

الإعلام الإسلامي .. الواقع ، التحديات والمأمول

خليل عبد الله علي حسين*

المستخلص

بعد أحداث ١١ سبتمبر من عام ٢٠٠١م ازداد تشويه صورة الإسلام والمسلمين من قبل وسائل الإعلام الغربية؛ لذلك فإن العالم الإسلامي بحاجة إلى وسائل إعلامية قوية قادرة على التأثير في الرأي العام الدولي، ليقتنعه بحقيقة الإسلام والمسلمين وقدرته الإسلام على التعايش مع بقية الديانات الأخرى، ونبذه العنف والتطرف والإرهاب. وفي ظل كثير من التحديات التي تواجه الإعلام الإسلامي، كغياب الاهتمام بالتأصيل العلمي للإعلام الإسلامي، وقلة الكوادر البشرية المؤهلة ومحدودية تأثير وسائل إعلام الدول الإسلامية؛ هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى وجود التأصيل العلمي للإعلام الإسلامي ، وتسلط الضوء على أسس الإعلام الإسلامي وتحدياته في الوقت الراهن. وقد خلصت الدراسة إلى نتائج من أهمها : هنالك حملات إعلامية ودعائية شرسة تواجه الإسلام والمسلمين ، وغياب التأصيل العلمي للإعلام الإسلامي في وسائل وكليات الإعلام بالدول العربية ، وهنالك نقص في الكوادر الإعلامية المدربة في تأصيل الإعلام الإسلامي.

ABSTRACT

Following 2001 September 11th events the defamation of Islam and Muslims increased by the Western media. Therefore, the Islamic world needs a strength media capable of influencing global public opinion. The Islamic media should be able to persuade and influence global public opinions about Islam and Muslims, and to show that Muslim can coexist with other religions. It has to mention very clearly that Islam is against terrorism, violence and extremism. In the context of many challenges facing the Islamic media; including the absence of scientific rooting to the Islamic media, lack of qualified and trained media personnel and the limited influence of the media of the Islamic countries.

This study aimed to determine the existence of scientific rooting of an Islamic media and to highlight the foundations and the current challenges facing it. The research reached out these findings: there are fierce campaign and propaganda facing Islam and Muslims, absence of scientific rooting of an Islamic media in the colleges of media and journalism and media channels, as well as lack of trained workers in what is called Islamic rooting media.

الكلمات المفتاحية:

العولمة - الخطاب الإعلامي - المؤسسات الإعلامية

* كلية العلوم الإسلامية واللغة العربية - جامعة ضرب كردفان - النهود

بريد الكتروني: E.mail:khalilali431@yahoo.com - هاتف: ٠١٢٢٠٨٣٧٣٩

المقدمة:

في صباحة يوم ١١ سبتمبر ٢٠٠١م ، قام ١٩ شخصاً بخطف أربع طائرات مستهدفة برجي مركز التجارة العالمي في نيويورك و مقر البنتاجون بالعاصمة واشنطن ، بينما تحطمت الطائرة الرابعة التي اختطفها انتحاريون في حقل بنسلفانيا بينما كانت في طريقها إلى واشنطن.

وبحسب تقديرات مكتب التحقيقات الفدرالية (F.B.I) فإن الحادث أدى إلى مقتل (٢٤٦٣) شخصاً ، وألحق أضراراً مادية ونفسية خطيرة في الولايات المتحدة الأمريكية ، وقد وجهت أصابع الاتهام إلى تنظيم القاعدة وزعيمها (أسامة بن لادن).

فتحت أحداث الحادي عشر ملف الإعلام الإسلامي وأثره في خدمة قضايا الأمة الإسلامية، فإلى جانب التحديات القديمة والتقليدية التي كان يواجهها الإعلام الإسلامي؛ طرحت هذه الأحداث تحدياً جديداً هو الدفاع عن الإسلام ذاته في مواجهة حملة الكراهية التي استمرت في البلدان الغربية ضد الإسلام وكل ما هو إسلامي ليس لأسباب دينية بحتة.

أهمية الدراسة:

برزت أهمية الإعلام الإسلامي في عصرنا الحاضر بشكل كبير نظراً للتطور التقني والإلكتروني وظهور اختراعات جديدة شكّلت قفزة نوعية في عالم الاتصال سواء في الوسائل المكتوبة أو المسموعة أو المرئية، حيث استطاعت هذه الوسائل تبادل مجريات الأحداث في العالم ، وسهّلت التواصل الثقافي عن بعد ، ويمكن توظيفه لخدمة قضايا الأمة الإسلامية بشكل عام لكن الباحث حصرها في النقاط التالية :

أولاً : جاءت الدراسة في وقت يقوم فيه الإعلام الغربي بحملات إعلامية شرسة لتشويه صورة الإسلام والمسلمين في أذهان الرأي العام العالمي بعد أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١م.

ثانياً: قلة الدراسات والبحوث في مجال الإعلام الإسلامي بكليات الإعلام.

ثالثاً: إثراء المكتبات العربية والإسلامية بالمعلومات اللازمة حول الإعلام الإسلامي.

أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

١. توضيح مفهوم الإعلام الإسلامي وتحدياته في الوقت الراهن.
٢. بيان الأثر المترتب على عدم الالتزام بتطبيق الأسس والمعايير التأصيلية للإعلام الإسلامي في وسائل إعلام الدول الإسلامية.
٣. تسليط الضوء على التحديات التي تواجه الإعلام الإسلامي.

مشكلة الدراسة:

محدودية تأثير وسائل إعلام الدول العربية والإسلامية لم تجعله قادراً على منافسة وسائل الإعلام الغربية وتصحيح المفاهيم المغلوطة عن الإسلام والمسلمين في المجتمعات الغربية بعد أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١م بفعل العديد من التحديات الثقافية والمهنية التي ظلت تواجه الإعلام الإسلامي ، فالباحث يحاول إبراز تلك التحديات من الناحية العملية.

أسئلة الدراسة :

تحاول الدراسة الإجابة عن سؤالين أساسيين:

١. هل الإعلام الإسلامي بالدول العربية والإسلامية يفتقد إلى الرؤية التأصيلية؟

٢. هل محدودية تأثير وسائل الإعلام بالدول العربية والإسلامية يمثل سبباً مباشراً في زيادة المفاهيم المغلوطة عن الإسلام والمسلمين بالدول الغربية.

منهجية الدراسة :

اعتمد البحث على منهج المسح الوصفي في تناوله الموضوع ، والمقارن وهو أنسب المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام ، وذلك لأنه يعمل علي وصف الظاهرة وصفاً دقيقاً.

ما هو الإعلام الإسلامي؟

لقد سبق أن وضع بعض الباحثين تعريفات لهذا الإعلام وتقتضي الضرورة العلمية أن نقدم بعض هذه التعريفات ونبين مقاصدها ومن أهمها:

• الإعلام الإسلامي: هو تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله بصورة مباشرة أو غير مباشرة، ومن خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته^(١).

• الإعلام الإسلامي: هو جهد فني علمي مدروس ومخطط ومستمر وصادق من قبل قائم بالاتصال هيئة كانت أم جماعة أم فرداً لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها ويستهدف الاتصال بالجمهور العام وهيئاته النوعية وأفراده ، بكافة إمكانيات وسائل الإعلام والافتتاح وذلك بغرض تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته^(٢).

• الإعلام الإسلامي: هو استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون عاملون بدينهم متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المختصرة والأخبار الحديثة والقيم الأخلاقية والمبادئ والمثل للمسلمين وغير المسلمين في كل زمان ومكان وفي إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد وإحداث التأثير المطلوب والتعرف على مدى التأثير أولاً بأول.

وهكذا نجد أن التعريف الأول والثاني للإعلام الإسلامي يحصران الإعلام الإسلامي ضمن الدعوة إلى الله والتعريف بالإسلام ومنهجه في الإرشاد والتوجيه . ولا شك أن الدعوة إلى الله وبيان منهج الدين الإسلامي من صفات المجتمع المسلم الأساسية، فالمسلمون مكلفون بحمل هذه الرسالة وتبليغها للناس كافة لقوله تعالى

﴿ يَا أَيُّهَا الْمُدَّثِّرُ قُمْ فَأَنذِرْ ۚ وَالَّذِينَ كَفَرُوا سُمِّعُوا وَلَمْ يَلْمُوهَا إِنْ كَانَتْ تُخْفَىٰ لَهُمْ ۚ فَأَنذَرْتَهُمْ يَوْمَئِذٍ بِمَا كَانُوا تُخْفَىٰ بِهِمْ ۚ فَلَمَّا كَانَتْ عَلَيْهِمْ الْحَاقَّةُ فَكَانُوا زَاكِرِينَ ۗ ﴾ [التكوير: ١-٤]

وقوله عز وجل ﴿ يَا أَيُّهَا الْمُدَّثِّرُ قُمْ فَأَنذِرْ ۚ وَالَّذِينَ كَفَرُوا سُمِّعُوا وَلَمْ يَلْمُوهَا إِنْ كَانَتْ تُخْفَىٰ لَهُمْ ۚ فَأَنذَرْتَهُمْ يَوْمَئِذٍ بِمَا كَانُوا تُخْفَىٰ بِهِمْ ۚ فَلَمَّا كَانَتْ عَلَيْهِمْ الْحَاقَّةُ فَكَانُوا زَاكِرِينَ ۗ ﴾ [التكوير: ١-٤]

(١) منير (١٩٩٨م) الإعلام ، دار بيروت للطباعة والنشر، بيروت ، ص ١٥ .

(٢) المرجع سابق ، ص ١٦ .

(٣) سورة النحل ، الآية (١٢٥)

(٤) سورة آل عمران ، الآية (١١٠)

كما أن التعريفين الأولين للإعلام الإسلامي متأثران بتعريفات الإعلام بشكل عام وهي في غالبها مقتبسة مما كتبه أساتذة الاتصال والإعلام الغربيون ، وربما يعود ذلك إلى حداثة الكتابة عن الإعلام وتركيزها على المضمون الإسلامي، والمرسل أو رجل الإعلام المدرك لحقائق الإسلام ، وبالأثر المطلوب من الإعلام الإسلامي لجهة تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعاداته ومعاملاته.

أما التعريف الثالث فقد جاء أكثر شمولية لأمر أهمها أن يكون المحتوى الإعلامي مقيداً بالمنهج الإسلامي كما أكد على أهلية رجل الإعلام الذي يقدم المضمون بأسلوب فني وجذاب ليخاطب الجماهير بصفة عامة بغض النظر عن توجههم الفكري والديني حيث إن (الإعلام طاقة كبرى وقوة خطيرة ، وعلينا أن نبذل كل المحاولات الجادة الصادقة في سبيل الاستفادة من وسائل الإعلام ، وتحويلها إلى أجهزة بناء المجتمع الإسلامي)^(٥).

ويجب أن تستخدم وسائل الاتصال الشخصي والجمعي كالمسرح والشعر والخطابة والقصاص وغيرها من الوسائل الاتصالية في مجتمعنا الإسلامي، ولا ينبغي أن نقف مكتوفي الأيدي إزاء الغزو الثقافي الرهيب من وسائل الإعلام الدولية وإنما علينا أن نبلغ الدعوة الإسلامية إلى عقول الناس وقلوبهم في جميع أنحاء العالم. وإن من المنطق - ونحن نشهد الصحة المباركة - أن ننادي بتحويل الإحساس بالحاجة إلى شمولية الإصلاح وتكامل التطبيق للمنهج الإسلامي، إلى برنامج عمل واضح المعالم مفصل الجوانب، يقدم البدائل الإسلامية في مختلف مجالات الحياة .

وتكتسب المطالبة بإيجاد البديل الإسلامي في ميدان الإعلام - بشقيه النظري والتطبيقي أهمية بالغة لما تتمتع به وسائل الاتصال الجماهيرية اليوم من مكانة خطيرة في توجيه عقليات الجماهير، وتشكيل سلوكياتها في الحياة، في عالم تحول إلى "قرية كونية"، قصرت وسائل الاتصال الالكترونية المسافات بين أجزائه ، وربطت شبكة معقدة من الاتصالات بين الدول وشعوبها، بصورة لم يسبق لها مثيل في تاريخ الإنسانية كله^(٦).

إن وسائل الاتصال الجماهيري تُعدّ اليوم الجهاز المركزي الذي يوجّه الفرد والمجتمع ولذلك فإنّ صياغة منهج للإعلام الإسلامي يعمل على سدّ الفراغ الهائل في منظومات المنهج الإسلامي يعتبر ضرورة ملحة حتى يمكن بلورة نموذج جديد للإصلاح الإسلامي يقوم على الشمول والتكامل والواقعية .

وهذه الإضاءات المتواضعة محاولة ل طرح بعض التساؤلات الحيوية حول الإعلام الإسلامي، ومفهومه وأثره، ومسئولياته في وقت نحن في حاجة ماسة إلى جلاء صورته، وتحديد معالمه، والكشف عن كنوزه وذخائره، والتخطيط من أجل تحويله إلى واقع حيّ، يتعاقب فيه القول مع العمل وتتلاحم فيه النظرية والتطبيق^(٧).

لماذا بالإعلام الإسلامي؟

(٥) منير حجاب (١٩٩٨م) مبادئ الإعلام الإسلامي ، المطبعة العصرية ، الاسكندرية ، ص ١٤ .

(٦) كحيل، عبد الوهاب ، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي (١٩٨٥م) مكتبة القدس ، القاهرة ، ص ٣٠ .

(٧) نفس المرجع السابق، ص ١٩ .

إنَّ المطلب القِيم لا بدَّ أن تتوافر له مبررات قويّة ومقنعة تسوّغ تبنّيه بإخلاص، وتدفع إلى الدعوة إليه بإلحاح، وتقوّي العزائم في سبيل تحقيقه في الواقع بلا توانٍ أو هبوط. وتستند المطالبة بأسلمة الإعلام وصياغته صياغةً إسلاميّةً إلى مبررات ثلاثة هي:

المبرر المنطقي:

لقد جاء الإسلام - كما ذكرنا سابقاً - ليكون منهجاً شاملاً للحياة كلّها بجميع جوانبها ومجالاتها. وقد رسم الإسلام للإنسان معالمَ لنظمه الاجتماعية المختلفة لتتوافق هذه النظم مع الغاية الرئيسة لوجوده، وهي استخلاف الله له في الأرض لعمارة الكون وفق منهج الله وتحقيق عبادته وحده.

وارتباط المسلم بإسلامه ليس ارتباطاً عاطفياً روحياً فحسب بل هو - إلى جانب ذلك - ارتباط واقعيّ علميّ من خلال تطبيق شرائع الإسلام وهديه وتعاليمه السامية وتوجيهاته الربانية في مجموعة من النظم الإسلاميّة التي حكمت حياة المسلمين في شؤونهم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والمدنية والعسكرية.

وعندما ضعف التزام المسلمين بمبادئ دينهم، وتكالبت عليهم القوى الاستعمارية التي استهدفت خلخلة التصور الشمولي للإسلام وتطبيقه في حياتهم، تحوّل ارتباط معظم المسلمين بالإسلام في العصر الحاضر إلى مجرد ارتباط عاطفيّ محدود يكفي فيه المسلم بإقامة شعائره التعبديّة، وتزكية نفسه بالرياضات الروحية والأخلاقية الفردية. وقد نتج عن هذا المفهوم المغلوط لحقيقة الالتزام الإسلامي أن حفلت حياة المسلمين بصور الازدواجية والتناقض بين الارتباط العاطفي بالإسلام في ميدان العبادة والأخلاق الفردية، وبين الارتباط العملي الواقعيّ بالمذاهب المناقضة للإسلام في ميدان النظم والتشريعات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

إنَّ حياة المسلمين المعاصرة لن تتحقّق لها الصبغة الإسلاميّة إلاّ عندما ينسجم ارتباطها العاطفي بالإسلام في الجانب العقديّ والروحي والفردية مع ارتباطها العملي والواقعي بالإسلام في الجانب التشريعي والتنظيمي. ومن هنا تكتسب الدعوة إلى صياغة المعارف والنظم في حياة المسلمين صياغةً إسلاميّةً أهميّةً بالغة. بل إنَّ تحقيق هذا الهدف يعتبر التحديّ الحقيقي الذي ينبغي على الأمة الإسلاميّة أن توجهه في وقتها الراهن.

ويعتبر الإعلام فرعاً مهماً من فروع المعرفة العلمية والتطبيقية التي تحتاج إلى العناية بتأصيل مفاهيمها ومناهجها وتهذيب أساليب وطرق ممارستها الواقعية وفقاً لهدى الإسلام وتوجيهاته. وتتعاظم أهمية صياغة النظام الإعلامي: فلسفةً وغايةً ومنهجاً وممارسةً، وصياغةً إسلاميّةً في ضوء إدراكنا لأهمية الإعلام في حياة المجتمعات وخطورة ما يقوم به في التأثير على الأفراد والجماعات سلبيّاً كان هذا التأثير أو إيجاباً^(٨).

إنَّ المبرر المنطقي للمطالبة بصياغة الإعلام صياغةً إسلاميّةً، يؤكد على أن هذه الصياغة نتيجة منطقية لشمول المنهج الإسلامي وتكامله.

المبرر الواقعي:

يواجه المسلمون اليوم في مختلف أقطارهم ومواطنهم غزواً فكرياً وثقافياً رهيباً. ولم يعد هذا الغزو الثقافي الشامل مقصوراً على الوسائل التقليدية للغزو من كتبٍ استشراقية، أو مذاهب هدامة، أو مؤامرات استعمارية مكشوفة. لقد انتهى عصر الغزو الاستعماري الاستشراقي المباشر.

(٨) عبد القادر طاش رحمة الله (٢٠٠٩م)، الإعلام الإسلامي المعاصر في عصر العولمة، مجلة السداعي الشهرية، الجامعة الإسلامية، ديوبند، الهند، العدد ١١، ص ٣٣.

إنَّ الغزو الثقافي الذي تواجهه الأمة الإسلاميَّة يستخدم وسائل جديدة، وأساليب جديدة. إنَّ الرسالة الغازية تعبر إلى الأجيال الصاعدة، بل إلى العقول المثقفة، عن طريق الخبر الذي تبثّه وكالة الأنباء والتحليل السياسي أو الاقتصادي الذي تكتبه الصحيفة، والصورة التي ترسلها الوكالات المصوّرة.

والرسالة الغازية تعبر إلى العقول المثقفة عن طريق الأفلام السينمائية، وأشرطة الفيديو و البرامج الإذاعية المشوّقة. والرسالة الغازية تعبر إلى الأجيال الصاعدة عن طريق أفلام الكرتون والنظريات المدسوسة في مناهج التربية والتعليم معلّلة دعوى العلم والتقدم والاكتشافات الحديثة.

إنَّ هذا الغزو الثقافي الغربي علي المجتمعات الإسلاميَّة يعمل على زعزعة مبادئ الإسلام وقيمه وهدم أخلاقياته ومثله في نفوس أبناء المسلمين لينشأوا في غربة عن دينهم وحضارتهم وتراثهم، ويصبحوا فريسةً سائغةً للأفكار الغربية وأنماط الحياة الغربية بكل ما فيها من انحرافات ومفاسد وأوبئة. ولقد وصل هذا الغزو إلى منازلنا ولم يعد أمامنا مفرٌّ من مواجهته، المواجهة الصحيحة التي لا تكفي بالتنديد والصراخ والدعاء بالويل والثبور، بل بتطوير استراتيجية مُحكمة تعتمد على هدفين^(٩):

الأول: توجيه الإعلام في الدول الإسلاميَّة نحو الأصالة والذاتية النابعة من قيم الإسلام ومبادئه، وتوفير الجوِّ الملائم والدعم المناسب لصنع البدائل الإسلاميَّة التي تقف في مواجهة ما يقدّمه الغرب.

الثاني: تنقية الإعلام ومناهج التعليم من المؤثرات الغربية العلمانية والإلحادية وتفنيد ما تقدّمه وسائل الإعلام الغربية من مفاسد وانحرافات وبيان عوارها وتهافتها بمنطق مقنع وبوسائل مكافئة.

وهذه المواجهة الواقعية للغزو الفكري والثقافي في صورتها الشاملة المتكاملة المتكافئة لن تتحقق إلا عندما تتبلور في أذهان المسلمين الصورة الحقيقية للإعلام الإسلامي، وتتوالى معطياته الواقعية وثمراته العملية في واقعهم المعاصر، إذ لا يمكن أن يهزم الباطل الزائف إلاّ الحقّ الأصيل hg f e d c b M i j k l m n o p q r s t u v w x y z .^(١٠)

٣. المبرر الإنساني :

وسائل الإعلام لسان هذا العصر. وقد أدرك أصحاب الديانات والمذاهب والأفكار الوضعية أهمية استغلال الوسائل الإعلامية في إيصال أفكارهم وعقائدهم ومذاهبهم إلى الناس. وكان النصارى الصليبيون أكثر الناس إدراكاً لهذه الأهمية، وأسبقهم إلى استخدامها في مجال التنصير.

وتؤدي المنظمات الإذاعية المسيحية الموجهة إلى العالم الإسلامي دوراً كبيراً في مجال الإعلام التنصيري الفعال ومن أبرز هذه المنظمات^(١١):

- الرابطة الدولية الكاثوليكية للراديو والتلفزيون.
- الرابطة العالمية للإذاعة المسيحية.
- الرابطة الدولية للإذاعيين المسيحيين.
- المنظمة الدولية للإعلام المسيحي.

(٩) كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص ٣٢.

(١٠) سورة الأنبياء الآية ١٨.

(١١) عبدالحليم، محي الدين (١٩٩٨م) إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، سلسلة كتاب الأمة، العدد ٦٤، مرجع سابق، ص ١١٥.

- **راديو الفاتيكان:** وهو صوت دولة الفاتيكان الكاثوليكية الرسمي، وقد بدأ إرساله عام ١٩٣١م، ويذيع بثلاثين لغة - من بينها اللغة العربية - ويوجه بثه إلى الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.
 - إذاعة صوت الإنجيل وتبث هذه الإذاعة برامجها من العاصمة الأثيوبية أديس أبابا، ويوجد لها استوديوهات في نيجيريا، الكامبيرون، وتبث بمعدل ٢٠ ساعة يومياً وتستهدف المسلمين العرب والأفارقة.
- وفي الوقت الذي ينشط فيه أصحاب الديانات المحرقة والمذاهب الفاسدة لاستغلال وسائل الإعلام لخدمة أغراضهم، نجد المسلمين غائبين عن الساحة الإعلامية إلا بعض الجهود المحدودة التي لا أثر لها.
- والبشرية اليوم قد سئمت من الدين المحرف، وانصرفت عن المذهب الفاسد وهي تعيش ضياعاً وقلقاً واضطراباً. وقد أثقل كاهل الإنسانية في وقتها الراهن كابوسُ الإلحاد والعلمانية، والفساد الخلقي، والظلم والاستبداد السياسي والاستغلال الاقتصادي، والتفكك الاجتماعي وتعاليت الصيحات التي تبحث عن مصدر للعدالة والحياة الكريمة فما يجدون تلك الغايات إلا في الدين الإسلامي
- إنَّ البشريَّة اليوم بحاجة إلى الإسلام أكثر من أي وقت مضى والمسلمون مطالبون - وفقاً للتوجيه الإسلامي بمخاطبة الناس بلغاتهم ومختلف وسائل الاتصال والإعلام في سبيل الدعوة إلى الإسلام، وتوضيح صورته الناصعة، وإبراز محاسنه وثمراته للناس في مختلف أنحاء العالم، كما أن تبليغ رسالة الإسلام العالمية، وإيصال دعوته إلى البشرية كلها مبرراً إنسانياً عظيم للدعوة إلى صياغة الإعلام صياغةً إسلاميةً حتى يؤدي وظيفته في الحياة الإنسانية. (١٢).
- النظرة الواقعية للإعلام الإسلامي؟
- تختلف نظرات الناس حول الإعلام الإسلامي ما بين النظرة الجغرافية والنظرة التاريخية، والنظرة الواقعية التجزيئية. فالنظرة الجغرافية، تفهم الإعلام الإسلامي على اعتبار أنه الإعلام الصادر من دول العالم الإسلامي، أو الجهات التي تنتسب إلى الإسلام. وتكاد هذه النظرة أن تكون النظرة السائدة في الدراسات الأجنبية عن الإعلام الإسلامي.
- ولذلك تصنف هذه الدراسات إعلام الدول التي تقع في إطار العالم الإسلامي ضمن الإعلام الإسلامي بمفهومه الجغرافي الرسمي دون تمييز في المنهج أو الغاية أو الممارسة.
- والنظرة التاريخية للإعلام الإسلامي تكاد تحصر الإعلام الإسلامي في إطار زمني ضيق؛ فتوحي بأن الإعلام الإسلامي مفهوم تراثي، وممارسة محدودة في فترة زمنية معينة مثل تلك الدراسات التي تتناول الإعلام ووسائله في عهد النبوة أو الخلفاء الراشدين.
- أما النظرة الواقعية التجزيئية للإعلام الإسلامي فتستند إلى صور الممارسة الواقعية لبعض جوانب الإعلام الإسلامي المحدودة، وتفهم هذا الإعلام باعتباره إعلاماً "دينيّاً متخصصاً". ولذلك يغلب على من ينحو هذا المنحى أن يفهم الإعلام الإسلامي في حدود الصفحات الدينية، وركن الفتاوى، والخطب المنبرية، في الصحافة اليومية، أو في حدود تلك الصحف والمجلات التي تسمى نفسها بالإسلامية، أو في حدود البرامج والأحاديث الدينية الإذاعية، أو الأفلام والمسلسلات التاريخية والدينية التي يشاهدونها على شاشات التلفزيون ودور السينما.

(١٢) عبد القادر طاش رحمة الله، الإعلام الإسلامي المعاصر في عصر العولمة، مرجع سابق، ص ٣٣.

ورغم أن هنالك بعض جوانب الصحة في هذه النظرات المختلفة للإعلام الإسلامي، إلا أنها لا تعبر عن حقيقة الإعلام الإسلامي بشموله وتكامله، ولا تمثل جوهره الأصيل وخصائصه النظرية والتطبيقية. فالنظرة الجغرافية تُؤهم أنّ الإعلام الصادر من دولة مسلمة يكتسب الشرعية الإسلامية بمجرد انتسابه إلى الدولة المسلمة، دون اعتبار لغاية ذلك الإعلام ومنهجه، ودون اعتبار لمضمونه وأساليبه ممارسته.

والمؤسف أن واقع الإعلام المعاصر في كثير من دول العالم الإسلامي لا يصور أبداً حقيقة الإعلام الإسلامي. والتحليل العلمي الموضوعي يكشف لنا أن كثيراً من منطلقات الإعلام، ومضامينه، وأساليبه ممارسته، وقواعد تنظيمه في كثير من الدول المسلمة يسير في ركب التقليد والتبعية للأنماط الغربية أو الشرقية في الإعلام ويفتقد الهوية الإسلامية الواضحة.

والنظرة التاريخية للإعلام الإسلامي نظرة قاصرة، إذ تحجّم هذا الإعلام وتصوره على أنه إعلام تراثي عتيق، يفصل عن الواقع، ويبتعد عن معالجة قضايا العصر والاستفادة من معطياته ومنجزاته. والحق أن الإعلام الإسلامي ليس مرتبطاً بفترة زمنية معينة، وليس محدوداً ببقعة مكانية محدودة، بل هو منهج يتجاوز حدود الزمان والمكان.

أما النظرة الواقعية التجزيئية للإعلام الإسلامي، فهي نظرة مجحفة، غير منطقية، وهي مثل سابقتها تحجّم هذا الإعلام، وتفصله عن الواقع، وتخصّص له جزءاً محدوداً من النشاط الإعلامي الحافل. وهذه النظريات ذات أثر خطير في حياة المسلمين؛ لأنها تفصل الإعلام بنشاطاته الواسعة وممارساته المتنوعة، عن الهدي الإسلامي، وتكتفي بتحكيم الإسلام في جزء من النشاط الإعلامي، ثم لا تبالي أن يناقض الإعلام مبادئ الإسلام، وأخلاقه ويتعدى حدوده وضوابطه في الأجزاء الأخرى التي يطلق عليها "الإعلام العام" وكأن هذا المفهوم يقترب من المفهوم الغربي العلماني في فصل الدين عن الحياة، واعتبار الدين شأنًا فرديًا وعقيدةً مكونةً، يخصّص له جزء من النشاط الإنساني، ولا سلطان له على الواقع، ولا هيمنة له على الحياة الاجتماعية ونشاطاتها العامة^(١٣).

الإعلام الإسلامي المأمول:

إنّ المفهوم الحق للإعلام الإسلامي هو المفهوم المنهجي الذي لا يجعل مقاييس إسلامية الإعلام مبنية على أساس الحدود الجغرافية والمكانية، أو الوضعية التاريخية المحدودة، أو الممارسة الواقعية الخاطئة للإعلام في الحياة، بل يبني تلك المقاييس والمعايير على أساس المنطلقات الرئيسية والأطر الفكرية والاجتماعية والإنسانية المنبثقة من روح الإسلام وتصوراته الكلية وقيمه السامية، وعلى أساس الضوابط الشرعية التي ينبغي أن يسير الإعلام على هدى منها، ويلتزم بها في نشاطاته المختلفة وممارساته الواقعية .

إنّ الإعلام الإسلامي - بهذا المفهوم المنهجي - روح تسري في النشاط الإعلامي كلّه، تصوغه، وتحركه، وتوجهه منذ أن يكون فكرةً إلى أن يغدو عملاً منتجاً متكاملًا، مقروءًا كان أو مسموعًا أو مرئيًا. وبذلك يصبح الإعلام الإسلامي منهجًا قويمًا تسير وفقه جميع النشاطات الإعلامية في كافة الوسائل والقنوات دون أن يحدد نشاط واحد منها عن الطريق، أو يتناقض مع النشاطات الأخرى سواء في الوسيلة الواحدة أو الوسائل المتعددة^(١٤).

(١٣) المرجع سابق، ص ٣٣.

(١٤) المرجع سابق، ص ٣٣ - ٣٤.

وبذلك - أيضاً - يصبح الإعلام الإسلامي حكماً موضوعياً تتحاكم إليه جميع هذه النشاطات الإعلامية ثم لا يجد أي نشاط منها حرجاً في التسليم لحكمه والإذعان لتوجيهه .

وفهم الإعلام الإسلامي بهذه الصورة الشاملة، ينسجم مع الحقيقة الأصيلة لهذا الدين، وهي أنه منهج شامل للحياة، وليس منهجاً جزئياً يعالج جانباً من جوانب الواقع الإنساني، ويهمل الجوانب الأخرى. وهذا المفهوم للإعلام الإسلامي، يُحقق في حياة الأمة الإسلامية على الدوام الاستقرار والتوازن، ويخلصها من آثار الازدواجية والتناقض والصراع الذي تعاني منه الأمة، كلما ابتعدت عن منهج الله. والنشاط الإعلامي المعاصر يعاني من هذه الأمراض الخطيرة، حيث تجد الازدواجية والتناقض في الوسيلة الواحدة فضلاً عن وجودها في الوسائل المتعددة، حيث تستمع إلى برنامج "ديني" يحث على الفضيلة، فيعقبه مباشرة برنامج آخر يغري بالزلية، أو أغنية ماجنة تزين السقوط بصورة جذابة مشوقة!! وتشاهد في القناة الفضائية برنامج دينياً يعمل على ترسيخ معاني الرجولة والصلاح والخير في نفوس المشاهدين، ثم لا تلبث أن تصدم في الوسيلة نفسها بفيلم مثير، ينقض على كل ما بناه البرنامج الديني السابق ويهدمه، والأنتكى من ذلك أن يقدم البرنامج "الديني" في أسلوب جاف وإخراج رتيب؛ فلا يجذب المشاهد ولا يحوز على رضاه، بينما يختم الفيلم غير الديني خدمةً فائقة؛ فيقبل عليه الصغار والكبار، ويتحلّق حوله الشباب والشابات في رغبة وحماس.

ولو نظرنا إلى واقع النشاط الإعلامي والنظم الإعلامية في المجتمعات المختلفة التي لا تدين بالإسلام لوجدنا أن ذلك النشاط في كل مجتمع ينبع أصلاً من التصورات العقدية والأيدولوجية للمجتمع، وينطبع بالقيم والتقاليد والظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية السائدة فيه، ولوجدنا أن النظام الإعلامي يخدم أساساً الغايات والأهداف البعيدة والقريبة التي يسعى المجتمع إلى تحقيقها^(١٥).

فالإعلام في الدول الغربية (البرالية) العلمانية ينطلق من غايات المذهب (البرالي) العلماني، وفلسفته، ويروج بطرق مباشرة وغير مباشرة للمنط العلماني الغربي للحياة الذي يفصل الدين عن واقع الحياة، ويمجد الحرية الفردية، ويعلي من قيمة الأنانية، والإنجاز الشخصي، ويعمق روح المادية والاستهلاكية^(١٦).

والإعلام في الدول الشيوعية يصطبغ بفلسفة الأيدولوجية الماركسية، وينطلق من غاياتها، ويروج بطرق مباشرة وغير مباشرة للمنط الإلحادي الماركسي للحياة، الذي يصور هذه الحياة بأنها صراع بين الطبقات، ويجعل الحزب "ديكتاتوراً" متسلطاً ومهيماً على الناس، ويوظف الإعلام ليكون خادماً للسلطة ومجرد أداة لتحقيق رغبات الحزب وشهوته.

للإسلام - دون شك - فلسفته الإعلامية الخاصة به. وفي ضوء هذه الفلسفة المستنقاة من المصادر الأصلية للمنهج الإسلامي، تتحدد معالم النشاط الإعلامي داخل المجتمع الإسلامي وخارجه. ولقد وضع الإسلام أصولاً عامة وقواعد كلية لكافة جوانب العملية الإعلامية؛ ولكن هذه الأصول والقواعد مثبتة في المصادر الإسلامية المتمثلة في كتاب الله وسنة رسوله ٣ ، وفي اجتهاد فقهاء المسلمين وعلمائهم عبر العصور المتعاقبة.

والإعلام اليوم غداً علماً منظماً؛ ولذلك فإن المسلمين بحاجة ماسة إلى صياغة منظومة إعلامية ذاتية لهم، تحدد معالم الهدى الإسلامي في النشاط الإعلامي من حيث :

(١٥) محمود علم الدين (٢٠٠٤م) الفن الصحفي ، أخبار اليوم مطبوعات قطاع الثقافة ، القاهرة ، ص ٧٩ .

(١٦) أمل (٢٠٠٧م) مبادئ الاتصال بالجمهير ونظرياته ، دار ومكتبة الإسراء ، طنطا ، مصر ، ص ١١٤ .

- أ- فلسفته الأساسية، وإطاره الفكري العام المبني على التصور الإسلامي للكون والحياة والإنسان وغاية الوجود الإنساني .
- ب- غايته الكبرى، ومنهجه الأصيل في تحقيق تلك الغاية.
- ج- وظائفه العامة والخاصة، ومدى ارتباط هذه الوظائف بالحاجات الواقعية لأفراد المجتمع، ومقدار استجابته للظروف المحيطة بهم .
- د- أساليبه وطرقه في تقديم المضمون إلى الناس، ومدى مراعاة هذه الأساليب لخصائص الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية، وكيفية تفاعله معه.
- هـ - وسائله وقنواته المتنوعة سواء التقليدية منها والحديثة، وخصائص الوسائل الخاصة بالإعلام الإسلامي التي ينفرد بها عن غيره من المذاهب الإعلامية الوضعية كقنوات الاتصال الشخصي المنظم، وألوان الاتصال الجمعي والدولي المتميزة، وكيفية استثمارها وتوظيفها لخدمة أهداف المجتمع المسلم وغاياته.
- و - نظمه وسياساته العامة والخاصة والأسس والضوابط التي يضعها الإسلام لتقنين تلك النظم وصياغتها، وترشيد السياسات الإعلامية التي يتبناها.
- هذا العمل الذي يستهدف صياغة منظومة إعلامية إسلامية للمجتمع الإسلامي، لن يتحقق إلا من خلال اجتهاد عصري يقوم به علماء يمتلكون زاداً متيناً من العلم الإعلامي في جانبيه النظري والتطبيقي. ولا بد من أن يعتمد هذا الاجتهاد العصري على تلاحم عنصرين مهمين هما:
- أولاً: دراسة المصادر الأساسية للإسلام دراسة إعلامية علمية لاستنباط الأسس والقواعد التي تنظم العملية الإعلامية أو ترشد إليها. ويردّف هذه الدراسة محاولة الكشف عن ذخائر التراث الإسلامي عبر العصور مما له صلة بالممارسة الإعلامية.
- ثانياً: دراسة نتائج البحوث والدراسات والممارسات الإعلامية المعاصرة واستيعابها، ثم استلهاهم روح التشريع الإسلامي ونتائج الدراسة الإعلامية العلمية لمصادر الإسلام وتراث المسلمين للوصول إلى رؤية واضحة لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام الإسلامي في الجوانب النظرية والتطبيقية التي ذكرتها آنفاً .
- الأسس الثقافية للإعلام الإسلامي في عصر العولمة:**
- إن ملامح الرؤية الثقافية للإعلام الإسلامي المعاصر في عصر العولمة وما بعدها لا ولن تكتمل أبعادها الأساسية، إلا إذا انطلق الإعلام الإسلامي المنشود منذ بدايته بتوظيف كافة وسائله لتحقيق الأبعاد الثلاثة: (تشكيل الوعي، التنشئة الاجتماعية، التبليغ والاتصال الإنساني).
- وذلك حتى يتسنى لهذا الإعلام إبراز المعطيات الثقافية للإسلام، فضلاً عن ترسيخها في النسيج النفسي والفكري والاجتماعي والإنساني للمجتمع المسلم، ولا سيما بعد أن يراعي القائمون عليه ضرورة تطبيق الأسس التالية :
- الاساس الاول: هو ضرورة أن تستلهم الرسائل الإعلامية المصاغة معلوماتها ومعاييرها، التي يراد إيصالها إلى الجمهور من مصادرها الموثوقة، وأن تنقل عنها بأمانة ودقة حتى لا تشوب مصداقية تلك الرسائل الإعلامية أي شائبة .
- الاساس الثاني: هو أن تسعى الرسائل الإعلامية الهادفة إلى إبراز صورة الإسلام بمنهجية وسطية بعيداً عن مؤثرات الغلو والتشدد، وأن تتضمن الرسالة الإعلامية من الآراء والمواقف ما يعزز منحنى التيسير والتبشير، ويبتعد عن التعسير والتنفير .

الاساس الثالث: هو أن تُبنى توجهات الرسائل الإعلامية الإسلامية المراد ترسيخها في أذهان الرأي العام على أسس سليمة وتستند على الحجج الإقناعية ، وليس على جعجة العواطف المتشنجة أو الإثارة المفتعلة .
الاساس الرابع: هو أن تُصاغ الرسائل الإعلامية في قوالب فنية متنوعة ومشوقة وجذابة بعيداً عن الجمود والرتابة التي تفتقر إلى الجاذبية والتشويق .

الاساس الخامس: هو ضرورة التخطيط العلمي للإعلام الإسلامي لإحداث التأثير المطلوب، وأن تنتوع الرسالة الإعلامية الإسلامية من عقديّة إلى سياسية إلى اقتصادية إلى اجتماعية، بحيث يضيف عليها طابعاً من السمة الثقافية، وذلك لأن هذه الرسالة عندما تكون عقديّة دينية، إنما تكون واضحة الأهداف والمسار، تحث على أداء العبادات الإسلامية، وتفسير آيات القرآن الكريم والأحاديث النبوية، أو تتحدث عن المعاملات الإسلامية، أو تكون رسالة عامة تفسر بعض الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية في المجتمع أو تعالج أحدث القضايا المعاصرة من منظور إسلامي، وتتطلق من أن الإسلام دين حضارة وتقدم، ويهتم بأمر الناس الدنيوية والأخروية ، وذلك لأنه المنهج الإلهي الحق ذو النظرة الشمولية الحضارية يلبي حاجة المسلمين من الناحية الجسدية، والروحية، والعقلية، والاجتماعية والاقتصادية.

كيف نصل إلى الإعلام الإسلامي المنشود؟

إنّ تحقيق ثمره هذا التصور النظري للإعلام الإسلامي، بشموله وتكامله، لن يكون إلاّ بمحاولة الإجابة على هذا التساؤل الملح: كيف نصل إلى الإعلام الإسلامي؟ .

وفي تصوّر أنّ الوصول إلى الإعلام الإسلامي يحتاج منّا العمل الدؤوب في أربعة ميادين رئيسة هي:

1. ميدان الإحصاء والتأهيل البشري :

إنّ أهمّ الوسائل للوصول إلى تحقيق الإعلام الإسلامي في واقع الحياة وأنجعها، هو إعداد الكوادر البشرية المتخصصة في الإعلام الإسلامي ، وتأهيلها فكرياً، وخلقياً، وعملياً، ومهنيّاً. إنّ الإنسان هو العنصر الأول في إحداث أيّ تغيير مقصود. والعناية بإعداد الإعلاميين الإسلاميين، وتأهيلهم حتى يكونوا قادرين على تحمل هذه المسؤولية الضخمة، ليس أمراً سهلاً ، بل هو عمل كبير، يتطلّب منّا جهوداً عظيمة وطاقت عديدة. إنّ الطبيب لكي يكون ماهراً يمرّ بفترة اختبارات صعبة ومكثّفة وطويلة من الإعداد والتأهيل، فما بالك بالإعلامي، وهو المعلم، والمربي، والقائد، والموجه، وصانع الرأي في المجتمع؟! إنّ مهمته بلا شكّ أعظم، ومسؤوليته أكبر، فهو يطبّب النفوس، ويؤثر في العقول، ويسهم في صياغة مواقف الناس وسلوكهم. ومن ثمّ، وجب أن يكون تأهيله موازياً لهذه المسؤولية المنوطة به ولا بدّ من إعداد الإعلامي الإسلامي وتأهيله من الناحية العلمية والعملية في الجوانب التالية:

أ - الإحصاء الاصولي والفكري: حيث يتعرّف الطالب على الأصول العقديّة والفكرية والتشريعية للإسلام من خلال مجموعة مختارة من المقررات الشرعيّة والفكريّة في القرآن الكريم، والتوحيد، والتفسير، والحديث، والفقه، والثقافة الإسلامية.^(١٧)

ب - الإحصاء اللغوي والتوضيحي: فاللغة سلاح الإعلامي؛ بل هي وعاء الفكر والثقافة؛ ولذلك لا بدّ له من أن يدرس بعض المقررات في اللغة العربية نحواً و صرفاً، وأن يسعى إلى التمكن في فنون البلاغة ، والبيان، والأسلوب، والتعبير، والتذوق الأدبي.

(١٧) عبدالحليم، إشكاليات العمل الاعلامي بين الثابت والمتغيرات، مرجع سابق ، ص ١٥٧.

ج - الإحصاء التخصصي والمهني: وهذا الإعداد لا بد أن يتكامل فيه الجانب النظري مع العملي التطبيقي حتى لا تصبح دراسة الإعلام دراسة نظرية بحتة. ولا بد من اكتساب الطالب للمهارات العملية والمهنية المطلوبة منه في واقع الممارسة الميدانية.

د - الإحصاء الثقافي العام: وهذا يتطلب الإلمام بالواقع الذي يعيش فيه، من حيث قضايا ومشكلاته، وأحداثه، وتياراته الفكرية، كما يتطلب الإلمام ببعض المعارف والعلوم المعينة له على فهم هذا الواقع وتحليله، وهي علوم وثيقة الصلة بالإعلام كعلم النفس والاجتماع، والعلوم السياسية والاقتصادية، واللغة الأجنبية.

ولا بد من التأكيد هنا على أن من مستلزمات هذا الإعداد الصارم للإعلاميين الإسلاميين، أن يخضع الطلاب الذين يُقبلون في أقسام الإعلام لشروطٍ موزونة سواء في المجال العلمي أو الأخلاقي. ولا بد أن يتوافر فيهم الحد الأدنى من الموهبة، والاستعداد النفسي. كذلك لا بد من التأكيد على أن يتوافر لهؤلاء الطلاب في المحيط الأكاديمي جوٌّ من العلاقة الحميمة بينهم وبين أساتذتهم، مبنية على الثقة، والاحترام، والتهذيب التربوي والتوجيه الأخلاقي عبر القدوة الصالحة التي يجدها الطلاب في أساتذتهم وموجهيهم. ويُعد الجانب التربوي والأخلاقي ذا أهمية بالغة في مجال إعداد الإعلامي الإسلامي نظراً للصعوبات الجمّة والتحديات العديدة والمغريات المتنوعة التي تصادف الإعلامي الإسلامي في حياته المهنية.

٢. ميدان التأصيل والتنظير الصلمي :

ما يزال الاهتمام بتأصيل قواعد الإعلام وأصوله وممارساته من وجهة النظر الإسلامية، محدوداً ومنتائراً. والمطلوب أن يتصاعد الاهتمام العلمي بالإعلام الإسلامي تأصيلاً وتنظيراً، وأن يركّز على النوعية. وينطلق هذا الاهتمام من خلال إنشاء معاهد ومراكز البحوث الإعلامية ودعمها. التي تهتمّ بالإعلام الإسلامي، واستقطاب الباحثين والدارسين الذين يتميزون بالإخلاص والوعي الإسلامي، والخلفية الشرعية، والاستيعاب العلمي للتخصص الإعلامي، إلى جانب تمتعهم بالمنهجية في التفكير، والتمكّن من أساليب البحث العلمي ووسائله.

ولعل من الأهمية بمكان، أن تسير هذه الجهود العلمية التأصيلية وفق خطة مدروسة وتصور سليم للأولويات، وأن تعتمد على أسلوب فرق العمل الجماعية بدلاً من الأعمال والاجتهادات الفردية المحدودة.

ولا بد من أن يتوافر لهذا العمل التأصيلي العلمي إمكانات بشرية ومادية وتكنولوجية ملائمة، كما لا بد من توافر قنوات علمية تسهم في تحريكه وبلورته وانضباطه كالندوات والمؤتمرات والبحوث العلمية، التي تتلاقح فيها الأفكار، ويتبادل فيها الباحثون والدارسون الآراء، ويتناقشون فيها حول نتائج بحوثهم ومؤلفاتهم (١٨)

٣. ميدان الإصلاح الواقعي :

والمقصود بهذا : الإسهام الإيجابي في إصلاح أوضاع المؤسسات الإعلامية القائمة في العالم الإسلامي، الرسمية منها وغير الرسمية، وتنقيتها من الشوائب وترشيدها مسارها الإعلامي، سواء ببذل النصح والمشورة، أو دعم الأعمال التي تخدم الإعلام الإسلامي، أو المشاركة العملية في تلك المؤسسات والهيئات في ميادينها القيادية والإنتاجية والتقويمية.

(١٨) المرجع السابق، ص ١١.

ويبدأ الإصلاح الواقعي بمحاولة إيجاد قنوات تواصل وتعاون بين المهتمين بشؤون الدعوة والإرشاد والإعلام الإسلامي من جهة، وبين العاملين في المجال الإعلامي من جهة أخرى، وذلك من أجل تضييق الفجوة بينهم. ولقد عانت الأمة من جراء انعزال العلماء وذوي الاتجاهات الإسلامية عن الوسائل الإعلامية، وعدم توثيق صلاتهم وعلاقتهم بالعاملين في هذه الوسائل. وإن السعي من أجل تنظيف الإعلام من الانحرافات والتشوهات هدف نبيل ويحتاج إلى تحمل وصبر وإدراك واقعي للظروف التي يعيش فيها الإعلام. وإن انتهاج أسلوب التدرج في الإصلاح ضرورة لازمة في ضوء معرفتنا أن كثيراً من المفاصل والانحرافات التي تحيط بوسائل الإعلام قد استغرق نشرها وتكريسها زمناً ممتداً، وإصلاحها أو تخليص الإعلام منها يحتاج إلى زمن ممتد أيضاً، وما أسهل الهدم وما أصعب البناء. (١٩).

ولا أعتقد أن من الإيجابية في شيء أن ننساق وراء الدعوة إلى عدم الاستجابة لضغط الواقع في المطالبة بإنتاج البدائل الإسلامية، والغياب عن الساحة الإعلامية، بدعوى انتظار نضوج الرؤية النظرية للإعلام الإسلامي، أو بدعوى أن الانتاج الإعلامي الإسلامي والمشاركة المحدودة في وسائل الإعلام القائمة لن تجد نفعاً في خضم التيار الجارف، وأنها ستكون صرخة هائمة في وادٍ سحيق. إن هذا الاتجاه السلبي - في نظري - لن يحقق ما يصبو إليه المخلصون للإعلام الإسلامي. والجهود الصغيرة المتواضعة عندما تتجمع وتتراكم وتتواصل، لا شك أنها ستثمر بإذن الله تعالى ثمرات يانعة تفيد الناس وتبقى في المجتمع قال الله تعالى: **مَأْتِمُرُ**

تَرْكِبَ ضَرْبِ اللَّهِ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ ﴿٢٠﴾ ! " # \$ %
' & () * + , - . / 0 1 2 3 4 5 6 7
9 8 : ; < = (٢٠) (٢١).

تحديات الإعلام الإسلامي في الوقت الراهن:

الإعلام الإسلامي مطالب بأن يرقى إلى نحو مخاطبة قضايا الأمة الإسلامية العالمية، وتتجاوز الحدود المحلية، في ظل العديد من التحديات لعل من أبرزها:
التحدي الأول: التكنولوجيا والصناعة الفنية في الخطاب الإعلامي:

وهو ما برع فيه الإعلام الصهيوني، الذي يحاول أن يخترق عقول المجتمعات الإسلامية واختلاق الأكاذيب والتشكيك في عقيدتنا. لذلك لا يزال الجدل قائماً حول السماح للشخصيات الصهيونية بالظهور في وسائل الاتصال بالدول الإسلامية. (٢٢).

التحدي الثاني: هو تطور الهجوم على القرآن والسنة وعلى قيم الإسلام الحنيف والمسلمين من ورائه. ولذلك، فإن إعلامنا يجب أن يوضح بشكل قاطع أن الإسلام لا يمكن أن يحمل أوزار المسلمين، فلا يتحمل الإسلام وزر من ضل منا في الفهم والسلوك والأداء.

(١٩) المرجع السابق، ص ١٢.

(٢٠) سورة إبراهيم، الآيات (٢٤-٢٦).

(٢١) سريسق، إبراهيم محمد (د.ت) أصول الإعلام الحديث، مطابع الصفا، مكة، ص ٢٤-٢٥.

(٢٢) السيد عبدالرؤف (١٩٩٩م) الإعلام والدعوة الإسلامية، مجلة وزارة الأوقاف الإسلامية المصرية، ص ١٣.

التصدّي الثالث: فهو الهجوم الإعلامي الدولي على قيمنا ورموزنا بحجة حرية التعبير، لذلك يجب ألا يكف إعلامنا عن فصل حرية التعبير عما يجاورها ويلتبس بها من جور على قيمنا بالذات باسم هذه الحرية، ما يدفع إلى تعريف الحرية وضوابطها وحدودها ووظيفتها.

التصدّي الرابع: فهو فرض الإعلام الأجنبي قيماً ثقافية غريبة على مجتمعاتنا الإسلامية بفضل السماوات المفتوحة والبت المباشر، لذلك فإن إعلامنا يجب أن يعمل على التصدي للغزو الثقافي بكل أشكاله ويعمل على تحصين المجتمعات الإسلامية. (٢٣).

الخاتمة:

اختتمت هذه الدراسة بعدد من النتائج والتوصيات

النتائج:

توصل الباحث إلى النتائج التالية:

١. الدول العربية والإسلامية بحاجة لتصحيح المفاهيم المغلوطة عن الإسلام والمسلمين خاصة بعد تداعيات أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١م.
٢. قلة الدراسات والبحوث في مجال تأصيل الإعلام الإسلامي بكليات وأقسام الإعلام بالجامعات العربية.
٣. هنالك نقصاً واضحاً في الكوادر البشرية المؤهلة في الإعلام الإسلامي بالمؤسسات الإعلامية العربية.
٤. لقناة الجزيرة الفضائية إسهامات مقدرة في النقل من ظاهرة الإسلاموفوبيا في أوساط المجتمعات الغربية.

التوصيات:

١. على الدول العربية والإسلامية التفكير الجادة في إنشاء وسائل إعلامية قوية وقادرة على تصحيح المفاهيم المغلوطة عن الإسلام في المجتمعات الغربية.
٢. توجيه الاهتمام بالبحوث والدراسات في مجال الإعلام الإسلامي وتأصيله بكليات وأقسام الإعلام بالجامعات العربية.
٣. تأهيل الكوادر الإعلامية من الناحية العلمية والمهنية في مجال الإعلام الإسلامي بالدول الإسلامية.
٤. تشجيع الهيئات الإسلامية على إنشاء وسائل إعلامية تسهم في نشر الدعوة الإسلامية في المجتمعات الغربية.
٥. ضرورة الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي والوسائط التكنولوجية الحديثة في تحقيق أوسع انتشار ممكن للدعوة الإسلامية.

المصادر والمراجع:

• القرآن الكريم.

١. كحيل، عبد الوهاب (١٩٨٥م) الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، ط١، عالم الكتب، القاهرة.
٢. سرسيق الشيخ إبراهيم محمد (د.ت)، أصول الإعلام الحديث وتطبيقاته، ط١، مطابع الصفاء، الرياض.
٣. عبد القادر طاش رحمة الله (٢٠٠٩م) الإعلام الإسلامي المعاصر في عصر العولمة، مجلة الداعي الشهرية، الجامعة الإسلامية، ديوبند، الهند، العدد ١١.

(٢٣) كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص ٢٠.

٤. السيد عبدالرؤف (٢٠٠١م) الإعلام والدعوة الإسلامية وتداعيات أحداث ١١ سبتمبر ، مجلة دراسات إسلامية، العدد ٨٤.

٥. محي الدين عبدالحليم (١٩٩٨م) إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية ، سلسلة كتاب الأمة ، العدد ٦٤ .
٦. حجاب، محمد منير (١٩٨٢م) ، مبادئ الإعلام الإسلامي ، ط١، المطبعة العصرية الاسكندرية .
٧. أمل سعد متولى (٢٠٠٧م) مبادئ الإتصال بال جماهير ونظرياته ، ط١، دار ومكتبة الإسراء للنشر ، طنطا .
٨. محمد منير سعد الدين(١٩٩٨م) ، الإعلام ، ط١، دار بيروت للطباعة والنشر، بيروت.
٩. منير حجاب (١٩٩٨م) مبادئ الإعلام الإسلامي، المطبعة العصرية ، الاسكندرية .
١٠. محمود علم الدين (٢٠٠٤م)، الفن الصحفى، ط١، مطبوعات أخبار اليوم قطاع الثقافة ، القاهرة .
مواقع الأنترنت :

11- [islamweb.net/new library/umm](http://islamweb.net/new_library/umm)

12- <http://www.assakina.com/new>