربي المتخصص وتجربة منظمة الخليج للاستشارات الصناعية، ودراسة إتييم (١٩٩٣) التي تحدثت عن المكنز في الوطن العربي وصف فيها الجهود العربية في بناء المكنز من السبعينات وحتى كتابة الدراسة نفسها حيث بلغ عدد المكنز ٢١ مكنزاً، وأن هذه المكنز لم تخضع للتطوير والصيانة والتحديث على الرغم من مرور فترة طويلة على إعدادها.

٧/٣ دراسات ركزت على تحديث المكنز وصيانتها، مثل: دراسات عبد الهادي (١٩٨٠) (١٩٨٩)، (٢٠١٠) التي تناولت تحديث المكنز وصيانتها، وأنه من الضروري المحافظة على حداثة المكنز بصفة مستمرة حتى يمكنه أن يؤدي دوره على أكمل وجه كأداة للتكشيف واسترجاع المعلومات؛ بإضافة واصفات جديدة واستبعاد واصفات لم تعد صالحة للاستخدام، مع ما يستلزمه الأمر من إضافات وتغييرات أخرى بالنسبة للمصطلحات في المكنز.

٨/٣ دراسات تناولت حوسبة المكنز والمكنز الآلية، واهتمت بتطبيق أسلوب آلي جديد في إعداد المكنز مثل: دراسة درويش (١٩٨٤) التي عرضت للمكنز ودورها كركيزة فنية أساسية لاستخدام الحاسب الإلكتروني في خزن المعلومات واسترجاعها، حيث ألفت الضوء على الحاسب الآلي ودور المكنز كأداة فنية لخزن المعلومات واسترجاعها بشكل إلكتروني، ودراسة الجبار (١٩٩٣) والخاصة باستخدام نظام المستشار في بناء المكنز العربية، حيث عرض الكاتب لتجربة النظم العربية المتطورة في تطوير نظام الحاسب الآلي لبناء وتحديث المكنز العربية، وينقسم نظام المستشار إلى ثلاثة أقسام رئيسية: نظام المكنز ونظام التكشيف ونظام البحث، ودراسة Davis (١٩٩٦) التي عرضت لأساليب بناء المكنز على شبكة الإنترنت، فقد تكون تفاعلية أو غير تفاعلية والاختيار بين أي من الشكلين يؤثر على شكل المكنز وتنظيمه، وناقشت هذه الدراسة بعض الجوانب الأكثر تأثيراً على الطريقة التي يتعامل بها المستفيد مع المكنز، على وجه الخصوص تحديد وعرض المصطلحات ووقت الاستجابة لطلب المستفيد. ودراسة الوديان (٢٠٠٥) التي قامت على تطبيق آلية المكنز في اللغات الأخرى لاسيما الإنجليزية على اللغة العربية، ومعرفة مدي ملاءمة ذلك في نظم استرجاع المعلومات للغة العربية، حيث تقوم هذه الآليات في نظم استرجاع المعلومات على تحليل المستند بطريقة إحصائية من خلال معرفة تكرار الكلمة في المستند الواحد، وتكرار الكلمة في المستندات الأخرى، ومن خلال المعادلات يتم إعطاء وزن وحساب درجة التشابه بين التعابير، فعند الاستعلام بواسطة تعبير معين يتم توسع الاستعلام بواسطة التعابير الأخرى ذات التشابه الكبير مع التعابير المستخدمة في الاستعلام باستخدام الكلمة كاملة تارة، وباستخدام جذر الكلمة تارة أخرى، وقد جمعت الدراسة المعادلات اللازمة لتحليل المستندات وحساب الأوزان، وبناء المكنز، وأظهرت الدراسة أن النظام الذي يستخدم المكنز يعطي نتائج أفضل كما في اللغات الأخرى، وأن

استخدام جذور الكلمات يعطي نتائج أفضل من استخدام الكلمة كاملة سواء في النظام التقليدي أو عند استخدام الجذور في بناء المكنز.

ودراسة عبيد (٢٠٠٩) التي تناولت قياس أثر الإنترنت على المكانز العربية وأيضًا أثر المكانز على عملية الضبط المفاهيمي للمعارف العربية على الإنترنت عامة وما يتعلق بالمرأة على وجه الخصوص، وانتهت الدراسة إلي وضع المكانز العربية على الإنترنت، وكذلك المحتوى العربي بصفة عامة ومكانز المرأة بصفة خاصة، وأن شبكة الإنترنت يمكن أن تسهم في نقلة نوعية كبيره في بناء المكانز الشبكية، ودراسة Davault (٢٠٠٩) وقد هدفت إلي التعرف علي علاقة المكانز بالإنترنت، مع التطور السريع وثرء المعلومات على شبكة الإنترنت، وكيفية الحصول على أفضل أداة للاسترجاع المعلومات على شبكة الإنترنت، واستخدم محرك البحث على نطاق واسع في جميع المجالات، ومع النمو السريع واضطراب المعلومات على شبكة الإنترنت، فالتقنيات التقليدية لم تتمكن من إرضاء المستخدمين؛ لذا كان لابد من توفير آلية مرنة وشاملة لإنشاء وتبادل المعرفة، وبالتالي يلعب دورًا مهمًا في استرجاع المعلومات، لذا كان لا بد من التعريف بالمكانز الإلكترونية، واقتراح تحويل الوثائق التقليدية إلي "المكانز الإلكترونية الشاملة، واقتרכת الدراسة نموذج استرجاع الدلالي المستندة إلى المكنز، ودراسة Luo (٢٠٠٩) التي رمت إلي التعرف علي ضرورة استخدام المكانز الإلكترونية، مع تطور الإنترنت، وارتفاع معدلات نمو المعرفة، والإنجازات البحثية لمؤسسات البحث العلمي، أدي ذلك إلي ظهور العديد من المصطلحات أو المفاهيم الجديدة في مجالات عديدة، وهذا يجلب صعوبات كبيره في البحث، وتستغرق الطرق التقليدية وقتًا طويلاً ومكلفاً، ولا يمكن أن يفي بالمطلبات إلى حد كبير؛ لذا فإن دراسة البرنامج الجديد لتحديث وصيانة المرادفات كان أمرً مهمًا، فالمكانز قادرة علي التعبير عن المرادفات بصورة أكثر وضوحًا، وتقدم التكنولوجيا أفكارًا جيدة لحل التطورات؛ لذا فإن الدراسة تقترح استخدام التكنولوجيا لبناء المكانز وتطورها وفقًا للبنود الخاصة بالرموز والعلاقات الخاصة بها، وتقترح "أسلوب القالب" الموجهة للعلاقات الهرمية والعلاقات المكافئة، وكذلك "أسلوب قواعد الاقتران" الموجهة للعلاقات ذات الصلة، وأخيرًا تساعد الخبراء علي استعراض هذه المصطلحات الجديدة والعلاقات المستخرجة، واقتراح طريق التقييم، ووضع أساس جيد لتطور المكانز، ودراسة طه (٢٠١٠) التي قامت بالمقارنة بين استخدام أدوات العمل الفنية العربية الإلكترونية واستخدام أدوات العمل الفنية التقليدية، وأثر التكنولوجيا علي أدوات العمل الفنية، وكشفت الدراسة عن عوامل تأخر أدوات العمل الفنية العربية فنيًا وتكنولوجياً، وإتاحة أدوات العمل في شكل إلكتروني، ثم تصميم برنامج إلكتروني يشتمل على مختلف الأدوات الفنية.

ودراسة Wei (٢٠١٠) التي تناولت المكنز الصيني الإلكتروني، فقد تم القيام بالكثير من العمل لتحسين أداء نظم استرجاع المعلومات باستخدام المكانز، حيث تصف هذه الدراسة تصميم وتطوير نوع جديد من المكانز علي أساس العلاقات اللغوية الدلالية، وقد تم تحديد العلاقات اللغوية الدلالية، والتحقق فيها، وتستخدم في مختلف التخصصات، وقد شيدت العلائقية لأداء نوع جديد من تصنيف المصطلحات.

وتتطبق هذه العلاقة العلائقية عمومًا على أي مجموعته من الوثائق، وقد تم تشغيل سلسلة من التجارب لتقييم المكنز على نظام استرجاع المعلومات الذي يدعي IRS في معهد إلينوي للتكنولوجيا، ودراسة Kennedy (٢٠١٢) التي هدفت إلى التعرف على البناء التلقائي للمكانز، وكان الغرض من هذا المشروع دراسة تأثير اتساق المصطلحات بين المفردات لتوفير معلومات واضحة وتوجيهية عن معنى كل واصف في المكنز، في شكل تعريف المصطلحات، وقد قامت الدراسة بوضع معجم نموذجي صغير يصف مجال محو أمية الكبار، وكتبت تعريفات لكل واصف بمساعدة نموذج محدد ووفقًا لقواعد تعريف اقتضت من مجال المصطلحات، ودراسة أحمد (مارس، ٢٠١٤) التي هدفت إلى إلقاء الضوء على أهمية المكانز في عصر تكنولوجيا المعلومات بجانب تقديم واقع المكانز العربية على شبكة الإنترنت، إلى جانب التعرف على متطلبات بناء المكانز العربية على شبكة الإنترنت، وأهم البرامج التي تساعد على بناء المكانز العربية، هذا بالإضافة إلى التعرف على المعوقات التي تواجه بناء المكانز العربية على شبكة الإنترنت.

٩/٣ دراسات قامت بدراسة تحليلية تقييمية لأحد المكانز من كافة جوانبه النظرية والعملية، مثل: دراسة فودة (١٩٨٠) التي عرضت لتقييم المكنز التربوي لمنظمة اليونسكو، ودراسات أبو عيد (٢٠٠١)، (٢٠٠٢)، (٢٠١٠) التي تناولت المكنز الموسع.

١٠/٣ دراسات قامت بدراسة تحليلية تقييمية لأحد المكانز ومدى ملاءمتها لمصطلحات مجال موضوعي معين، مثل: دراسة شعلان (١٩٩٢) التي هدفت إلى مدى ملاءمة مكنز الجامعة وأقسامه المختلفة لمصطلحات علم المكتبات والمعلومات.

١١/٣ دراسات قامت بدراسة مقارنة لبعض المكانز المنشورة، مثل: دراسة صادق (١٩٨٥) التي تناولت مكانز العلوم الاجتماعية لمعرفة الفروق والتشابهات فيما بينها عن طريق الإطلاع على ما هو موجود من مكانز والدراسات المرتبطة بها والتعرف على القواعد الدولية لإعداد المكانز، واختيار عدد من المكانز يمثل مختلف الاتجاهات ثم مقارنة نوعية بين المكانز التي يتم اختيارها، ثم تحليل عددي للواصفات والعلاقات الهرمية والارتباطية عن طريق عينة عشوائية إضافة إلى تصنيف الواصفات من ناحية الشكل، ودراسة فلمبان (٢٠٠٨) التي تمثلت أهدافها في اثنتين من المكانز العربية (مكنز مصطلحات علم المكتبات والمعلومات ومكنز الملك فيصل) عن طريق تطبيق معايير المواصفات القياسية العربية رقم (٥٧٨) الخاصة بإعداد وتطوير المكانز أحادية اللغة، ودراسة Lacasta وآخرون (٢٠١٦) التي قامت بتحليل خصائص اثنتين من المكانز اعتمادًا على المواصفة لقياسية الدولية ISO 25964.

١٢/٣ دراسات اهتمت بوضع أسس لبناء مكنزًا متخصصًا في أحد مجالات المعرفة البشرية، مثل: دراسة خليفة (١٩٩٣) التي قامت بوضع أسس لبناء مكنز في مجال تكنولوجيا التعليم، ودراسة العبيدي (١٩٩٨) التي تطلعت نحو بناء مكنز عربي متخصص في علوم التمريض، ودراسة عبود

(٢٠٠٢) التي اهتمت بضبط المصطلح المتخصص في حقل علم اللغة بفروعه، ووضع الأسس والمواصفات اللازمة لبناء مكنز متخصص في حقل علم اللغة، ودراسة غنيم (٢٠٠٣) التي وصفت ملامح تجربة مكتبة الإسكندرية لتأسيس مكنز عربي متعدد اللغات يصلح في عمليات التكشيف والتحليل الموضوعي لأوعية المعلومات بالمكتبة، ودراسة بدوي (نوفمبر، ٢٠٠٦) لوضع مشروع مكنز علوم الوقف، ودراسة خضر (٢٠١٦) التي هدفت إلى تحديد المعايير والمتطلبات اللازمة لبناء المكنز أحادية اللغة وفقاً للمواصفات القياسية الدولية، وتحليل الجهود السابقة في إعداد مكنز متخصصة في مجال المكتبات والمعلومات استناداً إلى المعايير فضلاً عن تناولها بالدراسة المقارنة للوقوف على أبرز مميزات المكتبات والمعلومات من قصور، ووضع مخططاً تفصيلياً لبناء مكنز متخصص في مجال المكتبات والمعلومات باستخراج البيانات المترابطة، وما يرتبط بذلك من خطوات عملية ومراحل ومتطلبات، ودراسة وهدان (سبتمبر، ٢٠١٦) التي تناولت الخطوات العملية لبناء مكنز متخصص في مجال الأدب العربي.

١٣/٣ دراسات اهتمت بوضع مكنز متخصصة أحادية اللغة في عدد المجالات والمعارف الإنسانية مثل: دراسة العناني (١٩٩١) التي تمثلت أهدافها في إعداد مكنز عربي في مجال الاتصال الجماهيري (الراديو والتلفزيون)، ودراسة محمد (مايو، ١٩٩٢) التي وضعت مكنزاً إسلامياً للمرأة، ودراسة محمد (يناير، ١٩٩٢) التي بدأت في وضع مكنز إسلامي للخدمة الاجتماعية، ودراسة عبد الله (١٩٩٦) التي هدفت إلى وضع أسس لإنشاء قائمة بالمصطلحات الفقهية، ودراسة العبيدي (١٩٩٨) في بناء مكنز متخصص في علوم التمريض باللغة العربية، ودراسة رضا (٢٠٠٠) التي قامت ببناء مكنزاً متخصصاً في علم الحيوان باللغة العربية، ودراسة جاد (٢٠٠٦) التي قدمت مكنزاً متخصصاً في علم الفولكلور، ودراسة عبيد (٢٠٠٩) التي اهتمت بوضع مكنز متخصص في مصطلحات المرأة، ودراسة أحمد (٢٠١٣) التي تمثلت أهدافها في بناء مكنز للإنتاج الفكري في الأندلس (عصر الدولة الأموية)، ودراسة أحمد (٢٠١٨) في بناء مكنز عربي في مجال الفلسفة الإسلامية، ودراسة أبو العزم (٢٠٢١) التي قامت ببناء مكنز عربي للفتاوى الصادرة عن دار الإفتاء المصرية.

١٤/٣ دراسات اهتمت بوضع مكنز متخصصة ثنائية اللغة في عدد المجالات والمعارف الإنسانية، مثل: دراسة عسكر (٢٠٠٨) التي قامت ببناء مكنز ثنائي اللغة في علوم الحاسبات، ودراسة عثمان (٢٠١٠) التي وضعت مكنزاً متخصصاً في مجال القانون الدولي باللغة العربية واللغة الإنجليزية، ودراسة Naser (٢٠١٥) التي هدفت إلى بناء مكنز للغة العربية بطريقة آلية، ومن ثم ربط مجموعة الكلمات العربية المرادفة التي تم بناؤها بمقابلاتها للكلمات الإنجليزية في الشبكة الدلالية.

٤- أن الرسائل الجامعية في مجال المكنز قد تباينت فيما بينها على استخدام المنهج المناسب، ويمكن تقسيمها من حيث المنهج إلى الأنماط الآتية:

١/٤ أن هناك رسائل استخدمت المنهج التاريخي والقراءات النظرية لتحديد هوية التخصص الموضوعي أو المجال الموضوعي للمكنز المقترح، وماهيته، وتفرعاته، وعلاقاته، ورسم إطاره العام،

ومصطلحاته، كما في دراسة العناني (١٩٩١)، ودراسة خليفة (١٩٩٣)، ودراسة عبد الله (١٩٩٦)، ودراسة العبيدي (١٩٩٨)، ودراسة أحمد (٢٠١٣)، ودراسة أحمد (٢٠١٨)، ودراسة أبو العزم (٢٠٢١).

٢/٤ أن هناك رسائل استخدمت المنهج البليومتري والقياسات البليومتريّة عند دراسة الإنتاج الفكري في التخصص الموضوعي؛ للتعرف على الاتجاهات العددية والنوعية والموضوعية والزمنية واللغوية لهذا الإنتاج الفكري، كما في دراسة العناني (١٩٩١)، ودراسة أحمد (٢٠١٨).

٣/٤ أن هناك رسائل استخدمت المنهج البليوجرافي "الوصفي التحليلي المقارن"، عند دراسة التخصص الموضوعي محل الدراسة في أدوات التحليل الموضوعي المختلفة؛ لدراسة مدى نجاح هذه الأدوات في التعبير عن الإنتاج الفكري في هذا التخصص الموضوعي، مثل: دراسة العناني (١٩٩١)، ودراسة عبد الله (١٩٩٦)، ودراسة أحمد (٢٠١٣)، ودراسة أحمد (٢٠١٨).

٤/٤ أن هناك اختلافاً بين هذه الرسائل في المنهج المستخدم في بناء المكنز وتجميع مصطلحاته، فهناك رسائل اعتمدت على الإنتاج الفكري الصادر في المجال واستقراء واقع المصطلحات فيها، مثل: دراسة العناني (١٩٩١، ص ص ١١-١٢)، وهناك رسائل اعتمدت على المنهج التجريبي، مثل: دراسة عبد الله (١٩٩٦، ص ج) حيث ذكر "أما إعداد المكنز واختيار مصطلحاته فقد تم الرجوع فيه إلى المنهج التجريبي وتطبيقه على عينة مختارة من مصادر المصطلحات. وهناك رسائل اعتمدت على الأسلوب الاستقرائي والأسلوب الاستنتاجي مثل: دراسة رضا (٢٠٠٠)، ودراسة عسكر (٢٠٠٨)، وهناك رسائل لم تحدد المنهج المستخدم في بناء المكنز وتجميع المصطلحات، كما هو الحال في دراسة أحمد (٢٠١٣، ص ص ٨-٩). بينما هناك رسائل اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي في ذلك، كما في دراسة أحمد (٢٠١٨، ص ٦) حيث ذكرت: "كما اعتمدت علي المنهج الوصفي التحليلي عند دراسة مجال الفلسفة الإسلامية في نظم التصنيف المختلفة وقوائم رؤوس الموضوعات والمكانز كما تم أيضاً استخدامه عند تجميع المصطلحات الخاصة بمجال الفلسفة الإسلامية عند بناء المكنز". في حين هنالك رسائل اعتمدت على تحليل المضمون في الجزء الخاص ببناء المكنز، كما هو الحال في دراسة أبو العزم (٢٠٢١، ص ١٧).

٥/٤ أن هناك رسائل استخدمت أسلوب دلفي دون أن تذكره بشكل صريح، عند مراجعة المتخصصين في التخصص الموضوعي محل الدراسة وتخصص المكتبات والمعلومات، واستطلاع آرائهم عند تحكيم المكنز المقترح؛ للتأكد من جودة بناء المكنز المقترح، مثل: دراسة أحمد (٢٠١٣، ص ٩) حيث ذكرت: "وبعد الانتهاء من بناء المكنز تمت الاستعانة بمراجعة المتخصصين في مجال التاريخ الإسلامي بصفة عامة والمتخصصين في تاريخ الأندلس بصفة خاصة"، ودراسة أحمد (٢٠١٨، ص ٦) حيث ذكرت: "كما تم الاستعانة بآراء المتخصصين في مجال الفلسفة الإسلامية ومجال المكتبات والمعلومات عند تحكيم مكنز مجال الفلسفة الإسلامية المقترح"، ودراسة أبو العزم (٢٠٢١، ص ١٦٥) حيث ذكر أبو

العزم في دراسته: " فتتمت مراجعة صياغة المصطلحات من الناحية الشرعية من باحثين شرعيين في المركز الإعلامي بدار الإفتاء المصرية".

٦/٤ أن هناك رسائل استخدمت المنهج التجريبي، عند تجريب المكنز المقترح؛ للتأكد من نجاح المكنز المقترح في التعبير عن كل أوجه الإنتاج الفكري في التخصص الموضوعي، مثل: دراسة أحمد (٢٠١٨)، ودراسة أبو العزم (٢٠٢١) الذي ذكر في دراسته أنه تم: " إعطاء المكنز بشكل إلكتروني لبعض الباحثين في المركز لتجربته واستخراج الفتاوى الأصلية من السجلات بواسطة المكنز وكانت التجربة ناجحة بنسبة ١٠٠% من المصطلحات" (ص ١٦٥).

٧/٤ أنه على الرغم من أن دراسة عثمان (٢٠١٠) قد حددت هوية تخصص القانون الدولي وتفرعاته، وعلاقاته، ومصطلحاته، وعالجت واقعه في أدوات التحليل الموضوعي المختلفة، وقدمت دراسة تطبيقية لمكنز القانون الدولي؛ إلا أنها لم توضح المنهج المستخدم في كل مرحلة من هذه المراحل، حيث اكتفت بهذه الجملة فقط: " سيستخدم الباحث المنهج المسحي، بجانب المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج الإحصائي" (ص ١٥).

٥- أن الدراسات المنشورة في مجال المكانز في الوطن العربي قد تباينت فيما بينها على استخدام الشكل المناسب للوعاء، ويمكن تقسيمها من حيث شكل الوعاء إلى أربعة أنماط أساسية: ١/٥ أن عدد الدراسات المنشورة في مجال المكانز في شكل الكتاب لعرض المعلومات بشكل تفصيلي قليلاً لا يتناسب مع أهمية المجال ودوره في مجال تنظيم المعلومات وتحليلها واسترجاعها، مثل: دراسة عبد الهادي (١٩٨٩)، ودراسة عطية (١٩٩٧)، ودراسة عبد الهادي (٢٠١٠)، ودراسة عبد الهادي & زايد (٢٠١٦)، ودراسة شريف (٢٠١٦)؛ ذلك لأنه مجال المكانز من المجالات التي تحتاج إلى الصبر والمجاهدة في تناول، والدقة والعمق في المعالجة.

٢/٥ أن أكثر الدراسات المنشورة في مجال المكانز استخدمت شكل المقال في الدوريات؛ لاشتمال المقال على معلومات وأفكار أكثر حداثة من تلك التي توجد في الكتب، على اعتبار أن موضوع المكانز من الموضوعات الحديثة في مجال المكتبات والمعلومات مثل: دراسات عبد الهادي (١٩٧٩)، (١٩٨٠)، (١٩٨٠ب)، (١٩٨١)، (١٩٨٣).

٣/٥ أن عدد الدراسات المنشورة في مجال المكانز في شكل البحث في الندوة أو المؤتمر؛ لمناقشة وتبادل فكري بين الأعضاء في الندوة أو المؤتمر بقصد التوصل إلى توصيات أو قرارات مناسبة والعمل على الالتزام بها قليلاً جداً، مثل: الندوة العربية حول التكشيف والتصنيف في مراكز المعلومات العربية (١٩٩٠)، دراسة أحمد (١٩٩١).

٤/٥ أن عدد الدراسات المنشورة في مجال المكانز في شكل الرسائل الجامعية لا يتناسب مع أهمية المجال نفسه، ذلك أن معالجة موضوعات مجال المكانز في الرسائل لا يتصدى لها إلا كل مجاهد ومناضل في مجال المكتبات والمعلومات، كدراسة العناني (١٩٩١)، ودراسة شعلان (١٩٩٢)، ودراسة

خليفة (١٩٩٣)، ودراسة عبد الله (١٩٩٦)، ودراسة العبيدي (١٩٩٨)، ودراسة عبود (٢٠٠٢)، ودراسة الوديان (٢٠٠٥)، ودراسة عسكر (٢٠٠٨)، ودراسة فلمبان (٢٠٠٨)، ودراسة عبيد (٢٠٠٩)، ودراسة عثمان (٢٠١٠)، ودراسة أحمد (٢٠١٣)، ودراسة خضر (٢٠١٦)، ودراسة أحمد (٢٠١٨)، ودراسة أبو العزم (٢٠٢١).

٦- أن هناك عددًا من المكانز المنشورة، ويمكن تقسيمها إلى ثلاثة أنماط أساسية:

١/٦ مكانز أحادية اللغة، مثل: مكنز رؤوس الموضوعات للمخطوطات العربية عربي، مكنز علوم الوقف عربي، مكنز المرأة عربي، مكنز الأندلس عربي، مكنز المياة الدولي إنجليزي، مكنز الفيصل عربي، مكنز ميريام وبستر إنجليزي، مكنز أكسفورد إنجليزي، مكنز متحف جيني للأسماء الجغرافية إنجليزي.

٢/٦ مكانز ثنائية اللغة، مثل: مكنز الطفولة عربي- إنجليزي، مكنز التعلم الكندي إنجليزي - فرنسي، مكنز المكتبة الوطنية الزراعية إنجليزي - أسباني.

٣/٦ مكانز متعددة اللغات، مثل: مكنز الجامعة عربي- إنجليزي- فرنسي، مكنز العمل عربي- إنجليزي- فرنسي، المكنز السكاني، مكنز البنك الإسلامي، مكنز التربية والثقافة والعلوم عربي- إنجليزي- فرنسي، المكنز الموسع عربي- إنجليزي- فرنسي.

٧- أنه لما كان مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح يجمع بين مجال الإعلام ومجال الدين الإسلامي؛ لذا فإن هناك عدد من المكانز السابقة تتعلق بالمكنز المقترح. وهذه المكانز هي: المكنز العربي في مجال الاتصال الجماهيري (الراديو والتلفزيون) في دراسة العناني (١٩٩١م)، ومكنز إسلامي للمرأة في دراسة محمد (مايو، ١٩٩٢م)، ومكنز إسلامي للخدمة الاجتماعية في دراسة محمد (يناير، ١٩٩٢م)، ومكنز المصطلحات الفقهية في دراسة عبد الله (١٩٩٦م)، ومكنز الفتاوى الإسلامية في دراسة أبو العزم (٢٠٢١م). وسوف يتم معالجة هذه المكانز لمجال الإعلام الإسلامي عند الحديث عن معالجة مجال الإعلام الإسلامي في أدوات التحليل الموضوعي المختلفة.

٨- أن الدراسة الحالية والمكنز المقترح لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي قد استفاد من كل المكانز السابقة، حيث أمدت المكنز المقترح بالعديد من المصطلحات سواء في موضوع الراديو والتلفزيون أو في الموضوعات الإسلامية .

٩- أنه من خلال العرض السابق يتضح أهمية الدراسة الحالية، والمكنز المقترح، وأنه لم يسبق لأحد أن تناول هذا الموضوع بالبحث والدراسة، كما لم يسبق لأحد أن قام بإعداد المكنز المقترح.

٢/ الإطار النظري للدراسة:

١/٢ مفهوم الإعلام الإسلامي:

يُعد الإعلام بكل وسائله المتعددة، وبكل أساليبه المختلفة، وبكل ما يقدمه حديث العصر؛ نتيجة سرعة تطوره، وكثرة وسائله، وعمق تأثيره، حتى بات الشغل الشاغل للعلماء والباحثين. والإعلام ككل سلاح له حدان، فإما أن يوظف في مصلحة الأمة من خلال الإعداد الدقيق لبرامجه بحيث تكون ملتزمة بمبادئ الأمة وأهدافها وحضارتها، وإما أن يكون إعلامًا غير واضح الأهداف فيتحول إلى سلاح فتاك بيد أعداء الأمة فمن خلاله تنتشر الشائعات ويتولد الإحباط وينتشر الفساد.

ولما كان مجال الإعلام الإسلامي يشكل المحور الرئيسي لهذه الدراسة؛ لذا كان لابد من مدخل تمهيدي نظري حول مفهوم الإعلام الإسلامي، والحاجة إليه؛ يفتح الطريق للحديث عن التفاصيل بصورة موسعة عند بناء المكنز المقترح.

بالعودة إلى قواميس اللغة العربية للبحث عن المعنى اللغوي لكلمة "إعلام"، وجد أن أصل الإعلام من مادة علم، والعلم نقيض الجهل علم علمًا وعلم هو نفسه ورجل عالم وعليم من قوم علماء، وعلامة إذا بلغت في وصفه بالعلم ألا عالم جدًّا والهاء للمبالغة، وعلمت الشيء أعلمه علمًا عرفته، وعلم بالشيء شعر، وأعلم فلانًا الخبر أخبره، ومصدر الفعل الرباعي أعلم، يقال: أعلم يعلم إعلامًا .. وأعلمته بالأمر: أبلغه إياه، وأعلمته عليه (ابن منظور، ١٩٩٢، ص ٣٧١). كما جاء في محيط المحيط: "الإعلام في اللغة مصدر أعلم وأعلمت ويقال: أستعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه وأستعلمني الخبر، وأعلم الفارس جعل نفسه علامة الشجعان، وأعلم الفرس علق عليه صوفًا أحمر أو أبيض في الحرب، وأعلم نفسه رسمها بسميها الحرب" (البستاني، ١٩٩٨، ص ٦٣٩)، كما أشار الراغب الأصفهاني (١٩٨٥، ص ٣٥٦) في الفرق بين الإعلام والعلم بقوله: "أعلمته وعلمته في الأصل واحد إلا أن الإعلام اختص بما كان بإخبار سريع، والتعليم بما يكون بتكرير وتكثير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم"، والإعلام: مصدر للفعل أعلم، وتعني النشر بواسطة الإذاعة والتلفزيون والصحافة، وعلى هذا فإن الإعلام لغة يعني معرفة حقيقة الأمر (عمر، ٢٠٠٨، ص ١٥٤١).

أما مفهوم الإعلام اصطلاحًا، فلقد تعددت تعريفات الإعلام واختلفت في المضمون وفي الشمول حسب المفهوم المعاصر؛ وذلك لاختلاف التصورات وتباين الأفكار، واختلاف ثقافات العلماء ومجالات عملهم، فمنهم من كان تركيزه على الرسالة الإعلامية ومدى انتشارها، فيما اهتم آخرون ببيان علاقة البيئة الفكرية والاجتماعية والسياسية بالإعلام، لكنهم اتفقوا على عدة أمور، هي: أن الإعلام عملية اتصالية بين مرسل ومتلقي من خلال وسيلة معينة؛ لهدف نقل معلومة معينة، وأن الإعلام لا بد أن يلتزم بالصدق والموضوعية؛ ليكسب مصداقية وتأييدًا بين الجمهور، وأن الإعلام لا بد أن يراعي اهتمامات الجمهور وميوله ورغباته؛ ليحقق التأثير الأكبر فيهم، ويتمكن من إقناعهم بالمعلومات.

فالإعلام هو: "نشر الأخبار والحقائق والأفكار يتم التعبير عنها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في إطار موضوعي بعيد عن الهوى والغرض، من خلال أدوات ووسائل محايدة، بهدف إتاحة الفرصة للإنسان للوقوف على الأخبار والحقائق والأفكار والآراء، ليكون قادرًا على تكوين فكره الخاص الذي يمكنه من اتخاذ الموقف الذي يراه ملائمًا" (حمزة، ١٩٦٥، ص ٧٥). وهو: "تزويد الناس بالأخبار والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأى صائب في واقعة معينة" (قاسم، ١٩٧٩، ص ٤)، كما يرى إمام (١٩٨١، ص ٣١٦) هو: "إحاطة الرأي العام علمًا بما يجري من أمور وحوادث سواء في الشؤون الداخلية أو الخارجية"، وهو: "الأسلوب المنظم للدعاية السياسية أو ترويج الأفكار في وسد مهياً نفسياً لاستقبال السيول الفكرية التي تقذفها المصادر التي تتحكم بالرأى العام وتمسك زمام الأمور بيد من حديد" (الأعرجي، ١٩٨٢، ص ٩)؛ لذا يمكن القول أن الإعلام هو عملية نقل معلومات أو أخبار أو حقائق بين طرفين يرسلها أحدهما للآخر، من خلال وسائل معينة؛ بهدف التأثير عليه والارتقاء بأدائه. أما مفهوم الإعلام الإسلامي، فقد ذهب عبد الحليم (١٩٨١، ص ٧١) إلى تعريفه بأنه: "تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله صلي الله عليه وسلم بصورة مباشرة أو من خلال وسيلة إعلامية عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأى عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر لها في معتقداته وعباداته ومعاملاته".

ويوضح محمد (١٩٨٣، ص ٣٦-٣٧) أنه لكي نحدد مفهوم الإعلام الإسلامي بدقة وموضوعية لا بد أن نفرق بين أصل الموضوع في جوهره وحقيقته من جانب، وبين صورته التي نراه من جانب آخر، ذلك أن المجتمع الإسلامي الذي يطبق الشريعة الإسلامية مجتمع شمولي من حيث العقيدة، ومتكامل من حيث التنظيم، والإعلام فيه لا بد أن يعكس بشكل كامل وفعال شمول العقيدة وتماكل البناء الاجتماعي، ومن ثم فإن كل شيء فيه إسلامي بدءًا من المرح والمزاح والتسلية والفكاهة وحتى مواجهة الموت، والإعلام في مثل هذه الحالة إسلامي في صدق إخباره، وإسلامي في الترويج والتسلية، وإسلامي في إعلاناته، وإسلامي في تعليمه، وإسلامي في شرح الأخبار وتفسيرها.

كما عرفه إمام (١٩٨٥، ص ١٢) بأنه: "تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة النبي صلي الله عليه وسلم بصفة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة وممتعة في الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأى عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر لها في معتقداته وعباداته ومعاملاته".

كما عرفه كحيل (١٩٨٥، ص ٢٩) بأنه: "استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي، يقوم به مسلمون عالمون بدينهم متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة، مستخدمون تلك الوسائل المتعددة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم الأخلاقية والمبادئ والمثل للمسلمين وغير

المسلمين في كل زمان ومكان، في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب".

وقد ذهب بعض العلماء على أن التعريف الأعم والأشمل للإعلام الإسلامي هو: "عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي، وتؤدي جميع وظائفه المثلى، الإخبارية والإرشادية والترويجية على المستوى الوطني والدولي والعالمي وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها، وفيما يصدر عنها من رسائل وموارد إعلامية وثقافية وترويجية، وتعتمد على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً، وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامّة" (سليمان، ١٩٨٩، ص ٦٢).

والإعلام الإسلامي هو: "نقل المبادئ، أو شرحها واضحاً وصحيحاً وثابتاً، مستهدفاً تنوير الناس وتنقيفهم ومدّهم بالمعلومات الصحيحة بموضوعية أيضاً ومعبراً عن عقلية الجماهير، ومراعاة الأسلوب واللغة التي تخاطب بها الجماهير (يوسف، ١٩٩١، ص ٤).

كما أنه: "إعلام غير متخصص لمجتمع مسلم أو دولة إسلامية أو حكومة إسلامية لكن الواقع لمجتمعنا الإسلامية، يحتم علينا القول بأن الإعلام الإسلامي في ظروفنا المعاصرة هو صورة من صور الإعلام المتخصص وهو الإعلام الديني" (سيد أحمد، ١٩٩٣، ص ٣٦).

وهو: "إعلام من الله والله وحمل مضامين الوحي الإلهي ووقائع الحياة البشرية المحكومة بشرح الله إلى الناس كافة بأساليب ووسائل تتفق مع سموها وحسنها ونقاؤها وتنوعها مع المضامين الحقة التي تعرض لها، وهو محكوم غاية ووسيلة بمقاصد الشرع الحنيف وأحكامه" (صيني، ١٩٩٧، ص ١٠٥).

في حين عرف حجاب (٢٠٠٣، ص ٢٥) الإعلام الإسلامي بأنه: "جهد فني وعلمي مدروس ومخطط ومستمر وصادق، من قبل القائم بالاتصال هيئة كانت أم جماعة أم فرد لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، ويستهدف الاتصال بالجمهور العام وهيئاته النوعية وأفراده بكافة إمكانيات وسائل الإعلام والإقناع بغرض تكوين رأى عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته".

كما عرف الإعلام الإسلامي بأنه: "تعميم الاتصال الإيجابي؛ لنشر مبادئ الدين الإسلامي وأخباره في جميع الميادين، وعلى كافة المستويات، وبكافة الوسائل المشروعة المباحة؛ لتحقيق كافة الأهداف المنشودة" (هشام، ٢٠٠٩، ص ٣٩).

وعند التدقيق في التعريفات السابقة، يمكن استنتاج الحقائق الآتية :

١- أن الإعلام الإسلامي ليس هو الإعلام الدعوي التي تبثه القنوات الدينية المنتشرة على الفضائيات، إذ إنه لا يمثل الإعلام الإسلامي بمفهومه العام، لكنه بالقطع يمثل جانباً من جوانب هذا الإعلام.

٢- أن الإعلام الإسلامي لا يقتصر فقط على حقائق الإسلام والدين، ففي هذا تضيق لمفهومه، وحصره في جانب واحد من جوانبه المتعددة، فشتان ما بين الإعلام الديني والإعلام الإسلامي، فالإعلام

الديني رسالته دينية بحتة، حيث يقتصر على تبصير المسلمين بالحق والحث على مكارم الأخلاق، يوضح الفرائض، ويتوجه إلى المسلمين عامتهم وخاصتهم، أما الإعلام الإسلامي فإنه يتوجه إلى كافة مسلمين وغير مسلمين، صغارًا وكبارًا، يتناول جميع الأمور الدينية والدنيوية، والإعلام الإسلامي كما يهتم بتوضيح العقائد، يهتم أيضًا ببيان الحق، ويهتم بالعلوم الكونية والتكنولوجيا الحديثة (العنبيسي، يناير ١٩٨٥، ص ٥٨٥).

٣- أن وسائل الإعلام ما هي إلا وسائل مادية مجردة يمكن تحميلها المضامين الفكرية المختلفة، فهي تقبل ما يقدم فيها دون فرز أو انتقاء، فمن الممكن استخدام الوسيلة الإعلامية لنشر الضلالة والفسق والرذيلة، ومن الممكن استخدام نفس الوسيلة لنشر الهداية والفضيلة؛ لذا فإن الإعلام الإسلامي يتميز عن غيره بأنه محكوم بالضوابط الشرعية التي تجعل منه إعلامًا نافعًا وموضوعيًا.

٤- أن الإعلام الإسلامي ليس إعلامًا مختلفًا في أساليبه أو موضوعه أو فنونه المتنوعة عن الإعلام المعاصر، لكنه ذو صبغة خاصة مستمدة من روح الشريعة الإسلامية لتظهر في جوهره ومحتواه وشكله وكل ما يصدر عنه حتى يكون معبرًا عن قيم المجتمع الإسلامي وتراثه الفكري والعقائدي، الذي يشمل كل شئون الحياة الروحية والمادية. فالإطار العام للإعلام الإسلامي يحدد في ضوء الفكر الإسلامي وواقعيته، فالدين الإسلامي كما أنزله الله استهدف تصحيح مسارات المجتمعات البشرية وتقنين قيمها وأخلاقها وتشريع قوانينها ولسانها؛ لذا فإن المحك الرئيسي لهذا الدين هو مدى قدرته على التطبيق في النظم الاجتماعية والسياسية والقانونية والاقتصادية، لهذا فهو يجمع في إطار متنسق جميع مشتملاته من عقيدة وعبادات ومعاملات وتشريعات وتوجيهات للأخلاق وللآداب العامة؛ فالإعلام الإسلامي في ضوء ذلك هو الإعلام الذي يعكس الروح والمبادئ والقيم الإسلامية ويمارس في مجتمع إسلامي، ويتناول كافة المعلومات والحقائق والأخبار المتعلقة بكافة نواحي الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية والدينية والأخلاقية ... الخ (حجاب، ٢٠٠٣، ص ٢٣-٢٤).

أنه من خلال هذه التعريفات، يمكن تحديد العناصر التي يتكون منها تعريف الإعلام الإسلامي، وهي:

١- أن الإعلام الإسلامي هو عبارة عن مجموعة من الخطوات المتسلسلة والمرتبطة مع بعضها لتحقيق هدف معين.

٢- أن هذا الإعلام يقوم على نقل المعلومات أو رسالة إعلامية إسلامية على اختلاف فنونها، وفي كافة ميادين الحياة من سياسة واقتصاد وخلافه.

٣- أن هذا الإعلام يقوم على نقل الرسالة الإعلامية الإسلامية من مرسل لديه خلفية واسعة في موضوع الرسالة الإعلامية الإسلامية وقادرًا على التأثير في الجمهور والحصول على استجابته.

٤- أن الرسالة الإعلامية الإسلامية قد تكون رسالة دينية بحتة واضحة المقصد بصورة مباشرة، كالحث على أداء العبادات الإسلامية، وتفسير آيات الذكر الحكيم والحديث الشريف، وقد تكون رسالة عامة تفسر آخر الأنباء السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية وتعالج القضايا المعاصرة بشكل

ديني. فالرسالة الإعلامية الإسلامية قد تتناول كافة المعلومات والحقائق والأخبار المتعلقة بكافة نواحي الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية والدينية والأخلاقية ... الخ، ويعرض الأخبار، ويناقش القضايا المستجدة، وينضبط بمعايير الإسلام وقسمه ومبادئه، فالدين الإسلامي جاء شاملاً جامعاً لحياة المسلمين في شتى المجالات، ابتداءً من وضع أصول الحياة الأسرية، إلى تنظيم الجيوش ومقاومة الأعداء، إلى تنظيم اقتصاديات المسلمين.

٥- أن الرسالة الإعلامية الإسلامية يتم نقلها وإيصالها في إطار الموضوعية التامة والصدق الكامل، وضمن إطار الضوابط الشرعية التي تنظم ذلك؛ بهدف التوجيه والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب في الجمهور.

٦- أن الرسالة الإعلامية الإسلامية يتم حملها عبر وسيلة إعلامية، قد تكون وسيلة إعلامية دينية متخصصة لا تحمل سوى قضايا وموضوعات دينية فقط، مثل خطبة الجمعة، ودروس الوعظ والإرشاد، والمجلات الدينية المتخصصة ومحطة القرآن الكريم، وقد تكون وسيلة إعلامية عامة، مثل الصحف القومية ومحطات الإذاعة ومحطات التلفزيون.

٧- أن الرسالة الإعلامية الإسلامية يتلقاها متلقي قاصداً أو متعمداً مثل جماهير خطبة الجمعة والصحف الدينية المتخصصة ومستمع محطة القرآن الكريم في الإذاعة، أو الذين يحرصون على متابعة البرامج والموضوعات وال فقرات الدينية في أوقاتها المحددة، وقد يكون متلقي غير متعمد غير حريص على متابعة خطبة الجمعة ولا الصحف الدينية المتخصصة ولا يستمع إلى محطة القرآن الكريم في الإذاعة، ولا يحرص على متابعة البرامج والموضوعات وال فقرات الدينية في أوقاتها المحددة، ولكنه يتعرض للرسالة الإعلامية الإسلامية التي تحملها له إحدى هذه الوسائل بصورة عرضية أثناء قراءته لصحيفة عامة، أو سماعه للراديو أو مشاهدته للتلفزيون.

٨- أن الرسالة الإعلامية الإسلامية التي يتلقاها متلقي لا بد أن تستهدف التأثير الديني أو التأثير الدنيوي، فالإعلام بنواقض الوضوء ومبطلات الصلاة، وأصول صيام شهر رمضان، ومناسك الحج هو تأثير ديني، وتغيير السلوك العام نحو موضوع أو قضية دنيوية هو تأثير دنيوي (عبد الحليم، ١٩٨٤، ص ١٤٤-١٤٦).

٩- أن هذا الإعلام يقوم على الاتصال الإيجابي والتفاعل بين المرسل والمتلقي. وفي الختام يمكن تعريف الإعلام الإسلامي بأنه: الاتصال الإيجابي الذي يقوم على نقل المعلومات أو الرسالة الإعلامية الإسلامية على اختلاف فنونها وفي كافة ميادين الحياة، في إطار الموضوعية التامة والصدق الكامل، وضمن إطار الضوابط الشرعية، من مرسل لديه خلفية واسعة في موضوع الرسالة الإعلامية الإسلامية وقادراً على التأثير في الجمهور والحصول على استجابته، إلى متلقي قاصد أو غير قاصد، باستخدام كافة الوسائل الإعلامية المشروعة؛ لنشر مبادئ الدين الإسلامي، وتغيير السلوك العام نحو موضوع أو قضية دنيوية، لتحقيق الأهداف والغايات.

٢/٢ تداخل المصطلحات والمفاهيم:

من القضايا الساخنة بين العاملين والمتخصصين في جميع مجالات المعرفة البشرية قضية توحيد المصطلحات والمفاهيم، فإذا كنا كمتخصصين في حقل المكتبات والمعلومات نعاني بشدة من هذه القضية، فإن المتخصصين في مجال الإعلام الإسلامي يعانون مما نعاني منه، ولم يكتب بينهم الاتفاق حول المصطلحات والمفاهيم المستخدمة في التعبير عن المجال والدلالة عليه، وهذا يبدو جلياً من إنتاجهم الفكري، وربما يكون ذلك مرده إلى عدم توافق الإطار الفكري بينهم. فلقد دأب الكثير من المؤلفين والكتاب القدماء والمحدثين في مجال الإعلام الإسلامي على إدراج كتبهم وأعمالهم العلمية مصطلحات ومفاهيم للدلالة على هذا المجال، مثل: العقيدة الإسلامية، والحضارة الإسلامية، والدعاية الإسلامية، والدعوة الإسلامية، والإعلام الإسلامي.

وتعدد المصطلحات والمفاهيم التي تعبر عن مجال هذه الدراسة وعدم توحيدها يؤثر - من غير شك - سلبياً على أحكام القارئ إزاء ما يتعرض له من محتوى فكري، فهل حقاً هناك فروقاً اصطلاحية بين هذه المصطلحات؟ وهل كان الكتاب على صواب عندما خلطوا بين هذه المصطلحات؟ أم أنها كانت - وما زالت - استخدامات غير واعية لدلالة هذه المصطلحات؟

ولما كان الهدف من هذه الدراسة بناء مكنز مقترح لمجالها؛ لذا كان لا بد من استخدام المصطلح المناسب الذي يعبر عن هذا المجال، والذي يعد الأكثر تكراراً ووروداً في الإنتاج الفكري للمجال الموضوعين والأكثر تكراراً وانتشاراً بين المتخصصين الموضوعيين، والأكثر وروداً - أو احتمالاً وروداً - في استفسارات المستفيدين، والأكثر تكراراً ووروداً في الاستعمال في نظم المعلومات القائمة، والأكثر علاقة بالواصفات المستعملة فعلاً في النظام، والأكثر ملائمة وصحة كمصطلح جاري في المجال الموضوعي، والأكثر دلالة وتعبيراً على المفاهيم، والأكثر سهولة وبساطة من حيث صياغته ونطقه وكتابته، والأكثر احتمالاً لتقبله من جانب المتخصصين في المجال الموضوعي، وألا يكون مصطلحاً مهجوراً أو مصطلحاً طويلاً؛ وبغرض الوصول إلى هذه الغاية كان لا بد من تناول هذه المصطلحات بالدرس والتقييم؛ للكشف عن دلالاتها، وأيها أفضل في التعبير عن مجال هذه الدراسة، وأيها أدق في الدلالة عنه، فنحن إذا اتفقنا على دلالة المصطلح، سهل علينا البحث في حدوده.

١/٢/٢ عقيدة إسلامية أم إعلام إسلامي؟

العقيدة الإسلامية هي التي تتعلق بالإلهيات كصفات الله، أي ما يجب في حق الله وما يستحيل، والنبوات مثل صفات الأنبياء وخلق الأنبياء، والسمعيات أي ما سمع به الملائكة وعذاب القبر والجنة والنار ويوم الحساب، أي أن العقيدة هي الجانب الغيبي والمستوى الفلسفي الميتافيزيقي في الإسلام. والعقيدة الإسلامية تجمع بين البعد الزمني والبعد المكاني والوسطية، فالمسلم يؤمن بالله ومصدق للأنبياء والرسول من آدم إلى محمد صلى الله عليه وسلم مروراً بنوح وإبراهيم وموسى وعيسى وكافة الأنبياء والرسول، ففي هذا شمولية للبعد الزمني، أما البعد المكاني في العقيدة فيتمثل في الأرض كلها بمعنى السكان هي مجال

العقيدة الإسلامية، فليست لسكان مكان دون مكان ولا لجنس ولا لون دون لون وليست لذكر دون أنثى أو العكس وإنما مجالها الكرة الأرضية جميعها، كما أن العقيدة الإسلامية ارتكزت على وسطية الحل بابتغاء الآخرة وعدم نسيان النصيب العادل من الدنيا ومتاعها، هذه الثلاثية هي وصف للعقيدة الإسلامية متمثلة في عبادة الله وحدة والأرض كلها مسجداً والوسطية بين إشباع مطالب الجسد ومطالب الروح.

والجانب التطبيقي للعقيدة الإسلامية هو الشريعة، فالشريعة هي تطبيق العقيدة في صورة قوانين ومعاملات وحقوق وواجبات بين أفراد المجتمع والعالم، والتوحيد هو جوهر العقيدة الإسلامية؛ لذا كان لابد من أن تتعكس فكرة التوحيد الخالص على الشريعة، ففي الشريعة يوضح للمسلم تفاصيل واجباته وحقوقه وعباداته مع بيانها العقلي والمنطقي، وتبرز الاجتهادات التي تجيب على كل تطور، وتتبع من مصدر واحد هو العقيدة ونبعها الذي لا ينضب القرآن الكريم (محمد، ١٩٨٣، ص ص ٤٣-٤٤).

ولما كانت العقيدة الإسلامية تمثل جانباً مهماً من جوانب الدين الإسلامي؛ لذا لا يمكن التعبير عن مجال الإعلام الإسلامي بمصطلح "العقيدة الإسلامية"؛ ذلك لأن العقيدة تتعلق بعلم التوحيد أو علم الكلام، بينما مصطلح "الإعلام الإسلامي" يعبر بجودة وفاعلية عن كل جوانب المجال .

٢/٢/٢ حضارة إسلامية أم إعلام إسلامي؟

يؤكد محمد (١٩٨٣، ص ص ٣٧-٤٢) على أن الحضارة الإسلامية هي الحضارة العربية؛ ذلك أن الأمة العربية خلية والعرب هم نواة هذه الخلية، والحضارة العربية ارتبط ظهورها بانتشار الإسلام. والحضارة " جملة الإنجازات الملموسة التي يقدمها مجتمع من المجتمعات خلال عهد معين، في شتى مظاهر الحياة من سياسية واجتماعية وعمرانية ودينية نتيجة لتفاعل أبناء هذا المجتمع مع البيئة التي يعيشون فيها بشكل جيد". فعناصر الحضارة الرئيسية هي البيئة الملائمة، والإنسان، والحياة الاجتماعية، كما أن شرف الحضارة يتمثل في السيطرة على أقطاب ثلاثة: السيطرة على الطبيعة، والسيطرة على الثقافة، والسيطرة على الأخلاق. فهذه الأقطاب ضرورية حتى يستطيع الإنسان إنجاز الحضارة.

والحضارة الإسلامية كانت سبباً رئيسياً في التقدم والرقى، حيث لا يمكن صنع التقدم بغير الإسلام، فالمجتمعات الغربية الرأسمالية التي دعت إلى تقليص دور الدين في المجتمع، والاحتفاظ به داخل إطار أخلاقي وروحي بعيداً عن حركة التقدم الاقتصادي والاجتماعي، والمجتمعات الشيوعية التي دعت إلى القضاء على فكرة الدين لأنه يعوق التقدم، هذه المجتمعات حققت التقدم المادي لكنها فشلت في التقدم المعنوي، كما أن البلدان الإسلامية التي تركت الدين كأساس للحكم والحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية انتقلت من مصاف الدول العظمى إلى مصاف الدول الصغرى، ووقعت تحت نير الاحتلال، بينما الدول التي جاهدت تحت راية الإسلام حققت معجزة في التحرر.

وعلى الرغم من أن الحضارة الإسلامية تواجه التحديات التي تواجه الإعلام الإسلامي؛ إلا أنه لا يمكن وصف مجال الإعلام الإسلامي بمصطلح "الحضارة الإسلامية"، نظراً لاختلاف الرؤى والمنهج.

٣/٢/٢ دعاية إسلامية أم إعلام إسلامي؟

إن الإعلام والدعاية والدعوة شكل من أشكال الاتصال بالجمهير، حيث يمكن ممارستها بأية وسيلة من وسائل الاتصال بالجمهير، وقد عرف الناس هذه النشاطات قبل أن تكون هناك وسائل اتصال جماهيرية، فهي كغيرها من النشاطات البشرية قد تصبح ظاهرة من ظواهر الاتصال الجماهيري في حالة استعانتها بوسائل الاتصال الجماهيري، وتصبح إعلامًا (صيني، ١٩٩٧، ص ص ٥٦-٥٧).

وقد فرق حمزة (١٩٧٨، ص ص ٣٣-٣٥) بين الدعاية والإعلام بقوله: إن الدعاية تسعى إلى الإقناع، بينما الإعلام يقوم بتزويد الناس بأكثر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة، كما أن الهدف من الدعاية هو حمل الأفراد على اعتناقها، وحملهم على القيام بعمل من الأعمال. كما يذكر إمام (١٩٨٠، ص ص ٢٤-٢٦) أن مصطلح دعائية من أقدم المصطلحات، حيث عرفت في تراثنا الإسلامي، حيث وردت عبارة "أدعوك بدعاية الإسلام" في رسائل الرسول محمد صلى الله عليه وسلم إلى الأمم، لكن مفهوم الدعاية قد تدهور في عالم السياسة والاقتصاد ولاسيما بعد ظهور المبادئ الشيوعية والفاشية والنازية، حيث تم استغلال مفهوم الدعاية في الترويج للأشياء الفاسدة.

ومصطلح الدعاية Propaganda كما ورد في "معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي" هو "عملية نشر الآراء ووجهات النظر التي تؤثر على الأفكار أو السلوك أو كلاهما. نشر الأفكار وحث الآخرين على لاقتناع بها، أي دعوتهم لاعتناق أفكار معينة، ومن ثم فإن هناك أنواعًا من الدعاية السياسية والاقتصادية أو التجارية والدعاية الدينية" ((الزبيدي، ٢٠١٠، ص ١١٩).

إن لا يمكن التعبير عن مجال الإعلام الإسلامي بمصطلح "الدعاية الإسلامية"؛ ذلك لأن الدعاية هي جهد اتصالي يهدف للإقناع بأفكار محددة، سواء أكانت هذه الأفكار إيجابية أو سلبية، كما أن الدعاية قد تكون إلى الإسلام أو إلى غير الإسلام، ويمكن أن تتم بطرق مستقيمة أو طرق ملتوية، ولما كان مجال الإعلام الإسلامي يقوم على نقل رسائل إيجابية، ويهدف إلى نشر مبادئ الدين الإسلامي، ويستخدم كافة الوسائل الإعلامية المشروعة، في إطار الموضوعية التامة والصدق الكامل، وضمن إطار الضوابط الشرعية التي تنظم ذلك؛ بهدف التوجيه والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب في الجمهور؛ لذا يُعد من الفشل استخدام مصطلح "الدعاية الإسلامية" للتعبير عن مجال الإعلام الإسلامي.

٤/٢/٢ دعوة إسلامية أم إعلام إسلامي؟

يُعد مصطلح "الدعوة الإسلامية" من المصطلحات التي ارتبطت بمصطلح "الإعلام الإسلامي" في أكثر من موضع، فغالبية الأقسام الأكاديمية التي تقوم على تأهيل وتدريب الخريجين في هذا المجال، تجمع بين المصطلحين معًا، مثل: قسم الدعوة والإعلام الإسلامي بجامعة اليرموك، وقسم الدعوة والإعلام الإسلامي بجامعة العلوم الإسلامية العالمية، وقسم الدعوة والإعلام الإسلامي بالجامعة الإسلامية بغزة، وقسم الدعوة والإعلام بجامعة بلاد الشام، كما أن "معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي" وهو المعجم المتخصص في هذا المجال يجمع أيضًا بينهما في عنوانه.

يذكر "معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي" أن الدعوة Mission, Propaganda هي: "ما كان الخطاب فيها موجهاً إلى جماعة من الناس بقصد التأثير بهم. أو أنها: المحاولة القولية والفعلية لإمالة الناس إلى مذهب أو ملة". أما مفهوم الدعوة الإسلامية Islamic Mission, Propaganda فهي "نشر عقيدة الإسلام ومبادئه وقيمه وتعاليمه بين سائر الناس" (الزبيدي، ٢٠١٠، ص ١٢٠).

أما عن طبيعة العلاقة بين الإعلام الإسلامي والدعوة الإسلامية فهناك آراء عديدة في ذلك، حيث يقول محمد (١٩٨٣، ص ٤٥-٤٦) أن الدعوة الإسلامية هي الجانب التبشيري بالعقيدة، وهي تكاد توازي مفهوم الإعلام؛ ذلك لأن الدعوة جزء من الإعلام الإسلامي، أو هي الجزء الأيدلوجي العقائدي فيه، وليس قولنا هذا بأن الدعوة إلى الإسلام جزء من الإعلام الإسلامي تضخيم للإعلام الإسلامي أو تصغير للدعوة الإسلامية، ولكن هذا الموقف يماثل قولنا بأن العلاقات العامة تستخدم كافة الوسائل الإعلامية لتحقيق أهدافها وغاياتها، إلى جانب الاتصال الشخصي والحلول الإدارية وتنظيم الحفلات والإقامة وما شابه ذلك على الرغم من أن علم العلاقات العامة جزء من علم الإعلام، وأن التخصص في العلاقات العامة فرع من الإعلام وهو الأصل. وعلى الرغم من أن مصطلح الدعوة أكثر المصطلحات استخداماً في حياتنا المعاصرة، فالكليات الجديدة التي تنشأ في الجامعات الإسلامية تحمل اسم الدعوة؛ إلا أن الأمانة العلمية تقتضي الاعتراف بأن هذا الشيع في الاستخدام لا يعني أنه المصطلح المناسب للتعبير عن المجال.

كما يذكر الشيخ الغزالي (١٩٧٦، ص ٣٧) أن الله أرسل الرسل مبشرين ومنذرين، ليعرفوا جماهير البشرية بالله عز وجل، وأنه لما كان البشر خطائين بطبيعتهم وكانت أهواؤهم تغلب على أحوالهم فإن نقلهم إلى الصواب، وتثبيتهم عليه يحتاج إلى جهد متصل ودعوة مستمرة، مصداقاً لقوله تعالى: "قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ" (سورة يوسف، آية ١٠٨)، ثم يقول إن الدعوة إلى الله برنامج كامل يضم في أطوائه جميع المعارف التي يحتاج إليها الناس ليبنصروا الغاية من محياهم، فالدعوة تتمثل في المفهوم التاريخي لإرسال الله عز وجل الرسل إلى الأمم المتعاقبة ويشرح سمات الدعوة إلى الله في الوضوح والصدق ومخاطبة العقل، إذن مفهوم الدعوة لدى الشيخ الغزالي يتمثل في النظرة التاريخية الشاملة لجهود الرسل في التوحيد، ثم يعتمد على سمات الدعوة إلى عبادة الله الواحد الأحد.

ومن جانبه، جعل حمزة (١٩٧٨، ص ٣٣-٣٥) مصطلح "الدعوة" في عصر النبوة مساوياً لمصطلح "الإعلام"، حيث يقول: "كان القدماء منذ ظهور الرسول لا يعرفون هذا المصطلح الحديث، مصطلح الإعلام والاتصال بأنواعه الثلاثة: الشخصي والجمعي والجماهيري. واستخدموا مكانه المصطلح المعروف عندهم وهو مصطلح الدعوة، والدعوة إلى شيء هي الترغيب في هذا الشيء، أو بمعنى آخر الدعاية له، ونحن لا نسيء إلى الدين إذا قلنا إن العمل الذي قام به الرسول الكريم من أجل هذا الدين هو دعاية طيبة له ما دامت الدعاية في ذاتها لها معنيان على الأقل: الدعاية الطيبة أو البيضاء، والدعاية الخبيثة أو السوداء. ونحن نعلم علم اليقين أن الرسول صلى الله عليه وسلم كان مسئولاً أمام ربه عن عمل

واحد فقط هو الإعلام أو التبليغ". فالدعوة هي الجهود التي يبذلها أصحاب الأفكار الجديدة أو العقائد الجديدة أو المذاهب الجديدة، ومن أعظم الأمثلة عليها الدعوة التي أتى بها الرسول صلى الله عليه وسلم لنشرها وهي دعوة الإسلام. أما الإعلام فيمثل الجهود التي يبذلها الناس لتأييد هذه الأفكار أو العقائد أو المذاهب. ويوضح حمزة أن الاتصال في الإسلام مر بهذه الأطوار الثلاثة: الأول: طور الدعوة الإسلامية، وهو خاص بحياة الرسول صلى الله عليه وسلم، وبه سميت جميع الجهود التي بذلها في سبيل هذا الدين الجديد، الثاني: طور الإعلام وبه سميت معظم الجهود التي بذلها الخلفاء الراشدون، حيث كانت حياتهم في جملتها صورة من حياة الرسول صلى الله عليه وسلم، أو على الأقل حرصوا كل الحرص على أن تكون حياتهم كذلك، الثالث: طور الدعاية، وعليه قامت الخلافة الإسلامية الأموية إلى يومنا هذا.

إن ساوى حمزة بين مصطلح الدعوة ومصطلح الإعلام، وقد أيد ذلك عبد الحليم (١٩٨١، ص ١١٠) بقوله: "وحين أقول الإعلام فلا أخالني أبتعد عن معنى الدعوة في شيء فالإعلام والدعوة يحملان نفس المعنى على الصعيدين النظري والعملي، وإذا كان يحلو للبعض التفريق بينهما حين يعنون بالدعوة نشر الإسلام بالوسائل القديمة التي كانت متاحة آنذاك، ويعنون بالإعلام استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة، وأعتقد أن هذا تجن على الإعلام كما هو تجن على الدعوة، فإن الإعلام يعني تزويد الجماهير بالحقائق مستخدمًا في ذلك الوسائل القديمة والحديثة على السواء، بما في ذلك وسيلة الاتصال الشخصي المباشر بشكلها البدائي القديم والدعوة تعني هذا أيضًا. بهذا نرى أن الدعوة والإعلام يحملان معنى واحدًا والفارق هو في حداثة كلمة إعلام وعراقة كلمة الدعوة".

كما يقول الفتياني (١٩٨٧، ص ٣٠) بشكل صريح وبمنتهى الوضوح أن الإعلام هو الدعوة والدعوة هي الإعلام. كما يذكر هاشم (١٩٧٨، ص ٧٧) أن نماذج الإعلام في الإسلام منذ ظهور الدعوة الإسلامية. هذا عن الرأي الأول الذي يساوي بين مصطلح الدعوة ومصطلح الإعلام.

وهناك رأى ثان يؤكد أن الدعوة تشمل الإعلام، حيث يرى نجيب (١٩٨٠، ص ١٣-١٥) عدم الفصل بين الدعوة والإعلام، فالدعوة أكثر شمولية من الإعلام، حيث يقول: "وهكذا يتضح أن الدعوة والتبليغ يشملان الإعلام والتعليم وكل ما يحصل منه أثر في النفس، فالجميع يشترك في الدلالة على هدى أو ضلالة"، ولقد كان القائمون بالدعوة والتبليغ يقومون بالإعلام والتعليم في وقت لم تكن فيه أعمال الحياة قد قسمت، وجرى التخصص في فروعها المتعددة. "وعلى الرغم من ذلك نجد نجيب يذكر أن الدعوة أكثر شمولًا من الإعلام الذي لا يشمل التعليم ولكنه يستطرد فيقول: "وللإعلام على ما يظهر مما ذكرنا مظاهر متعددة فهو يأتي على شكل: الأنباء والأخبار والتعليق، والإعلان والدعاية والنفير، والتبليغ والدعوة والعلامة، والآذان والإذن واللافتة، والقصة والحكاية والمسرحية، والمقالة والخطبة والشعر، والتنبيه والتحذير والتنبيه والتذكير والإنذار، وتقديم بعض العلوم والمعارف والأفكار بوسائل تتميز بسرعة الأداء مثل التمثيل والتشخيص والرسم والتصوير".

وعلى الجانب الآخر، نجد كحيل (١٩٨٣، ص ٢١٧) يعد كلمة الإعلام أشمل من كلمة الدعوة، حيث يقول: " فلا أتحدث عنها كمرادف لكلمة الإعلام، بل فرع من فروع الإعلام وجزء من أجزائه"، حيث لا بد من أن نوضح أن كلمة الإعلام أشمل من كلمة الدعوة التي نقصدها حيث هي جزء منه، وأن الدعوة الدينية جزء من الدعوة التي نقصدها فهي جزء من الإعلام والدعوة الدينية جزء منها؛ وذلك لأن الإعلام هو نشر الحقائق والآراء بطريقة موضوعية وله أهداف كثيرة منها الإخبار ومنها التثقيف ومنها التنوير ومنها الإرشاد ومنها الدعوة بهدف الإقناع بفكرة معينة لإحداث استجابة معينة، أو لإقناع الرأي العام بشيء ما.

أما "معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي" فيلخص كل المناقشات، وطبيعة العلاقة بين الدعوة الإسلامية والإعلام الإسلامي، حيث ذكر أن هنالك آراء في ذلك: فهناك من يرى أن الدعوة والإعلام شيء واحد: فالدعوة هي الإعلام والإعلام هي الدعوة. وهناك من يرى أن الدعوة والإعلام مختلفان من حيث المنهجية والهدف، فالإعلام ترجمة أمينة لواقع موجود فعلاً، أما الدعوة فهي سعى حثيث وهادف لبناء واقع جديد لتنمية الواقع الموجود فعلاً وفقاً للمبادئ التي حددتها الدعوة والتي تهدف إلى الخير وتحاول أن تصل بالإنسان إلى تمام الخير وكمالها، وإذا كان الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها، فإن الدعوة تشكل لعقلية الجماهير وإعلاء لميولها وتسامي باتجاهاتها على نحو يحقق التوازن والاستقرار في المجتمع ويبرز قوى الخير والبناء والسلام، ويتسم مضمون رجل الإعلام بعدم الثبات والتغير حيث إن هدفه هو تقديم الحقائق والمعلومات عن الواقع المتغير، أما مضمون الدعوة فتأبث ويتحدد إطاره بالمبادئ الأساسية التي حددها الدين الإسلامي منذ ظهوره. بينما هناك من يرى أن الدعوة جزء من الإعلام الإسلامي: فهي نمط من أنماط الإعلام الإسلامي. في حين هناك من يرى أن الدعوة الإسلامية أوسع من الإعلام الإسلامي (الزبيدي، ٢٠١٠، ص ص ١٢٠-١٢١).

وبالوقوف على المعالجات الاصطلاحية لكل مصطلح فيها، فإنه يمكن الوصول إلى النتائج الآتية :

١ - أن هنالك فروقاً اصطلاحية واضحة بين مصطلح الإعلام الإسلامي وغيره من المصطلحات الأخرى، وإن كان هناك شبه تقارب بين مصطلح الإعلام الإسلامي ومصطلح الدعوة الإسلامية، ولا يجوز ولن ينعف الاستخدام التبادلي بينها، فكل مصطلح منها قائم بذاته اصطلاحياً.

٢ - أن هذه المصطلحات تشكل تطوراً مرحلياً لمجال الإعلام الإسلامي، كما أنها تمثل محاور مهمة في هذا المجال، وأن المؤلفين قد خلطوا بين هذه المصطلحات في كتبهم وأعمالهم العلمية، ولم يراعوا التطور المرحلي للمجال.

٤- أن المصطلح المناسب للتعبير عن مجال الدراسة في المكنز المقترح هو الإعلام الإسلامي؛

لأسباب الآتية :

١/٤ أنه المصطلح الحديث الذي يعبر عن مصطلح الإعلام والاتصال بأنواعه الثلاثة:

الشخصي والجمعي والجماهيري.

٢/٤ أنه المصطلح الذي يعبر عن كل جوانب المجال من وسائل إعلام قديمة وحديثة ومبتكرة.
٣/٤ أنه المصطلح الذي يكشف عن طبيعة المجال، ويعبر عن مجال الإعلام والاتصال بفنونه الحديثة.

٤/٤ أنه المصطلح الأكثر تكرارًا ووردًا في الإنتاج الفكري، وعناوين الإنتاج الفكري، وأنه الأكثر ووردًا على ألسنة المتخصصين في المجال.

٥/٤ أن مصطلح الدعوة يشير في مضمونه إلى الدعوة الدينية على وجه الخصوص، والدعوة الدينية جزء من الإعلام؛ ذلك أن الرسالة الإعلامية الإسلامية - كما تم ذكره سابقًا - قد تكون رسالة دينية بحتة واضحة المقصد بصورة مباشرة، كالحث على أداء العبادات الإسلامية، وتفسير آيات الذكر الحكيم والحديث الشريف، وقد تكون رسالة عامة تفسر آخر الأنبياء السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية.

٣/٢ الحاجة إلى وجود إعلام إسلامي:

لما كان الإعلام يعد ظاهرة مجتمعية رافقت وجود الإنسان على الأرض، وقد ظلت وسائله تزداد يومًا بعد يوم حتى باتت تمتلك القدرة على تغيير المفاهيم وخطط الأفكار بشكل كبير، حتى صارت تستخدم كسلاح في الحرب يفوق في تأثيره الكثير من أصناف الأسلحة التقليدية المعروفة في ميادين القتال؛ فالحملات الإعلامية تسبق الحملات السياسية والعسكرية وتمهد لها، بل أصبح قادرًا على أن يزيغ الباطل ويلبسه ثوب الحق، كما أصبح الإعلام وقدرته على جذب الجمهور، وإحداث التواصل الثقافي والحضاري بين الناس من أهم الدلائل المادية على تطور الأمم، فالإعلام في عالمنا العربي والإسلامي أبعد ما يكون عن معارك الأمة وتحدياتها الحقيقية، وعلى الرغم من الإمكانات الضخمة ووفرة المال والكفاءات؛ إلا أن الأمور تفتقر إلى الأدوات الإعلامية الإسلامية الفاعلة والمؤثرة. وعلى الرغم من الحالة المتردية للإعلام العربي بوجه عام؛ إلا أن ظهور الوعي الإسلامي بدأ ينعكس لدى بعض المفكرين والعلماء؛ بغرض تسخير التكنولوجيا الحديثة لبث الهوية الإسلامية، فظهرت العديد من المواقع الإلكترونية، والإذاعات، والفضائيات (أبو هلاله، ١٩٨٧، ص ٣٦).

فما أحوجنا اليوم إلى إعلام إسلامي متميز، يعمل على بيان الحق، ويكشف عن وجود الباطل، ويحمي شبابنا من هذا الغزو الفكري الإعلامي الغربي الذي يجتاح العالم الإسلامي، الذي من خلاله نتعلم مبادئ وقيمًا بعيدة عن صدق الكلمة وإيثار الحق، ويهدم كل المبادئ الأخلاقية والقيم الإسلامية المثلى. هذا الإعلام الذي نحن بحاجة إليه يسير وفق المنهج الإسلامي والمحاذير الإسلامية في خطابه، وينجح في الوصول إلى الشعوب كافة، سواء كانت المسلمة أو غير المسلمة، فقد يكون الإعلام الإسلامي الهادف أسلوبًا من أساليب الدعوة والدخول إلى الإسلام لدى الشعوب الأخرى، فالإعلام الإسلامي يسعى دائمًا إلى المصادقية والوضوح والعمل، بحيث يصل لأكبر عدد من البشر في كل مكان، بجانب مراعاة كافة الأعمار والأجناس، بحيث يصل إلى الأب والأم والابن والبنات والشباب والشابة والمتعلم والجاهل.

إن ما تمر به الأمة الإسلامية، وما ينزل بكثير من شعوبها من فتن وابتلاءات، كل هذا يجعل مهمة الإعلام شاقة ومحفوفة بالمخاطر، فنقل الخبر الصادق وتصوير الواقع كما هو دون دس أو تزوير ربما لا يبعث على التفاؤل، كما أنه يعرض ناقله للقمع والإرهاب في أغلب الأحيان؛ مما يزيد مهمة الإعلامي المسلم صعوبة، ويحمل مزيداً من الأعباء إن أراد تأدية الأمانة بما يرضي الله تعالى، وما أكثر الإعلاميين الذين تعرضوا للقمع والسجن والقتل بسبب نقل الحقيقة كما هي تماماً. ولقد أدركت الدول المتقدمة سحر الإعلام وسلطته الضاغطة المؤثرة، فأنفقت الملايين لتحقيق سياستها من خلاله، وإقناع الجماهير بشرعية خطتها وبرامجها من خلال عملية غسيل المخ الجماعية، وأصبحت الحروب الإعلامية تكلف أحياناً أكثر من الحروب التقليدية. وعلى الرغم من أن الصحافة تسمى السلطة الرابعة؛ إلا أنها باتت تنافس السلطات الثلاث، بل يتم من خلالها التلاعب بتلك السلطات. فالمسلم في مثل هذه الظروف العصبية التي تمر بها الأمة الإسلامية يتطلع إلى إعلام نظيف هادف، إعلام يتحلى بالصدق والواقعية، ويتحقق للفرد من خلاله معرفة ما يجري حوله بعيداً عن الدجل والخداع الإعلامي، كما يتلقى هو وأسرته زاداً ثقافياً ومعرفياً، ويتابع أخبار العالم الذي نعيش فيه، ويهتم بأمر المسلمين (الهادي، ٢٠٠٩، ص ١٤).

وعلى الرغم من التطور الهائل في مجال الإعلام، حيث تعددت وسائله، وتنوعت أساليبه، وتشعبت مجالاته، حتى تمكن الناس من تبادل الرسائل والأصوات والصور على مدار الساعة. ومن المؤلم حقاً أننا لم ننتفع بذلك كله، في الوقت الذي أدرك فيه الغرب أهمية استغلال ذلك لخدمة أغراضهم الخبيثة وأفكارهم الباطلة، فانتشرت الأغاني وذاع الرقص، لينشأ أبناء الإسلام في غربة من دينهم وحضارتهم وتراثهم، ويصبحوا فريسة سائغة للأفكار ونمط الحياة الغربية بكل ما فيها من انحرافات ومفاسد وأوبئة، وصوروا الإسلام بأنه دين يدعو إلى عبادة الشهوة، وإلى القوة الوحشية، وأنه مصدر كل الشرور التي تلحق بالعالم والغرب، وليس عندهم خبر حول الإسلام والمسلمين سوى أخبار القتل والغصب وهتك الأعراض (إمام، ١٩٨٤، ص ٥-١٦)؛ لذا فنحن في حاجة إلى إعلام إسلامي يحمل مضامين صالحة لكل زمان وكل مكان، تؤدي النتائج المرجوة منها، كما تكمن الحاجة إلى الإعلام الإسلامي في الذود عن الإسلام والدفاع عنه، إعلام يحمل الخير لكل الأنصار.

" فأممتنا الإسلامية تواجه صراعاً كبيراً وسط مخططات المخادعين للإسلام وما يفعله الغرب اليوم للتشكيك في رسالة الأمة الإسلامية وصددهم عن طريق الحق ووضعوا لهذا كثير من البرامج والتي يمثلها الإعلام، هذا المفردة التي إن وجهت إلى طريقها وضخم معناها لاستطعنا مجابهة كل المخططات التي تدعو إلى تمزيق الأمة المسلمة إلى فرق. والإعلام هو الوسيلة التي أتى بها خير البشر حين دعا وأعلم بالإسلام فلا بد من دراسته وتطبيقه على أمر الواقع لرد ما ينهال على المسلمين من كم رهيب من صور الفساد العقدي والانحراف الخلفي الذي يصلنا عبر وسائل الإعلام خاصة وأن كثيراً من القائمين على هذه الوسائل من أبناء الأمة الذين تتكبو الطريق وتتكروا لأمتهم ودينهم، ورضوا بأن يكون أداة طيعة، بل ورؤوس حربة لأعداء الأمة ومخططاتهم الخبيثة" (المكاوي، ٢٠١٦، ص ١).

٣/ الإطار التحليلي المقارن للدراسة:

مما لا شك فيه أن مؤسسات المعلومات على اختلاف أنواعها تعتمد في تنظيم مجموعاتها المعلوماتية على نظم التصنيف، وقوائم رؤوس الموضوعات، وقد أثبتت الممارسات العملية ضعف هذه الأدوات في التعبير عن أوعية المعلومات الموجودة بهذه المؤسسات؛ نتيجة الثورة المعلوماتية التي ظهرت في العصر الحالي وما نتج عنها من تفجر المعلومات وتداخل الموضوعات وتعقد التخصصات؛ لذا كانت الحاجة ماسة لظهور أداة جديدة من أدوات التحليل الموضوعي ألا وهي المكانز؛ لذا كان من الضروري دراسة هذه الأدوات وتحليلها، للتعرف على واقع معالجتها لمجال الإعلام الإسلامي، ومعالجة جوانبه المختلفة، ومدى قدرتها في التعبير عن موضوعات هذا المجال، ومدى نجاحها في التعبير عن الإنتاج الفكري في هذا المجال، والوقوف على الجوانب الإيجابية والسلبية في هذه المعالجة.

١/٣ مجال الإعلام الإسلامي في نظم التصنيف:

على الرغم من أن الهدف الرئيس لهذه الدراسة هو بناء مكنز عربي مقترح لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي يساهم في التمثيل الموضوعي للإنتاج الفكري في هذا المجال، وعلى الرغم من أن المكنز تخدم أساساً عمليات التكتيف والاستخلاص؛ إلا أنه كان من الضروري دراسة معالجة نظم التصنيف لمجال الإعلام الإسلامي، ذلك لأن المكنز لها مدخلين أساسيين: مدخل مصنف منطقي ومدخل هجائي، فالمكنز لا تعد بغرض خدمة الكتب تصنيفاً وفهرسة، بل تعد بغرض مقالات الدوريات وأبحاث المؤتمرات والرسائل الجامعية تصنيفاً وفهرسة وتحليلاً؛ لذا كان من الواجب تسليط الضوء على معالجة نظم التصنيف المختلفة لمجال الإعلام الإسلامي.

١/١/٣ مجال الإعلام الإسلامي في نظم التصنيف العامة:

لما كان من الضروري دراسة معالجة نظم التصنيف لمجال الإعلام الإسلامي، ولما كان مجال الإعلام الإسلامي يفنقر لوجود نظام تصنيف متخصص؛ لذا كان من الواجب دراسة معالجة هذا المجال في نظم التصنيف العامة.

ولما كانت المكتبات العربية والأجنبية تستخدم بشكل متفاوت ثلاث أنظمة عامة للتصنيف، هي: تصنيف ديوي العشري، والتصنيف العشري العالمي، وتصنيف مكتبة الكونجرس، حيث يحظ تصنيف ديوي العشري بالمرتبة الأولى فيها؛ نظراً لشعبيته الكبيرة فيها، يليه في المرتبة الثانية التصنيف العشري العالمي، الذي يتركز أساساً في دول أوروبا وروسيا ودول المغرب العربي، بينما يحل تصنيف مكتبة الكونجرس في المرتبة الثالثة، حيث يُستخدم في بعض المكتبات الجامعية في المنطقة العربية مثل مكتبة الجامعة الأمريكية بالقاهرة ولبنان، كما يستخدم حالياً في عدد كبير من مكتبات دول الخليج العربي؛ ونظراً لتشابه تقريعات موضوعات المعرفة البشرية وتقسيماتها بين تصنيف ديوي العشري والتصنيف العشري العالمي، ونظراً لكون تصنيف مكتبة الكونجرس يعبر عن المجموعات المليونية في مكتبة الكونجرس الأمريكية، ويمثل وجهه نظر تختلف عن تصنيف ديوي العشري في تقسيم المعرفة البشرية؛ لذلك ستقتصر دراسة

مجال الإعلام الإسلامي في نظم التصنيف العامة علي تصنيف ديوي العشري وتصنيف مكتبة الكونجرس فقط.

ولما كانت المكتبات التي استخدمت تصنيف ديوي العشري لم تستخدمه كما هو، بل قامت بالتعديل فيه بما يلائم ثقافتها المحلية، نتج عن ذلك وجود عددًا هائلًا من التعديلات التي مثلت ظاهرة غريبة لدرجة أنه لم تعد هناك مكتبة تستخدم ديوي خارج أمريكا كما هو، بما فيها المكتبات في المنطقة العربية، التي استخدمت ديوي العربي وليس الأصلي، ولما كان مجال الإعلام الإسلامي من المجالات التي تعبر عن الثقافة العربية والإسلامية؛ لذا كان من الضروري دراسة مجال الإعلام الإسلامي في التعديلات العربية لتصنيف ديوي العشري، على اعتبار أن مجال الإعلام الإسلامي من الموضوعات التي من المفترض قد حظيت بالتعديل؛ ذلك لأن أوضاع معالجة الموضوعات العربية والإسلامية في تصنيف ديوي العشري الأصلي أوضاع غير مناسبة، سواء من حيث الرموز المخصصة لها، أو من كمية التفاصيل، أو الأخطاء التي ينطوي عليها تصنيف هذه الموضوعات، ولذلك اتجهت الأنظار إلى تعديله منذ زمن طويل؛ حتى يتواءم مع طبيعة المكتبات العربية، وطبيعة مجموعاتها، وطبيعة احتياجاتها. فهل نجحت التعديلات العربية في معالجة أوجه النقص التي وقع فيها تصنيف ديوي العشري الأصلي في تصنيفه لموضوعات الثقافة العربية والإسلامية؟ وهل قدمت الحلول المناسبة للمشكلات والعقبات الخاصة بمعالجة ديوي الأصلي لهذه الموضوعات؟ وهل عرضت للأوجه والتفريعات المختلفة التي تعبر عن إنتاج هذه الموضوعات الفكري؟

١/١/١/٣ في تصنيف ديوي العشري:

بالرجوع إلى تصنيف ديوي العشري الأصلي في طبعته الثالثة والعشرين، تبين أن ملفل ديوي Melvil Dewey قد حجز المرتبة الأولى في نظامه العشري لقسم "علم الحاسب والمعرفة والنظم"، وخصص لها الرموز (٠٠٠-٠٩٩)، وخصص القسم السابع لموضوع "وسائل الإعلام والصحافة والنشر"، وخصص له الرموز (٠٧٠-٠٧٩). ولمعرفة موقع موضوع "وسائل الإعلام والصحافة والنشر" داخل بنية موضوعات قسم "علم الحاسب والمعرفة والنظم"؛ كان لا بد من عرض الموضوعات الأساسية لهذا القسم، كما يرد في الجدول رقم (١):

جدول رقم (١)

موضوعات قسم "علم الحاسب والمعرفة والنظم" في تصنيف ديوي العشري الأصلي

الموضوع	رمز التصنيف
البيولوجيا	٠١٠
علوم المكتبات والمعلومات	٠٢٠
الموسوعات والكتب المرجعية	٠٣٠
غير معين	٠٤٠
المطبوعات والدوريات المسلسلة	٠٥٠
المنظمات العامة وعلم المتاحف	٠٦٠
وسائل الإعلام والصحافة والنشر	٠٧٠
المجموعات	٠٨٠
المخطوطات والكتب النادرة	٠٩٠

والمتمامل للجدول رقم (١)، يمكن أن يخرج بالحقائق الآتية :

١- أن نظام تصنيف ديوي العشري قد أفلح عندما وضع موضوع "وسائل الإعلام والصحافة والنشر" في القسم العام "علم الحاسب والمعرفة والنظم"، فلاشك أن دراسة هذه الموضوعات يهتم بها علماء النفس، والاجتماع، والعلوم السياسية، واللغويون، وعلماء الحيوان، وعلماء علم أصول الإنسان (الأنثروبولوجيون)، والفلاسفة، والاقتصاديون، وخبراء الإعلان والدعاية والتسويق والتعليم ... وغيرهم كثير ، فدراسة هذه الموضوعات مهمة جدًا ومفيدة لتخصصاتهم العلمية (روبن، ١٩٩١، ص ١٧)؛ لذا فمن الأفضل وضع هذه الموضوعات في القسم العام.

٢- أن النظام على الرغم من أنه قد وضع موضوع "وسائل الإعلام والصحافة والنشر" في ذيل موضوعات القسم العام؛ إلا أن كان من الأفضل وضعه بعد موضوع "علوم المكتبات والمعلومات"، على اعتبار أن هذين الموضوعين ذات طبيعة موضوعية بحتة، في مقابل باقي تفرعات القسم العام ذات الطبيعة الشكلية.

٣- أن نظام تصنيف ديوي العشري قد اختار ثلاثة مصطلحات متفاوتة لهذا المجال: وسائل الإعلام، والصحافة، والنشر. وهذه المصطلحات الثلاثة متداخلة ومتفاوتة وليست على مستوى واحد يجمعها، بل كل مصطلح منها يدل على مستوى دون الآخر. فمصطلح " وسائل الإعلام " يدل على أحد موضوعات مجال الاتصال، وأحد ميادينه الأساسية، حيث يقصد بها الوسائل التي تمكننا أو تمكن

المرسل من الاتصال بالجماهير الغفيرة وغير المتجانسة والمنتشرة جغرافياً، وتعبير وسائل الإعلام أكثر تخصيصاً من تعبير وسائل الاتصال الذي يشمل وسائل الاتصال بصفة عامة جماهيرية وغير جماهيرية، كما أن تعبير وسائل الإعلام مألوفاً لدى غالبية الناس (كامل، ١٩٩٦، ص ١٢٧). ومصطلح "الصحافة" يشير إلى أحد الموضوعات الفرعية التابعة لموضوع "وسائل الإعلام"، فالصحافة كوسيلة إعلامية لها أهميتها في التأثير على الرأي العام، ووسيلة اتصالية بين طرفين مرسل ومتلقي، وتقدم رسائلها الإعلامية بشكل جذاب شيق، وعلى نحو يضمن الإثارة والتفاعلية لدى الجمهور (اليمني، ٢٠٢٢، ص ٩). وبغرض الوقوف على معالجة تصنيف ديوي العشري الأصلي في طبعته الثالثة والعشرين لتفريعات موضوع "وسائل الإعلام والصحافة والنشر" في هذا القسم العام، كان لابد من عرضها، على النحو الذي يوضحه الجدول رقم (٢).

جدول رقم (٢)

تفريعات موضوع "وسائل الإعلام والصحافة والنشر" في تصنيف ديوي العشري الأصلي

رمز التصنيف	الموضوع
٠٧١	الصحافة والصحف في أمريكا الشمالية
٠٧٢	الصحافة والصحف في الجزر البريطانية في إنجلترا
٠٧٣	الصحافة والصحف في أوروبا الوسطى في ألمانيا
٠٧٤	الصحافة والصحف في فرنسا وموناكو
٠٧٥	الصحافة والصحف في إيطاليا والمناطق الملحقة
٠٧٦	الصحافة والصحف في شبه جزيرة أيبيريا والجزر الملحقة في إسبانيا
٠٧٧	الصحافة والصحف في أوروبا الشرقية في روسيا
٠٧٨	الصحافة والصحف في الدول الاسكندنافية
٠٧٩	الصحافة والصحف في المناطق الجغرافية الأخرى

وعند تحليل معالجة تصنيف ديوي العشري لتفريعات موضوع "وسائل الإعلام والصحافة والنشر"، يلاحظ وجود بعض الملاحظات المتعلقة بنقاط الضعف فيها على النحو الآتي :

١- أن هذا النظام قد خصص الرموز (٠٧١-٠٧٩) في هذا الموضوع للتفريعات المكانية فقط، دون عرض تقسيمات موضوعية تخص هذا الموضوع، فغابت بذلك التقسيمات الموضوعية التي تعبر عن هذا الموضوع، وهذا يتنافى مع المبادئ الأساسية لهذا النظام، والتي تعتمد على تصنيف الموضوع حسب مظاهره المختلفة.

٢- أن النظام قد عرض لبعض التقسيمات الموضوعية الخاصة بهذا الموضوع، حيث خصص الرموز (٠٧٠،٩-٠٧٠،١)، وذلك على النحو الذي يوضحه الجدول الآتي :

جدول رقم (٣)

التقسيمات الموضوعية لموضوع "وسائل الإعلام والصحافة والنشر" في تصنيف ديوي العشري الأصلي

رمز التصنيف	الموضوع
٠٧٠،١	الوسائط الوثائقية، الوسائط التعليمية، الوسائط الإخبارية
٠٧٠،٤	الصحافة
٠٧٠،٥	النشر
٠٧٠،٩	المعالجة التاريخية ومعالجة الأفراد للصحافة والصحف

٣- أن هذه التقسيمات الموضوعية لا تعبر عن كافة التقسيمات الخاصة بموضوع وسائل الإعلام والصحافة والنشر، حيث لم يعرض النظام في هذا الموضوع لعدد من وسائل الإعلام لها أهميتها ودورها الحيوي، ولها إنتاجها الفكري الخاص بها، كالسينما التي تعد وسيلة إعلامية جماهيرية لها أهميتها في استيعاب عددًا كبيرًا من الناس يقدرون بالمئات وقد يتجاوزن الآلاف أحيانًا، بجانب أنها تعمل على فترات طويلة من اليوم وحتى منتصف الليل عادة؛ لذا يعد من ضمن مؤشرات التنمية الإعلامية في بلد ما كفاية عدد مقاعد السينما (كامل، ١٩٩٦، ص ١٨٨)، كذلك المسرح الذي لم يعرضه النظام في هذا الموضوع، على الرغم أنه من " المؤكد أن أساتذة الاتصال وباحثيه يعتبرون المسرح من وسائل الاتصال الإنساني بصفة عامة، بل هو من أقدمها ومن أصولها التي تفرعت عنها أساليب الاتصال الأخرى (كامل، ١٩٩٦، ص ٢٢٢)". هذا بجانب تخصيص لموضوع الصحافة رمز ٠٧٠،٤، ولموضوع الصحف رمز ٠٧٠،١٧٢، ففي هذا تشتت للموضوع الواحد.

٤- أن الدكتور العناني (١٩٩١، ص ص ١٧٣-١٧٦) بعد دراسة وتتبع موضوعات مجال الإعلام والاتصال في تصنيف ديوي العشري قد تبين له أنها بالفعل مستغرقة ومشتتة بين جميع أقسام النظام، حيث وزعها على أقسام "علم الحاسب والمعرفة والنظم"، و"العلوم الاجتماعية"، و"العلوم البحتة"، و"العلوم التطبيقية"، و"الفنون"، و"الآداب"، و"التاريخ والتراجم"، وتوصل إلى أن هناك تشتتًا واضحًا لفروع وتفرعات هذا المجال داخل تصنيف ديوي العشري، حيث تشتت مواقع وسائل الاتصال الجماهيري في النظام في أكثر من موضع، وتشتت كذلك تفرعات وسائل الاتصال الجماهيري، وأن مواقع مجال الاتصال في النظام غير متسقة، وغير منطقية.

٥- أن الدكتور العناني (١٩٩١، ص ١٧٤) قد وضع مصطلح "الدعوة الإسلامية" ضمن التفرعات التي قدمها تصنيف ديوي العشري لمجال الإعلام أو الاتصال، وخصص له الرموز (٢١٨،٣٧)-

٢١٨,٣٩ - ٢١٨,٦)، غير أن هذا المصطلح لم يرد في تصنيف ديوي العشري الأصلي في أي طبعة، لكنه ورد في تعديل معهد الإدارة العامة (١٩٨٥) الذي تم الاعتماد عليه من جانب الدكتور العناني. ٦- أنه بالبحث في التقسيمات الموضوعية الخاصة بمجال الإعلام أو الاتصال في كل أقسام تصنيف ديوي العشري الأصلي، وفي الكشف النسبي كذلك، لم يتم العثور على مصطلح الإعلام الإسلامي أو مصطلح الدعوة الإسلامية أو أي مصطلح مرادف آخر، ومن هنا فإن هذا النظام لم يقدر مجال الإعلام الإسلامي، ولم يتعامل معه كمجال علمي معترف به عالمياً، يحظى بشعبية واسعة وتأييد من جانب عدد كبير من المتخصصين والعاملين فيه، له مؤسساته الأكاديمية الخاصة به، وله إنتاجه الفكري، وله مؤسساته المعلوماتية الخاصة به، وله مراكزه المتخصصة.

ولما كان مجال الإعلام الإسلامي ذو طبيعة دينية، فكان لا بد من الرجوع إلى تصنيف ديوي العشري الأصلي في طبعته الثالثة والعشرين في قسم الديانات؛ للبحث والدراسة عن مصطلح الإعلام الإسلامي أو مصطلح الدعوة الإسلامية أو أي مصطلح مرادف آخر، فقد حجز ديوي Dewey المرتبة الثالثة في نظامه العشري لقسم الديانات، وخصص لها الرموز (٢٠٠-٢٩٩)، ويمثل موضوع "ديانات أخرى" آخر موضوعات قسم الديانات، وخصص له الرموز (٢٩٠-٢٩٩). ولمعرفة موقع موضوع "ديانات أخرى" داخل بنية موضوعات قسم الديانات؛ كان لا بد من عرض موضوعات قسم الديانات في الجدول رقم (٤):

جدول رقم (٤)

موضوعات قسم الديانات في تصنيف ديوي العشري الأصلي

رمز التصنيف	الموضوع
٢١٠	فلسفة الديانات ونظرياتها
٢٢٠	الكتاب المقدس، الإنجيل
٢٣٠	الديانة المسيحية
٢٤٠	الأخلاق والعبادات المسيحية
٢٥٠	التعاليم المسيحية والكنيسة المحلية
٢٦٠	اللاهوت المسيحي
٢٧٠	التاريخ العام للكنيسة
٢٨٠	الطوائف المسيحية
٢٩٠	الديانات الأخرى

ومن الواضح من الجدول رقم (٤) أن ملفل ديوي قد خصص للديانة المسيحية نسبة ٧٧,٨% من إجمالي التفريعات والرموز الخاصة بهذا القسم، وهي نسبة كبيرة جداً على ديانة واحدة، في حين وضع كل

الديانات الأخرى في قسم واحد فقط، مخصصاً لها نسبة ٢٢,٢% من الإجمالي، وهذا الوضع لا يتناسب مع الإنتاج الفكري للديانات الأخرى، كما يلاحظ أيضاً أنه وضع موضوع "الإسلام" في القسم الأخير الديانات الأخرى (٢٩٠)؛ وللتعرف على موقع موضوع "الإسلام" في قسم "الديانات الأخرى"؛ كان لابد من عرض تفريعاته على النحو الآتي :

جدول رقم (٥)

تفريعات موضوع "الديانات الأخرى" في تصنيف ديوي العشري الأصلي

رمز التصنيف	الموضوع
٢٩١	غير معين
٢٩٢	الديانات الإغريقية والرومانية
٢٩٣	الديانة الألمانية (الجرمانية)
٢٩٤	ديانات ذات أصول هندية
٢٩٥	الزرادشتية
٢٩٦	اليهودية
٢٩٧	الإسلام والباهية
٢٩٨	رمز اختياري
٢٩٩	ديانات أخرى

ومن خلال الجدول رقم (٥) يحتل موضوع "الإسلام" المرتبة السابعة في قسم الديانات الأخرى في تصنيف ديوي العشري الأصلي، وخصص له الرمز (٢٩٧) فقط للإنتاج الفكري الخاص به؛ وبغرض دراسة معالجة تصنيف ديوي العشري الأصلي في طبعته الثالثة والعشرين لموضوع "الإسلام"، وما مدى توافر مصطلح الإعلام الإسلامي أو مصطلح الدعوة الإسلامية أو أى مصطلح مرادف آخر ضمن التفريعات المقدمة من قبل النظام الأصلي، كان لابد من عرض تفريعاته كما وردت في النظام، ويكشف الجدول رقم (٦) عن تفريعات موضوع "الإسلام" في تصنيف ديوي العشري الأصلي.

جدول رقم (٦)

تفريعات موضوع "الإسلام" في تصنيف ديوي العشري الأصلي

رمز التصنيف	الموضوع
٢٩٧,١	المصادر، العلاقات، المواقف الإسلامية
٢٩٧,٢	مذهب علم اللاهوت الإسلامي
٢٩٧,٣	الشعائر الإسلامية
٢٩٧,٤	التصوف
٢٩٧,٥	الأخلاق الإسلامية
٢٩٧,٦	القادة والزعماء الإسلاميين
٢٩٧,٧	الأنشطة الإسلامية
٢٩٧,٨	الفرق والطوائف الإسلامية
٢٩٧,٩	البوهية

وبتحليل تفريعات موضوع "الإسلام" كما وردت في تصنيف ديوي العشري الأصلي، يلاحظ الوصول إلى الحقائق الآتية :

١- أن تصنيف ديوي العشري قد استخدم بعض المصطلحات التي استعارها من الدين المسيحي، ولا تصلح بأي حال من الأحوال استخدامها في الدين الإسلامي، مثل مصطلح "مذهب علم اللاهوت الإسلامي"، حيث لا يوجد في ديننا الإسلامي ما يطلق عليه علم اللاهوت الإسلامي، ومصطلح "الحماية في الإسلام"، ومصطلح "الطوائف الإسلامية". وعليه لم يتعرف تصنيف ديوي العشري على طبيعة الدين الإسلامي، ولم يدرس تفريعاته المختلفة، ولم يعبر عن إنتاجه الفكري.

٢- أن تفريعات تصنيف ديوي العشري لموضوع "الإسلام" لم تكشف النقاب عن الفقه وعلم أصول الفقه، على الرغم من أنهما من الموضوعات الرئيسية للدين الإسلامي، وكذلك العديد من التفريعات تحت الموضوعات الأساسية للدين الإسلامي.

٣- أن تصنيف ديوي العشري قد استخدم مصطلح "مذهب علم اللاهوت الإسلامي"، للتعبير عن العقيدة وعلم الكلام، وهذا الأمر ليس له ما يبرره، فقد كان من الأفضل أن يستخدم المصطلحات التي تعبر عن موضوعات الدين الإسلامي أساساً.

٤- أنه بالبحث في هذه التفريعات لم يتم العثور على مصطلح الإعلام الإسلامي أو مصطلح الدعوة الإسلامية أو أى مصطلح مرادف آخر، وعليه لم يقدم تصنيف ديوي العشري هذا المصطلح، ولم يتعامل معه بالشكل المطلوب، وبالتالي خلت التفريعات من أى تفريعات تخص هذا المصطلح. وإلتزام الفائدة، والتأكد الكامل من مدى وجود مصطلح الإعلام الإسلامي أو مصطلح الدعوة الإسلامية أو أى مصطلح مرادف آخر من عدمه في كل أقسام تصنيف ديوي العشري الأصلي؛ كان لابد من البحث في الكشاف النسبي لهذا النظام في طبعته الثالثة والعشرين، حيث قدم الكشاف الموضوعات الآتية تحت مصطلح Islam :

جدول رقم (٧)

تفريعات مصطلح Islam في الكشاف النسبي لتصنيف ديوي العشري الأصلي

الرمز	الموضوع
٢٩٧	الإسلام
٧٠٤,٩٤٨٩٧	تمثيل الفنون
٧٠٠,٤٨٢٩٧	الفنون
ج٣-٣٨٢٩٧	
٢٩٤,٣٣٥	الإسلام والبوذية
٢٩٤,٣٣٥	رأى البوذية
٢٩٧,٢٨٤٣	رأى الإسلام
٢٦١,٢٧	الإسلام والمسيحية
٢٦١,٢٧	رأى المسيحية
٢٩٧,٢٨٣	رأى الإسلام
٢٩٤,٥١٥	الإسلام والهندوسية
٢٩٤,٥١٥	رأى الهندوسية
٢٩٧,٢٨٤٥	رأى الإسلام
٢٩٤	الإسلام والأديان الهندية
٢٩٤	رأى الهندية
٢٩٦,٣٩٧	رأى الإسلام
٢٩٦,٣٩٧	الإسلام واليهودية

٢٩٧,٢٨٢	رأى الإسلام
٢٩٦,٣٩٧	رأى اليهودية
٢٩٧,٢٦١	الإسلام والسحر
٢٩٤,٦١٥	الإسلام والسيخية
٢٩٧,٢٨٤	رأى الإسلام
٢٩٤,٦١٥	رأى السيخية
٥٢٩,٣٢٧	التقويم الإسلامي
٢٩٧,٧٧	التربية الإسلامية
٢٩٧,٥	الأخلاق الإسلامية
٢٩٧,٠٩	الأصولية الإسلامية
٢٩٧,٣٦	العطلات الإسلامية
٣٤٠,٥٩	القانون الإسلامي
٢٩٧,١٨	الأساطير الإسلامية
١٨١,٠٧	الفلسفة الإسلامية
١٧٦٧ - ٢ج	الديانة الإسلامية
٣٧١,٠٧٧	المدارس الإسلامية
٧٢٦,٢	الأضرحة الإسلامية

ومن الواضح من خلال الجدول السابق خلو الكشاف النسبي لتصنيف ديوي العشري من مصطلح الإعلام الإسلامي أو مصطلح الدعوة الإسلامية أو أى مصطلح مرادف آخر، وبالتالي يتضح فقر هذا النظام في توفير ولو مصطلح وحيد دون تفرعات لمجال الإعلام الإسلامي، من باب أضعف الإيمان، ولاسيما وأن هذا المجال يحظى بإنتاج فكري منشور في أشكال مختلفة؛ ذلك لأن هذا النظام لم يقم بدراسة الدين الإسلامي، ولم يتعرف على تفرعاته، ولم يحدد اتجاهات إنتاجه الفكري، واكتفى بوضع مجموعة من التفرعات تميل أكثر إلى الدين المسيحي، وعليه يصبح من الخطأ تطبيق تصنيف ديوي العشري الأصلي في المكتبات التي تقتني أوعية معلومات تعالج هذا المجال.

وبالتالي يتضح بجلاء قصور معالجة تصنيف ديوي العشري الأصلي لهذه الموضوعات المتخصصة، وهذا الأمر يمكن تبريره بأن نظم التصنيف العامة أو بشكل عام أدوات التحليل الموضوعي العامة (نظم تصنيف عامة - قوائم رؤوس موضوعات عامة - مكانز عامة) لا تتناسب مع الإنتاج الفكري المتخصص في المكتبات ومراكز المعلومات المتخصصة، حيث تحاول هذه الأدوات أن توازن بين تخصصات

المعرفة البشرية المختلفة، بحيث تتعامل معها بشكل أقرب إلى النظرة العامة، وعدم الدخول في دقائق هذه التخصصات، وتعقيدها وغوامضها.

٢/١/١/٣ في تصنيف مكتبة الكونجرس:

إذا كان تصنيف ديوي العشري الأصلي قد وزع تفرّيعات مجال الاتصال والإعلام على أماكن متفرقة وأقسام متعددة، فإن تصنيف مكتبة الكونجرس في معالجته لتفرّيعات هذا المجال قد سار على نفس الدرب، وسلك نفس النهج، فقد أوضح العناني (١٩٩١، ص ص ١٧٧-١٧٩) أن معالجة تصنيف مكتبة الكونجرس لتفرّيعات مجال الاتصال والإعلام بعيدة عن الإحكام والمنطقية، حيث وزع النظام تفرّيعات هذا المجال في أماكن متفرقة، وأقسام متعددة، وبالتالي يظل الشك قائماً في صلاحية استخدام هاتين الخطتين في التنظيم والتحليل الموضوعي للإنتاج الفكري المتخصص في هذا المجال في المكتبات والمراكز المتخصصة فيه؛ لعجزهما عن الوفاء بمتطلبات التفرّيعات التي تتطلبها طبيعة المكتبات والمراكز المتخصصة في هذا المجال، لكثرة الإنتاج الفكري بها، وحاجتها إلى التحليل العميق والدقيق لمحتويات هذا الإنتاج لتيسير سبل الإفادة منه، وتشتت التفرّيعات الخاصة بهذا المجال بين الأقسام المختلفة في الخطتين، ومن ثم يبدو عدم صلاحية هاتين الخطتين للتطبيق على المكتبات والمراكز المتخصصة في هذا المجال.

كما خصص نظام الكونجرس القسم الثاني في نظامه لقسم "الفلسفة والأديان - عام"، برمز (B)، ووضع موضوع "الإسلام" في هذا القسم. ولمعرفة موقع موضوع "الإسلام" داخل بنية موضوعات قسم "الفلسفة والأديان - عام"؛ كان لابد من عرض الموضوعات الأساسية لهذا القسم، كما يرد في الجدول رقم (٨):

جدول رقم (٨)

موضوعات قسم "الفلسفة والأديان" - عام "في تصنيف مكتبة الكونجرس

الموضوع	رمز التصنيف
المنطق	BC
الميتافيزيقا	BD
علم النفس	BF
الجماليات	BH
الأخلاق	BJ
الأديان	BL
اليهودية	BM
الإسلام	BP
المسيحية	BR
التوراة	BS
التعاليم اللاهوتية	BT
العبادات اللاهوتية	BV

والمتمأمل للجدول رقم (8)، يلاحظ أن تصنيف مكتبة الكونجرس قد توفق عندما وضع موضوع "الإسلام" في قسم "الفلسفة والأديان - عام"، لكنه لم يحسن في ترتيب الديانات، فمن المعروف أن الديانة المسيحية قد ظهرت بعد الديانة اليهودية، وأن الديانة الإسلامية قد ظهرت بعد الديانة المسيحية. وبغرض الوقوف على معالجة تصنيف مكتبة الكونجرس لتقريعات موضوع "الإسلام" التي وردت في المجلد الخاص بالقسم الفرعي BL-BQ الخاص بـ "الديانات غير المسيحية" Non Christian religions؛ كان لابد من عرضها في الجدول رقم (٩).

جدول رقم (٩)

تفريعات موضوع "الإسلام" في تصنيف مكتبة الكونجرس

رمز التصنيف	الموضوع
BP 1-610	الإسلام، البهائية، الثيوصوفية
1-253	الإسلام
50-68	التاريخ
٨٠-٧٠	التراجم
75-77.75	النبي محمد - توفي عام ٦٣٢
87-89	الأدب الإسلامي
100-137.5	الكتب المقدسة
100-134	القرآن
166-166.94	علم الكلام
174-190	تطبيق الإسلام
191-253	الفروع، المذاهب، التعديلات
300-395	البهائية
500-585	الثيوصوفية (معرفة الله من خلال الصوفية)
595-597	الصوفيون
600-610	معتقدات أخرى

وعند تحليل معالجة تصنيف مكتبة الكونجرس لتفريعات موضوع "الإسلام"، يلاحظ وجود بعض الملاحظات المتعلقة بنقاط الضعف فيها على النحو الآتي :

١- أنه على الرغم من أن تصنيف مكتبة الكونجرس قد وفق في التعبير عن الموضوعات الأساسية لموضوع "الإسلام"، مثل: القرآن الكريم، وعلم الكلام، والفروع والمذاهب، والصوفية؛ إلا أنه غض الطرف عن بعض الموضوعات الأساسية للدين الإسلامي، مثل: السنة النبوية الشريفة، والفقهاء الإسلامي وأصوله.

فالسنة النبوية الشريفة هي المصدر الثاني للتشريع الإسلامي بعد القرآن الكريم، واتفق الجمهور على وجوب الأخذ بها والعمل بها، وهي تمثل كل ما أضيف إلى النبي صلى الله عليه وسلم من قول أو فعل أو تقرير أو صفة خلقية سواء قبل البعثة أو بعدها (السباعي، ١٩٧٨، ص٤٧).

والفقه في الدين الإسلامي من أهم الواجبات وأشرف العلوم، وهو أمانة من أمارات التوفيق من الله للعبد، ويمكن تعريفه بأنه: معرفة الأحكام الشرعية بالاستدلال بالفعل أو بالقوة القريبة، أو العلم بالأحكام الشرعية العملية المكتسبة من أدلتها التفصيلية. أما علم أصول الفقه فيعد من العلوم التي ظهرت في أواخر القرن الثاني الهجري، وهو العلم الذي يعتمد علي استنباط أحكام الفقه، فقد بدأ في عصر كبار الصحابة رضوان الله عليهم، حيث إنهم كانوا يستنبطون الأحكام الشرعية لتطبيقها علي وقائع وأحداث جديدة من غير ضوابط(الجرجاني، ١٩٨٣، ص٢٨)، أو هو القواعد التي تبين طريقة استخراج الأحكام من الأدلة. إذن فالفقه وأصول الفقه متباينان، فالفقه يدور حول الأحكام الفقهية نفسها، أما أصول الفقه فيدور حول طرق استنباط الأحكام الفقهية، ومرتببة علم أصول الفقه من العلوم الأخرى، أنه من العلوم الشرعية، وهو للفقه كأصول النحو وعلوم الحديث للحديث(إسماعيل، ١٩٨١، ص ص ٢٠-٢١).

٢- أن التفرعات المقدمة من قبل تصنيف مكتبة الكونجرس لموضوع "الإسلام" قد ظهر فيها التفرعات الشكلية لموضوع "الإسلام"، مثل: التاريخ، والتراجم، وهذا مرده إلى اعتماد النظام في بنائه على السند الفكري من واقع المجموعات المليونية الشاملة في مكتبة الكونجرس، فالنظام لم يصمم ليكون تصنيفاً عاماً، ولكن صمم ليكون نظاماً خاصاً يناسب مجموعات مكتبة الكونجرس الحالية والمستقبلية.

٣- أن ترتيب التفرعات المقدمة من قبل تصنيف مكتبة الكونجرس لموضوع "الإسلام" لم يكن منطقياً في بعض الأحيان، فليس من المنطقي وضع تفرع "النبى محمد صلى الله عليه وسلم" قبل تفرع "الكتب المقدسة" وتفرع "القرآن"، كما أنه ليس من المنطقي وضع تفرع "الأدب الإسلامي" بين تفرع "النبى محمد صلى الله عليه وسلم" وتفرع "الكتب المقدسة".

٤- أنه بفحص التفرعات المقدمة من قبل تصنيف مكتبة الكونجرس لموضوع "الإسلام"؛ وذلك بغرض البحث عن مصطلح الإعلام الإسلامي أو مصطلح الدعوة الإسلامية أو أى مصطلح مرادف آخر، تبين تقديم النظام لمصطلح الدعوة الإسلامية، ومصطلح الإعلام الإسلامي، على النحو الآتي :

١/٤ أن تصنيف مكتبة الكونجرس قد عالج مصطلح الدعوة الإسلامية (Da'wah Islam)، وقد خصص له الرمز **BP170.85** ، والشكل الآتي يبين رأس موضوع الدعوة الإسلامية مع أرقام التصنيف الأكثر شيوعاً. وبذلك قدم تصنيف مكتبة الكونجرس لمصطلح "الدعوة الإسلامية"، دون أن يقدم له أى تفرعات تذكر، وبذلك لم يتعامل النظام مع هذا المصطلح على الوجه الصحيح، بل تعامل معه على إنه مجرد فرع من موضوع "الإسلام"، وهذا الرمز الوحيد الخاص بالدعوة الإسلامية **BP170.85** لا يناسب الإنتاج الفكري الخاص بهذا المصطلح.

٢/٤ أن تصنيف مكتبة الكونجرس قد عالج مصطلح الإعلام الإسلامي **Mass media and telecommunication in Islam** ، وقد خصص له الرمز **BP185.7- BP185.72**، والشكل الآتي يبين رأس موضوع الإعلام الإسلامي مع أرقام التصنيف الأكثر شيوعاً وتفرعاته في تصنيف مكتبة الكونجرس.

BP185.7	Mass media and telecommunication in Islam <input type="checkbox"/>
BP185.72	General works <input type="checkbox"/>
	Advertising. Publicity. Public relations <input type="checkbox"/>
	Religious broadcasting <input type="checkbox"/>

شكل رقم (١)

تفريعات موضوع "الإعلام الإسلامي" في تصنيف مكتبة الكونجرس

وعلى الرغم من تفوق تصنيف مكتبة الكونجرس على تصنيف ديوي العشري في معالجته لمصطلح الإعلام الإسلامي، حيث أحسن نظام الكونجرس في توفير مدخل خاص لهذا المصطلح، وخصص له رمزًا خاصًا به، وعلى الرغم من أنه توفيق في توفير تفريعات لهذا المصطلح، وهي: إعلان، شهرة إعلامية، العلاقات العامة، البث الديني؛ إلا أن هذه التفريعات ضئيلة جدًا، محدودة للغاية، لا تعبر بشكل كامل عن كل تفريعات مجال الإعلام الإسلامي، كما أن الرمز المخصص للأعمال العامة في هذا المجال لا يناسب تصنيف الإنتاج الفكري الخاص بهذا المجال، الذي يتسم بالتنوع والوفرة، حيث يؤدي ذلك إلى تكديس كل الإنتاج الفكري العام لمجال الإعلام الإسلامي تحت رمز تصنيف واحد فقط وهو: BP 185.7.

٣/٤ أن تصنيف مكتبة الكونجرس قد جانبه الصواب عندما وفر مصطلح الدعوة الإسلامية ومصطلح الإعلام الإسلامي، وخصص لكل منهما رمزًا تصنيفيًا محددًا؛ وذلك على الرغم من المصطلحين يعبران عن مفهوم واحد ودلالة محددة ومجال موضوعي وحيد، حيث أوضحت الدراسة الحالية في إطارها النظري أن هناك علاقة بين الدعوة الإسلامية والإعلام الإسلامي، فهناك من يرى أن الدعوة والإعلام شيء واحد، وهناك من يرى أن الدعوة والإعلام مختلفان من حيث المنهجية والهدف، بينما هناك من يرى أن الدعوة جزء من الإعلام الإسلامي، في حين هناك من يرى أن الدعوة الإسلامية أوسع من الإعلام الإسلامي (الزبيدي، ٢٠١٠، ص ١٢٠-١٢١).

٥- أنه على الرغم من أن تصنيف مكتبة الكونجرس هو من أفضل النظم العامة للتصنيف في معالجة الموضوعات المتخصصة بشكل أكثر تفصيلًا، فكل قسم من أقسامه الرئيسية يمثل نظامًا متخصصًا إذ له جداوله الخاصة وكشافه الخاص وينشر كذلك على حدة، حيث تعتمد عليه بعض المكتبات المتخصصة في عملية تصنيف مجموعاتها، إذ لم يتوافر نظام تصنيف متخصص في مجالها، حيث أثبت فعاليته للمكتبات الأكاديمية والجامعية ذات المجموعات الضخمة، فقد طبق بنجاح في المكتبات البحثية والمتخصصة والجامعية في أنحاء العالم؛ إلا أن معالجته لمجال الإعلام الإسلامي لا تفي مصطلحات هذا المجال، ولا تتناسب مع إنتاجه الفكري.

٣/١/١/٣ في التعديلات العربية لتصنيف ديوي العشري:

إذا كانت معالجة تصنيف ديوي العشري الأصلي لمجال الإعلام الإسلامي تتصف بالفقر، حيث عجز هذا النظام في توفير ولو مصطلحًا وحيدًا لمجال الإعلام الإسلامي، من باب أضعف الإيمان، ولاسيما وأن هذا المجال يحظى بإنتاج فكري منشور في أشكال مختلفة، فله العذر كل العذر في ذلك؛ ذلك لأن تصنيف ديوي العشري يعبر عن ثقافة صاحبه، فمن المعروف أن ملفل ديوي قد تحيز في تصنيفه العشري للثقافة الأمريكية والثقافة الأوروبية، أو الثقافة الأنجلو - سكسونية، والسبب في ذلك أنه نشأ في الربع الأخير من القرن ١٩، وأن المجموعات العربية لم تكن ذات أثرًا واضحًا في المكتبات الأمريكية في ذلك الوقت، ولما كان ديوي قد بني تصنيفه على مجموعات مكتبة أمهرست، التي كانت تفتقد لأي مجموعات عربية في ذلك الوقت، كذلك لم يكن يدور بخلد ديوي أن نظامه سوف يستخدم في معظم بلاد العالم؛ لذلك كان من الطبيعي ألا يوفر ديوي مكانًا كافيًا للموضوعات العربية والإسلامية. فهل نجحت التعديلات العربية لتصنيف ديوي العشري في تقديم المعالجة الجيدة لمجال الإعلام الإسلامي؟ وهل قدمت الحلول للمشكلات التي وقع فيها النظام الأصلي؟ لذا فمن الضروري دراسة معالجة التعديلات العربية لتصنيف ديوي العشري لمجال الإعلام الإسلامي.

ونتيجة لكثرة التعديلات العربية لتصنيف العشري لديوي، ومن أجل الدراسة والتحليل، كان على الباحث اختيار عينة من هذه التعديلات لإخضاعها للدراسة التحليلية المقارنة؛ لذا روعي عند اختيار العينة المعايير والاعتبارات الآتية :

- ١- أن تمثل العينة أحدث التعديلات العربية التي صدرت في البلاد العربية، على اعتبار أن الحداثة تعد مؤشرًا ذا دلالة على استيعاب التعديل لمجال الإعلام الإسلامي، ومواكبة التطورات الحاصلة في هذا المجال، واستيعاب ما استجد من تقريعات؛ لذا تم اختيار تعديل شريف الطبعة الثانية.
- ٢- أن تمثل العينة أشهر التعديلات العربية على ساحة مجال المكتبات والمعلومات في الوطن العربي، وأكثر التعديلات المستخدمة في المكتبات؛ لذا تم اختيار تعديل العائدي الطبعة الثانية.
- ٣- أن تمثل العينة نمطي التعديل، بحيث تضم التعديلات العربية المعتمدة أو الرسمية من فورست برس ناشر تصنيف ديوي العشري الأصلي؛ لذا تم اختيار تعديل المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم الطبعة العربية الثانية، وتشمل التعديلات العربية غير المعتمدة أو غير الرسمية؛ لذا تم اختيار تعديل فؤاد إسماعيل، وتعديل الخاروف والخالدي، وتعديل العائدي الطبعة الثانية، وتعديل شريف الطبعة الثانية.
- ٤- أن تمثل العينة حلقة مهمة من حلقات التعديلات العربية، وأن يكون له أثره في المكتبات العربية، ويتم استخدامه في عدد منها، وأن يستحوذ علي إعجاب العديد من المكتبات؛ لذا تم اختيار تعديل فؤاد إسماعيل.

- ٦- أن تشكل العينة تعديلات تمثل وجهة نظر مختلفة عن المكتبات المصرية؛ لذا تم اختيار تعديل الخاروف والخالدي.
- ٧- أن تمثل العينة المختارة من التعديلات جهداً علمياً أصيلاً مبتكراً، لا تلخيص لتعديل سبق نشره من قبل؛ لذا تم اختيار تعديل فؤاد إسماعيل، وتعديل الخاروف والخالدي، وتعديل المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم الطبعة العربية الثانية، وتعديل العائدي الطبعة الثانية.
- ٨- أن تكون العينة المختارة من هذه التعديلات قابلة للبحث وصالحة للدراسة، بحيث ألا تكون قد سبق دراستها من قبل في هذا المجال؛ لذا تم اختيار تعديل خفاجي، وتعديل شريف.
- وقد أسفر تطبيق هذه المعايير وتلك الاعتبارات على التعديلات العربية للتصنيف العشري لديوي عن اختيار تعديل فؤاد إسماعيل، تعديل الخاروف والخالدي، تعديل المنظمة العربية الثانية، تعديل خفاجي، تعديل العائدي الطبعة الثانية، تعديل شريف الطبعة الثانية، مرتبة حسب تاريخ صدورها.
- فأما عن معالجة التعديلات العربية لتصنيف ديوي العشري محل الدراسة لمجال الإعلام والاتصال، فالجدول رقم (١٠) يوضح تفريعات موضوع "وسائل الإعلام والصحافة والنشر" في التعديلات العربية لتصنيف ديوي العشري.

جدول رقم (١٠)

تفريعات موضوع "وسائل الإعلام والصحافة والنشر" في التعديلات العربية لتصنيف ديوي العشري

رمز التصنيف	الموضوع
٠٧١	الصحافة والصحف في الوطن العربي
٠٧٢	الصحافة والصحف في الجزر البريطانية في إنجلترا وأمريكا الشمالية
٠٧٣	الصحافة والصحف في أوروبا الوسطى في ألمانيا
٠٧٤	الصحافة والصحف في فرنسا وموناكو
٠٧٥	الصحافة والصحف في إيطاليا والمناطق الملحقة
٠٧٦	الصحافة والصحف في شبه جزيرة أيبيريا والجزر الملحقة في إسبانيا
٠٧٧	الصحافة والصحف في أوروبا الشرقية في روسيا
٠٧٨	الصحافة والصحف في الدول الاسكندنافية
٠٧٩	الصحافة والصحف في المناطق الجغرافية الأخرى

وبتحليل معالجة التعديلات العربية لتصنيف ديوي العشري لمجال الإعلام والاتصال بشكل عام، فإنه يمكن الوصول إلى الحقائق الآتية :

١- أن معالجة التعديلات العربية لهذا المجال هي عبارة عن ترجمة حرفية لما جاء في النظام الأصلي، فلم تخضع موضوعات هذا المجال إلى التعديل والتعريب من جانب هذه التعديلات، اللهم إلا تعديلاً بسيطاً في القسم العام فقط.

٢- أن معالجة التعديلات العربية لموضوع " وسائل الإعلام والصحافة والنشر " في القسم العام نسخة طبق الأصل من معالجة تصنيف ديوي العشري الأصلي، فقد سارت التعديلات بنفس نهج النظام الأصلي في معالجة هذا الموضوع، فيما عدا القسم الأول الذي تم تخصيصه في التعديلات العربية لموضوع " الصحافة والصحف في الوطن العربي"، بدلاً من موضوع " الصحافة والصحف في أمريكا الشمالية" في النظام الأصلي، في حين تم تخصيص القسم الثاني في التعديلات العربية لموضوع " الصحافة والصحف في الجزر البريطانية في إنجلترا وأمريكا الشمالية"، حيث تم نقل موضوع " الصحافة والصحف في أمريكا الشمالية" من القسم الأول ووضعه مع موضوع "الصحافة والصحف في الجزر البريطانية في إنجلترا" ليصبح القسم الثاني مخصص لموضوع " الصحافة والصحف في الجزر البريطانية في إنجلترا وأمريكا الشمالية " معاً.

٣- أن التعديلات العربية قد سلكت نفس درب تصنيف ديوي العشري الأصلي في معالجة مجال الإعلام والاتصال، حيث تفرقت موضوعات هذا المجال، وتشنت بين أقسام "المعارف العامة"، و"العلوم الاجتماعية"، و"العلوم البحتة"، و"العلوم التطبيقية"، و"الفنون"، و"الآداب"، و"التاريخ والتراجم".

٤- أن معالجة التعديلات العربية لمجال الإعلام والاتصال ينطبق عليها نفس الملاحظات المتعلقة بنقاط الضعف في معالجة تصنيف ديوي العشري الأصلي لهذا الموضوع.

وأما عن معالجة التعديلات العربية محل الدراسة لمصطلح الإعلام الإسلامي أو مصطلح الدعوة الإسلامية أو أي مصطلح مرادف آخر في قسم الديانات، فقد تباينت التعديلات فيما بينها في هذه المعالجة، فلكل تعديل منها معالجته الخاصة؛ وذلك على النحو الآتي :

ففي تعديل فؤاد إسماعيل:

خصص تعديل فؤاد إسماعيل الرموز (٢٦٩-٢١٠) للدين الإسلامي وتفريعاته المختلفة، وتخصيص الرموز (٢٨٩-٢٧٠) للدين المسيحي وتفريعاته المختلفة، بينما تم تخصيص الرموز (٢٩٩-٢٩٠) للديانات الأخرى، كما هو موضح بالجدول رقم (١١).

جدول رقم (١١)

موضوعات قسم الديانات في تعديل فؤاد إسماعيل

رمز التصنيف	الموضوع
٢١٠	الإسلام
٢٢٠	القرآن الكريم وعلومه
٢٣٠	الحديث الشريف وعلومه
٢٤٠	العقيدة وأصول الدين
٢٥٠	الفقه الإسلامي
٢٦٠	التصوف الإسلامي
٢٧٠	الديانة المسيحية
٢٨٠	الطوائف والمذاهب المسيحية
٢٩٠	الديانات الأخرى

كما خصص تعديل فؤاد إسماعيل لمصطلح " الدعوة الإسلامية " مكانًا خاصًا في قائمة الدين الإسلامي، وحجز له الرمز ٢١٣، وبيّن الجدول رقم (١٢) معالجة التعديل لهذا المصطلح على النحو الآتي :

جدول رقم (١٢)

معالجة موضوع "الدعوة الإسلامية" في تعديل فؤاد إسماعيل

رمز التصنيف	الموضوع
٢١٣	الدعوة الإسلامية يشمل أيضًا الوعظ والإرشاد ونشر الإسلام في دول العالم غير الإسلامية والتوعية الإسلامية بين المسلمين وتبصيرهم بشئون دينهم
٢١٣,٩	المعاملة المكانية لنشر الإسلام والدعوة إليه صنف هنا أعمال مراكز الدعوة في العالم الإسلامي مثل رابطة العالم الإسلامي في مكة - المؤتمر الإسلامي في القاهرة
٢١٣,٩٤	الدعوة ومراكز الدعوة الإسلامية في الخارج

في تعديل الخاروف والخالدي:

اختلف تعديل الخاروف والخالدي عن تعديل فؤاد إسماعيل في تخصيصه للرموز المخصصة للدين الإسلامي في قسم الديانات، ويوضح الجدول رقم (١٣) معالجة تعديل الخاروف والخالدي لقسم الديانات.

جدول رقم (١٣)

موضوعات قسم الديانات في تعديل الخاروف والخالدي

رمز التصنيف	الموضوع
٢١٠	الإسلام
٢٢٠	القرآن الكريم وعلومه
٢٣٠	الحديث الشريف وعلومه
٢٤٠	العقيدة وأصول الدين (التوحيد)
٢٥٠	الفرق الإسلامية
٢٦٠	الفقه الإسلامي
٢٧٠	فقه المذاهب الإسلامية
٢٨٠	الدفاع عن الإسلام والأحزاب السياسية الحديثة
٢٩٠	الديانات الأخرى والديانات المقارنة

ومن الواضح أن تعديل الخاروف والخالدي قد خصص الرموز (٢١٠-٢٨٩) للدين الإسلامي وتفرعاته المختلفة، بينما تم تخصيص الرموز (٢٩٠-٢٩٩) للديانات الأخرى والديانات المقارنة، وأن الأقسام الأربعة الأولى لم تشهد أي تغيير عن تعديل فؤاد إسماعيل، بينما نجد أنه قد خصص أكثر من قسم لموضوع " الفقه"، وأُفرد قسمًا جديدًا لموضوع " الدفاع عن الإسلام والأحزاب السياسية الحديثة"، كما أنه لم يتعامل مع موضوع " التصوف الإسلامي" كقسم أساسي للدين الإسلامي كما فعل تعديل فؤاد إسماعيل، بل وضعه في نهاية القسم الأول كموضوع فرعي، وخصص له الرمز ٢١٩.

أما عن معالجة تعديل الخاروف والخالدي لمصطلح " الوعظ والإرشاد والدعوة الإسلامية " فعلى الرغم من المساحة الرمزية الكبيرة المخصصة من قبل هذا التعديل لموضوعات الدين الإسلامي؛ إلا أنه قد خصص له الرمز ٢١٥ فقط، ويوضح الجدول رقم (١٤) معالجة التعديل لمصطلح " الوعظ والإرشاد والدعوة الإسلامية ":

جدول رقم (١٤)

معالجة موضوع "الوعظ والإرشاد والدعوة الإسلامية" في تعديل الخاروف والخالدي

الموضوع	رمز التصنيف
الوعظ والإرشاد والدعوة الإسلامية	٢١٥
الوعظ والإرشاد يشمل التوعية الدينية عن طريق الخطب والدروس في المساجد وعبر أجهزة الإعلام المختلفة من صحافة وإذاعة وتلفاز	٢١٥,١
الدعوة والدعاة ومراكز الدعوة الإسلامية	٢١٥,٢
الدعوة الإسلامية في قارات أو بلدان أو أماكن معينة	٢١٥,٢٩

في تعديل المنظمة الطبعة العربية الثانية:

انفرد تعديل المنظمة سواء في طبعته العربية الأولى أو في طبعته العربية الثانية بتقسيم غير مألوف لقسم الديانات، وتخصيصه للرموز المخصصة للدين الإسلامي بطريقة تختلف عن تعديل فؤاد إسماعيل، وتعديل الخاروف والخالدي، ويبين الجدول رقم (١٥) موضوعات قسم الديانات في تعديل المنظمة الطبعة العربية الأولى، والجدول رقم (١٦) موضوعات قسم الديانات في تعديل المنظمة الطبعة العربية الثانية.



جدول رقم (١٥)

موضوعات قسم الديانات في تعديل المنظمة للطبعة العربية الأولى

رمز التصنيف	الموضوع
٢١٠	الإسلام
٢٢٠	الكتاب المقدس
٢٣٠	الديانة المسيحية
٢٤٠	الأخلاق المسيحية والعبادة
٢٥٠	الكنيسة المحلية
٢٦٠	اللاهوت الاجتماعي والديني
٢٧٠	تاريخ الكنيسة وجغرافيتها
٢٨٠	الطوائف والفرق المسيحية
٢٩٠	الديانات الأخرى والديانة المقارنة

جدول رقم (١٦)

موضوعات قسم الديانات في تعديل المنظمة للطبعة العربية الثانية

رمز التصنيف	الموضوع
٢١٠	الإسلام
٢٢٠	الكتاب المقدس
٢٣٠	اللاهوت المسيحي
٢٤٠	لاهوت الأخلاق المسيحية والعبادة
٢٥٠	الكهنوت والكنيسة المحلية
٢٦٠	اللاهوت الاجتماعي والمسيحي
٢٧٠	تاريخ الكنيسة المسيحية
٢٨٠	الطوائف والفرق المسيحية
٢٩٠	الديانات الأخرى والديانة المقارنة

وبتحليل التفريعات الواردة في الجدول رقم (١٥) والجدول رقم (١٦)، فإنه يمكن الخروج بالنتائج الآتية

:

١- أن هناك تشابه بين تفريعات الطبعة العربية الأولى وتفريعات الطبعة العربية الثانية لتعديل المنظمة في قسم الديانات، وذلك من حيث التفريعات وترتيبها، عدا موضوع "الديانة المسيحية" في الطبعة العربية الأولى تم تغيير مسماه إلى موضوع "اللاهوت المسيحي" في الطبعة العربية الثانية، كما تم في الطبعة العربية الثانية إضافة كلمة "لاهوت" إلى موضوع "الأخلاق المسيحية والعبادة"، وكذلك كلمة "الكهنوت" إلى موضوع "الكنيسة المحلية"، كما تم تغيير موضوع "اللاهوت الاجتماعي والديني" في الطبعة العربية الأولى إلى موضوع "اللاهوت الاجتماعي والمسيحي" في الطبعة العربية الثانية، كما تم تغيير موضوع "تاريخ الكنيسة وجغرافيتها" في الطبعة العربية الأولى إلى موضوع "تاريخ الكنيسة المسيحية" في الطبعة العربية الثانية.

٢- أن هناك تآلف بين تفريعات الطبعة العربية الأولى وتفريعات الطبعة العربية الثانية لتعديل المنظمة في قسم الديانات من ناحية وبين تفريعات النظام الأصلي إلى حد كبير من ناحية أخرى، غير أن تعديل المنظمة وضع موضوع "الإسلام" في القسم الأول بديلاً لموضوع "فلسفة الديانات ونظرياتها"، أما باقي التفريعات فكما هي في النظام الأصلي.

٣- أن معالجة تعديل المنظمة في الطبعة العربية الأولى والطبعة العربية الثانية لا تتناسب مع موضوع "الإسلام"، ولا تتناسب مع الإنتاج الفكري الغزير والوفير بكافة الأشكال، حيث حشر التعديل كل تفريعات موضوع "الإسلام" في الرموز (٢١٠-٢١٩)، وبالتالي يؤدي ذلك إلى تكديس الإنتاج الفكري تحت هذه الرموز المحدودة؛ وذلك في مقابل الرموز (٢١٠-٢٦٩) التي تم تخصيصها في تعديل فؤاد إسماعيل، والرموز (٢١٠-٢٨٩) التي تم تخصيصها في تعديل الخاروف والخالدي لتفريعات موضوع "الإسلام".

٤- أنه بالبحث في تفريعات موضوع "الإسلام" في تعديل المنظمة، سواء في الطبعة العربية الأولى أو في الطبعة العربية الثانية؛ وذلك لدراسة معالجة التعديل لمصطلح الإعلام الإسلامي أو مصطلح الدعوة الإسلامية أو أي مصطلح مرادف آخر، تبين أن هذا التعديل قد وفر مدخل "الإسلام كعمل ومهنة في مجال الدعوة الإسلامية"، وخصص له الرمز ٢٣, ٢١٠ فقط دون تقديم مداخل أخرى تتعلق بمجال الإعلام الإسلامي، وبالتالي لم يتعامل هذا التعديل في الطبعة الأولى أو في الطبعة الثانية مع مجال الإعلام الإسلامي كمجال علمي معروف على كافة المستويات، ويحظى بشعبية واسعة وتأييد من جانب الكثير من المتخصصين في هذا المجال، ولم يضع التعديل أية تفريعات أو تقسيمات خاصة بهذا المجال، حيث يمكن وصف معالجته بالفقيرة والعاجزة.

في تعديل خفاجي:

اتفق تعديل خفاجي مع تعديل فؤاد إسماعيل في تخصيص الرموز (٢١٠-٢٦٩) للدين الإسلامي وتفريعاته المختلفة، وتخصيص الرموز (٢٧٠-٢٨٩) للدين المسيحي وتفريعاته المختلفة، بينما تم تخصيص الرموز (٢٩٠-٢٩٩) للديانات الأخرى، كما هو موضح بالجدول رقم (١١). لكنه لم يستخدم

مصطلح " الدعوة الإسلامية " في قائمة الدين الإسلامي، بل استخدم مصطلح "الوعظ والإرشاد" بدلاً من مصطلح " الدعوة الإسلامية " وحجز له الرمز ٢١٣، كما موضح بالجدول رقم (١٧).

جدول رقم (١٧)

معالجة موضوع "الوعظ والإرشاد" في تعديل خفاجي

الموضوع	رمز التصنيف
الوعظ والإرشاد يشمل التوعية الدينية عن طريق الخطب في المساجد وعبر مراكز الدعوة أو الجمعيات الإسلامية	٢١٣
مراكز الدعوة خارج العالم الإسلامي	٢١٣,١

وعلى الرغم من اتفاق تعديل خفاجي مع تعديل فؤاد إسماعيل في توزيع الرموز على الموضوعات المختلفة في قسم الديانات؛ إلا أنه قد انفرد بمعالجة مختلفة لمجال الدراسة، حيث لم يستخدم مصطلح " الدعوة الإسلامية " أو مصطلح " الإعلام الإسلامي"، كما جاءت تفرعاته فقيرة.

في تعديل العائدي الطبعة الثانية:

اتفق تعديل العائدي في الطبعة الأولى والطبعة الثانية مع تعديل فؤاد إسماعيل وتعديل خفاجي في توزيع الرموز على الموضوعات في قسم الديانات، كما هو موضح بالجدول رقم (١١)، كما اتفق تعديل العائدي مع تعديل فؤاد إسماعيل في وضعه لمصطلح " الدعوة الإسلامية " في قائمة الدين الإسلامي، وحجز له الرمز ٢١٣، كما موضح بالجدول رقم (١٢).

في تعديل شريف الطبعة الثانية:

اتفق تعديل شريف في الطبعة الأولى والطبعة الثانية مع تعديل فؤاد إسماعيل وتعديل خفاجي في توزيع الرموز على تفرعات قسم الديانات، كما هو موضح بالجدول رقم (١١)، كما خصص تعديل شريف لمصطلح " الدعوة الإسلامية " مكاناً خاصاً في الدين الإسلامي، وحجز له الرمز ٢١٣، ويبين الجدول رقم (١٨) معالجة تعديل شريف لهذا المصطلح.

جدول رقم (١٨)

معالجة موضوع "الدعوة الإسلامية" في تعديل شريف الطبعة الثانية

رمز التصنيف	الموضوع
٢١٣	الدعوة الإسلامية الوعظ والإرشاد وتوعية المسلمين بأمور دينهم ونشر الإسلام في الدول غير الإسلامية
٢١٣،٩	المعاملة المكانية للدعوة ونشر الإسلام مثل أعمال مراكز الدعوة في العالم الإسلامي كالمؤتمر الإسلامي في القاهرة ، رابطة العالم الإسلامي في مكة

وعند تحليل معالجة التعديلات العربية السابقة لتصنيف ديوي العشري لمجال الإعلام الإسلامي بغض النظر عن المصطلح المستخدم للدلالة عليه، فإنه يلاحظ وجود بعض الجوانب المتعلقة بنقاط الضعف في هذه المعالجة، وهي:

- ١- أن هناك تبايناً واضحاً بين التعديلات العربية محل الدراسة في معالجاتها لتفريعات موضوع "الإسلام"، وتخصيص الرموز المخصصة لها، حيث انقسمت من حيث هذه المعالجة إلى ثلاثة آراء: الرأي الأول خصص لتفريعات موضوع "الإسلام" الرموز (٢١٠-٢١٩)، كما في تعديل المنظمة الطبعة العربية الأولى والطبعة العربية الثانية، بينما خصص الرأي الثاني الرموز (٢١٠-٢٦٩) لتفريعات موضوع "الإسلام"، كما في تعديل فؤاد إسماعيل وتعديل خفاجي وتعديل العايدي الطبعة الأولى والطبعة الثانية وتعديل شريف الطبعة الأولى والطبعة الثانية، في حين خصص الرأي الثالث الرموز (٢١٠-٢٨٩) لتفريعات موضوع "الإسلام"، كما في تعديل الخاروف والخالدي؛ نظراً لاختلاف الرؤى ووجهات النظر.
- ٢- أن هناك فارقاً بين التعديلات العربية محل الدراسة في المصطلح المستخدم للتعبير عن مجال الدراسة، فلم تتفق هذه التعديلات حول مصطلح واحد يعبر عن المجال، فهناك تعديلات استخدمت مصطلح "الدعوة الإسلامية"، كما في تعديل فؤاد إسماعيل وتعديل العايدي وتعديل شريف، وهنالك تعديلات استخدمت مصطلح "الوعظ والإرشاد والدعوة الإسلامية"، كما في تعديل الخاروف والخالدي، بينما استخدم تعديل المنظمة مصطلح "الإسلام كعمل ومهنة في مجال الدعوة الإسلامية"، في حين استخدم تعديل خفاجي مصطلح "الوعظ والإرشاد". وأن مصطلح "الدعوة الإسلامية"، كان أكثر هذه المصطلحات استخداماً في هذه التعديلات.

٣- أن هناك اختلافًا ملحوظًا بين التعديلات العربية محل الدراسة في تخصيص الرموز على موضوعات مجال " الإعلام الإسلامي " أيًا كان المصطلح المستخدم، فهناك تعديلات اكتفت بتخصيص رمزًا فرعيًا لهذا المجال، كما هو الحال في تعديل المنظمة الطبعة العربية الأولى والطبعة العربية الثانية، الذي خصص الرمز ٢١٠,٢٣ لهذا المجال، بينما هناك تعديلات خصصت الرمز ٢١٣ لهذا المجال، كما هو الحال في تعديل فؤاد إسماعيل وتعديل خفاجي وتعديل العائدي وتعديل شريف، في حين خصص تعديل الخاروف والخالدي الرمز ٢١٥ لهذا المجال. ويمكن رد هذا الاختلاف في توزيع الرموز إلى ويمكن رد هذا الاختلاف إلى تباين وجهات نظر أصحاب هذه التعديلات، واختلاف خلفيتهم الثقافية وآرائهم العلمية، وأن كل تعديل يمضي في تعديله بحسب الفلسفات والمبادئ الموضوعية مسبقًا.

٤- أن التعديلات العربية محل الدراسة قد غضت الطرف عن مصطلح " الإعلام الإسلامي " ولم تشر إليه لا من قريب ولا من بعيد له في أي من تفرعات موضوع " الإسلام " على الرغم من انتشاره بين أوساط المتخصصين، وتمنعه بشرف وروده في عناوين الإنتاج الفكري بكافة أشكاله المختلفة (انظر قائمة المراجع).

٥- أن هناك تخالفًا بين التعديلات العربية محل الدراسة في عدد التفرعات المقدمة لمجال الدراسة، حيث انقسمت التعديلات محل الدراسة من حيث عدد التفرعات المقدمة لمجال الدراسة إلى أربعة اتجاهات أساسية: الاتجاه الأول رأى الاكتفاء بالموضوع الأساسي وعدم تقديم أية تفرعات تخص هذا المجال، كما هو الحال في تعديل المنظمة، والاتجاه الثاني رأى تقديم تفرعًا واحدًا تحت الموضوع الأساسي، كما هو الحال في تعديل خفاجي وتعديل شريف، بينما رأى الاتجاه الثالث تقديم تفرعين اثنين، كما هو الحال في تعديل فؤاد إسماعيل وتعديل العائدي، في حين يقدم الاتجاه الرابع ثلاثة تفرعات لهذا المجال، ويمثله تعديل الخاروف والخالدي.

٦- أن هذه التعديلات لم توفق في تقديم التفرعات الخاصة بموضوع " الدعوة الإسلامية"، حيث لم تكن هذه التفرعات تفرعات موضوعية تعبر عن مظاهر هذا الموضوع، بل غلب عليها التفرعات المكانية؛ وذلك لعدم قيام هذه التعديلات بدراسة هذا الموضوع، ودراسة إنتاجه الفكري، للتعرف على التفرعات الخاصة به.

٢/١/٣ مجال الإعلام الإسلامي في نظم التصنيف المتخصصة:

نظرًا لعدم وجود نظام تصنيف متخصص في مجال الإعلام بصفة عامة، وفي مجال الإعلام الإسلامي بصفة خاصة؛ لذا كان لا بد من دراسة مجال الإعلام الإسلامي في نظم التصنيف المتخصصة في علوم الدين الإسلامي؛ على اعتبار أن مجال الإعلام الإسلامي يعد من الموضوعات التي ترتبط بعلوم الدين الإسلامي، ويعد التصنيف الجغرافي لعلوم الدين الإسلامي لأبو النور، وخطة تصنيف علوم الدين الإسلامي ليوستف من نظم التصنيف المتخصصة في علوم الدين الإسلامي؛ لذا كان من الضروري دراسة مجال الإعلام الإسلامي في هذين النظامين.

١/٢/١/٣ في التصنيف الببليوجرافي لعلوم الدين الإسلامي:

قسّم الدكتور أبو النور علوم الدين الإسلامي في "التصنيف الببليوجرافي لعلوم الدين الإسلامي" إلى الأقسام الاصطلاحية الآتية:

جدول رقم (١٩)

الأقسام الاصطلاحية لعلوم الدين الإسلامي في التصنيف الببليوجرافي لعلوم الدين الإسلامي

رمز التصنيف	الموضوع
١١	الإسلام
١١ ب - د	علوم القرآن
١١ ر - ص	علوم الحديث
١١ ط	علم أصول الفقه
١١ ع	علم الفقه
١١ ف	علم الكلام
١١ م - ك	الفرق الإسلامية
١١ هـ	التصوف
١١ لا	حركات الإصلاح والتجديد

وبالبحث في "التصنيف الببليوجرافي لعلوم الدين الإسلامي"، وما مدى توافر مصطلح الإعلام الإسلامي أو مصطلح الدعوة الإسلامية أو أي مصطلح مرادف آخر ضمن التفريعات المقدمة من قبل النظام، تبين أن هذا النظام المتخصص في علوم الدين الإسلامي قد وضع تفريع "الوعظ والإرشاد والوصايا والنصائح" ضمن القسم العام "الإسلام"، وخصص له الرمز ١١٠٣، دون أن يقدم أية تفريعات دقيقة تذكر تحت هذا التفريع، وعليه لم يقدم هذا النظام المتخصص المعالجة الجيدة لمجال الإعلام الإسلامي، ولم يعرض أية تفريعات، وتناسى مصطلح "الإعلام الإسلامي" تمامًا، ولم يذكره في أي قسم من الأقسام الاصطلاحية لعلوم الدين الإسلامي، وبالتالي يتضح عجز هذا النظام عن الوصف الدقيق لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي، وفقره في عدم مناسبته للإنتاج الفكري في هذا المجال.

٢/٢/١/٣ في خطة تصنيف علوم الدين الإسلامي:

وضع يوسف خطته لتصنيف علوم الدين الإسلامي اعتمادًا على "التصنيف الببليوجرافي لعلوم الدين الإسلامي" للدكتور أبو النور، وبعض التعديلات العربية مثل تعديل محمد عوض العايدي، وهي عبارة عن تعديل لتفريعات علوم الدين الإسلامي كما في تعديل العايدي، بتفريعاتها ورموزها، ومستفيدًا من تفريعات خطة الدكتور أبو النور لعلوم الدين الإسلامي، بل إنه كما ذكر توسع في الأرقام (داخليًا)، وأعطاهما



تفريعات عديدة وبعضها طويلة، تستوعب العلوم والموضوعات الجديدة، كما أنه أعطى لعدة موضوعات حيوية رقم واحد، مثل الدعوة الإسلامية الذي يشمل الوعظ والإرشاد والخطب الدينية والوصايا والحكم واعتناق الإسلام (٢٠١٤، ص ١٤٢).

ويبين الجدول رقم (٢٠) الأقسام الأساسية لعلوم الدين الإسلامي في هذه الخطة:

جدول رقم (٢٠)

الأقسام الأساسية لعلوم الدين الإسلامي في خطة تصنيف علوم الدين الإسلامي

رمز التصنيف	الموضوع
٢١٠	الدين الإسلامي (بشكل عام)
٢٢٠	القرآن الكريم وعلومه
٢٣٠	علوم الحديث
٢٤٠	العقيدة الإسلامية
٢٥٠	الفقه الإسلامي
٢٦٠	التصوف الإسلامي (مباحث شاملة)

وبالبحث في " خطة تصنيف علوم الدين الإسلامي "، وما مدى توافر مصطلح الإعلام الإسلامي أو مصطلح الدعوة الإسلامية أو أى مصطلح مرادف آخر ضمن التفريعات المقدمة من قبل النظام، تبين أن هذه الخطة قد خصصت لمصطلح " الدعوة الإسلامية " مكانًا خاصًا في الدين الإسلامي، وحجزت له الرمز ٢١٣، ويبين الجدول رقم (٢١) معالجة هذه الخطة لهذا المصطلح.

جدول رقم (٢١)

معالجة موضوع "الدعوة الإسلامية" في خطة تصنيف علوم الدين الإسلامي

رمز التصنيف	الموضوع
٢١٣	الوعظ والإرشاد، الدعوة الإسلامية، والخطب الدينية
٢١٣,٠٩	تاريخ الدعوة والوعظ
٢١٣,١	الدعوة الإسلامية والدعاة
٢١٣,٢	نشر الإسلام، اعتناق الإسلام
٢١٣,٣	الوعظ والإرشاد، التوعية الإسلامية
٢١٣,٤	الزهد والرفائق
٢١٣,٥	الوصايا والحكم
٢١٣,٦	خطب الجمعة
٢١٣,٧	خطب دينية أخرى، مثل: خطب العيدين، والاستسقاء والاحتفالات
٢١٣,٨	موضوعات تتعلق بالوعظ، مثل: السعادة، الراحة والطمأنينة، التوبة، القلب ...
٢١٣,٩	غيرها، مثل: الحوار
٢١٣,٩٩	الدعوة والوعظ والتوعية ومراكزها في الدول المختلفة (تقسم جغرافياً)
٢١٤,٣٠١١٦	الإعلام الإسلامي

وعلى الرغم من تفوق " خطة تصنيف علوم الدين الإسلامي " على " التصنيف البليوجرافي لعلوم الدين الإسلامي " الواضح في معالجتها لمصطلحات " الدعوة الإسلامية"، وتوفير رموز مخصصة لها، حيث استفادت " خطة تصنيف علوم الدين الإسلامي " من " التصنيف البليوجرافي لعلوم الدين الإسلامي"، بل هي أصلها كما ذكر صاحبها: " وأصل هذه الخطة هي للمكتبي الإسلامي (عبد الوهاب أبو النور) الذي وضعها منذ نحو نصف قرن" (يوسف، ٢٠١٤، ص ١٢)؛ إلا أنها أخفقت في الجوانب الآتية :

١- أنها لم تقدم تفريعات تتعلق أساساً بالموضوعات الرئيسية في مجال الإعلام الإسلامي مثل: الرأي العام كما في دراسة بهنسي (١٩٦٦) عن " الرأي العام في الإسلام"، ووسائل الإعلام الإسلامي كما في دراسة علوان (١٩٨٥) والتي تناولت "حكم الإسلام في وسائل الإعلام"، ورجال الإعلام الإسلامي كما في دراسة الفتياي (١٩٨٧) التي عالجت " مقومات رجل الإعلام الإسلامي".

٢- أنها لم تعبر بشكل كامل عن وسائل الإعلام الإسلامي، ففي الوقت الذي عبرت فيه الخطة عن بعض هذه الوسائل، مثل: خطب الجمعة، وخطب العيدين، لكنها لم تعبر عن التعبير عن العديد من

وسائل الإعلام الإسلامي لها إنتاجها الفكري المنشور، مثل: السينما الإسلامية في دراسة جداع (١٩٧٠) التي عالجت " الموقف من السينما الإسلامية"، ووسائل الإعلام الإسلامي الشفهي كما في دراسة إمام (١٩٨٠) التي عرضت لـ "الإعلام الإسلامي: المرحلة الشفهية"، والوسائل الصحفية كما في دراسة خليفة (١٩٨٠) عن "الوسائل الصحفية وتحديات المجتمع الإسلامي"، والمسرح الإسلامي كما في دراسة إبراهيم (١٩٨٢) عن " نحو قيام مسرح إسلامي " ، وخطب الرسول كما في دراسة إبراهيم (١٩٨٥) عن "الجانب الإعلامي في خطب الرسول"، والتلفزيون الإسلامي كما في دراسة مصطفى & الصيرفي (١٩٨٥) التي عالجت "التلفزيون الإسلامي ودوره في التنمية"، والإذاعة الإسلامية" كما في دراسة بسيوني (١٩٨٦) التي عرضت لـ "الإذاعة الإسلامية"، والقرآن الكريم كما في دراسة حاتم (٢٠٠٣) التي هدفت إلى دراسة " الإعلام في القرآن الكريم"، والقنوات الفضائية كما في دراسة الزويبي (٢٠٠٦) التي عالجت " الدعوة الإسلامية في القنوات الفضائية " .

٣- أنه على الرغم من أن صاحب الخطة من المهتمين بمجال الإعلام الإسلامي، وله إنتاج فكري منشور حول هذا المجال، مثل: الإعلام الإسلامي: بيلوجرافيا الكتب والرسائل والبحوث الجامعية، صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون، الإعلام الإسلامي: بيلوجرافيا وملاحظات، خطة تصنيف علوم الدين الإسلامي: المختصرة، الموجزة، المتوسطة، الموسعة؛ إلا أنه لم يقدم التفريعات الأساسية لمصطلح " الإعلام الإسلامي" في خطته، ولا ندري ما السبب في ذلك؟ فهناك إنتاج فكري عديد منشور في هذا المصطلح، فأين يتم تصنيفه؟

وبغرض الكشف عن مدى الفارق والاختلاف بين نظم التصنيف العامة والمتخصصة محل الدراسة في معالجاتها لمجال "الإعلام الإسلامي" أو " الدعوة الإسلامية" من خلال ما تم ذكره سابقاً في الرموز المخصصة لهذا المجال في كل نظام تصنيف محل الدراسة؛ لذا كان لا بد من عقد مقارنة بين هذه النظم في هذه المعالجة، كما هو موضح بالجدول رقم (٢٢):

جدول رقم (٢٢)

مقارنة معالجة نظم التصنيف العامة والمتخصصة محل الدراسة لمجال "الإعلام الإسلامي" أو "الدعوة الإسلامية"

النسبة المئوية	عدد الرموز	نظام التصنيف
٠%	-	تصنيف ديوي العشري الأصلي
٩,٣٨%	٣	تصنيف مكتبة الكونجرس
٩,٣٨%	٣	تعديل فؤاد إسماعيل
١٢,٤٧%	٤	تعديل الخاروف والخالدي
٣,١٣%	١	تعديل المنظمة الطبعة الثانية
٦,٢٥%	٢	تعديل خفاجي
٩,٣٨%	٣	تعديل العايدي الطبعة الثانية
٦,٢٥%	٢	تعديل شريف الطبعة الثانية
٣,١٣%	١	التصنيف الببليوجرافي لعلوم الدين الإسلامي
٤٠,٦٣%	١٣	خطة تصنيف علوم الدين الإسلامي
١٠٠%	٣٢	المجموع

وبتحليل المعلومات الواردة في الجدول رقم (٢٢)، فإنه يمكن الوصول إلى النتائج الآتية :

- ١- أن تصنيف مكتبة الكونجرس قد تفوق على تصنيف ديوي العشري الأصلي في عدد التفريعات المخصصة لمجال الإعلام الإسلامي والدعوة الإسلامية، حيث وفر نظام الكونجرس ثلاثة رموز للمجال، في مقابل لا شيء من الرموز من جانب تصنيف ديوي العشري الأصلي.
- ٢- أن تعديل الخاروف والخالدي قد تفوق على باقي تعديلات تصنيف ديوي العشري العربية محل الدراسة في عدد التفريعات المخصصة لمجال الدعوة الإسلامية، حيث وفر تعديل الخاروف والخالدي أربعة رموزًا للمجال في مقابل ثلاثة رموز في تعديل فؤاد إسماعيل وتعديل العايدي الطبعة الثانية، ورمزين في تعديل خفاجي وتعديل شريف الطبعة الثانية، ورمزًا واحدًا فقط في تعديل المنظمة.
- ٣- أن " خطة تصنيف علوم الدين الإسلامي " ليوسف قد تفوقت على " التصنيف الببليوجرافي لعلوم الدين الإسلامي " للدكتور أبو النور في عدد التفريعات المخصصة لمجال الدعوة الإسلامية، حيث وفر النظام الأول ثلاث عشرة رمزًا للمجال، في مقابل رمزًا واحدًا فقط من جانب النظام الثاني.

٤- أن " خطة تصنيف علوم الدين الإسلامي " ليوسف قد تفوقت على كل نظم التصنيف العامة والمتخصصة محل الدراسة في عدد التفريعات المخصصة للمجال، وفي عدد الرموز المخصصة لهذه التفريعات، حيث تساوي مجموع عدد التفريعات والرموز الواردة في التعديلات العربية محل الدراسة تقريباً.

٢/٣ مجال الإعلام الإسلامي في قوائم رؤوس الموضوعات:

إن قوائم رؤوس الموضوعات هي قوائم مقننة تحصر المصطلحات أو رؤوس الموضوعات، وتساعد في اختيار المناسب منها لوصف المحتوى الموضوعي للوثائق، وقد تكون هذه القوائم عامة بحيث تغطي بصورة شاملة مختلف مصطلحات المعرفة البشرية، وقد تكون متخصصة بحيث تقتصر في تغطيتها على مصطلحات عدد من مجالات المعرفة المتجانسة أو المرتبطة معاً، أو مصطلحات مجال موضوعي محدد؛ لذا فهي الأداة الأساسية الناتجة عن عملية الفهرسة الموضوعية، التي يقصد بها وصف المحتوى الفكري في الوعاء، وعادة ما يتم ترتيب قوائم رؤوس الموضوعات هجائياً.

ولما كان الهدف من هذا الموضوع هو دراسة معالجة قوائم رؤوس الموضوعات لمصطلحات الإعلام الإسلامي أو مصطلحات الدعوة الإسلامية أو أى مصطلحات مرادفة أخرى؛ لذا كان لا بد من دراسة هذه المعالجة في قوائم رؤوس الموضوعات المتخصصة في هذا المجال، وبعد عملية البحث عن قوائم رؤوس موضوعات متخصصة في مجال الإعلام الإسلامي أو في مجال الدعوة الإسلامية بوجه خاص، أو متخصصة في مجال الإعلام أو في مجال الدين الإسلامي بوجه عام، عبر أدوات البحث المختلفة التقليدية والإلكترونية، لم يتم العثور على أى قائمة تخص ذلك؛ لذا لم يكن أمام الباحث من خيار غير البحث عن موضوع الإعلام الإسلامي أو مجال الدعوة الإسلامية في قوائم رؤوس الموضوعات العامة المشهورة، والمستخدم في المكتبات، العربية والإنجليزية.

ولما كانت قائمة رؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس هي الأكثر استخداماً في المكتبات ومراكز المعلومات الكبرى في دول العالم؛ لاحتوائها على جل رؤوس موضوعات تخصصات المعرفة البشرية، وشهرتها وصلاحتها لكافة المكتبات ومراكز المعلومات، بالإضافة إلى ميلها منذ فترة إلى المكانز، حيث بدأت تتحو منحى المكانز في بناء العلاقات بين المصطلحات، ولما كانت قائمة رؤوس الموضوعات العربية للخازندار من أولى القوائم العربية استخداماً في المكتبات ومراكز المعلومات العربية، ولما كانت قائمة رؤوس موضوعات العربية القياسية للمكتبات ومراكز المعلومات وقواعد البيانات للدكتور خليفة، والقائمة الكبرى لرؤوس الموضوعات العربية للعايدي هما الأكثر استخداماً في المكتبات ومراكز المعلومات العربية في الوقت الراهن، حيث تعد هذه القوائم هي الأداة الأساسية التي تستخدم في تحليل الإنتاج الفكري في المكتبات ومراكز المعلومات العربية والأجنبية؛ لذا سوف تعتمد الدراسة الحالية على دراسة تفريعات ورؤوس موضوعات الخاصة بمجال الإعلام الإسلامي المقدمة في هذه القوائم لإخضاعها للدراسة والتحليل والعرض والتقييم.

١/٢/٣ في قائمة رؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس:



من السمات العامة لقائمة رؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس أنها تضع مع كل رأس موضوع فيها رمز التصنيف الخاص به وفقاً لتصنيف مكتبة الكونجرس؛ لذا اعتمد الباحث في عملية حصر رؤوس الموضوعات الخاصة بمجال الإعلام الإسلامي أو الدعوة الإسلامية عن طريق رموز التصنيف التي وضعها معد القائمة أمام كل رأس.

وبفحص قائمة رؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس وذلك بقسم الفهرسة والتصنيف بمكتبة جامعة القاهرة، وعلى الموقع الإلكتروني الخاص بها، للبحث عن المصطلحات التي تخص مجال الدراسة، تبين أن هذه القائمة لم تقدم إلا عدداً محدوداً من هذه المصطلحات، على النحو الآتي :

Da'wah Islam برمز تصنيف BP170.85

053 _0 |a BP170.85

150 ___ |a Da'wah (Islam)

450 ___ |a Dakwah (Islam)

450 ___ |a Dawa (Islam)

450 ___ |a Evangelistic work (Islam)

450 ___ |a Islam |x Evangelistic work

450 ___ |a Proselytizing |x Islam

550 ___ |w g |a Islam |x Missions

شكل رقم (٢)

رأس موضوع الدعوة الإسلامية مع رمز التصنيف والإحالات الخاصة بمكتبة الكونجرس

جدول (٢٣)

مصطلحات الإعلام الإسلامي أو الدعوة الإسلامية في قائمة رؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس

رمز التصنيف	Topic	المصطلح
BP170.85	Da'wah Islam	الدعوة الإسلامية
BP185.7- BP185.72	Islamic Mass media (غير مستخدم) Religious Mass media .Islam aspects (هذا المستخدم)	الإعلام الإسلامي
BP185.7	Mass media and telecommunication in Islam	الإعلام الإسلامي
BP185.72	Advertising	إعلان



BP185.72	Publicity	شهرة إعلامية
BP185.72	Public Relations	العلاقات العامة
BP185.72	Religious broadcasting	البث الديني

ومن الواضح قلة عدد رؤوس الموضوعات المقدمة من جانب قائمة رؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس لمجال الإعلام الإسلامي والدعوة الإسلامية، ومن ثم يتضح ضعف المعالجة من جانب هذه القائمة لمصطلحات مجال الدراسة، حيث لا يمكن قبول هذا العدد الضئيل من المصطلحات للتعبير عن مجال علمي متكامل معترف عالمياً، وله مؤسساته المحلية والوطنية والإقليمية والعالمية، وله إنتاجه الفكري بكافة الأشكال، كما أنه من غير الممكن استخدام هذه الرموز الثلاثة في تصنيف هذا الإنتاج الفكري، كما أنه من المستحيل استخدام هذه المصطلحات الضئيلة في تحليل هذا الإنتاج في مجال الدراسة بشكل جيد، حيث تغاضت قائمة رؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس عن عدد كبير من المصطلحات الأساسية لهذا المجال مثل: الرأي العام كما في دراسة بهنسي (١٩٦٦) عن "الرأي العام في الإسلام"، ووسائل الإعلام الإسلامي كما في دراسة علوان (١٩٨٥) والتي تناولت "حكم الإسلام في وسائل الإعلام"، ورجال الإعلام الإسلامي كما في دراسة الفتياني (١٩٨٧) التي عالجت "مقومات رجل الإعلام الإسلامي".

٢/٢/٣ في قائمة رؤوس الموضوعات العربية للخازندار:

قدمت قائمة رؤوس الموضوعات العربية للخازندار عدداً من المصطلحات التي تتعلق بمجال الإعلام الإسلامي أو الدعوة الإسلامية، وذلك على النحو الآتي :

جدول (٢٤)

مصطلحات الإعلام الإسلامي أو الدعوة الإسلامية في قائمة رؤوس الموضوعات العربية للخازندار

المصطلح	٥
الإعلام الإسلامي	١
الجامعات والكليات الإسلامية	٢
الدعوة الإسلامية	٣
الصحافة الإسلامية	٤
منظمة المؤتمر الإسلامي	٥

ومن الواضح ضعف معالجة قائمة رؤوس الموضوعات العربية للخازندار لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي أو الدعوة الإسلامية، حيث جاءت المصطلحات المقدمة غير معبرة عن المصطلحات الأساسية لهذا المجال، وغير كافية للجوانب المختلفة له، وبالتالي عجزها الواضح عن التعبير عن مصطلحات



الإنتاج الفكري في هذا المجال، كما أنها جمعت بين مصطلحين مترادفين في المعنى، هما: مصطلح الإعلام الإسلامي، ومصطلح الدعوة الإسلامية.

٣/٢/٣ في قائمة رؤوس الموضوعات العربية القياسية لخليفة:

أما قائمة رؤوس الموضوعات العربية القياسية لخليفة، فقد قدمت عددًا من المصطلحات التي تخص هذا المجال، ويوضح الجدول رقم (٢٥) هذه المصطلحات برموزها التصنيفية :

جدول (٢٥)

مصطلحات الإعلام الإسلامي أو الدعوة الإسلامية في قائمة رؤوس الموضوعات العربية القياسية لخليفة

رمز التصنيف	المصطلح
٢١٣	الإسلام - دعوة
٣٠١,١٦١	الإعلام الإسلامي
٢٤٣	الأمر بالمعروف
٨١٥,٠٥	الخطابة الدينية (إسلام)
٢١٣	الخطب الدينية الإسلامية
٢٥٢,٢٣	خطبة الجمعة
٢٥٢,٢٣	خطبة العيدين
٠٧٠,٤٨٢	الصحافة الدينية
٠٧٠,٤٨٢	الصحف الدينية
٢٢٩,٤٠٧٠١٧٢	الصحف في القرآن
٢١٣,٩١	مراكز الدعوة الإسلامية
٢٤٣	النهي عن المنكر
٢١٣,٩٢	الوعاظ
٢١٣	الوعظ والإرشاد

وعلى الرغم من تقديم القائمة لأربع عشرة مصطلحًا، بجانب أربع إحالة انظر، وأربع عشرة إحالة انظر أيضًا، وعلى الرغم من التفوق الواضح من جانب هذه القائمة على قائمة الخازندار في عدد المصطلحات المقدمة وعدد الإحالات، وإن كان هذا الأمر يمكن رده إلى عامل الفارق الزمني بين صدور القائمتين (١٩٩٤-٢٠٠١)؛ إلا أنها لا تعبر بشكل كامل عن مصطلحات مجال الدراسة.

٤/٢/٣ في القائمة الكبرى لرؤوس الموضوعات العربية للعايدي:

في حين جاءت معالجة القائمة الكبرى لرؤوس الموضوعات العربية للعايدي لمجال الإعلام الإسلامي أو الدعوة الإسلامية تكرر لنفس عدد المصطلحات، وعدد الإحالات لما جاء في قائمة رؤوس الموضوعات العربية القياسية لخليفة.

ويعقد مقارنة بين قوائم رؤوس الموضوعات محل الدراسة في معالجتها لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي أو الدعوة الإسلامية، والتي يكشف النقاب عنها الجدول رقم (٢٦) تتضح الفروق الآتية :

جدول رقم (٢٦)

مقارنة معالجة قوائم رؤوس الموضوعات محل الدراسة لمجال "الإعلام الإسلام" أو "الدعوة الإسلامية"

قائمة رؤوس الموضوعات	عدد المصطلحات	عدد إحالات انظر	مجموع المداخل
قائمة الكونجرس	٩	١	١٠
قائمة الخازنار	٥	-	٥
قائمة خليفة	١٢	٤	١٦
قائمة العايدي	١٢	٤	١٦
الإجمالي	٣٨	٩	٤٧

ومن خلال الجدول رقم (٢٦) يتضح تفوق قائمة خليفة وقائمة العايدي على قوائم رؤوس الموضوعات محل الدراسة؛ وذلك بسبب الفارق الزمني بين صدور هذه القوائم، كما يبين الجدول أيضاً أن رؤوس الموضوعات التي تتعلق بمجال الإعلام الإسلامي، والمقدمة في هذه القوائم قليلة جداً، لا تعبر عن المحتويات الفكرية والموضوعية لهذا المجال، ولا تتناسب مع إنتاجه الفكري، ولا سيما وأن هذا المجال يضح مصطلحات جديدة باستمرار، ويجب على هذه القوائم استيعاب كل هذه المصطلحات، من خلال تحديثها باستمرار.

٣/٣ مجال الإعلام الإسلامي في المكانز:

تشتمل المكانز على مصطلحات أكثر تفصيلاً وتخصيصاً من مصطلحات قوائم رؤوس الموضوعات، وعادة ما ترد تلك المصطلحات دون قلب، تستخدم هذه المصطلحات لتقنين وصف المفاهيم التي يشتمل عليها الإنتاج الفكري، وتبين المكانز العلاقات المختلفة بين المصطلحات، وتستخدم كلغة مبنية في نظم اختزان المعلومات واسترجاعها، ويتم ترتيب المصطلحات في المكانز في شكل هرمي، مع إظهار العلاقات اللازمة للتكشيف والاسترجاع. وتتميز المكانز ب ورود قوائم ملحقة فيها إلى جانب القسم الرئيسي المرتب ترتيباً مصنفاً أو هجائياً، ولا يقتصر دورها في عملية التكشيف والتحليل الموضوعي للإنتاج الفكري، واستخدام الجزء المصنف منها في ترتيب أوعية المعلومات على رفوف المكتبات، إضافة إلى استخدامه في التعرف على المجالات الموضوعية العريضة وتقريعاتها بشكل منطقي، بل يتجاوز دورها في عملية

البحث، حيث تساعد الباحث علي اختيار مصطلحات البحث المقننة، وبالتالي بناء إستراتيجية البحث بشكل أفضل.

وعلى الرغم من قلة عدد المكانز العامة والمتخصصة في العالم العربي؛ إلا أنها لا يتم تحديثها بشكل مستمر، مما يجعلها لا تتسم بالحدائة والتطور في متابعتها لما يستجد من مصطلحات حديثة في مختلف موضوعات المعرفة البشرية. ونظراً لعدم وجود مكنزاً متخصصاً في مجال الإعلام الإسلامي؛ لذا سوف يتم دراسة مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي في المكانز العامة والمتخصصة سواء في مجال الإعلام أو في مجال الدين الإسلامي؛ بغرض التعرف على عدد المصطلحات التي تناولها كل مكنز، مع مقارنة معالجة المكانز مع بعضها البعض.

ويحتل مكنز الفيصل، ومكنز رؤوس الموضوعات للمخطوطات العربية للدكتور عبد الهادي مكانة مهمة في المكانز في العالم العربي، لكونهما من المكانز العربية العامة الأصيلة، كما يعد " المكنز العربي في مجال الاتصال الجماهيري - الراديو والتلفزيون" من المكانز المتخصصة في مجال الإعلام، بينما يعد " مكنز إسلامي للمرأة"، و "مكنز إسلامي للخدمة الاجتماعية"، و "مكنز المصطلحات الفقهية"، و " مكنز الفتاوى الإسلامية" من المكانز المتخصصة في علوم الدين الإسلامي.

١/٣/٣ مجال الإعلام الإسلامي في المكانز العامة:

١/١/٣/٣ في مكنز الفيصل:

قام مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية بإعداد هذا المكنز، ويقسم هذا المكنز المصطلحات العامة في العرض المصنف على النحو الموضح في الجدول رقم (٢٧):

جدول رقم (٢٧)

المصطلحات العامة ورموزها في مكنز الفيصل

رمز التصنيف	المصطلحات العامة	رمز التصنيف	المصطلحات العامة
٧٠ ب	فلاسفة إسلاميون	ب	إسلام (عام)
٧٥ ب	قضايا معاصرة	٠٥ ب	مبادئ الإسلام
ب ق	علوم الدين الإسلامي	١٠ ب	الدعوة الإسلامية
ب	مصطلحات عامة	١٥ ب	ثقافة إسلامية
ح	علوم القرآن	٢٠ ب	تربية إسلامية
د	علوم الحديث	٢٥ ب	مساجد
س	سيرة	٣٠ ب	أوقاف
ص	أصول الفقه	٣٥ ب	الإسلام والعلم
ط ر ع	فقه	٤٠ ب	استشراق
ف	تصوف	٥٠ ب	مذاهب فكرية
ق	عقائد	٦٠ ب	مقارنة الأديان
		٦٥ ب	فلسفة إسلامية

وعلى الرغم من نجاح مكنز الفيصل من وضع مصطلح " الدعوة الإسلامية"، وخصص له الرمز ١٠ ب في قائمة مصطلحاته؛ إلا أنه لم يضع لهذا المصطلح أية تفريعات أو تقسيمات فرعية، واكتفى فقط بالمصطلح الأساسي.

٢/١/٣/٣ في مكنز رؤوس الموضوعات للمخطوطات العربية للدكتور عبد الهادي:

قام الدكتور عبد الهادي بإعداد هذا المكنز حتى يكون أداة يمكن الاعتماد عليها في فهرسة المخطوطات العربية، وتكثيفها، واسترجاعها بمحتوياتها الغنية والمتنوعة والثمينة، ومن ثم توظيفها في قواعد بيانات هذه المخطوطات، والأدلة البليوجرافية المطبوعة لها، وفهارسها، كما يمكن استخدام الجزء المصنف من المكنز في ترتيب المخطوطات العربية نفسها على رفوف المكتبات. وهذا المكنز يغطي الموضوعات التي جري تناولها في المخطوطات العربية في أوسع حدودها. ومن ثم فهي تشمل التراث العربي الإسلامي بمختلف مجالاته وأبعاده.

هذا، وقد قام الدكتور عبد الهادي بتقسيم الأقسام الرئيسية في " مكنز رؤوس الموضوعات للمخطوطات العربية" إلى خمسة عشر قسمًا رئيسًا، كما هو موضح في الجدول رقم (٢٨) :

جدول رقم (٢٨)

الأقسام الرئيسة في مكنز رؤوس الموضوعات للمخطوطات العربية للدكتور عبد الهادي

الرمز	المصطلح	الرمز	المصطلح
١	الإسلام والديانات الأخرى	٩	الفلك
٢	اللغة	١٠	الطبيعة والكيمياء
٣	الأدب والبلاغة	١١	الطب والبيطرة
٤	الفلسفة	١٢	الفلاحة
٥	التاريخ والتراجم	١٣	السحر والفراسة والتنجيم
٦	الجغرافيا والرحلات	١٤	الفنون
٧	العلوم الاجتماعية	١٥	العموميات
٨	الرياضيات		

وهذا المكنز يورد المصطلحات باللغة العربية التي وردت في المخطوطات العربية، والتي برع فيها العرب والمسلمون وأبدعوا وأنتجوا، مثل: الرياضيات والفلك والطب والسحر (عبد الهادي، ٢٠١٠، ص ٩-١٠)، مستخدمًا الصياغة المستخدمة في هذه المخطوطات، مثل مصطلح " الفلاحة " فلم يشأ صاحب المكنز استخدام مصطلح " الزراعة "؛ ذلك لأن مصطلح " الفلاحة " هي الصياغة المستخدمة في المخطوطات العربية وليس مصطلح " الزراعة ".

معنى ذلك أن هذا المكنز يميل إلى العمومية في التغطية الموضوعية، وليس مكنزًا متخصصًا في الدين الإسلامي، فهو يقدم المصطلح الإسلامي الذي ورد في المخطوطات العربية فقط، وإن كان " مجال الإسلام والديانات الأخرى قد حظى بالنصيب الأكبر نظرًا لكثرة موضوعاته الفرعية وكثرة المخطوطات التي تناولت هذه الموضوعات بشكل يفوق أي مجال آخر " (عبد الهادي، ٢٠١٠، ص ١٠).

ونظرًا لانتماء مجال الإعلام الإسلامي إلى مجال الإسلام؛ لذا ينبغي تسليط الضوء على قسم " الإسلام والديانات الأخرى"، والتعرف على مصطلحات هذا القسم، ودراسة تفريعاته المختلفة، ومدى توافر مصطلح " الإعلام الإسلامي " أو مصطلح " الدعوة الإسلامية " أو أي مصطلح مرادف آخر في هذه المصطلحات، حيث حجز الدكتور عبد الهادي المرتبة الأولى في مكنزه لقسم " الإسلام والديانات الأخرى"، وخصص له الرمز (١)، وجاءت موضوعاته الأساسية على النحو الآتي :

جدول رقم (٢٩)

الموضوعات الأساسية لقسم "الإسلام والديانات الأخرى" في مكنز رؤوس الموضوعات للمخطوطات العربية للدكتور

عبد الهادي

الرمز	المصطلح	الرمز	المصطلح
١,٠١	أركان الإسلام	١,١٤	السيرة النبوية
١,٠٣	المساجد	١,١٦	أصول الفقه
١,٠٥	المزارات	١,١٧	الفقه
١,٠٦	الأزهر (الجامع)	١,١٨	علم الكلام
١,٠٨	مكة المكرمة	١,١٩	الفرق
١,٠٩	المدينة المنورة	١,٢٠	التصوف
١,١٠	القرآن وعلوم القرآن	١,٢٥	النصرانية والنصارى
١,١٢	الحديث وعلوم الحديث	١,٢٧	اليهودية واليهود

وعند تحليل الموضوعات الأساسية لقسم "الإسلام والديانات الأخرى" الواردة في الجدول السابق، فإنه يمكن الوصول إلى النتائج الآتية :

- ١- أن كل المصطلحات الواردة في المكنز لا تعبر عن التفريعات الكاملة في كل موضوع منها، بل تمثل المصطلحات التي وردت في المخطوطات العربية، والتي برع فيها العرب والمسلمون وأبدعوا وأنتجوا، كما التزم المكنز بالصياغة الخاصة بالمصطلحات والتي وردت في المخطوطات العربية.
- ٢- أنه بفحص التفريعات الواردة في قسم "الإسلام والديانات الأخرى" بغرض التعرف على مدى ورود مصطلح "الإعلام الإسلامي" أو مصطلح "الدعوة الإسلامية" أو أى مصطلح مرادف آخر في هذه التفريعات، تبين عدم ورود مصطلح "الإعلام الإسلامي" أو مصطلح "الدعوة الإسلامية" في هذا المكنز، فعلى الرغم من أن مصطلح "الإعلام الإسلامي" من المصطلحات الحديثة التي عرفت مؤخراً؛ إلا أن مصطلح "الدعوة الإسلامية" قد عرف في عصر النبوة، حيث كان مساوياً في عصر النبوة لمصطلح "الإعلام الإسلامي"، فالقدماء منذ ظهور الرسول محمد صلى الله عليه وسلم لم يعرفوا هذا المصطلح الحديث، واستخدموا مكانه المصطلح المعروف عندهم وهو مصطلح الدعوة، والدعوة إلى شيء هي الترغيب في هذا الشيء (حمزة، ١٩٧٨، ص ٣٣-٣٥). ولما كان هذا المكنز لا يغطي إلا المصطلحات التي وردت في المخطوطات العربية فقط؛ لذا فمن الممكن عدم ورود مصطلح "الدعوة الإسلامية" في هذه المخطوطات.

٣- أنه بفحص التفريعات الواردة في قسم " الإسلام والديانات الأخرى" تبين ورود مصطلح " المواعظ"، وخصص له الرمز ١,١٤,٣٠ فقط، دون وجود أية تفريعات تخص هذا الموضوع. وعليه يصبح من غير المستحسن الاعتماد على هذا المكنز في عمليات تنظيم وتحليل الإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي.

٢/٣/٣ مجال الإعلام الإسلامي في المكانز المتخصصة:

١/٢/٣/٣ في المكنز العربي في مجال الاتصال الجماهيري (الراديو والتلفزيون) للدكتور

العناني:

كان الهدف من دراسة العناني هو إعداد مكنز عربي في مجال الاتصال الجماهيري، ولكنه اكتفى بوضع مكنزاً لمصطلحات الراديو والتلفزيون فقط، كنموذج يحتذى به في مجال الاتصال الجماهيري الأخرى، وقد اختار العناني الراديو والتلفزيون مجالاً لإعداد المكنز؛ لأهمية كل من الراديو والتلفزيون وتشابه النشاطات في الوسيطتين، حيث تلتقيان حول أسس عامة، واعتماد كل منهما على الجهاز الذي يرسل المادة المرسله، وهى تشمل كل ما يهم المستمع أو المشاهد أن يعرفه في ميادين المجالات المختلفة، فضلاً عن سعة الاعتماد عليهما من قبل الجمهور في الوطن العربي، نظراً لسهولة التعرض لهما، حيث يعتبر الراديو الوسيلة الإعلامية التي تصل إلى أكبر عدد من المتلقين في الداخل، بالإضافة إلى قدرته على تجاوز الحدود إلى المناطق المجاورة، أما التلفزيون فله تأثيره على المشاهدين في ظل قلة وسائل الترفيه الأخرى كالمسرح وخلافه، كما أن هناك سبباً إجرائياً وهو ممارسة الباحث للعمل في محطات وقنوات الراديو التلفزيون لسنوات طويلة، في أكثر من بلد عربي، حيث شارك بكتابة العديد من البرامج وإعداد المواد الإذاعية في هذه المحطات وتلك القنوات (العناني، ١٩٩١، ص ص ٨-٩).

أما عن " المكنز العربي في مجال الاتصال الجماهيري - الراديو والتلفزيون"، فقد قام الدكتور العناني بتقسيمه إلى عدد من الأقسام الرئيسة، كما هو موضح في الجدول رقم (٣٠) :

جدول رقم (٣٠)

الأقسام الرئيسة في المكنز العربي في مجال الاتصال الجماهيري (الراديو والتلفزيون) للدكتور العناني

المصطلح	المصطلح
الاتصال	حقوق الدول
الاتصال الدولي	حقوق المؤسسات
أخلاقيات الاتصال	الرقابة على الاتصال
أنشطة الاتصال	سياسة الاتصال
الإعلام	صناعة الاتصال



عملية الاتصال	الإعلان
التأثير	التربية
الجمهور	الترفيه
رجع الصدى	الدعاية
الرسالة الاتصالية	العلاقات العامة
القائمون بالاتصال الجماهيري	أنواع الاتصال
وسائل الاتصال الجماهيري	الاتصال الجماهيري
عوائق الاتصال	الاتصال المواجهي
التعقيم الإعلامي	التحكم في الاتصال
عوائق خارجية	التخطيط الإعلامي
عوائق داخلية	البحوث الإعلامية
عوائق لغوية	التخطيط الإذاعي والتلفزيوني
عوائق ديناميكية	تشريعات الاتصال
القائمون بالاتصال	تكنولوجيا الاتصال
تأثير القائمين الاتصال	الأقمار الصناعية
مهارات القائمين الاتصال	بنوك المعلومات
لغات الاتصال	التعليم عن بعد
مجالات تأثير الاتصال	تلفزيون الدائرة المغلقة
نظريات الاتصال	التلفزيون السلبي
نظرية الحرية	التلفزيون عالي الدقة
نظرية السلطة	شبكات الاتصال

النظرية السوفيتية	الشبكات الأرضية
نظرية المسؤولية	شبكات الفضاء
نظريات تأثير الاتصال	شبكات الميكروويف
نظم الاتصال	الشبكة العربية للاتصالات
نماذج الاتصال	التوثيق الإعلامي
وظائف الاتصال	حقوق الاتصال
	حقوق الأفراد

وعند تحليل الأقسام الرئيسية وموضوعاتها الأساسية للمكنز العربي في مجال الاتصال الجماهيري (الراديو والتلفزيون) للدكتور العناني، فإنه يمكن الوصول إلى الحقائق الآتية :

- ١- أن الأقسام الرئيسية لهذا المكنز تدور حول مجال الاتصال وليس الراديو والتلفزيون فقط، والمتأمل لهذه الأقسام يلاحظ أنها جميعها تدور في فلك علم الاتصال، مثل: الاتصال الدولي، وأخلاقيات الاتصال، وأنشطة الاتصال، وأنواع الاتصال، والتحكم في الاتصال ... الخ.
- ٢- أنه بالبحث في الأقسام الرئيسية وتفرعاتها الواردة في هذا المكنز تبين عدم ورود مصطلح "الإعلام الإسلامي" في هذا المكنز، على الرغم من أنه يعد موضوعاً أساسياً في مجال الاتصال والإعلام.
- ٣- أنه بفحص التفرعات الواردة في هذا المكنز تبين ورود تسعة مصطلح من المصطلحات التي ترتبط بمجال الإعلام الإسلامي، وهي:

جدول رقم (٣١)

مصطلحات الإعلام الإسلامي في المكنز العربي في مجال الاتصال الجماهيري (الراديو والتلفزيون)

المصطلح	المصطلح
الفتاوى الدينية	الأحاديث الدينية
منظمة إذاعات الدول الإسلامية	الإذاعة الإسلامية
الندوات الدينية	الإذاعة الدينية
نقل الشعائر الدينية	البرامج الدينية
	الدعوة والدعاة

ومن الملاحظ أن هذه المصطلحات لا تعبر عن مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي، إذا إنها غير كافية قياساً على مصطلحات هذا المجال التي يذخر بها إنتاجه الفكري المنشور؛ لذا لا يمكن الاعتماد على هذه المصطلحات في عمليات تنظيم وتحليل الإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي.

٢/٢/٣/٣ في مكنز إسلامي للمرأة لمحمد:

تم تقسيم المكنز الإسلامي للمرأة إلى ثلاثة أقسام رئيسية، هي: المرأة الإنسان، المرأة في الأسرة، المرأة في المجتمع (محمد، مايو، ١٩٩٢، ص ٢١٣). وهذا المكنز اقتصر على تقديم الجزء المصنف فقط ولم يقدم مصطلحات دقيقة بل كانت مصطلحات عامة، بجانب أن مصطلحات المكنز لم تكن شاملة لكل فروع الدين الإسلامي، بل اقتصر على مصطلحات المرأة التي تتعلق بالدين الإسلامي فقط، ولم يرد أي مصطلحات تتعلق بمجال الإعلام الإسلامي أو الدعوة الإسلامية أو أي مصطلح مرادف آخر؛ ذلك لأنه مكنز لم يقدم إلا المصطلحات المرتبطة بالمرأة الإنسان (طبيعة المرأة، مجالات المساواة مع الرجل، تطبيقات عملية)، والمصطلحات المرتبطة بالمرأة في الأسرة (الأسرة نواة المجتمع، الزواج، الحمل والولادة والأمومة)، والمصطلحات المرتبطة بالمرأة في المجتمع (القيم والأخلاق المتعلقة بالمرأة، العادات والتقاليد المتعلقة بالمرأة، الحياة الاجتماعية للمرأة، المرأة في العمل، المرأة في القانون، المرأة والسياسة، المرأة والقتال).

٣/٢/٣/٣ في مكنز إسلامي للخدمة الاجتماعية لمحمد:

تم تقسيم هذا المكنز إلى ثلاثة أقسام رئيسية، هي: النظرية، المنهج، التطبيق. وقد اقتصر المكنز على تقديم - كما يذكر صاحبه - " عكفت على دراسة القرآن الكريم على مدى سبع سنوات والاطلاع على ما يزيد على خمسة عشر تفسيراً ... هذا إلى جانب دراسة السيرة العطرة والأحاديث النبوية الشريفة والعديد من كتب الفقه وأصول الفقه .. لاستنباط المصطلحات الإسلامية ذات الدلالة الاجتماعية ووضعها في موضعها المناسب من المكنز مع مراعاة الترتيب المنطقي لكليات العلم وجزئياته" (محمد، يناير، ١٩٩٢، ص ص ٢٤٥-٢٤٦).

وبالبحث في تعريفات هذا المكنز تبين عدم ورود أي مصطلحات تتعلق بمجال الإعلام الإسلامي أو الدعوة الإسلامية أو أي مصطلح مرادف آخر؛ ذلك لأنه مكنز لم يقدم إلا المصطلحات المرتبطة بمجال الخدمة الاجتماعية من حيث النظرية (سنن الله في النفس والمجتمع، الضوابط الشرعية، مقاصد الخدمة الاجتماعية، موضوعات الخدمة الاجتماعية)، ومن حيث المنهج (مبادئ الخدمة الاجتماعية، طرق وأساليب الخدمة الاجتماعية، أدوات الخدمة الاجتماعية)، ومن حيث التطبيق (الخدمة الاجتماعية كمهنة، مجالات الرعاية الاجتماعية)

٤/٢/٣/٣ في مكنز المصطلحات الفقهية لعبد الله:

قسم الدكتور عبد الله مكنز المصطلحات الفقهية إلى ما ذهب إليه الفقهاء المعاصرون، فقد قدموا موضوعات الفقه بعد الاستقراء لمنصفات الفقه في سبعة أقسام رئيسية هي: العبادات، الأحوال الشخصية، المعاملات، الأحكام السلطانية، العقوبات، الحقوق الدولية (السير)، الآداب (عبد الله، ١٩٩٦، ص د). معنى ذلك أن هذا المكنز قد تخصص في إنشاء قائمة بالمصطلحات الفقهية، فهو لم يهتم إلا بفرع واحد فقط من فروع الدين الإسلامي ألا وهو فرع الفقه الإسلامي.

٥/٢/٣/٣ في مكنز الفتاوى الإسلامية للدكتور أبو العزم:

هدفت دراسة أبو العزم إلى تحليل فتاوى دار الإفتاء المصرية، وذلك منذ إنشاء دار الإفتاء المصرية عام ١٨٩٥م وحتى عام ٢٠٢٠م؛ بغرض التعرف على المصطلحات التي تستخدم في كتابة الفتاوى، وتحليلها من الناحية الموضوعية، بغرض التعرف على الموضوعات التي يطرح فيها السائلون أسئلتهم، وتكوين شجرة تضم هذه الموضوعات من أجل تصنيف الفتاوى؛ لإنشاء مكنز لفتاوى دار الإفتاء المصرية. وقد بلغ عدد الفتاوى محل الدراسة ٥,٦٠٣ فتوى من إجمالي الفتاوى التي صدرت من دار الإفتاء المصرية والمسجلة في السجلات ١٠٩,٠٨١ فتوى، وقد قام الباحث باختيار هذه العينة المقصودة من خلال مشروع انتقاء الفتاوى الذي تم فيه فصل الفتاوى للمفتين السابقين، وعددهم ١٩ مفتياً، وبعد ذلك تم التقسيم الموضوعي لفتاوى كل مفتٍ بشكل عام، بعد حذف المكررات من الفتاوى. وقد اعتمد الباحث عند بناء المكنز على خمس مراحل: جمع المصطلحات، التقسيم الوجيهي، إنشاء شجرات الموضوعات الهرمية، إنشاء متن المكنز، مراجعة المكنز (أبو العزم، ٢٠٢١، ص ص ١٥-١٨). هذا، وقد قام أبو العزم بتقسيم الأقسام الرئيسية في " مكنز الفتاوى الإسلامية " إلى ثمان قسماً رئيساً، كما هو موضح في الجدول رقم (٣٢) :

جدول رقم (٣٢)

الأقسام الرئيسية في مكنز الفتاوى الإسلامية لأبوالعزم

الرمز	المصطلح
١	الجهاد والصلح والمعاهدات
٢	العبادات
٣	العقائد
٤	جنايات وأفضية
٥	شؤون وعادات
٦	مجتمع وأسرة
٧	مستجدات
٨	معاملات مالية

والمتمائل للأقسام الرئيسية وتفرعاتها في مكنز الفتاوى الإسلامية، فإنه يمكن الوصول إلى الحقائق الآتية :

١- أنه على الرغم من مكنز الفتاوى الإسلامية يعتمد فقط على المصطلحات التي تقدمها الفتاوى الصادرة عن دار الإفتاء المصرية؛ إلا أن أقسامه الرئيسية جاءت معبرة عن وجهة نظر القائم بإعداد

المكنز، ففي الوقت الذي تم تخصيص قسمًا رئيسًا لـ "الجهاد والصلح والمعاهدات" وهو يشتمل على تسع مصطلحات فقط، نجد أنه لم يخصص قسمًا رئيسًا لعدد من الموضوعات التي تستحق أن تكون قسمًا رئيسًا، مثل القرآن الكريم الذي وضع تحت قسم "العبادات" برمز ٢,١١، كما أنه لم يغطي مصطلح "الحديث الشريف"، ولا مصطلح "الفقه".

٢- أن ترتيب الأقسام الرئيسية وتفرعاتها في مكنز الفتاوى الإسلامية لم يكن منطقيًا في بعض المواضع، فهل من المنطق أن يأتي "الجهاد والصلح والمعاهدات" في المرتبة الأولى من الأقسام الرئيسية، على الرغم أنه يعد جزءًا من الفقه الإسلامي؟ وهل من المنطقي وضع قسم "العبادات" قبل قسم "العقائد"؟ وهل من المنطقي وضع موضوع "الحج والعمرة" برمز ٢,٠٤ قبل موضوع "الذكر والدعاء" برمز ٢,٠٥، وقبل موضوع "الزكاة" برمز ٢,٠٦، وقبل موضوع "الصلاة" برمز ٢,٠٧، والطهارة برمز ٢,١٠؟ فالترتيب المنطقي لهذه العبادات يتركز في: الطهارة والنجاسة، والصلاة، والصوم، والزكاة، والحج، والعمرة، والذكر، والدعاء. ما عرض الصلوات على هذا النحو: صلاة الصبح، صلاة الظهر، صلاة العشاء، صلاة العصر، صلاة الفجر، صلاة المغرب.

٣- أن وضع المصطلحات في مكنز الفتاوى الإسلامية لم يكن موفقًا في بعض المواضع، ولم يحافظ على وضع المصطلحات المرتبطة بقسم واحد في مكان واحد، ولم يتم وضع المصطلحات التي تنتسب لقسم واحد في هذا القسم، حيث تم تخصيص قسمًا رئيسًا لـ "الجهاد والصلح والمعاهدات" على الرغم من أنه يعد المصطلحات الفقهية، وكان من الأفضل وضعه في قسم "العبادات"، كما وضع المكنز موضوع "الأيمان" برمز ٢,٠٢ تحت قسم "العبادات"، على الرغم من أنه ينتمي لقسم "العقائد".

٤- أن مكنز الفتاوى الإسلامية قد خصص لبعض المصطلحات موضعين اثنين، حيث وضع في بعض الأحيان صياغتين ورمزين اثنين لمصطلح واحد، كما هو موضح بالجدول رقم (٣٣):

جدول رقم (٣٣)

نماذج من مكنز الفتاوى الإسلامية في وضع صياغتين ورمزين لمصطلح واحد

الموضع الثاني		الموضع الأول	
المصطلح	الرمز	المصطلح	الرمز
جهاد	١,٠١٠٢	الجهاد	١,٠١
صلح	١,٠٢٠١	الصلح	١,٠٢
معاهدات	١,٠٣٠١	المعاهدات	١,٠٣
أضحية	٢,٠١٠١	الأضحى	٢,٠١
أيمان	٢,٠٢٠١	الأيمان	٢,٠٢
ذكر ودعاء	٢,٠٥٠٤	الذكر والدعاء	٢,٠٥
صوم	٢,٠٨٢٧	الصيام	٢,٠٨
قرآن كريم	٢,١١١٢	القرآن الكريم	٢,١١
عقيدة	٣,٠٣٥١	العقيدة	٣,٠٣
مذاهب	٣,٠٥٠١	المذاهب	٣,٠٥
تجسس	٤,٠١٠١	التجسس	٤,٠١
لباس وزينة	٥,٠٢٠٣	اللباس والزينة	٥,٠٢
حضانة	٦,٠١٠٥	الحضانة	٦,٠١
خلع	٦,٠٢٠١	الخلع	٦,٠٢
امرأة	٦,١١٠٢	المرأة	٦,١١
إجازة	٨,٠١٠١	الإجازة	٨,٠١

٥- أنه بالبحث في الأقسام الرئيسية وتفرعاتها الواردة في هذا المكنز تبين عدم ورود مصطلح "

الإعلام الإسلامي" في هذا المكنز.

٦- أنه بفحص التفرعات الواردة في هذا المكنز تبين ورود مصطلحين اثنين من المصطلحات

التي ترتبط بمجال الإعلام الإسلامي، هما: موعظة عن قبر برمز ٢,٠٣٤٠، تبليغ ودعوة برمز

٣,٠١٠٢؛ لذلك لا يصلح هذا المكنز في التعبير عن مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي.

ولإتمام الفائدة، وحتى تتضح المقارنة بين المكانز التي تم اختيارها لدراسة مجال الإعلام الإسلامي بها؛ للخروج بنتائج يعول عليها في الحكم والمقارنة، والتي معالجتها سابقاً، يمكن عقد مقارنة بينها، كما هو موضح بالجدول رقم (٣٤):

جدول رقم (٣٤)

مقارنة معالجة المكانز محل الدراسة لجال "الإعلام الإسلام" أو "الدعوة الإسلامية"

عدد المصطلحات	المكنز
١	مكنز الفيصل
١	مكنز رؤوس الموضوعات للمخطوطات العربية
٩	المكنز العربي في مجال الاتصال الجماهيري
-	مكنز إسلامي للمرأة
-	مكنز إسلامي للخدمة الاجتماعية
-	مكنز المصطلحات الفقهية
٢	مكنز الفتاوى الإسلامية

ويكشف الجدول رقم (٣٤) عن ضعف معالجة هذه المكانز لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي، كما يكشف عجزها وفقرها الواضح. إذن معالجة المكانز سواء أكانت عامة أم متخصصة لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي أو الدعوة الإسلامية غير كافية قياساً على مصطلحات الإعلام الإسلامي المتمثلة في إنتاجه الفكري المنشور في أوعية المعلومات المختلفة بلغاتها المتعددة، وبأشكاله المتباينة، ذلك لأن المكانز المتخصصة في موضوع محدد يمكن أن تستوعب المصطلحات في هذه المجالات؛ وذلك من خلال تحديثها وتطويرها بشكل دوري منتظم، فتفاصيل أي علم ومصطلحاته يصعب تغطيتها واستيعابها في مكنز عام، مما يجعل أمر تخصيصها بأداة تحليل موضوعي متخصصة أمراً لا مفر منه.

لذا، وفي ضوء ما سبق، فإنه لمواجهة متطلبات المكتبات والمراكز المتخصصة في مجال الإعلام الإسلامي، وتلبية حاجات الباحثين والمتخصصين، وخدمة للإنتاج الفكري الصادر في هذا المجال وتنظيمه، وتحليله، وإتاحته للاستخدام، كان لابد من إعداد مكنزاً متخصصاً لمجال الإعلام الإسلامي؛ بغرض سد حاجات التنظيم والتحليل والاسترجاع للإنتاج الفكري المتخصص في هذا المجال. حيث توصلت الدراسة التحليلية أن أدوات التحليل الموضوعي المتاحة بأنواعها المختلفة ولاسيما العربية منها لا تفي حاجة الموضوعات والتفريعات والرموز الخاصة بمجال الإعلام الإسلامي، وبالتالي جاءت عاجزة عن حصر كافة تفريعات هذا المجال، كما وردت فقيرة في الرموز المخصصة للإنتاج الفكري المتخصص في هذا المجال.

٤/ الإطار التطبيقي للدراسة:

١/٤ الخطوات التمهيدية لبناء مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي:

١/١/٤ تحديد أهداف المكنز وفئات المستفيدين منه:

إن أولى الخطوات التمهيدية في إعداد مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي تتمثل في تحديد الهدف من إعداده، ومن هم فئات المستفيدين منه، حتى يمكن تلبية احتياجاتهم ورغباتهم المختلفة. حيث أوردت المواصفة **ISO 25964-1** أنه قبل الشروع في إنشاء أى مكنز جديد، لا بد أولاً من التأكد من عدم وجود مكنز آخر يغطي مصطلحات هذا الموضوع، وبعد إجراء عملية البحث وجد عدد من المكنز ذات الصلة بمجال الإعلام الإسلامي، لكنها لم تقدم المصطلحات بشكل يعبر عن الإنتاج الفكري في هذا المجال، ولا يكشف عن موضوعاته الرئيسية والفرعية، حيث ركزت على موضوعات بعيدة عن مجال الإعلام الإسلامي، وبالتالي فهي غير صالحة للتطبيق على الإنتاج الفكري المتخصص في هذا المجال؛ لأنها لم تضع في اعتبارها طبيعة هذا الإنتاج، وطبيعة موضوعاته، والخصوصية التي يتفرد بها؛ لذا كان لا بد من إعداد مكنز متخصص لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي.

١/١/٤/٤ الهدف من إنشاء مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي:

يكمّن الهدف من إنشاء المكنز في تقنين مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المستخدمة في البحوث والدراسات للمجال الموضوعي، وضبطها، وتوحيدها، وتحديد مدلولاتها بدقة، بحيث تعبر عن معنى واحد ثابت ومفهوم؛ ليصبح أداة ضبط لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي، وتخزينها، وتحليلها، واسترجاعها، من خلال تحليل الإنتاج الفكري الخاص بهذا المجال على أسس علمية ثابتة ومقننة، وبالتالي يصبح أداة محكمة ومقننة تعمل على خدمة المستفيدين، حيث يمكن الاعتماد عليها في فهرسة الإنتاج الفكري، وتكشيفه، واسترجاعه، ومن ثم مساعدة المكشفين في دقة التحليل الموضوعي، وعمليات التكشيف والاستخلاص التي تتم إما بشكل يدوي أو بشكل آلي، ومساعدة الباحثين في مجال الإعلام الإسلامي في تحقيق الدقة العالية في استدعاء الإنتاج الفكري الذي يلبي احتياجاتهم، ورغباتهم، وطلباتهم، حيث تيسر لهم تحويل مفاهيم أسئلتهم إلى مصطلحات مقننة، تقودهم إلى الإنتاج الفكري المطلوب، وكذلك التعرف على الموضوعات الرئيسية والفرعية وكذا التفريعات الدقيقة لهذا المجال الموضوعي، وتوضيح ما بها من علاقات، واستخدام الجزء المصنف في المكنز للتعرف على المجالات الموضوعية العريضة وتفرعاتها بشكل منطقي، كما يمكن استخدامه في ترتيب الإنتاج الفكري على رفوف المكتبات ومراكز المعلومات، فالمكنز المقترح سيكون بمثابة اللغة المشتركة بين المكشف والباحث لتحقيق أعلى درجات الجودة والفاعلية.

كما يهدف المكنز المقترح إلى وضع خريطة تصنيفية لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي، محددًا فيها المصطلحات الرئيسية والفرعية وكافة التفريعات الدقيقة الداخلة في نطاق هذا المجال، موضحةً عليها شبكة العلاقات المختلفة التي تربط بينها، ومستخدماً فيها المصطلحات الجديدة والقائمة فعلاً، وموحداً هذه

المصطلحات في قائمة استنادية يلتزم باستخدامها كل من المكتبيين والمكتشفين والمعلوماتيين والباحثين في مجال الإعلام الإسلامي.

٢/١/١/٤ فئات المستفيدين من مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي:

تتعدد فئات المستفيدين من مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح، فمن الممكن أن يستفيد من هذا المكنز الفئات الآتية :

أ- المتخصصون في مجال الإعلام بصفة عامة والمتخصصون في مجال الإعلام الإسلامي بصفة خاصة.

ب- المكتبيون بصفة عامة والمصنفون والمكتشفون والمستخلصون بصفة خاصة.

ج- الباحثون في المكتبات والمراكز المتخصصة في مجال الإعلام بصفة عامة، والباحثون في المكتبات والمراكز المتخصصة في مجال الإعلام الإسلامي بصفة خاصة.

د- الباحثون في مجال المكتبات والمعلومات بصفة عامة، والباحثون في مجال العمليات الفنية ولغات التكشيف والمكانز بصفة خاصة.

٢/١/٤ تحديد المجال وحدود التغطية:

هناك أربعة حدود أساسية للمكنز المقترح، هي: الموضوعية، النوعية، اللغوية، الشكلية. وقد سبق توضيحها في حدود الدراسة.

٣/١/٤ تحديد درجة التفصيل في مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي:

ينبغي من البداية تحديد درجة التفصيل في مصطلحات مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح، فهل سيتم إعداد مكنزاً مفصلاً؟ أم سيتم إعداد مكنزاً غير مفصل؟ ونظراً لتنوع الإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي، ودقة معالجته، ونظراً لدقة الموضوعات البحثية للباحثين في هذا المجال، فالباحثون لا يطلبون أوعية معلومات في موضوعات عامة محددة، بل يطلبون معلومات دقيقة في هذا المجال؛ لذا تدعو الحاجة إلى إعداد مكنز مفصل ودقيق، يضم مستويات دقيقة وعميقة في مجال الإعلام الإسلامي، تصل إلى المستوى السادس من مستويات التقسيم في التدرج من الأعم إلى العام فالخاص فالأخص فالأكثر خصوصية، كما سيتضح في مكونات المكنز المقترح.

٤/١/٤ تحديد طريقة تجميع مصطلحات مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي:

أوردت المواصفة **ISO 25964-1** أنه قبل البدء في العمل لابد من الاتفاق على المبادئ العامة لتكوين المصطلحات وحاجات المستفيدين من نظام المعلومات، فطرق اختيار الوصفات تختلف وفقاً للتركيب المقترح للمكنز (العرض الهجائي، العرض المصنف، العرض البياني)، وكذلك وفقاً للغرض الذي يستخدم من أجله المكنز (استرجاع، استخدام يدوي، استخدام آلي، التكشيف فقط).

هناك أربع طرق أساسية في تجميع المصطلحات التي تشكل المادة الخام للمكنز؛ على النحو الآتي :

- أ- تجميع المصطلحات واستقائها من مجموعة مناسبة من الإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي أو من المتخصصين الموضوعيين.
- ب- تجميع المصطلحات واستقائها من أدوات التحليل الموضوعي المتوفرة، مثل المكانز ومعاجم المصطلحات ونظم التصنيف وقوائم رؤوس الموضوعات.
- ج- تجميع المصطلحات واستقائها تجريبياً على أساس تكشف مجموعة ممثلة من الوثائق التي تغطي المجال الموضوعي.

د- تجميع المصطلحات واستقائها اعتماداً على الطرق الثلاثة السابقة.

٥/١/٤ تحديد المعايير والمواصفات المتبعة في إعداد مكنز مصطلحات مجال الإعلام

الإسلامي:

سيتم بناء مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح اعتماداً على - كما سبق ذكره- أحدث المعايير والمواصفات المتبعة في إعداد المكانز، ألا وهي مواصفة ISO 25964-1 التي صدرت عام ٢٠١١ (International Standard ISO 25964-1).

٦/١/٤ تحديد بناء مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي وأقسامه:

سيتم تحديد مكونات مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي وأقسامه المختلفة، والاتفاق عليها مسبقاً، حيث خطط لمكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح أن يتكون من: مقدمة، وقسمين رئيسيين.

٢/٤ الخطوات العملية لبناء مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي:

١/٢/٤ التحقق من القطاعات الموضوعية للمجال الموضوعي:

بداية في الخطوات العملية لبناء المكنز المقترح لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي لا بد من رسم خريطة تصنيفية لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي، محدداً فيها المصطلحات الرئيسية والفرعية وكافة التفريعات الدقيقة الداخلة في نطاق هذا المجال، حيث تشكل هذه الخريطة العمود الفقري للقائمة الرئيسية للمصطلحات، التي عادة ما تسفر عن قائمة مبدئية بالمصطلحات المهمة، فضلاً عن تقسيمها إلى مجموعات تعبر عما بينها من علاقات وارتباطات.

وقد قام الباحث بفحص الإنتاج الفكري المتخصص في مجال الإعلام بصفة عامة، والإنتاج الفكري المتخصص في مجال الإعلام الإسلامي بصفة خاصة، واطلع على عدد كبير من هذا الإنتاج، واستشار العديد من أساتذة هذا المجال؛ لوضع تصور واضح ودقيق للأقسام الرئيسية لمجال الإعلام الإسلامي، ولما كان الاتصال أو الإعلام يعرف بأنه " العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة (كائنات حية أو بشرية أو آلات) في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم التفاعل يتم أفكار ومعلومات بين الأفراد عن قضية معينة، أو معنى مجرد، فنحن حينما نتصل نحاول أن نشرك الآخرين ونشترك معهم

في المعلومات والأفكار، فالإتصال يقوم على المشاركة في المعلومات والصور الذهنية والآراء" (فهمي، ٢٠٠٦، ص ٢٥)؛ لذا كان لابد من تخصيص قسماً رئيساً لعملية الإتصال.

ونظراً لأن مجال الإعلام الإسلامي يضرب بجذوره في العصور الزمنية، حيث تحكمه عصور وفترات تاريخية؛ لذا كان لابد من تخصيص قسماً رئيساً لها يأتي في الترتيب بعد قسم "عملية الإتصال". ولما كان الإتصال أو الإعلام يتكون من خمسة مكونات أساسية: مرسل، ورسالة، ووسيلة، وملتقي، وتلقي مرتد، أو بصيغة أخرى: من يبدأ؟ يقول ماذا؟ بأى وسيلة؟ ولمن يقول؟ وأى تأثير؟ (فهمي، ٢٠٠٦، ص ٢٧-٣١)؛ لذا كان لابد من تخصيص خمسة أقسام رئيسة لرجال الإعلام الإسلامي، ورسائل الإعلام الإسلامي، ووسائل الإعلام الإسلامي، وجمهور الإعلام الإسلامي، وتأثير الإعلام الإسلامي على الترتيب.

ولما كان هناك مؤسسات لمجال الإعلام الإسلامي، توفر الدعم المالي والمعنوي، وتؤدي أدوار مهمة في خدمة هذا المجال، وأن هذا المجال لا يقتصر على مكان محدد ودولة معينة، بل ينتشر في كل دول العالم؛ لذا كان لابد من تخصيص قسماً رئيساً لهذه المؤسسات، وقسماً رئيساً آخر لتلك الأماكن في العالم.

ونظراً لتوافر إنتاج فكري يعالج مجال الإسلام في بوجه عام؛ لذا كان لابد من تخصيص قسماً رئيساً للقسم العام، يوضع في صدر الأقسام الرئيسية لمجال الإعلام الإسلامي.

لذا فمن الممكن تطبيق نتاج كل ذلك، وتقسيم مجال الإعلام الإسلامي إلى عشرة أقسام رئيسة، هي: الإعلام الإسلامي - عام، عملية الإتصال، تأريخ الإعلام الإسلامي، رجال الإعلام الإسلامي، رسائل الإعلام الإسلامي، وسائل الإعلام الإسلامي، جمهور الإعلام الإسلامي، تأثير الإعلام الإسلامي، مؤسسات الإعلام الإسلامي، الإعلام الإسلامي في العالم. وينقسم كل قسم اصطلاحياً بدوره إلى عدد من الموضوعات الفرعية التي تندرج تحته، وكل موضوع فرعي يقسم بدوره إلى عدد من الشعب التي تندرج تحته، وكل شعبة تقسم إلى عدد من الأغصان التي تندرج تحته ... وهكذا. ومن الملاحظ أن قسم " وسائل الإعلام الإسلامي" قد نال شرف النصيب الأكبر في المكنز المقترح؛ نظراً لغزارة تفرعاته، وغنى تقسيماته، ووفرة إنتاجه الفكري.

وفي ضوء ما سبق، تم وضع نظام لتصنيف مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي، يتم على أساسه تخصيص رقم لكل واصفة، لا يتكرر الرقم لواصفة أخرى، على النحو الآتي :

جدول رقم (٣٥)

الأقسام الرئيسية في مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح

الرمز	المصطلح
٠	الإعلام الإسلامي - عام
١	عملية الاتصال
٢	تأريخ الإعلام الإسلامي
٣	رجال الإعلام الإسلامي
٤	رسائل الإعلام الإسلامي
٥	وسائل الإعلام الإسلامي
٦	جمهور الإعلام الإسلامي
٧	تأثير الإعلام الإسلامي
٨	مؤسسات الإعلام الإسلامي
٩	الإعلام الإسلامي في العالم

ثم يُقسّم كل قسم من هذه الأقسام الرئيسية إلى عدد من الأقسام الفرعية، ثم يُقسّم كل قسم من هذه الأقسام الفرعية إلى عدد من الشعب، ثم يُقسّم كل شعبة من هذه الشعب إلى عدد من المباحث، ويستمر التقسيم للوصول إلى أدق التفاصيل، ومع التفريع لكل من الأقسام الفرعية والشعب والمباحث والأغصان والعناقيد يتم إضافة رقمين على يمين الرقم الخاص به على غرار التقسيم العشري فالمئوي فالألفي، فالتقسيم العشري عادة ما يستخدم للتفريعات التي تقل عن التسعة (٠-٩)، والمئوي التي تزيد عن التسعة (٠١-٩٩). وكل وحدة من وحدات التقسيم يتم العلامة العشرية.

٢/٢/٤ تجميع المصطلحات:

لما كان من الأفضل إتباع مزيج من طرق تجميع المصطلحات؛ لذا تم تجميع مصطلحات مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح واستقائها بداية اعتمادًا على أدوات التحليل الموضوعي المختلفة، مثل: نظم التصنيف، وقوائم رؤوس الموضوعات، والمكانز، ومعاجم المصطلحات، فيما تعرف بالطريقة التجميعية، ثم تم استكمال حصيلة التجميع من خلال فحص الإنتاج الفكري المتخصص في مجال الإعلام الإسلامي، ثم تم استكمال حصيلة التجميع بالمصطلحات المنتقاة من تجميعات المصطلحات الأخرى بالتشاور مع المتخصصين الموضوعيين، والتي تعرف بطريقة "اللجنة"، ثم تم تجميع المصطلحات واستقائها من مجموعة ممثلة من الوثائق التي تغطي المجال الموضوعي، والتي

تعرف بالطريقة "التحليلية" أو "التجريبية"، حيث قام الباحث بتكثيف المصطلحات من واقع الإنتاج الفكري المتخصص في هذا المجال الذي أمكن الوصول إليه.

أما عن المصادر التي أمكن للباحث الاعتماد عليها في جمع المصطلحات الخاصة بالمكنز المقترح، فقد قام الباحث بالبحث عن مفردات الإنتاج الفكري المتخصص في مجال الإعلام الإسلامي، حيث زار العديد من المكتبات الجامعية التي تقتني هذا الإنتاج؛ لوجود تخصص الإعلام بالمؤسسة الجامعية، مثل: مكتبة كلية الآداب جامعة القاهرة، ومكتبة كلية الآداب جامعة المنصورة، ومكتبة كلية الآداب جامعة طنطا، ومكتبة كلية الآداب جامعة المنوفية، ومكتبة كلية الإعلام جامعة القاهرة، ومكتبة كلية الإعلام جامعة الأزهر، كما تم زيارة دار الكتب المصرية، كما تم تحميل عدد من الكتب الإلكترونية المتاحة على شبكة الإنترنت، وتم البحث كذلك في اتحاد مكتبات الجامعات المصرية. وتشير قائمة المراجع في هذه الدراسة إلى المصادر التي أمكن للباحث الاعتماد عليها في جمع المصطلحات الخاصة بالمكنز المقترح، بالإضافة إلى عدد كبير من الدراسات والأبحاث المنشورة على شبكة الإنترنت، والتي تتعلق بمجال الإعلام الإسلامي، والتي لم تتسع الدراسة لتشملها في قائمة المراجع.

وقد تم تقسيم المصادر التي اعتمدها الباحث في الحصول على المصطلحات الخاصة بالمكنز المقترح إلى الفئات الآتية :

نظم التصنيف العامة، مثل: تصنيف ديوي العشري الأصلي وتعديلاته العربية، وتصنيف مكتبة الكونجرس. و**نظم التصنيف المتخصصة،** مثل: التصنيف البيبليوجرافي لعلوم الدين الإسلامي للدكتور أبو النور، وخطة تصنيف علوم الدين الإسلامي ليويسف.

قوائم رؤوس الموضوعات، مثل: قائمة رؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس، وقائمة رؤوس الموضوعات العربية للخازندار، وقائمة رؤوس موضوعات العربية القياسية للمكتبات ومراكز المعلومات وقواعد البيانات للدكتور خليفة، والقائمة الكبرى لرؤوس الموضوعات العربية للعايدي.

المكانز العامة، مثل: مكنز الفيصل، ومكنز رؤوس الموضوعات للمخطوطات العربية للدكتور عبد الهادي، و**المكانز المتخصصة،** مثل: المكنز العربي في مجال الاتصال الجماهيري - الراديو والتلفزيون، ومكنز إسلامي للمرأة، ومكنز إسلامي للخدمة الاجتماعية، ومكنز المصطلحات الفقهية، ومكنز الفتاوى الإسلامية.

المقابلات الشخصية، حيث أجرى الباحث عدد من المقابلات الشخصية مع بعض أساتذة مجال الإعلام الإسلامي في مصر، أثناء عملية تجميع المصطلحات للمكنز المقترح.

فحص الإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي وتكثيفه فعليًا، حيث لعبت مصادر المعلومات في مجال الإعلام الإسلامي دورًا أساسيًا ومهمًا في تجميع المصطلحات الخاصة بمكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح، ويمكن تصنيف هذا الإنتاج إلى الأصناف الآتية :



الإنتاج الفكري المطبوع، ويشمل الكتب، والدوريات المتخصصة، والصحف المتخصصة، والرسائل الجامعية المتخصصة، وأبحاث المؤتمرات والندوات المتخصصة.

الإنتاج الفكري المسموع، ويشمل المادة المعلوماتية المسجلة على وسائط صوتية في مجال الإعلام الإسلامي.

الإنتاج الفكري المرئي والمصور، ويشمل المادة المعلوماتية المصورة على وسائط مرئية في مجال الإعلام الإسلامي.

الإنتاج الفكري الإلكتروني على شبكة الإنترنت، ويشمل المادة المعلوماتية على شبكة الإنترنت من البرمجيات الإسلامية الرقمية، والصور الإسلامية الرقمية، والفيديوهات الإسلامية الرقمية، وصفحات الويب ومواقع الويب الإسلامية، ووسائل التواصل الاجتماعي، وقواعد البيانات الإسلامية، وقنوات الإنترنت الإسلامية ... الخ في مجال الإعلام الإسلامي.

٣/٢/٤ تسجيل المصطلحات:

بعد استخراج المصطلحات من المصادر المختلفة السابقة، قام الباحث بتخصيص بطاقة لكل مصطلح، تدون عليها كافة المعلومات الخاصة بالمصطلح، كما هو موضح بالشكل رقم (١)، كما قام الباحث بتفريغ المصطلحات الخاصة بالممكنز اعتماداً على برنامج (Access)، حيث جمع الباحث بين البطاقات الورقية وبين البرنامج الآلي وهو الاختيار الأفضل.

٤/٢/٤ تقنين وضبط المصطلحات فيمكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي:

قام الباحث في هذه الخطوة بعملية تنقية وضبط للمصطلحات التي تم جمعها فيمكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح، حيث التزم بالمعايير الآتية:

أ- تواتر ورود المصطلح في عناوين الإنتاج الفكري المتخصص في مجال الإعلام الإسلامي الذي تم الرجوع إليه، حيث تم اعتماد المصطلح الذي تم استخدامه بكثرة في عناوين هذا الإنتاج، مثل:

الدعوة الإسلامية

اس الإعلام الإسلامي

الخطب النبوية

اس خطب الرسول

ب- تواتر ورود المصطلح في الإنتاج الفكري المتخصص نفسه الذي تم الرجوع إليه، حيث

اعتمد الباحث المصطلح الذي تم استخدامه بكثرة في هذا الإنتاج، مثل:

الرواية

اس القصة الطويلة

المحاضرات الإسلامية

اس دروس الوعظ والإرشاد



ج- تواتر ورود المصطلح في تقسيمات المتخصصين لموضوعاتهم، حيث حرص الباحث على استخدام المصطلح الذي تم استخدامه بكثرة في هذه التقسيمات التي قدمها المتخصصون في هذا المجال، مثل:

وسائل الإعلام الإسلامي المرئية

اس وسائل الإعلام الإسلامي البصرية

فن الحوار الصحفي الإسلامي

اس فن الحديث الصحفي الإسلامي

د- درجة تعبير المصطلح عن الموضوع بشكل واضح ومحدد، حيث تم اعتماد المصطلح الذي يتسم بالوضوح والدقة والتحديد، مثل:

العصر المخضرم

اس عصر صدر الإسلام

جرائم الياقات البيضاء

اس جرائم الإنترنت

هـ- درجة تعبير المصطلح عن مجال الإعلام الإسلامي، حيث تم اعتماد المصطلح الذي يعبر بدقة عن طبيعة هذا المجال، مثل:

جماهير الإعلام الإسلامي

اس جمهور الإعلام الإسلامي

جرائم الياقات البيضاء

اس جرائم الإنترنت

و- انتماء المصطلح إلى اللغة العربية، حيث تم استخدام المصطلح الذي ينتمي إلى اللغة العربية بدلاً من المصطلحات المترجمة أو المعربة أو المنقحة، مثل:

القصة الكاريكاتورية

اس القصة الساخرة

الويب ماستر

اس مدير الموقع

الريبورتاج الصحفي الإسلامي

اس فن التحقيق الصحفي الإسلامي

ز- بساطة صياغة المصطلح، وسهولة نطقه، حيث حرص الباحث على استخدام المصطلح الذي يتميز بالبساطة في الصياغة، والسهولة في النطق، مثل:

دعاية التهيج

اس دعاية الإثارة

المضلون من المسلمين

اس العصاة

أنواع المداخل أو المصطلحات بالمكيز المقترح:

قسمت المواصفة المصطلحات المستخدمة في المكيز إلى قسمين:

القسم الأول: وهي الواصفات أو المصطلحات المفضلة Descriptor وهي مصطلحات تستخدم في

المكيز للتعبير عن المفاهيم الواردة في الوثائق والاستفسارات؛ ولها أنواع :

مصطلحات تعني مفاهيم أو تركيبات : كيانات منفردة :

مثل : أسماء أشخاص : عبد الرحمن بن معاوية .

أسماء جغرافية : شاطئ الأرناب .

القسم الثاني: وهي اللاواصفات أو المصطلحات غير المفضلة Non Descriptor وهي غير مستخدمه

في عمليات التكشيف والبحث والاسترجاع، ويبين الجدول رقم (٣٦) عدد الواصفات واللاواصفات في

المكيز المقترح في كل قسم من أقسامه.

جدول رقم (٣٦)

عدد الواصفات واللاواصفات في أقسام المكيز المقترح

عدد اللاواصفات	عدد الواصفات	القسم
٢٥	٧٧١	الإعلام الإسلامي - عام
٣٧	٦٨٧	عملية الاتصال
١٨	٣٤٨	تأريخ الإعلام الإسلامي
٢١	٧٦٨	رجال الإعلام الإسلامي
١٠٣	٢٥٣٦	رسائل الإعلام الإسلامي
١١٥	٢٩٨٩	وسائل الإعلام الإسلامي
٢٣	٢٩٤	جمهور الإعلام الإسلامي
١٢	٢٨٩	تأثير الإعلام الإسلامي
٦	٢٣٨	مؤسسات الإعلام الإسلامي
٣	٢٣٩	الإعلام الإسلامي في العالم
٣٦٣	٩١٥٩	المجموع

المتطلبات الشكلية :

أشارت المواصفة إلى متطلبات الشكلية التي يجب أن تكون عليها الواصفات. ويشتمل مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح على نوعين من المداخل أو المصطلحات، هما: الواصفات واللاواصفات.

فأما عن الواصفات Descriptor، فهي المصطلحات المقننة التي تستخدم للتعبير عن المفاهيم، أو المحتويات الفكرية والموضوعية في الإنتاج الفكري، واستفسارات المستفيدين. وتنقسم الواصفات إلى قسمين:

١- الواصفات الشكلية، والتي تشير إلى الخصائص الشكلية للإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي، مثل: بيبليوجرافيات الإعلام الإسلامي، معاجم وموسوعات الإعلام الإسلامي.

٢- واصفات المحتوى، والتي تصف المحتويات الفكرية والموضوعية في الإنتاج الفكري، وهذه قد تكون مصطلحات تدل على الموضوعات المختلفة، مثل: الإقناع، الاتصال، الصحافة الإسلامية. وقد تكون مصطلحات تدل على كيانات فردية، أو مصطلحات أسماء أشخاص، مثل: حسان بن ثابت، مالك بن دينار، الحسن البصري، أو أسماء هيئات، مثل: وكالة الأنباء الإسلامية الدولية، منظمة إذاعات الدول الإسلامية، رابطة الصحافة الإسلامية.

وأما عن اللاواصفات Non Descriptor، فهي المصطلحات والمترادفات والأشكال الأخرى للمصطلحات المقننة، والتي لا يسمح باستخدامها في التكشيف، حيث إن هذه المصطلحات تحال إلى المصطلحات المجازة أو الواصفات، مثل:

النظرية المطاطة

اس نظرية المد والجزر

الجرائم الإلكترونية

اس جرائم الإنترنت

الخيالية الإسلامية

اس السينما الإسلامية

جماهير الإعلام الإسلامي

اس جمهور الإعلام الإسلامي

صياغة الواصفات بالمكنز المقترح:

أشارت المواصفة إلى أنه يجب أن تكون الواصفة ممثلة في كلمة واحدة علي الأقل، إلا أنه لا يجب أن يفقد المعني ووضوحه بالاختصار، كما يجب استخدام المصطلحات الأكثر شيوعاً، وفي حالة وجود أكثر من مصطلح شائع يجب تضمينها مع عمل الإحالات فيما بينها، ويفضل استخدام الواصفات في صيغة

الاسم أو شبه الجملة أو الفعل، وغلب في مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح استخدامها الأسماء كواصفات، وأحياناً تكون شبه جملة.

ويشتمل مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح على واصفات واضحة ومحددة حتى تكون مفهومة لمن يستخدم المكنز، وتصل إليه بسرعة، وصياغة الواصفات بالمكنز المقترح تتباين بين الأنواع الآتية :

المصطلح البسيط؛ حيث يشتمل المكنز على المصطلح البسيط الذي يتكون من كلمة واحدة، مثل: الشائعات، الإعلان، الخطباء، المؤذنون، التصديق، الدعاة.

المصطلح المركب؛ حيث يشتمل المكنز على المصطلح المركب الذي يتكون من كلمتين، والمصطلحات المركبة تشكل أغلب مصطلحات المكنز المقترح؛ ذلك أن بعض المصطلحات لا تحمل معنى واضحاً ما لم يتم تخصيصها بصفة تجعلها متخصصة، أو أن تكون مضاف ومضاف إليه... وعلى أي حال تتكون المصطلحات المركبة من الأنواع الآتية :

- الصفة والموصوف، مثل: القدوة الحسنة، الاتزان الانفعالي، الذاتية الإسلامية، الحرية الدينية، الأخوة الإسلامية، الدعاية التكتيكية، الاتصال الثقافي، الرسائل الإعلامية.

- المضاف والمضاف إليه، مثل: تحليل المضمون، تحليل الجمهور، مدقق الحقائق، قنوات الإقناع، أخلاقيات الاتصال، محررو الأفلام، قبول الرسالة.

- الكلمتان المرتبطان بحرف جر، مثل: الدعوة إلى الخير، الأمر بالمعروف، النهي عن المنكر، الشغف بالقراءة، الإقناع بالحوار، الاستجابة للفكرة، الالتزام بالموضوعية.

- الكلمتان المرتبطان بأداة العطف (و)، مثل: الإثارة والتشويق، الحفظ والذاكرة، التعليم والإلهام، الظهور والتميز، البدع والخرافات، الغمز واللمز، الحقد والحسد.

المصطلح الجملة؛ حيث يشتمل المكنز على المصطلح الجملة الذي يتكون من أكثر من كلمتين، جمهور الإعلام الإسلامي، مصممو الأزياء المسرحية، الالتزام بالأخلاق الإسلامية، أصحاب الديانات السماوية، ضعف قناعة المرسل.

هجاء الواصفات بالمكنز المقترح:

أوصت مواصفة **ISO 25964-1** بضرورة استخدام صيغة المفرد في حالة المصطلحات المحددة، الخواص، أسماء الأعلام، المجالات والموضوعات، والمصطلحات العملية؛ أما صيغة الجمع يمكن استخدامه للمصطلحات العامة.

هذا، وقد تم استخدام صيغة المفرد في المكنز المقترح للواصفات التي تدل على الصفات المميزة، ووسائل الإعلام الإسلامي، والأساليب، مثل: الملاحظة، العقيدة، الشريعة، المرسل، الصلاة، الخطابة الإسلامية، الوقف، النقش والكتابة، الكتابة المنسوخة، الصحافة الإسلامية، الإذاعة الإسلامية، التلفزيون الإسلامي، السينما الإسلامية.



كما تم استخدام صيغة الجمع للواصفات التي تعبر عن أنواع الأشياء وأشكالها المتعددة، مثل: المناظرات، الرسائل، المساجد، الأسواق، البرامج التلفزيونية، الأفلام السينمائية الإسلامية، الجمعيات الدينية الإسلامية، المسلمون، الشائعات.

ومن الجدير بالذكر أن المكنز قد اضطر في بعض الأحيان إلى استخدام صيغة المفرد والجمع معاً للمصطلح الواحد؛ بغرض التعبير عن معانٍ متعددة ومفاهيم مختلفة لهذا المصطلح، مثل:

خطب الرسول	الخطابة الإسلامية
أنواع الصحف	الصحافة الإسلامية
القصة الدينية	فنون القص والحكي

كما أشارت المواصفة إلى أنه إذا اشتملت الواصفة على كلمتين فيجب أن تدخل بالشكل الطبيعي للكلمة، وليس الشكل المقلوب، حيث يفضل أن تدرج الواصفات المكونة من كلمتين أو أكثر في نظامها الطبيعي، أي دون قلب أو تغيير ترتيب الكلمات في الواصف، مثل:

أغراض القصائد الشعرية	وليس: القصائد الشعرية، أغراض
أساليب الخطابة الإسلامية	وليس: الخطابة الإسلامية، أساليب
أشكال فنون القص والحكي	وليس: فنون القص والحكي، أشكال
أنواع المجالات	وليس: المجالات، أنواع

وقد قام مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح بالإشارة إلى المرادفات المختلفة والصيغ المتعددة للواصفات؛ من باب وذكر، مثل:

جرائم الإنترنت

س ل	الجرائم الإلكترونية
	جرائم الحاسب
	الجرائم السيرانية
	جرائم الياقات البيضاء

التلفزيون الإسلامي

س ل	الإذاعة المرئية الإسلامية
	التلفاز الإسلامي
	التلفزة الإسلامية
	الرئي

الاختصارات والحروف الاستهلاكية بالمكنز المقترح:

عمد الباحث إلى استخدام الاختصارات والحروف الاستهلاكية بمكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي لتكون مصطلحات مقننة أو واصفات لكن بشكل ضئيل للغاية، فعندما يكون المصطلح المختصر أو

الحروف الاستهلاكية للمصطلح هي المستخدمة في الإنتاج الفكري المتخصص بالمجال، وشائعة عند الدارسين والمتخصصين في المجال، يكون هو الاختيار الأفضل للباحث في الصياغة المناسبة للمصطلح، فمثلاً تم اعتماد المختصرات رويتر، الأسوشيتدبرس، تاس، اليور فيزيون، الإنتر فيزيون كواصفات، وتمت الإحالة من المصطلح الكامل لاسم المؤسسة إلى الشكل المختصر والعكس صحيح بلا شك.

علامات الترقيم بالمكنز المقترح:

لما كانت المواصفات الخاصة بإعداد المكانز توصي بعدم الإفراط في استخدام علامات الترقيم في المكنز، أو الإقلال منها، أو تجنبها أساساً؛ لذا لم يفرط الباحث في استخدام علامات الترقيم في مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح، بل عمد إلى استخدام علامة واحدة فقط، هي الهاليتان، في حالة الضرورة فقط، مثل:

الجامع الكبير (الجزائر)

أسباب النزول (قرآن)

شروط الرواية (حديث)

التبصرات التوضيحية بالمكنز المقترح:

كما تم الحرص على إدراج التعريفات والشرح التوضيحية كتبصرة توضيحية للمصطلحات التي يعترضها بعض الغموض، وعدم الوضوح، حيث تحتاج بعض المصطلحات إلى نوع من الإيضاح أو التفسير، حيث أوصت المواصفة أنه بغرض تلافي غموض المصطلحات في المكنز ينبغي إعطاء تبصرة، وهي عبارة عن شرح موجز للمعنى المقصود للمواصفة، وتم ذلك في المكنز المقترح اعتماداً على القواميس والمعاجم المتخصصة في مجال الإعلام الإسلامي بوجه خاص، والإنتاج الفكري المتخصص بوجه عام.

٥/٢/٤ العلاقات المتبادلة بين المصطلحات في مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي

المقترح:

لابد في أي مكنز من توضيح شبكة العلاقات لأحد المصطلحات بالمصطلحات الأخرى، مما يقدم أو يعطي نوعاً من التعريف بالمصطلح، بوضعه في مكانه الدلالي الصحيح، مما يشكل قيمة للمستفيدين من المكنز. وتوجد ثلاثة أنواع من العلاقات بين المصطلحات في المكنز، هي: علاقة التكافؤ أو التساوي أو التماثل، والعلاقة الهرمية، وعلاقة الترابط.

علاقة التكافؤ:

هي العلاقة التي تعبر عن وجود أكثر من تسمية واحدة للمفهوم الواحد، حيث تمثل المصطلحات شبه مترادفات مفاهيم مختلفة على نحو طفيف. ومع ذلك، بعد دمجها في المكنز توضح علاقة التكافؤ أن كلاهما يمثل نفس المفهوم، عند وجود مصطلحين أو أكثر من تلك المصطلحات في نفس اللغة داخل مكانز أحادية اللغة أو ثنائية اللغة، مثل:

أصول الحديث (ا س) علم دراية الحديث

مصطلح الحديث (ا س) علم دراية الحديث

هذا، وتستخدم هذه العلاقة نوعين من الإحالات: إحالة استخدم، وإحالة استخدم لـ.

أولاً : إحالة استخدم (ا س) : Use

وهذه الإحالة تحيل من اللاواصفات إلى الواصفات، أو من المصطلحات غير المفضلة إلى المصطلح

المفضل أو الواصف في المكنز، ومن ثم فهي تفيد في توجيه المستفيد إلى الواصف المناسب في المكنز.

وقد تم استخدام هذه الإحالة في مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح في الحالات الآتية :

* الإحالة من مرادف غير مفضل إلى مرادف مفضل، مثل:

المحاضرات الإسلامية

ا س دروس الوعظ والإرشاد

مصطلح الحديث

ا س علم دراية الحديث

وسائل الإعلام الإسلامي المرئية

ا س وسائل الإعلام الإسلامي البصرية

الخيالية الإسلامية

ا س السينما الإسلامية

* الإحالة من المصطلح الأجنبي أو المعرب إلى المصطلح العربي، مثل:

القصة الكاريكاتورية

ا س القصة الساخرة

الويب ماستر

ا س مدير الموقع

الريبورتاج الصحفي الإسلامي

ا س فن التحقيق الصحفي الإسلامي

* الإحالة من المصطلح غير الشائع إلى المصطلح الشائع، مثل:

جرائم الياقات البيضاء

ا س جرائم الإنترنت

تاريخ نصوص الحديث

ا س تاريخ متون الحديث

علم الرجال

ا س رواة الحديث

* الإحالة من الهجاء غير المفضل إلى الهجاء المفضل، مثل:

دعاية التهيج

اس دعاية الإثارة

المضلون من المسلمين

اس العصاة

* الإحالة إلى الصيغ المختلفة للمصطلح، مثل:

المعراج

اس الإسراء والمعراج

الفكاهات

اس النوادر والفكاهات

* الإحالة من المصطلح القديم إلى المصطلح الجاري الاستخدام، مثل:

المذيع الإسلامي

اس الإذاعة الإسلامية

الإذاعة المرئية الإسلامية

اس التليفزيون الإسلامي

ثانياً : إحالة استخدم ل (س ل) : Used for

وهذه الإحالة تستخدم عكسياً مع الإحالة السابقة، حيث ترد مع نهاية المصطلح المفضل أو الواسف، وعلى ذلك فإن أي مصطلح ينشأ عنه " إحالة استخدم " (اس) ينشأ عنه هذه الإحالة (س ل)؛ لذا فإن كل الأمثلة السابقة تأتي فيها هذه الإحالة، مثل:

دروس الوعظ والإرشاد

س ل المحاضرات الإسلامية

علم دراية الحديث

س ل مصطلح الحديث

وسائل الإعلام الإسلامي البصرية

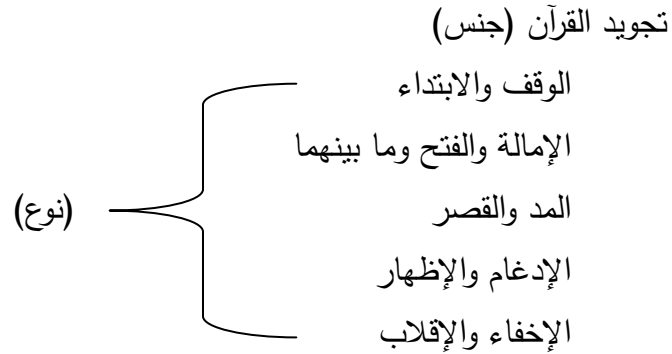
س ل وسائل الإعلام الإسلامي المرئية

السينما الإسلامية

س ل الخيالية الإسلامية

العلاقة الهرمية :

وأما عن العلاقة الهرمية فهي تلك العلاقة التي تعبر عن علاقات العلوية والشمول، أو الجنس العلوي للمفاهيم والمصطلحات، حيث يمثل المصطلح العريض في هذه العلاقة طائفة المفاهيم. أما المفهوم الذي يتم التعبير عنه بواسطة المصطلح الضيق فهو دائماً يكون عضواً من أعضائها، مثل:



وتمثل العلاقة الهرمية في غالبية المكانز بواسطة إحالات المصطلح الأعرض أو الأوسع (م ع)، مشيرة إلى علاقة المفهوم؛ من حيث كونه أعلى في الرتبة. والمصطلح الأضيق (م ض) مشيرة إلى العلاقة العكسية أو المتبادلة، مثل:

علل الحديث

م ع علم دراية الحديث

علم دراية الحديث

م ض علل الحديث

علاقة الترابط :

وأما عن علاقة الترابط فتستخدم هذه العلاقة لتغطية العلاقات الأخرى بين المصطلحات ذات العلاقة والترابط ببعضها البعض، وعادة ما يشار إلى هذه العلاقة بواسطة الإحالة الخاصة المصطلحات المتصلة (م ت)، مثل:

م ت الخطابة الإسلامية

م ت القوائد الشرعية

المساجد

رموز الإحالات بالمكنز المقترح:

أشارت مواصفة ISO 25964-1 إلى رموز الإحالات المستخدمة في المكانز، وقد استخدم مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح مع الوصفات في القسم الهجائي رموز الإحالات الآتية :

ت و تبصرة توضيحية

س ل إحالة مستخدم ل (تصحب المصطلح المستخدم (الوصف) الذي تحيل إليه إحالة استخدم)

م ض مصطلح أضيق

م ع مصطلح أعم

م ت مصطلح مترابط أو متصل

أما اللاواصفات في القسم الهجائي فيرد الرمز الآتي :

ا س الواصف

٦/٢/٤ تنظيم وعرض المصطلحات في المكنز المقترح:

يتكون مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح من: مقدمة، وقسمين رئيسيين:

أولاً: المقدمة:

تشتمل المقدمة على معلومات مفيدة جداً لمن يستخدم المكنز؛ لأنها تقدم معلومات نظرية عن المكنز،

ونماذج توضيحية عن استخدام المكنز، حيث تغطي النقاط الآتية :

- ✓ الحاجة والهدف من إعداد المكنز.
- ✓ المجال الموضوعي وحدود التغطية.
- ✓ نوع المكنز وخصائصه.
- ✓ الاختصارات المستخدمة ودلالاتها.
- ✓ العدد الإجمالي للمصطلحات المستخدمة والمصطلحات غير المستخدمة.
- ✓ القواعد المتبعة في اختيار الصيغ المفضلة وعلاقاتها البيئية.
- ✓ المصادر التي تم الاعتماد عليها واستقاء المصطلحات منها.
- ✓ المواصفة القياسية التي تم إتباعها في إعداد المكنز.
- ✓ البرمجيات المستخدمة في إعداد المكنز آلياً.
- ✓ خطوات إنشاء المكنز وكيفية جمع المصطلحات وتسجيلها وإجراءات القبول والإلغاء.
- ✓ أقسام ومكونات المكنز ومحتوى كل منها.
- ✓ تعليمات استخدام المكنز، مزودة بنماذج من واقع كل قسم في المكنز.
- ✓ معلومات عن إجراءات تحديث المكنز.

ثانياً: القسم الهجائي:

وهو القسم الرئيسي في المكنز، ويشتمل على جميع المصطلحات المستخدمة (الواصفات)، والمصطلحات غير المستخدمة (اللاواصفات) التي يشملها المكنز، مرتبة ترتيباً هجائياً كلمة بكلمة، وترد العناصر الآتية أو بعضها مع كل مصطلح مستخدم (واصف)، تبعاً لطبيعة المصطلح وعلاقاته بالمصطلحات الأخرى :

١- رمز التصنيف (هو رمز تصنيف المصطلح في القسم المصنف من المكنز)

٢- تبصرة توضيحية

٣- المصطلح أو المصطلحات المرادفة وما في حكمها



- ٤- المصطلح أو المصطلحات الأضيق
٥- المصطلح أو المصطلحات الأعم
٦- المصطلح أو المصطلحات المترابطة أو المتصلة
وتستخدم مع المصطلحات المستخدمة (الواصفات) الرموز التالية للتعبير عن العلاقات المتبادلة بين المصطلحات التي يشملها القسم الهجائي من المكنز:

ت و	تبصرة توضيحية
س ل	إحالة مستخدم ل (تصحب المصطلح المستخدم (الواصف) الذي تحيل إليه إحالة استخدم)
م ض	مصطلح أضيق
م ع	مصطلح أعم
م ت	مصطلح مترابط أو متصل

مثل:

الشائعات

٠,٣٦,١٥,٠٣

ت و	أقوال وأحاديث وروايات يتناقلها الناس دون التأكد من صحتها بل دون التحقق من صدقها
س ل	الإشاعات
م ض	التحريف
	الأخبار الكاذبة
	الاختلاق
	شائعات الأحلام والأمانى
	شائعات الأمل
	شائعات الخوف
	شائعات الكراهية
	شائعات اليأس
	عمود الشائعات
	مكافحة الشائعات
م ع	وسائل الحرب النفسية

- م ت إثارة الرعب
الإذاعات السرية
افتعال الأزمات
الدعاية الإستراتيجية
الدعاية التكتيكية
الدعاية السافرة الكاذبة
غسيل المخ
المنشورات المجهولة المصدر
نشر أخبار الجريمة
نشر أخبار الجنس

أما المصطلحات غير المستخدمة (اللاوصفات) فلا يرد معها إلا إحالة استخدم، والمصطلح المستخدم (الواصف) المحال إليه.

ويستخدم الرمز الآتي للتعبير عن العلاقات المتبادلة بين المصطلحات التي يشملها القسم الهجائي من المكنز:

ا س إحالة استخدم (للإحالة من مصطلح غير مستخدم (لا واصف) إلى مصطلح مستخدم (واصف)

مثل:

الإشاعات

ا س الشائعات

الفكاهات

ا س النوادر والفكاهات

الخيالية الإسلامية

ا س السينما الإسلامية

الإذاعة المرئية الإسلامية

ا س التلفزيون الإسلامي

ثالثاً: القسم المنهجي أو المنطقي أو المصنف:

يشتمل هذا القسم على المصطلحات التي احتواها القسم الهجائي، لكنها تعرض في هذا القسم بطريقة منهجية حسب رموز التصنيف، حيث يتم تقسيم المجال الموضوعي إلى مجموعة من الأقسام الموضوعية الرئيسية، وترتب هذه الأقسام ترتيباً منطقياً، ويعطى لكل قسم منها رمز تصنيف، ثم يقسم كل قسم

موضوعي رئيسي إلى مجموعة من الأقسام الموضوعية الفرعية، ويعطى لكل منها رمزاً تصنيفياً متفرعاً من رمز تصنيف القسم الموضوعي الرئيسي، ويدرج تحت كل قسم من الأقسام الموضوعية الفرعية المصطلحات الخاصة به في ترتيب هرمي من الأعم إلى العام إلى الخاص إلى الأخص فالأكثر خصوصية، وأمام كل مصطلح رمز التصنيف الخاص به، وقد تم اختيار الأرقام العربية للترميز بدلاً من الحروف؛ لاستخدامها على نطاق دولي، كما أنها أسهل في عملية التفريع، وتعكس بكفاءة التدرج المنطقي لجزئيات الموضوع الواحد، وتكتب بسرعة أكبر من غيرها.

وقد اعتمد هذا القسم المصنف من المكنز على سبعة مستويات في عملية التدرج لجزئيات الموضوع الواحد.

المستوى الأول: مسمى القسم الرئيس، وقد تم توزيع الأرقام من ٠ إلى ٩؛ ذلك لأن عدد الأقسام الرئيسية في المكنز عشرة أساسية، لذا ومن باب الحرص على استخدام رقم مفرد لكل قسم رئيس في المكنز، عمد الباحث إلى استخدام الصفر حتى لا يضطر إلى استخدام رقمين في القسم الأخير من الأقسام الرئيسية، كما موضح بالجدول رقم (٣٥).

المستوى الثاني: مسمى الأقسام الفرعية أو فروع الأقسام الرئيسية بالمكنز، وقد تم توزيع رقمان على هذه الفروع؛ لتوفير مساحة رمزية كبيرة لها.

مثل: ٨,٠٦ مؤسسات الإعلام الإسلامي المتخصصة

المستوى الثالث: مسمى الشعب للأقسام الفرعية أو أحد موضوعات الفرع.

مثل: ٨,٠٦,٠١ مؤسسات الإعلام الإسلامي المتخصصة العالمية

المستوى الرابع: مسمى موضوع أكثر تخصيصاً.

مثل: ٨,٠٦,٠١,٠١ وكالة الأنباء الإسلامية الدولية

المستوى الخامس: لموضوع دقيق للغاية

مثل: ٨,٠٦,٠٣,٠١,٠١ دار الإفتاء المصرية

المستوى السادس: لموضوع أكثر دقة (في أحوال نادرة)

مثل: ٠,٠٧,٠٣,٠٣,٠١,٠١ دليل الملاحظة

المستوى السابع: لموضوع أكثر عمقاً ودقة (في أحوال نادرة جداً)

مثل: ٥,٢٣,٠٨,٣٦,٠٩,٠٨,٤٥ المقدمة المقتبسة

ويفيد القسم المصنف في إعطاء صورة شاملة للمصطلحات وتفرعاتها في كل موضوع من الموضوعات، ومن الأمور المهمة التي يجب مراعاتها في القسم المصنف ترك أرقام تصنيف شاغرة لإمكانية إضافة مصطلحات مستقبلاً دون أن تخل ببناء المكنز.



مثل:

مناهج الإعلام الإسلامي	٠,٠٥
المنهج التاريخي	٠,٠٥,٠١
منهج دراسة الحالة	٠,٠٥,٠٣
المنهج الإحصائي	٠,٠٥,٠٤
المنهج الوصفي	٠,٠٥,٠٦
المنهج التجريبي	٠,٠٥,٠٧
منهج المسح الإعلامي	٠,٠٥,٠٩
منهج الدراسات التتبعية	٠,٠٥,١١
منهج الدراسات الارتباطية	٠,٠٥,١٣
منهج دراسة العلاقات التبادلية	٠,٠٥,١٥
المنهج المسحي	٠,٠٥,١٨
المنهج المقارن	٠,٠٥,٢١
المنهج التشخيصي	٠,٠٥,٢٣
المنهج التفسيري	٠,٠٥,٢٦
المنهج التقويمي	٠,٠٥,٢٨
المنهج الاستنباطي	٠,٠٥,٣٣
المنهج الاستقرائي	٠,٠٥,٣٦

٧/٢/٤ التحكيم والاختبار والتجريب العملي للمكنز المقترح:

حتى يمكن بناء مكنز جيد لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي، يعبر عن موضوعات المجال ومصطلحاته بشكل صادق، وصالح لتحليل الإنتاج الفكري الخاص بهذا المجال؛ لذا كان لابد إخضاع المكنز المقترح للتحكيم، والتعرف على آراء أساتذة مجال الإعلام الإسلامي وأساتذة مجال الدراسات الإسلامية وأساتذة مجال المكتبات والمعلومات (انظر أسماء السادة المحكمين في ملاحق الدراسة)؛ للتأكد من جودة بنائه، وشمولية مصطلحاته، ووضوحها، وتعبيرها، واستخدامها لتعبر عن معني ثابت وموحد، وترتيبها المنطقي، والصياغة الجيدة لهذه المصطلحات.

وعلى الرغم من إشادة السادة المحكمين لهذا المكنز بالنقسيم الموضوعي الذي اعتمد عليه المكنز في تصنيف مجال الإعلام الإسلامي، وأنه تقسيم يعبر عن واقع هذا المجال، وواقع أبحاثه ودراساته العلمية المختلفة، كما أشادوا بشمولية مصطلحات المكنز المقترح، وجمعه لهذا الكم من مصطلحات هذا المجال، كما أنهم أشادوا بالترتيب المنطقي للمصطلحات في المكنز المقترح، وأن عرض المصطلحات في القسم

المصنف من هذا المكنز عرضاً مناسباً وطيباً، أشادوا كذلك بوضوح مصطلحات هذا المكنز، وأنه يستخدم المصطلحات المعروفة لدى الباحثين في هذا المجال، والمفهومة والمعبرة عن هذا المجال، وأن هذا المكنز يخدم الباحثين والمتخصصين في هذا المجال؛ إلا أن هناك بعض التعديلات أشار إليها السادة المحكمين لهذا المكنز، وهي على النحو الآتي :

١- أن بعض السادة المحكمين قد أشار إلي تعديل صياغة بعض المصطلحات الواردة في المكنز، ولاسيما في القسم الخاص بوسائل الإعلام الإسلامي، وقام الباحث بذلك واستخدام الصياغات التي أشار إليها بعض السادة المحكمين.

٢- أن بعض السادة المحكمين قد أوصى بضرورة اشمال قسم " رسائل الإعلام الإسلامي " على الموضوعات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والرياضية والفنية؛ لأنه من الخطأ الاقتصار على الموضوعات الإسلامية فقط، فالهدف هو إنشاء مكنزاً لمجال الإعلام الإسلامي وليس مكنزاً لمجال الإعلام الديني، وقام الباحث بإضافة الموضوعات المشار إليها في قسم " رسائل الإعلام الإسلامي".

٣- أن بعض السادة المحكمين قد أوصى بضرورة حذف المستوي السابع من المكنز، حيث يشتمل المكنز في أحوال نادرة على المستوى السابع؛ لذا قام الباحث بحذف هذا المستوى تماماً من المكنز.

٤- أن بعض السادة المحكمين قد أشار إلي ضرورة تعديل قسم " مؤسسات الإعلام الإسلامي " في أقسام المكنز، بحيث يأتي مباشرة بعد قسم " تأريخ الإعلام الإسلامي " وقبل قسم " رجال الإعلام الإسلامي "؛ لذا قام الباحث بتعديل وضع هذا القسم في أقسام المكنز، ووضع في المكان الذي أوصى به بعض السادة المحكمين، ليكون وضع الأقسام الرئيسة لمكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح على النحو الآتي:

الإعلام الإسلامي - عام، عملية الاتصال، تأريخ الإعلام الإسلامي، مؤسسات الإعلام الإسلامي، رجال الإعلام الإسلامي، رسائل الإعلام الإسلامي، وسائل الإعلام الإسلامي، وسائل الإعلام الإسلامي، جمهور الإعلام الإسلامي، تأثير الإعلام الإسلامي، الإعلام الإسلامي، الإعلام الإسلامي في العالم.

كما كان من الضروري تجريب المكنز المقترح، والتأكد من صلاحيته للتطبيق على الإنتاج الفكري، وضمان مناسبته لتحليل الإنتاج الفكري، وتصنيفه، وقد تم تجريب المكنز المقترح على عناوين قائمة المراجع الواردة في نهاية هذه الدراسة، حيث ضمت هذه القائمة كتب ومقالات دوريات وأبحاث مؤتمرات وندوات ورسائل جامعية، ووجد أن المكنز المقترح قد عبر بشكل جيد عن الأقسام الرئيسة لمجال الإعلام الإسلامي، واستخدم المصطلحات المفهومة والواضحة والمحدد، كما تبين أن المكنز المقترح قد عبر وبشكل جيد عن الموضوعات الفرعية الواردة تحت الموضوعات الرئيسة لمجال الإعلام الإسلامي بطريقة واضحة ومفهومة، وأن المكنز المقترح ينجح في إجراء عملية التصنيف للإنتاج الفكري من ناحية، فهو مزود برموز تصنيف يمكن إجراء هذه العملية في المكتبات ومراكز المعلومات.

٨/٢/٤ تحديث مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي وصيانتته:

مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح ما زال في إصداره الأول، وهي إصدارة تجريبية للمكنز، والاستخدام المتتابع له في عمليات البحث والاسترجاع من قبل الباحثين، أو عمليات التحليل الموضوعي من قبل المكشفين سوف تكشف بالضرورة عن واصفات غير مناسبة ونادرة الاستخدام، يتم حذفها، وواصفات تحتاج إلي إعادة صياغة، وواصفات جديدة ينبغي إضافتها، مع الوضع في الاعتبار ضرورة المراجعة والتحديث للمكنز في صورته النهائية.

٥/ نتائج الدراسة وتوصياتها:

١/٥ نتائج الدراسة:

تناولت الدراسة بناء مكنز عربي مقترح لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي يسهم في التمثيل

الموضوعي للإنتاج الفكري في هذا المجال، وقد تمخضت الدراسة عن النتائج الآتية :

الهدف الأول: معالجة مجال الإعلام الإسلامي في أدوات التحليل الموضوعي المختلفة؛ للتعرف على واقع معالجتها لهذا المجال، ومعالجة جوانبه المختلفة، ومدى قدرتها في التعبير عن موضوعات هذا المجال، ومدى نجاحها في التعبير عن الإنتاج الفكري في هذا المجال، والوقوف على الجوانب الإيجابية والسلبية في هذه المعالجة.

١- أن تصنيف ديوي العشري الأصلي لم يعرض لمصطلح الإعلام الإسلامي أو مصطلح الدعوة الإسلامية أو أي مصطلح مرادف آخر في كل أقسام الخطة، وفي الكشاف النسبي كذلك، حيث لم يقدر هذا النظام هذا المجال، ولم يتعامل معه كمجال علمي معترف به عالمياً، يحظى بشعبية واسعة وتأييد من جانب عدد كبير من المتخصصين والعاملين فيه، له مؤسساته الأكاديمية الخاصة به، وله إنتاجه الفكري، وله مؤسساته المعلوماتية الخاصة به، وله مراكزه المتخصصة، وإن كان مبرر ذلك أنه خطة تصنيف عامة.

٢- أن تصنيف مكتبة الكونجرس قد تفوق على تصنيف ديوي العشري الأصلي في معالجته لمصطلح الإعلام الإسلامي، حيث وفر نظام الكونجرس ثلاثة رموز للمجال، في مقابل لا شيء من الرموز من جانب تصنيف ديوي العشري الأصلي، وقدم له تفرعات لهذا المصطلح، وهي: إعلان، شهرة إعلامية، العلاقات العامة، البث الديني؛ إلا أن هذه التفرعات ضئيلة جداً، محدودة للغاية، لا تعبر بشكل كامل عن كل تفرعات مجال الإعلام الإسلامي، كما أن الرمز المخصص للأعمال العامة في هذا المجال لا يناسب تصنيف الإنتاج الفكري الخاص بهذا المجال، الذي يتسم بالتنوع والوفرة، حيث يؤدي ذلك إلي تكديس كل الإنتاج الفكري العام لمجال الإعلام الإسلامي تحت رمز تصنيف واحد فقط وهو: BP 185.7.

٣- أن هناك اختلافاً واضحاً بين التعديلات العربية محل الدراسة في معالجة مجال الإعلام الإسلامي، فلم تتفق هذه التعديلات حول مصطلح واحد يعبر عن المجال، ولم تحدد رموزاً مخصصة

لموضوعاته، ولم تتوحد حول عدد التفريعات المقدمة له، وغضت الطرف عن مصطلح " الإعلام الإسلامي " على الرغم من انتشاره بين أوساط المتخصصين، وتمتعه بشرف وروده في عناوين الإنتاج الفكري بكافة أشكاله المختلفة. ويمكن رد هذا الاختلاف إلى تباين وجهات نظر أصحاب هذه التعديلات، واختلاف خلفيتهم الثقافية وآرائهم العلمية، وأن كل تعديل يمضي في تعديله بحسب الفلسفات والمبادئ الموضوعية مسبقاً.

٤- أن تعديل الخاروف والخالدي قد تفوق على باقي تعديلات تصنيف ديوي العشري العربية محل الدراسة في عدد التفريعات المخصصة لمجال الدعوة الإسلامية، حيث وفر تعديل الخاروف والخالدي أربعة رموزاً للمجال في مقابل ثلاثة رموز في تعديل فؤاد إسماعيل وتعديل العائدي الطبعة الثانية، ورمزين في تعديل خفاجي وتعديل شريف الطبعة الثانية، ورمزاً واحداً فقط في تعديل المنظمة.

٥- أن " التصنيف الببليوجرافي لعلوم الدين الإسلامي " لم يقدم مصطلح الإعلام الإسلامي أو مصطلح الدعوة الإسلامية أو أى مصطلح مرادف آخر ضمن التفريعات المقدمة من قبل النظام، واكتفى بتفريع " الوعظ والإرشاد والوصايا والنصائح " ضمن القسم العام " الإسلام "، وخصص له الرمز ١١٠٣، دون أن يقدم أية تفريعات دقيقة تذكر تحت هذا التفريع.

٦- أن " خطة تصنيف علوم الدين الإسلامي " قد تفوقت على " التصنيف الببليوجرافي لعلوم الدين الإسلامي " في معالجتها لمصطلحات " الدعوة الإسلامية"، حيث وفر النظام الأول ثلاث عشرة رمزاً للمجال، في مقابل رمزاً واحداً فقط من جانب النظام الثاني، كما قدم النظام الأول تفريعات لها، ووفر رموز مخصصة لها؛ إلا أنها لم تكن تفريعات تتعلق أساساً بالموضوعات الرئيسية في مجال الإعلام الإسلامي، ولم تعبر بشكل كامل عن وسائل الإعلام الإسلامي، على الرغم من أن صاحب الخطة من المهتمين بمجال الإعلام الإسلامي.

٧- أن قائمة رؤوس موضوعات مكتبة الكونجرس لم تقدم إلا عدداً محدوداً من مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي والدعوة الإسلامية، ومن ثم يتبين ضعف المعالجة من جانب هذه القائمة لمصطلحات مجال الدراسة.

٨- أن معالجة قائمة رؤوس الموضوعات العربية للخازندار لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي أو الدعوة الإسلامية جاءت ضعيفة، حيث جاءت المصطلحات المقدمة غير معبرة عن المصطلحات الأساسية لهذا المجال، وغير كافية للجوانب المختلفة له.

٩- أن معالجة قائمة خليفة وقائمة العائدي لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي أو الدعوة الإسلامية تعبر عن تفوق القائمتين على قوائم رؤوس الموضوعات محل الدراسة، حيث قدمت عدداً أكثر من رؤوس الموضوعات الخاصة بهذا المجال.

١٠- أن مكنز الفيصل قدم مصطلح " الدعوة الإسلامية"، وخصص له الرمز ١٠ ب في قائمة مصطلحاته؛ لكن على الرغم من ذلك إلا أنه لم يضع لهذا المصطلح أية تفريعات أو تقسيمات فرعية.

١١- أنه على الرغم من عدم ورود مصطلح " الإعلام الإسلامي " أو مصطلح " الدعوة الإسلامية " أو أى مصطلح مرادف آخر في " مكنز رؤوس الموضوعات للمخطوطات العربية "؛ إلا أن هذا المكنز لا يغطي إلا المصطلحات التي وردت في المخطوطات العربية فقط، فمن الممكن عدم ورود مصطلح " الدعوة الإسلامية " في المخطوطات العربية.

١٢- أن " المكنز العربي في مجال الاتصال الجماهيري- الراديو والتلفزيون " قد تفوق في معالجته على كل مكانز الدراسة، حيث قدم تسعة مصطلحات تتعلق بمجال الإعلام الإسلامي، إلا أنها غير كافية قياساً على مصطلحات هذا المجال التي يذخر بها إنتاجه الفكري المنشور؛ لذا لا يمكن الاعتماد على هذه المصطلحات في عمليات تنظيم وتحليل الإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي.

١٣- أنه بالبحث في " مكنز إسلامي للمرأة"، و" مكنز إسلامي للخدمة الاجتماعية" تبين عدم ورود أى مصطلحات تتعلق بمجال الإعلام الإسلامي أو الدعوة الإسلامية أو أى مصطلح مرادف آخر؛ ذلك لأن المكنز الأول لم يقدم إلا المصطلحات المرتبطة بالمرأة، في حين لم يعرض المكنز الثاني إلا المصطلحات المتعلقة بمجال الخدمة الاجتماعية، وكذلك الحال لمكنز المصطلحات الفقهية لعبد الله، الذي اقتصر على مصطلحات الفقه.

١٤- أن مكنز " الفتاوى الإسلامية " قد عرض لاثنتين من المصطلحات التي ترتبط بمجال الإعلام الإسلامي، هما: موعظة عن قبر برمز ٢,٠٣٤٠، تبليغ ودعوة برمز ٣,٠١٠٢؛ لذلك لا يصلح هذا المكنز في التعبير عن مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي.

١٥- أن أدوات التحليل الموضوعي المتاحة بأنواعها المختلفة ولاسيما العربية منها لا تفي حاجة الموضوعات والتفريعات والرموز الخاصة بمجال الإعلام الإسلامي، وبالتالي جاءت عاجزة عن حصر كافة تفريعات هذا المجال، كما وردت فقيرة في الرموز المخصصة للإنتاج الفكري المتخصص في هذا المجال، وأنه لا بد من إعداد مكنزاً متخصصاً لمجال الإعلام الإسلامي؛ بغرض سد حاجات التنظيم والتحليل والاسترجاع للإنتاج الفكري المتخصص في هذا المجال.

الهدف الثاني: تحديد الخطوات المنهجية التي سيتم الاعتماد عليها في بناء مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح.

١- أن خطوات بناء مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح قد اعتمدت على أحدث مواصفة بهذا الشأن وهي المواصفة رقم **ISO 25964-1**، وهي تمثل أحدث المواصفات في هذا الموضوع.

٢- أن عدد الأقسام الرئيسية لمجال الإعلام الإسلامي عشرة أقسام على النحو الآتي: الإعلام الإسلامي - عام، عملية الاتصال، تأريخ الإعلام الإسلامي، مؤسسات الإعلام الإسلامي، رجال الإعلام الإسلامي، رسائل الإعلام الإسلامي، وسائل الإعلام الإسلامي، جمهور الإعلام الإسلامي، تأثير الإعلام الإسلامي، الإعلام الإسلامي في العالم. وينقسم كل قسم اصطلاحياً بدوره إلى عدد من الموضوعات

الفرعية التي تندرج تحته، وكل موضوع فرعي يقسم بدوره إلى عدد من الشعب التي تندرج تحته، وكل شعبة تقسم إلى عدد من الأغصان التي تندرج تحته ... وهكذا.

٣- أن الدراسة انتهت إلي جميع ما يزيد عن ٩٠٠٠ واصفاً، وأكثر من ٣٠٠ لاواصفاً في المرحلة الأولى من بناء المكنز المقترح.

الهدف الثالث: تحكيم مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح من قبل المتخصصين في مجال الإعلام الإسلامي، ومجال الدراسات الإسلامية، ومجال المكتبات والمعلومات من ناحية أخرى؛ لضمان جودة بناء المكنز، وشمولية مصطلحاته، ووضوحها، وضمان سلامته وصحته للتطبيق على الإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي، وتجريبه على عينة ممثلة من الإنتاج الفكري في المجال؛ لضمان صلاحية المكنز في التطبيق العملي عند استخدامه في إعداد الكشافات والمستخلصات المختلفة، وفي ترتيب أوعية المعلومات على رفوف المكتبات في هذا المجال.

١- أن الغرض من عملية تحكيم مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح هو التأكد من جودة بناء المكنز، وشمولية مصطلحاته، ووضوحها وتعبيرها واستخدامها لتعبر عن معني ثابت وموحد، وترتيبها المنطقي، والصياغة الجيدة لهذه المصطلحات.

٢- أن عملية التحكيم قد أسفرت عن توافر المصادقية العالية من جانب المتخصصين في مجال الإعلام الإسلامي، ورضاهم عن التقسيم الموضوعي لهذا المجال، واستيعاب المكنز لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي التي تظهر في الأبحاث والدراسات في هذا المجال، وترتيب مصطلحاته بشكل مرض للمتخصصين، حيث التزم الباحث بالترتيب الوارد في الأبحاث والدراسات في هذا المجال، وأن هذا المكنز يخدم الباحثين والمتخصصين في هذا المجال.

٣- أن عملية التحكيم قد كشفت النقاب عن بعض الجوانب السلبية في المكنز، وبعض التعديلات التي قدمها السادة المحكمين، وقد قام الباحث بتعديلها بشكل كامل، مما ترتب عليه أن المكنز في شكله النهائي أصبح مكنزاً يتسم بالانضباط، والشمولية، والمنهجية، والمنطقية، ووضوح المصطلحات، وموافقة المتخصصين عليه.

٤- أن عملية تجريب مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح قد كشفت عن الجوانب الإيجابية العديدة لهذا المكنز، حيث يعبر المكنز المقترح بوضوح عن الأقسام الاصطلاحية لمجال الإعلام الإسلامي، كما عبر وبشكل جيد عن الموضوعات الرئيسية الواردة تحت الأقسام الاصطلاحية لمجال الإعلام الإسلامي بطريقة واضحة ومفهومة، ولم يستخدم صياغات غير مفهومة أو غامضة كما استخدم صياغات محددة، كما نجح المكنز المقترح في إجراء عملية التصنيف للإنتاج الفكري من ناحية حيث إنه مزود برموز تصنيف يمكن إجراء هذه العملية في المكتبات ومراكز المعلومات كما يستخدم بنجاح في عمليات الكشف والاستخلاص للإنتاج الفكري في مجال الإعلام الإسلامي حيث إنه يشتمل

على كل التفريعات الدقيقة للأقسام الاصطلاحية لمجال الإعلام الإسلامي بغض النظر عن كون هذه التفريعات قد حظيت بإنتاج فكري مستقل أم لا.

٢/٥ توصيات الدراسة:

في ضوء ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج ، وما تم الوصول إليه من بناء مكنز عربي مقترح لمصطلحات مجال الإعلام الإسلامي ، يُوصي الباحث بما يلي :

١- ضرورة أن تتبنى مؤسسة أو منظمة متخصصة في مجال الإعلام الإسلامي، سواء على المستوى العربي أو على المستوى المصري مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح، ورعايته، ونشره، والإنفاق عليه، وتحديثه بشكل دوري، والاستعانة بالحاسب الآلي وبرامجه وشبكة الإنترنت في استخدامه، وإنشاء موقع خاصة له علي شبكة الإنترنت لتسهيل عملية تزويد المكنز بالمصطلحات الجديدة، واستخدام الموقع لتبادل الآراء والخبرات كحلقات النقاش، وذلك بالاشتراك مع المتخصصين في مجال المكتبات والمعلومات ومجال الإعلام الإسلامي.

٢- ضرورة استثمار مجموعة المصطلحات التي توصلت إليها الدراسة الحالية في مكنز مصطلحات مجال الإعلام الإسلامي المقترح، والانطلاق منها إلى إعداد مشروع متكامل لإعداد مكانز عربية متخصصة في موضوعات الثقافة العربية والإسلامية، والاستعانة بالحاسب الآلي وبرامجه وشبكة الإنترنت في استخدامها، وإنشاء مواقع خاصة لها علي الإنترنت لتسهيل عملية تزويد المكنز بالمصطلحات الجديدة، واستخدام هذه المواقع لتبادل الآراء والخبرات كحلقات النقاش. وذلك بالاشتراك مع المتخصصين في مجال المكتبات والمعلومات.

٣- ضرورة نشر الوعي بين الباحثين والمستفيدين بالمكانز وأهميتها وخدمات التكشيف عن طريق استخدام وسائل الإعلام المتنوعة، وإقامة الندوات والمحاضرات والدورات التدريبية لتفعيل دورها والاستفادة منها، وضرورة تشجيع الباحثين الذين يرغبون في إعداد مكنز أو أى ملف استنادي آخر، وتوفير الدعم المعنوي والمالي لهم.

٤- ضرورة الاستفادة من التقنيات الحديثة وبرامج الحاسبات الآلية في عمليات التكشيف، وإعداد المكانز وغيرها من العمليات الفنية؛ لضمان السرعة والدقة العالية في التعامل مع أوعية المعلومات العربية، إلي جانب ضمان جودة عمليات البحث والاسترجاع من قبل المستخدمين.

٥- ضرورة الاهتمام بأدوات الضبط الاستنادي بأشكاله المختلفة، وخاصة المكانز، فالإسهام العربي في مجال أدوات الضبط الاستنادي ضعيفاً للغاية، فالكثير من الإنتاج الفكري المتاح ترجمات وليست أعمال أصيلة لا تعبر عن المجالات الموضوعية بشكل دقيق وكاف وشامل ومخصص، وأن تتولى الهيئات والمراكز العلمية الاهتمام بهذه المسألة، أو على الأقل الترويج لها ودعم الجهود الفردية وتنسيقها.

٦- ضرورة إدراج موضوع الضبط الاستنادي بوجه عام وموضوع المكانز بوجه خاص في مناهج أقسام المكتبات والمعلومات بالجامعات العربية والجامعات المصرية، بوصفه موضوعاً يساهم بدرجة كبيرة في التوحيد والثبات في أشكال المداخل التي بعثرتها الممارسات المتبعة في المكتبات ومراكز المعلومات.

٧- ضرورة الاهتمام بإقامة مجامع مصطلحية تخصصية في مجالات الثقافة العربية والإسلامية، ونشر ما تعتمد هذه المجامع، وتوعية الباحثين بأهمية وضع المصطلح وفق الأسس الخاصة به؛ بغرض توحيد، حتى يكون لغة للكشف والباحث، لتحقيق الاستدعاء العالي في الاسترجاع، مع الدقة في التحقيق.

قائمة المراجع (*):

- آل سعود، عبد العزيز بن ناصر بن عبد العزيز. (١٩٩٥). الإعلام الإسلامي ودوره في مكافحة الإرهاب. (رسالة دكتوراة غير منشورة). جامعة حلوان. حلوان.
- إبراهيم، عبد الرحيم محمد. (١٩٨٢). نحو قيام مسرح إسلامي. مجلة الأمة. (٢٣). ٥٥-٥.
- إبراهيم، محمد إبراهيم محمد. (١٩٨٦). الجانب الإعلامي في خطب الرسول. الرياض: مكتبة فرقد الخاني.
- إبراهيم، نور الحق. (١٩٨٧). الإعلام الإسلامي وموقفه من الجهاد. جريدة الشرق الأوسط. (١٩٨٧/١٠/٢٥).
- ابن شعشوع، فاطمة. (٢٠١٧). المكانز في اللغة العربية بين القديم والحديث. مجلة الممارسات اللغوية. (٤٠). ٦٤-٥٧.
- ابن منظور، محمد بن مكرم. (١٩٩٢). لسان العرب؛ نسقه وعلق عليه ووضع فهارسه علي شيري. (ط.٢). بيروت: دار إحياء التراث العربي.
- أبو العزم، أحمد رجب محمد. (٢٠٢١). بناء مكنز عربي للفتاوى الصادرة عن دار الإفتاء المصرية: دراسة تحليلية تجريبية. (رسالة دكتوراة غير منشورة). جامعة حلوان. حلوان.
- أبو العزم، أحمد رجب محمد. (أكتوبر، ٢٠٢١). المكانز وفتاوى دار الإفتاء المصرية: مراجعة علمية. المجلة العلمية للمكتبات والوثائق والمعلومات. ٣ (٨). ٢٢٩-٢٧٨.
- أبو عيد، عماد. (٢٠٠١). المكانز العربية: المكنز الموسع: دراسة حالة. المجلة العربية للمعلومات. ٢٢ (٢). ٥-٢٤.
- أبو عيد، عماد. (٢٠٠٢). المكنز الموسع: التجربة والطموح. رسالة المكتبة. ٣٧ (١٠٢). ٤٩-٣٥.

(* اتبعت هذه الدراسة أسلوب الجمعية الأمريكية لعلم النفس American Psychology Association Style "APA" في صياغة الاستشهادات المرجعية وقائمة المراجع.

- أبو عيد، عماد. (فبراير، ٢٠١٠). التخطيط الإستراتيجي لمشروع المكنز الموسع: آمال وآفاق مستقبلية. ندوة الفهرسة العربي الآلية في القرن الحادي والعشرين.
- أبو النور، عبد الوهاب عبد السلام. (١٩٧٣). التصنيف الببليوجرافي لعلوم الدين الإسلامي. دراسة في منهج إعداد نظم التصنيف مع تطبيقه في إعداد نظام تصنيف للدين الإسلامي. القاهرة: دار الثقافة للطباعة والنشر.
- أبو زيد، نايل ممدوح محمد عوض الله. (٢٠٠٩). الإعلام الإسلامي: خصائصه، أهدافه، معوقاته، ضوابطه. مؤتمة للبحوث والدراسات. ٢٤ (٣). ١٣٥-١٦٤.
- أبو عرقوب، إبراهيم & الجوارنة، إبراهيم. (٢٠١١). وسائل الدعوة وأساليب الاتصال في زيادة طلبة قسم الدعوة والإعلام الإسلامي في كلية الشريعة بجامعة اليرموك. المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية. ٧ (٣). ٣٢-٦١.
- أبو هلاله، يوسف محيي الدين. (١٩٨٧). الإعلام الشيعوي المعاصر وأثره على الأمة الإسلامية. عمان: مكتبة الرسالة الحديثة.
- أبو هلاله، يوسف محيي الدين. (١٩٨٧). الإعلام اليهودي المعاصر وأثره على الأمة الإسلامية. عمان: مكتبة الرسالة الحديثة.
- أبو هلاله، يوسف محيي الدين. (١٩٨٨). الإعلام في ديار الإسلام: بداية ورسالة. الرياض: دار العاصمة.
- إتيم، محمود أحمد. (١٩٩٣). المكانز في الوطن العربي. رسالة المكتبة. ٢٨ (٤). ٤-١٣.
- أحمد، بسمة بسيوني. (٢٠١٨). بناء مكنز عربي في مجال الفلسفة الإسلامية: دراسة تحليلية تجريبية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة المنصورة. المنصورة.
- أحمد، بسنت عنتر شهاب. (٢٠١٣). بناء مكنز للإنتاج الفكري في الأندلس (عصر الدولة الأموية ٨٣١هـ - ٥٥٧ م / ٢٢٤هـ - ١٣٠١م) : دراسة تجريبية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة المنوفية. شبين الكوم.
- أحمد، بسنت عنتر شهاب. (مارس، ٢٠١٤). المكانز العربية على شبكة الإنترنت : الواقع ومتطلبات التطوير. - *Cybrarians Journal*. - (٣٤). تاريخ الاطلاع (٢٠٢٢/٧/٣٠). متاح في:

http://www.journal.cybrarians.org/index.php?option=com_content&view=article&id=603:2011-12-01-22-24-43&catid=253:2011-11-28-21-19-

37

- أحمد، طه أحمد. (١٩٨٩). تجربة التكشيف والاستخلاص وبناء المكانز في منطقة الخليج للاستشارات الصناعية. التعاون الصناعي. ٩ (٣٥). ٥٧-٧٧.

- أحمد، طه أحمد. (١٩٩١). نحو بناء المكانز العربية: المشاكل والحلول. ورقة بحث مقدمة إلى الندوة العربية حول التكشيف والتصنيف في مراكز المعلومات العربية.
- أحمد، نبيل. (١٩٨٥). الإعلام الإسلامي لماذا؟. جريدة الندوة. (١٩٨٥/٢/٢٨).
- الأسطل، علي رضوان أحمد. (١٩٨٤). منهج الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية. الزرقاء: مكتبة المنار.
- إسماعيل، شعبان. (١٩٨١). أصول الفقه: تاريخه ورجاله. (ط.١). الرياض: دار المريخ للنشر.
- الأعرجي، زهير. (١٩٨٢). الشخصية الإسلامية مؤسسة إعلامية. (ط.١). بيروت: دار المعارف.
- إمام، إبراهيم. (١٩٨٠). الإعلام الإسلامي: المرحلة الشفهية. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- إمام، إبراهيم. (١٩٨١). العلاقات العامة والمجتمع. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- إمام، إبراهيم. (١٩٨٣). نحو بلاغة تليفزيونية في البرامج الدينية. الرياض: جهاز تليفزيون الخليج.
- إمام، إبراهيم. (١٩٨٤). دور الإعلام في التضامن الإسلامي. مجلة دعوة. ٦ (٦١). ١-٢٧٣.
- إمام، إبراهيم. (١٩٨٥). أصول الإعلام الإسلامي. القاهرة: دار الفكر العربي.
- إمام، محمد كمال الدين. (١٩٨٣). النظرة الإسلامية للإعلام: محاولة منهجية. الكويت: دار البحوث العلمية.
- بدري، آمنة حسين محمد. (٢٠٠٩). الأحكام الفقهية المتعلقة بوسيلة الإعلام المرئية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة البرموك. عمان.
- بدوي، محمد. (نوفمبر، ٢٠٠٦). تطوير أدوات البحث في مجال الوقف. مكنز علوم الوقف نموذجًا. أوقاف. ٦ (١١). ١٠٧-١٣٣.
- بركات، طه محمد طه. (١٩٨١). دور الإعلام الديني الإسلامي في مجال الدعوة لتنظيم الأسرة من خلال الاتصال المباشر. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة. القاهرة.
- البر، محمد موسي. (٢٠٠٥). الإعلام الإسلامي: دراسة في المفاهيم والأصول والخصائص. مجلة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية. (١٠). ٣-٣٤.
- البستاني، بطرس. (١٩٩٨). محيط المحيط. لبنان: مكتبة لبنان.
- بسيوني، يحيى. (١٩٨٦). الإذاعة الإسلامية. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- بليق، عز الدين. (١٩٨٣). موازين الإعلام في القرآن الكريم. بيروت: دار الفتح.
- بهنسي، عبد الرؤوف. (١٩٦٦). الرأي العام في الإسلام. القاهرة: مؤسسة الكتاب المصري.

- التارزي، مصطفى. (١٩٨٠). دور الإعلام الإسلامي في بناء المجتمع المعاصر. رابطة العامل الإسلامي. (١١، ١٢). ٧٦-٧٣.
- جاد، مصطفى. (٢٠٠٦). مكنز الفولكلور. (ط. ١). القاهرة: المكتبة الأكاديمية.
- الجبار، عبد الجبار عبد الرحمن العبد. (١٩٩٣). استخدام نظام المستشار في بناء المكانز العربية. مجلة التواصل اللساني. ٥. ٧٩-٨٣.
- جبير، ميسر سهيل. (٢٠٠٥). الإعلام الإسلامي. متاح :
في <http://www.alfatihonline.com/articles/e3lam.htm>.
- جداع، محمد وليد. (١٩٧٠). الموقف من السينما الإسلامية. المنصورة: دار الوفاء.
- الجرجاني. (١٩٨٣). التعريفات. (ط. ١). بيروت: دار الكتب العلمية.
- حاتم، محمد عبد القادر. (٢٠٠٣). الإعلام في القرآن الكريم. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- الحافي، سالم فرج محمد محمد. (٢٠٢٢). معالجة المواقع الإلكترونية لحقوق الأطفال واتجاهات علماء الدين نحوها: دراسة مقارنة بين المواقع الإسلامية والمسيحية. (رسالة دكتوراة غير منشورة). جامعة عين شمس. عين شمس.
- حجاب، محمد منير. (١٩٨٢). العروة الوثقى: دراسة تحليلية لمقومات نجاح الصحافة الإسلامية. الإسكندرية: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- حجاب، محمد منير. (١٩٩٢). ضوابط الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال في حق الإعلام الإسلامي. القاهرة: مؤسسة إقرأ الخيرية.
- حجاب، محمد منير. (٢٠٠٣). الإعلام الإسلامي: المبادئ، النظرية، التطبيق. (ط. ٢). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- حجازي، سليم عبد الله. (١٩٨٦). منهج الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية. جدة: دار المنارة.
- حسن، إبراهيم عبد الموجود. (١٩٩٨). الاتجاهات الحديثة في بناء وعرض المصطلحات في المكانز: مكنز اليونيسكو نموذجًا. دراسات عربية في المكتبات والمعلومات. ٣ (١). ١٠-٣٥.
- حسن، إبراهيم عبد الموجود. (٢٠٠١). المكانز بين مكانز المترادفات وتكشيف واسترجاع المعلومات: دراسة في المفاهيم والوظائف. دراسات عربية في المكتبات والمعلومات. ٦ (١). ٧١-٨٠.
- الحماد، عبد الله سليمان. (٢٠٠٩). المكانز ودورها في الفهرسة الموضوعية. رسالة المكتبة. ٤٤ (٣). ٧٧-١٠٠.

- حمزة، عبد اللطيف. (١٩٦٥). الإعلام له تاريخه ومذاهبه. (ط.٢). القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- حمزة، عبد اللطيف. (١٩٧٨). الإعلام في صدر الإسلام. (ط.٢). القاهرة: دار الفكر العربي.
- حمودة، غادة عاطف. (٢٠٢١). العلاقة بين الاعتماد على إذاعة القرآن الكريم والمعرفة الدينية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة. القاهرة.
- حليمة، بن لكحل. (٢٠١٦). المكانز اللغوية: عرض ودراسة. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة مصطفى اسطبولي معسكر. ولاية معسكر الجزائرية.
- الخازندار، إبراهيم أحمد. (١٩٩٤). قائمة رؤوس الموضوعات العربية. (ط.٤). الكويت: الخازندار.
- خجا، محمد منير. (١٩٨٣). الإنسان بين نظريات الإعلام المعاصر والنظرية الإسلامية في الإعلام. مجلة كلية اللغة العربية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. (١٤، ١٣). ٧٢٠-٧٠٥.
- خضر، إيناس عباس توفيق. (٢٠١٦). المكانز المتخصصة في مجال المكتبات والمعلومات: دراسة تحليلية بغرض بناء مكنز عربي إلكتروني. (رسالة دكتوراة غير منشورة). جامعة القاهرة. القاهرة.
- الخطيب، محمد عجاج. (١٩٨٥). أضواء على الإعلام في صدر الإسلام. بيروت: مؤسسة الرسالة.
- خفاجي، طلعت فهمي. (٢٠٠٣). التصنيف العشري لديوي. (ط. جديدة مزيدة ومنقحة). طنطا: دار الحضارة للطباعة والنشر والتوزيع.
- خليفة، إجلال. (١٩٨٠). الوسائل الصحفية وتحديات المجتمع الإسلامي. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- خليفة، إجلال. (١٩٨١). اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي مع دراسات عن الأخلاقيات الصحفية في المجتمع الإسلامي المعاصر. (ط.٢). القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- خليفة، شعبان عبد العزيز. (٢٠٠١). قائمة رؤوس الموضوعات القياسية للمكتبات ومراكز المعلومات وقواعد البيانات، القاهرة: دار الشروق.
- خليفة، علي عبد الرحمن. (١٩٩٣). أسس بناء مكنز عربي في تكنولوجيا التعليم. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة حلوان. حلوان.
- الدبعي، سمير يوسف & العناسوة، محمد علي. (٢٠١٦). المكانز ومنهجية ضبط المصطلحات في اللغة العربية. حوليات آداب عين شمس. (٤٤). ١٠٧-١٤٠.
- درويش، محمد تيسير. (١٩٨٤). المكنز ودوره كركيزة فنية أساسية لاستخدام الحاسب الإلكتروني " الكمبيوتر " في خزن واسترجاع المعلومات. رسالة المكتبة. ١٩ (٣). ٧-٢٣.

- الدميري، إبراهيم. (١٩٨٧). *الصحافة في ضوء الإسلام*. مكة المكرمة: مكتبة الطالب الجامعي.
- ديوي، ملفل. (١٩٨٤). *تصنيف ديوي العشري: الطبعة العربية الأولى للطبعة الحادية عشرة المختصرة المعتمدة من مؤسسة فورست برس، مؤسسة أليك بلاسيد التربوية ناشر تصنيف ديوي العشري*. الكويت: شركة المكتبات الكويتية . ٢ مج .
- ديوي، ملفل. (١٩٩٦). *تصنيف ديوي العشري: الطبعة الثانية عشرة العربية الموجزة*. (فؤاد إسماعيل فهمي، معدل ومترجم). الطبعة العربية الموجزة. الرياض: دار المريخ للنشر. ٢ مج.
- ديوي، ملفل. (١٩٩٧). *تصنيف ديوي العشري والكشاف النسبي: الطبعة العشرية*: ترجمة عربية معدلة ومختصرة للجداول الرئيسية والمساعدة والكشاف النسبي. (يونس أحمد إسماعيل الخاروف، قاسم محمد محمود الخالدي، تعريب وتعديل). (ط.٢)، مراجعه ومنقحة. عمان: الخاروف والخالدي. ٧١٦ ص.
- ديوي، ملفل. (١٩٩٧). *تصنيف ديوي العشري: الطبعة الثانية عشرة المختصرة: الطبعة العربية الثانية المعتمدة من فورست برس، قسم من مؤسسة OCLC ناشر تصنيف ديوي العشري*. (إدارة التوثيق والمعلومات، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تعريب). تونس: المنظمة . ٢ مج .
- راضي، سمير بن جميل. (١٩٩٧). *الإعلام الإسلامي: رسالة وهدف. دعوة الحق* . ١٥ (١٧٢).
- الراغب الأصفهاني، الحسن بن محمد. (١٩٨٥). *معجم مفردات ألفاظ القرآن الكريم*. بيروت: دار الكتاب اللبناني.
- رضا، وفاق هادي محمد. (٢٠٠٠). *بناء مكنز متخصص في علم الحيوان باللغة العربية*. (رسالة دكتوراة غير منشورة) . الجامعة المستنصرية. بغداد.
- الرشيد، عبد الله محمد. (١٩٨٤). *الإعلام الإسلامي: أركانه وصفاته*. مجلة كلية الشريعة والدراسات الإسلامية. ٢ (٣). ٢٩-٣.
- روبن، برنت. (١٩٩١). *الاتصال والسلوك الإنساني*. (نخبة من أعضاء هيئة التدريس قسم الوسائل وتكنولوجيا التعليم بكلية التربية جامعة الملك سعود، مترجم). الرياض: منشورات معهد الإدارة العامة.
- الريسوني، محمد المنتصر. (١٩٨٤). *الإعلام الإسلامي: منطلقات وأهداف*. الرباط: جمعية البعث الإسلامي.
- زرزور، أحمد. (١٩٨٥). *الإعلام الإسلامي والطباعي في الدول غير الإسلامية*. مجلة الأمة. (٢٨). ٥٥-٥٢.
- زنجير، عبد الله. (فبراير، ١٩٩٤). *الكلمة ومكانتها في الإعلام الإسلامي*. مجلة الوعي الإسلامي. (٣٧٧).

- الزوارى، عمار عاشور علي. (٢٠١٤). مقومات الإعلام الإسلامي. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الأسمرية للعلوم الإسلامية. زليتن.
- الزويبي، هاشم أحمد. (٢٠٠٦). الدعوة الإسلامية في القنوات الفضائية. مجلة كلية التربية الأساسية بالجامعة السنتصرية. ٩ (٤٨). ٧٣-١٠٥.
- الزبيدي، طه أحمد. (٢٠١٠). معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي: عربي - إنجليزي. (ط.١). بغداد: الفجر للنشر والتوزيع؛ عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.
- زين، منصور عثمان محمد. (يوليو، ٢٠٠٩). قضايا وهموم الإعلام الإسلامي. دراسات دعوية. (١٨). ١٦٩-٢٠٢.
- سالم، شوقي. (١٩٨٥). المكانز العربية: مسائل فنية ولغوية (تخطيط لإنشاء المكنز العام العربي لمصطلحات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية. اللسان العربي. (٢٥). ٧٧-٨٩.
- السباعي، مصطفى. (١٩٧٨). السنة ومكانتها في التشريع الإسلامي. (ط.٢). القاهرة: المكتبة الإسلامي.
- سعيد، همام عبد الرحيم. (١٩٨٩). بناء المكانز الموضوعية في الحديث وأهمية ذلك للأعمال الموسوعية. ندوة السنة النبوية ومنهجها في بناء المعرفة والحضارة. عمان: المعهد العلمي للفكر الإسلامي.
- سليمان، محمود كرم. (١٩٨٩). التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام. المنصورة: دار الوفاء.
- سماحة، إميل. (١٩٩٤). اختيار المصطلحات للمكنز. المجلة العربية للمعلومات. ١٥ (١). ٢٢-٥.
- السماسيري، محمود يوسف محمد مصطفى. (١٩٩٩). فلسفات الإعلام الوضعية المعاصرة "دراسة نقدية مقارنة في ضوء المنظور الإسلامي. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة جنوب الوادي. المنيا.
- سيد أحمد، محمد. (١٩٩٣). المسؤولية الاجتماعية في الإسلام. (ط.١). القاهرة: مكتبة الخانجي.
- سيد، محمد محمود أحمد. (١٩٩٢). الأسلوب الإعلامي في القرآن الكريم. مكة المكرمة: المؤلف.
- شرف، عبد العزيز. (يناير، ١٩٨٥). التفسير الإعلامي للسيرة النبوية. الفن الإذاعي. ١٧-٣٤.
- شرف، عبد العزيز. (١٩٨٩). البرهان في وجود الإعلام الإسلامي. جريدة الشرق الأوسط. (١٩٨٩/٦/١٧).

- شرجي، علي خالد. (فبراير، ١٩٩٤). *الدعوة إلى الإسلام بالحكمة والموعظة الحسنة*. مجلة الوعي الإسلامي. (٣٧٧).
- شريف، محمد عبد الجواد. (٢٠٠٧). *تصنيف ديوي العشري القياسي*. (ط.١). دسوق: العلم والإيمان للنشر والتوزيع.
- شريف، محمد عبد الجواد. (٢٠١٤). *التصنيف العشري لديوي: حسب الطبعة الثانية والعشرين الأجنبية والمعربة*. (ط.٢). دسوق: العلم والإيمان للنشر والتوزيع.
- شريف، محمد عبد الجواد. (٢٠١٦). *التكشيف والمكانز والمستخلصات بين الأعمال الفنية والأوعية المرجعية والخدمات المعلوماتية المعاصرة*. (ط.١). دسوق: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.
- شعلان، نهى عبد الحميد مجيد. (١٩٩٢). *مدى ملائمة مكنز الجامعة لمصطلحات علم المكتبات والمعلومات*. (رسالة في الدبلوم العالي غير منشورة). الجامعة المستنصرية. بغداد.
- شلبي، كرم. (١٩٨٤). *الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية*. القاهرة: دار عالم الكتب.
- الشنقيطي، سيد محمد ساداتي. (١٩٨٦). *الأصول التطبيقية للإعلام الإسلامي*. الرياض: دار عالم الكتب.
- الشنقيطي، سيد محمد ساداتي. (١٩٨٦). *أصول الإعلام الإسلامي وأسس: دراسة تحليلية لنصوص الأخبار في سورة الأنعام*. الرياض: دار عالم الكتب.
- شهاب، أسامة يوسف. (١٩٨٠). *وسائل الاتصال الجماهيري في الإسلام*. عمان: دار السؤال.
- الشويحي، محمد. (١٩٨٤). *المسئولية الأخلاقية للإعلام الإسلامي*. مجلة الدعوة. (٥). ١٦-١٧.
- صادق، أمينة مصطفى. (أكتوبر، ١٩٨٥). *الأسس والملاح الرئيسية لمكانز العلوم الاجتماعية*. مجلة المكتبات والمعلومات العربية. (٤). ٧٠-٩٠.
- صيني، سعيد إسماعيل. (١٩٩١). *مدخل إلى الإعلام الإسلامي*. القاهرة: دار الحقيقة والإعلام.
- صيني، سعيد إسماعيل. (١٩٩٧). *الإعلام الإسلامي النظري في الميزان*. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- ظه، عماد عبد الستار. (٢٠١٠). *بناء أدوات العمل الفنية العربية إلكترونيا في مجال المكتبات والمعلومات: دراسة تجريبية*. (رسالة دكتوراة غير منشورة). جامعة المنوفية. شبين الكوم.
- عاشور، حسين. (١٩٩٥). *تطوير وسائل الإعلام الإسلامي*. مجلة المختار الإسلامي. (١٠٠). ٢٤-٢٨.

- العايدي، محمد عوض. (٢٠٠٨). القائمة الكبرى لرؤوس الموضوعات العربية: مزودة بأرقام تصنيف ديوي العشري طبقاً للطبعة الحادية والعشرين. القاهرة: المكتبة الأكاديمية. ٤.مج.
- العايدي، محمد عوض. (٢٠٠٠). موسوعة التصنيف العشري. (ط.١). القاهرة: المكتبة الأكاديمية.
- العايدي، محمد عوض. (٢٠١٠). موسوعة التصنيف العشري. (ط.٢)، مزيدة ومنقحة. القاهرة: المكتبة الأكاديمية.
- عايش، حسام خليل. (٢٠٠٧). الإعلام: ضوابطه وأحكامه الشرعية. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية. غزة.
- عبد الجبار، مفيدة ياسين الصديق. (٢٠٠٣). الإعلام الإسلامي ومواجهة إشكاليات النظام العالمي المعاصر. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية. أم درمان.
- عبد الحليم، محيي الدين. (١٩٧٩). الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية. (ط.١). القاهرة: مكتبة الخانجي؛ الرياض: دار الرفاعي.
- عبد الحليم، محيي الدين. (١٩٨١). الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية. (ط.٢). القاهرة: مكتبة الخانجي؛ الرياض: دار الرفاعي.
- عبد الحليم، محيي الدين. (١٩٨٤). الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية. (ط.٣). القاهرة: مكتبة الخانجي؛ الرياض: دار الرفاعي.
- عبد الله، محمد سالم ولد محمد. (١٩٩٦). المصطلحات الفقهية: دراسة لإعداد مكنز فقهي. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. الرياض.
- عبد المقصود، يوسف محمد. (١٩٨٥). العلاقات العامة والخاصة في الإسلام. القاهرة: دار الكتاب الجامعي.
- عبد الهادي، محمد فتحي. (١٩٧٨). المكانز كأدوات للتكشيف واسترجاع المعلومات: الحاجة إليها، تعريفها ووظائفها، أنواعها. المجلة العربية للمعلومات. ١(٢). ٦٥-٨٤.
- عبد الهادي، محمد فتحي. (١٩٧٩). تقنين وضبط المصطلحات في المكانز. المجلة العربية للمعلومات. (٣). ١-١٧.
- عبد الهادي، محمد فتحي. (١٩٨٠). تحديث المكانز وصيانتها. المجلة العربية للمعلومات. ٣(٥). ٦٣-٧٢.
- عبد الهادي، محمد فتحي. (١٩٨٠). العلاقات المتبادلة بين المصطلحات في المكانز. المجلة العربية للمعلومات. ٢(٤). ٢٥-٣٧.
- عبد الهادي، محمد فتحي. (١٩٨٠). مكنز مصطلحات علم المكتبات والمعلومات. القاهرة: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

- عبد الهادي، محمد فتحي. (١٩٨١). تنظيم وعرض المصطلحات في المكانز. مجلة المكتبات والمعلومات العربية. ١ (١). ٣٧-٦١.
- عبد الهادي، محمد فتحي. (١٩٨٣). المكانز واستخدامها في عمليات تحليل المعلومات واسترجاعها. مكتبة الإدارة. ١٠ (٢). ٢٧-٥٢.
- عبد الهادي، محمد فتحي. (١٩٨٧). المكانز ودورها في التكشيف والاسترجاع، مع إشارة خاصة إلى قائمة رؤوس الموضوعات الطبية في نظم وخدمات المعلومات الطبية. الكويت: المركز العربي للوثائق والمطبوعات الصحية.
- عبد الهادي، محمد فتحي. (١٩٨٩). المكانز كأدوات للتكشيف واسترجاع المعلومات. القاهرة: مكتبة غريب.
- عبد الهادي، محمد فتحي. (٢٠١٠). المكانز كأدوات لتحليل المعلومات واسترجاعها. القاهرة: مكتبة الإمام البخاري للنشر والتوزيع.
- عبد الهادي، محمد فتحي. (٢٠١٠). مكنز رؤوس الموضوعات للمخطوطات العربية. (ط. ١). القاهرة: معهد المخطوطات العربية.
- عبد الهادي، محمد فتحي & زايد، يسرية. (٢٠١٦). التكشيف والاستخلاص. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- عبد الواحد، حامد. (١٩٨٤). الإعلام في المجتمع الإسلامي. مكة المكرمة: رابطة العالم الإسلامي.
- عبد الوهاب، محروس. (١٩٩٩). الإذاعات الدينية في الإذاعات الموجهة. الفن الإذاعي. (١٠٤). ٥٢-٦٩.
- عبود، محمد فهمي. (٢٠٠٢). خصائص الإنتاج الفكري العربي في مجال علم اللغة: دراسة لاستخلاص أسس لغة تكشيف مناسبة. (رسالة دكتوراة غير منشورة). جامعة القاهرة. القاهرة.
- عبيد، عاطف محمد إبراهيم. (٢٠٠٩). إتاحة المكانز العربية على الإنترنت: دراسة تطبيقية على مصطلحات المرأة. (رسالة دكتوراة غير منشورة). جامعة المنوفية. شبين الكوم.
- العبيدي، ميسون عبد الكريم. (١٩٩٨). نحو بناء مكنز متخصص في علوم التمريض. (رسالة دكتوراة غير منشورة). الجامعة المستنصرية. بغداد.
- عثمان، حسب الرسول علي الفكي. (٢٠١٠). دور المكانز في تكشيف المعلومات واسترجاعها: دراسة تطبيقية لإعداد مكنز في القانون الدولي عربي إنجليزي. (رسالة دكتوراة غير منشورة). جامعة النيلين. الخرطوم.

- العجل، أحمد محمد عبد الله. (١٩٩٨). الإعلام الإسلامي ودوره في التوعية والتنمية السياسية: دراسة ميدانية على برامج التوعية السياسية في التلفاز اليمني القناة الأولى. (رسالة دكتوراة غير منشورة). جامعة أم درمان الإسلامية. أم درمان.
- العجوة، علي. (١٩٩٢). الإعلام الإسلامي في القرن الحادي والعشرين. القاهرة: مركز صالح كامل.
- عزت، محمد فريد محمود. (١٩٨٣). بحوث في الإعلام الإسلامي: توجيهات إسلامية لمقاومة الشائعات: لنشر أخبار الجريمة، لنشر أخبار الجنس. جدة: دار الشروق.
- عزت، محمد فريد محمود. (١٩٨٤). دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية. جدة: دار الشروق.
- عسكر، وسام عادل عبودي. (٢٠٠٨). بناء مكنز ثنائي اللغة في علوم الحاسبات. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة المستنصرية. بغداد.
- عشماوي، صالح. (١٩٨٠). نظرات في الإعلام الإسلامي. رابطة العالم الإسلامي. (١١،١٢). ٦١-٦٣.
- عطية، هاني محيي الدين. (١٩٩٧). نحو منهج لتنظيم المصطلح الشرعي: مدخل معرفي معلوماتي. (ط.١). القاهرة: المعهد العالمي للفكر الإسلامي.
- علوان، عبد الله ناصح. (١٩٨٥). حكم الإسلام في وسائل الإعلام. (ط.٥). القاهرة: دار السلام.
- علي، حسن. (يناير، ١٩٨٥). فن الاتصال بالجمهير في القرآن والسنة. الفن الإذاعي. (١٠٤). ٤٤-٥٠.
- علي، حسن. (يونية، ١٩٨٧). الإعلام الدولي الإسلامي عبر الأقمار الصناعية. الفن الإذاعي. (١١٤). ٣٤-٣٩.
- عمر، أحمد مختار. (٢٠٠٨). معجم اللغة العربية المعاصرة. (ط.١). القاهرة: عالم الكتب.
- عمر، محمد. (١٩٩٢). الرقابة في الإعلام الإسلامي: دراسة مقارنة. الرياض: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع.
- العناني، شكري عبد السلام العناني. (١٩٩١). إعداد المكانز العربية: دراسة تطبيقية في مجال الاتصال الجماهيري. (رسالة دكتوراة غير منشورة). جامعة القاهرة. القاهرة.
- العنبيسي، حسن علي. (فبراير، ١٩٨٣). الإعلام الإسلامي في مواجهة الدائرة الدعائية الثانية. مجلة الأزهر.
- العنبيسي، حسن علي. (يناير، ١٩٨٥). الإعلام الإسلامي: الأسس والمبادئ ٢. مجلة الأزهر.

- الغزالي، محمد.(١٩٧٦). مع الله: دراسة في الدعوة والدعاة. (ط.٤). القاهرة: دار الكتب الحديثة.
- غنيم، محمد سالم.(٢٠٠٣). نحو مكنز متعدد اللغات لمكتبة الإسكندرية: ملامح التجربة وآفاق المستقبل. مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات. (١٩). ١٥٠-١٩٩.
- الفتياني، تيسير محجوب.(١٩٨٧). مقومات رجل الإعلام الإسلامي. عمان: دار عمار للنشر.
- فلمبان، سوزان.(٢٠٠٨). المكانز كأدوات للتحليل الموضوعي: دراسة تقويمية لاثنتين من المكانز العربية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الملك سعود. الرياض.
- فهيم، محمد سيد.(٢٠٠٦). تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- فودة، حلمي محمد.(١٩٨٠). المكنز التربوي لمنظمة اليونسكو. مجلة الآداب- جامعة الرياض. ٧. ٢٨٧-٢٩٨.
- قاسم، يوسف محمد.(١٩٧٩). ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية وأنظمة المملكة العربية السعودية. الرياض: دار عالم الكتب.
- القاضي، عبد الواحد.(١٩٩١). الإعلام الإسلامي يحارب أنه إسلامي. مجلة الدعوة. (٢٣). ٨-٢.
- كامل، محمود عبد الرؤوف.(١٩٩٦). مقدمة في علم الإعلام والاتصال بالناس. القاهرة: مكتبة نهضة مصر.
- كحيل، عبد الوهاب أحمد محمد.(١٩٨٣). الإعلام الإسلامي في مجتمع الرسول "صلى الله عليه وسلم" في المدينة. (رسالة دكتوراة غير منشورة). جامعة أسيوط. سوهاج.
- كحيل، عبد الوهاب أحمد محمد.(١٩٨٥). الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي. بيروت: عالم الكتب.
- كحيل، عبد الوهاب أحمد محمد.(١٩٨٧). الجوانب الإعلامية في حياة الرسول: مرحلة الإعداد والممارسة العامة في مكة. القاهرة: دار الهداية.
- كمال، مصطفى حسين.(١٩٩٤). الصحافة الإسلامية: المنهج والتطبيق. هذه سبيلي. (٥). ١٧٧-٢٠٠.
- الكيلاني، موسى زيد.(١٩٨٥). الإعلام السياسي والإسلام: دراسة عن الرأي العام وكيف تصنعه وتسيطر عليه. بيروت: مؤسسة الرسالة.
- متولي، محمد محمود.(١٩٨٦). الإعلام في العصر الحديث ودوره في تبليغ الدعوة الإسلامية. الكويت: مكتبة ابن تيمية.
- المجلى، عبد الله.(١٩٨٧). الإعلام الإسلامي: قضية وحوار. مجلة الدعوة. (١٨). ١٤-١٩.

- محمد، جمال الدين عطية. (مايو، ١٩٩٢). نحو مكنز إسلامي للمرأة. المسلم المعاصر. ١٦ (٦٤). ٢١٣-٢١٧.
- محمد، زينب عطية. (يناير، ١٩٩٢). نحو مكنز إسلامي للخدمة الاجتماعية. المسلم المعاصر. ١٦ (٦٢). ٢٤٥-٢٥٦.
- محمد، محمد سيد. (١٩٨٣). المسؤولية الإعلامية في الإسلام. القاهرة: مكتبة الخانجي؛ الرياض: دار الرفاعي.
- مدكور، مرعي زايد عبد الجابر. (١٩٨٣). الإعلام الإسلامي الطباعي: في الدول غير الإسلامية في إفريقيا مع دراسة تطبيقية للإعلام الإسلامي في أثيوبيا. (رسالة دكتوراة غير منشورة). جامعة الأزهر. القاهرة.
- مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية. (١٩٩٤). الفيصل: مكنز عربي شامل في علوم الحضارة: قسم علوم الدين الإسلامي. (زيد بن عبد المحسن آل حسين، معد). (ط.١). الرياض: المركز.
- مصطفى، يحيى بسيوني & الصيرفي، عادل. (١٩٨٥). التليفزيون الإسلامي ودوره في التنمية. الرياض: دار عالم الكتب.
- معهد الإدارة العامة. (١٩٨٥). تصنيف ديوي العشري. (ط. عربية معدلة). الرياض: المعهد.
- المكاوي، سمية إبراهيم. (٢٠١٦). الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي في حاضر اليوم: دراسة مقارنة. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. الخرطوم.
- النجار، فهيم الدين. (١٩٨٥). الإعلام والبيت المسلم. الكويت: لجنة مكتبة التراث بشركة الشعاع للنشر.
- نجيب، عمارة. (١٩٨٠). الإعلام في ضوء الإسلام. الرياض: مكتبة المعارف.
- نجيب، عمارة. (١٩٨٣). المدخل لدراسة الإعلام الإسلامي. القاهرة: الفاروق الحديثة.
- الندوة العربية حول التكشيف والتصنيف في مراكز المعلومات العربية (٢٢-٢٦ فبراير ١٩٨٨)، ١٩٩٢. تونس: مركز الدراسات والبحوث العثمانية والتوثيق والمعلومات.
- نويري، إبراهيم. (ديسمبر، ٢٠١٣). خصائص وقسمات الرسالة الإعلامية الإسلامية وطرق مواجهة التحديات. ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي الثالث للإعلام الإسلامي بجاكرتا.
- الهادي، محمد زين. (٢٠٠٩). حاجتنا إلى إعلام إسلامي. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية. المدينة المنورة.
- هاشم، حازم. (١٩٧٨). حول الإعلام الإسلامي. مجلة الفيصل. ٧٤-٧٧.
- الهبائلي، حسين. (١٩٨٧). المكانز متعددة اللغات ومنهجية إعدادها. المجلة العربية للمعلومات. ٨ (١). ٧٧-١٣٣.



- هشام، آلاء أحمد. (٢٠٠٩). الإعلام الإسلامي: مقوماته، ضوابطه، أساليبه في ضوء القرآن الكريم: دراسة موضوعية. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية. غزة.
- هليل، محمد محمد حلمي. (١٩٩٣). أسس المصطلحية. مجلة علامات في النقد الأدبي. ٢ (٨). ٢٨٩-٣٠٧.
- واصل، عبد الرحمن. (١٩٨٠). عاطفة الحب بين الإسلام ووسائل الإعلام. جدة: دار الشروق.
- الوديان، محمد عمر محمد. (٢٠٠٥). بناء مكنز آلي لتعزيز نظام استرجاع المعلومات للغة العربية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة آل البيت . الدار البيضاء.
- وهدان، محمد رجب. (سبتمبر، ٢٠١٦). نحو بناء مكنز في مجال الأدب العربي . Journal Cybrarians . ع ٤٣ متاح في موقع <http://www.journal.cybrarians.org> (تاريخ الاطلاع ١٦-١-٢٠٢٢)
- نجيب، عمارة. (١٩٨٠). الإعلام في ضوء الإسلام. الرياض: مكتبة المعارف.
- يكن، منى حداد. (١٩٨٢). أبناؤنا بين وسائل الإعلام وأخلاق الإسلام. بيروت: الرسالة.
- اليمني، غادة عبد التواب. (٢٠٢٢). مدخل إلى علم الصحافة. طنطا: كلية الآداب.
- يوسف، محمد خير رمضان. (١٩٨٤). الإعلام الإسلامي: بيبليوجرافيا الكتب والرسائل والبحوث الجامعية. الرياض: دار طويق لتشر والتوزيع
- يوسف، محمد خير رمضان. (١٩٨٦). صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون. الرياض: مؤسسة الجريسي للتوزيع والإعلان.
- يوسف، محمد خير رمضان. (أكتوبر ١٩٩١). الإعلام الإسلامي: بيبليوجرافيا وملاحظات. التوباد. (١٣). ١٧٨-١٨٣.
- يوسف، محمد خير رمضان. (٢٠١٤). خطة تصنيف علوم الدين الإسلامي: المختصرة، الموجزة، المتوسطة، الموسعة. (ط.١). الرياض: دار الألوكة للنشر.

Bahmanabadi, Alireza. (Spring, 2001) . *Thesaurus application in information retrieval. Quarterly Journal of the national library of the Islamic Republic of Iran.* 12. (2) . 77 – 103.

Chen, S& Cheng, C& Chen, H.(2011). *Methodologies for Multilingual Information Integration in the Domain of Chinese art. IFLA Journal.* 296 (4). 37-304.

Davis, R.(October, 1996). *Publishing thesaurus on the world wide web. 7th ASIS SIG/CR Classification Research workshop. Baltimore. MD(20).* 37-48.



Dewey, Melvil.(2011). *Dewey decimal classification and relative index*. 23rd ed / edited by John. S. Mitchell ... [et al]. Dublin, Ohio: Forest Press: OCLC. 4 vol.

Hamada, Basyouni Ibrahim.(May,2022). *Islamic Worldview As A Model for De- Westernising . Javnost – The Public*. 1-18 .

International Standard ISO 25964-1.(2011). *Information and documentation thesauri inters operability with other vocabularies* .(ed.1.). Switzerland.

Kennedy, Alistair.(2012). *Automatic Supervised Thesauri Construction with "Roget's Thesaurus "*..(Unpublished ph.D thesis). University of Ottawa Canada.

Lacasta, Javier& Gilles Falquet, F & Javier Zarazaga- Soria, Javier Noguera.(May,2016). *An automatic method for reporting the quality of thesauri . Data & Knowledge Engineering*. Retrieved from: <http://sciencedirect.com/science/article/pii/S0169023X16300258> . (visit date: 28/8/2022)

Library Of Congress.(2005) .Subject Headings. 24th · Washington :D.C. – Available at:<http://www.loc.gov/index/html>. (visit date:(5/9/2022)

Luo, Ling.(2009). *The semi-automatic evolution research of thesaurus ontology, Wuhan University (People's Republic of China), ProQuest Dissertations Publishing*.

Naser, Eman.(2015). *Towards Automatic Cinstruction of Arabic Synonyms*. .(Unpublished Master thesis). Birzeit University. Birzeit.

Pintak, Lawrence.(May, 2014). *Islam, Identity and Professional Values : A Study of Journalists In Three Muslim. Journalism*. 1-19.

Rahaman, Khairiah A.(2016). *Dialogue and Persuasion In The Islamic Tradition. Glabal Media Journal*. 9 (2). Pp9-26.

Rowley, Jennifer E .(1998). *Abstracting and Indexing* . London : Clive Bingley.

Qin, Xi Yan. (2009). *Study and implementation of expertise- thesaurus-based expert search system in specific field Wuhan University* .(Unpublished ph.D thesis) .People's Republic of China.



Shorabi, Mozaffar Cheshmeh.(Summer, 2000). *The impact of the use of the thesaurus in bibliographic precision and time consumed for databases on recall searching information* 11.(2). 59 – 76.

U.S library of Congress.(1988). *Subject cataloging Division. Classification schedules : class B : subclasses BL-BQ :Non Christian religions. 2rd ed. Washington : library of Congress. – Available at: <http://www.loc.gov/catdir/cpsolcco>. (visit date:(1/9/2022)*

Wei, Rong Juan .(2010). *The Chinese thesaurus ontology automatic forming descriptor protégé Shanxi University (People's Republic of China), ProQuest Dissertations Publishing.*

ملاحق الدراسة:

أسماء السادة المحكمين (*)

الاسم	الجهة العلمية والمجال
أ.د/ أحمد عبادة العربي	أستاذ علم المكتبات والمعلومات بكلية الآداب - جامعة طنطا
د/ إسلام عبد القادر	مدرس الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنصورة
أ.د / سامي السعيد النجار	أستاذ ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنصورة
أ.د/ مختار عطية عمران	أستاذ الدراسات الإسلامية بكلية الآداب - جامعة المنصورة

* هذه القائمة مرتبة هجائياً وفقاً للاسم الأول للأستاذ .



Thesaurus As Tools for Information Control, Analysis and Retrieval in the field of Islamic media

An empirical analytical study to establish an Arabic thesaurus

By

Dr. Ezzat Abdel Fatah El Shamy

Lecturer of Librarianship & Information science

Faculty of Arts - Mansoura University

Abstract:

The study aims to build a proposed Arabic thesaurus for terminology in the field of Islamic media that contributes to the objective representation of intellectual production in this field, according to the standard (ISO25964-1 issued in 2011). experimental method, Among the most important findings of the study is that the available objective analysis tools of various types, especially the Arabic ones, do not meet the needs of the topics, ramifications and symbols of the field of Islamic media, and therefore were unable to limit all the ramifications of this field. And that a specialized thesaurus must be prepared for the field of Islamic media. In order to fill the needs of organization, analysis and retrieval of intellectual production specialized in this field. The study also recommended the need for a specialized institution in the field of Islamic media, whether at the Arab level or at the Egyptian level, to adopt a thesaurus of terminology in the field of the proposed Islamic media, sponsor it, publish it, spend on it, and update it periodically, and use the computer, its programs and the Internet to use it, and create a website It has a website on the Internet to facilitate the process of providing the thesaurus with new terms, and the use of the site to exchange opinions and experiences as discussion panels, in partnership with specialists in the field of libraries and information and the field of Islamic media.

Key words: Specialized thesaurus, building thesaurus, Islamic media, Islamic