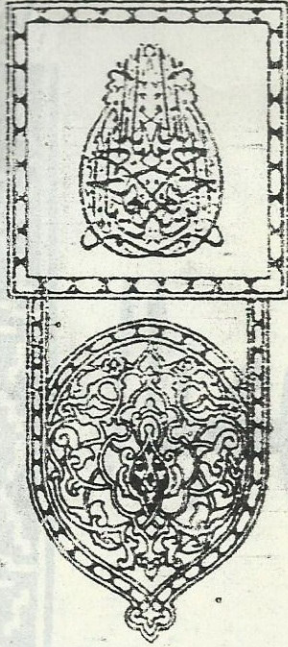




البحوث الإعلامية

العدد الأول
أكتوبر ١٩٩٣

رئيس مجلس الإدارة: د. عبدالمنعم الحسيني الشبيخ
رئيس التحرير: د. أحمد شبيب



البحوث الإعلامية

تصدر عن جامعة الأزهر

المراسلات : جامعة الأزهر - مدينة نصر - القاهرة

ت : ٢٦١١٤١٤ فاكس : ٢٦١١٤٠٤

الإعلام الإسلامي والنظام العالمي الجديد

يحيى أبو بكر

ندوة الإعلام الإسلامي بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل
القاهرة - ذو القعدة ١٤١٢ هـ - مايو ١٩٩٢ م

مقدمة :

تتوالى على الساحة العالمية منذ نحو خمس سنوات أحداث ذات أثر بالغ في تشكيل العلاقات السياسية والاقتصادية بين الدول الكبرى ، وفي الاستراتيجيات البعيدة المدى والواسعة النطاق التي كانت مرسومة لمستقبل العالم في ظل الصراع أو التنافس أو التعايش بين دونتين عظيمين ، تفكك أحدهما لتنفرد الدولة الأخرى بالزعامة الأحادية ، وتظهر في الأفق تكتلات جديدة وأرهاصات بنظام عالمي ، لا يزال في شكله وموضوعه هلاميا غير مكتمل التكوين .

وكما تميزت السنوات العشرون الماضية بما كان اتجاهها نحو نظام اقتصادي عالمي جديد ، ونظام اعلامي عالمي جديد ، على أساس من العدل والتوازن ، إزالة الظلم والإحتلال اللذين سيطرا على العلاقات بين الشمال والجنوب ، أو بين الدول الصناعية الغنية والدول الفقيرة النامية ، ظهر الآن اتجاه نحو نظام عالمي جديد ، بعد أن انهارت النظم الشمولية في الاتحاد السوفيتي ودول أوروبا الشرقية . ومن سماته المرتقبة تحول سريع أو تدريجي إلى «الديموقراطية» و «التعددية» و «اقتصاديات السوق» . وعلى الرغم من وجود أصوات كثيرة ومؤثرة تنادي بمراعاة «البعد الاجتماعي» في اقتصاديات السوق ، واعتبار «الملائمة» في قضية الديمقراطية ، فإن النموذج المطروح ، والذي تمثله برامج الإصلاح الاقتصادي ومسيرة الديمقراطية ، تمتد جذوره إلى الفكر والتطبيق السائد في كل من الولايات المتحدة ، والجماعة الأوروبية ، واليابان ، وكان هذا النموذج هو الذي استهوى الزعيم الشيوعي السابق جورباتشوف إلى المناداة بالانتحاح والمكاشفة Glasnost وإعادة البناء Perestroika في الاتحاد السوفيتي على النحو الذي عجل بانهيار الشيوعية وتمزق الكتلة الشرقية ثم انتهاء الاتحاد السوفيتي . لكن يبقى في مجال الهيمنة الشيوعية أكثر من ألف ميلون من البشر في دولة كبيرة واحدة هي الصين . وهناك أيضا أكثر من ألف مليون من المسلمين تجمعهم عقيدة واحدة هي الإسلام ، وإن كانت لدولهم في مجال السياسة

والاقتصاد نظم شتى ويتفاوت نصيبهم من الفقر والثراء والتقدم والتخلف . كما تسيطر على العلاقات فيما بين دولهم وعلى علاقات هذه الدول بالقوى والتجمعات الاخرى اعتبارات متعددة جعلت وضعهم في أكثر من مناسبة شبيها بما يصف به القرآن الكريم قوما آخرين : ﴿بأسهم بينهم شديد . تحسبهم جميعا وقلوبهم شتى﴾ . ولا حول ولا قوة إلا بالله العلي العظيم .

وفي الفكر السياسي السائد في العالم اليوم اتجاه يقول بأن الغرب ، وقد فقد الشيوعية عدوا له ، سيتخذ من الإسلام عدوا ومن المسلمين مرجما توجه إليه الاتهامات واللعنات ورمزا للتخلف والارهاب .

لكن الموارد المتاحة للمسلمين ، وأعلى مراتبها هي العقيدة التي يؤمنون بها ، من شأنها أن تجعل لهم وزنا مرموقا في الموازنات والمعادلات التي تشغل واضعي الاستراتيجيات العالمية في هذه المرحلة التاريخية . ومن شأنها أيضا أن يتطلع الكثيرون إلى صداقتهم ، وأن يوجد كذلك ، كما أسلفنا ، ثيار فكري ينادى بكسر شوكتهم قبل أن يستجمعوا أسباب القوة وتكتمل لديهم عناصر التفوذ على المستوى العالمي .

هؤلاء المسلمون هم الذين يتسبب إليهم «الإعلام الإسلامي» . وهذا هو العالم الذي يعيشون فيه ولا يمكن أن يعتزلوه ، بمشكلاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، وبالقضايا الغريبة المعلقة أو الساخنة مثل قضية فلسطين وقضية كشمير ، وبأمراض الفقر والتخلف وتدهور البيئة والجريمة والعنف والانحلال الخلقي ، ويتطلعاته إلى نظام عالمي «أفضل» . وهناك من يريد أن يخلق هذا النظام على صورته ، كما أن هناك من يحاولون بناءه على أسس من الديمقراطية وحقوق الإنسان وفقا لسلم قيمي نابع من الحاجات الأساسية للبشر جميعا ، ولا تحركه الاطماع والأهواء .

ما هو الإعلام الإسلامى

من الضرورى قبل مناقشة دور «الإعلام الإسلامى» فى النظام العالمى الجديد ، بالوضع الذى تندفع نحوه الأحداث أو بالوضع الذى يظن المتفائلون أن تعادل فيه الموازين المختلفة ، أن يكون هناك تحديد واضح لهوية الإعلام الإسلامى . ويقتضى ذلك أن توجد أجابات صريحة على عدد من الأسئلة . ويمكن من خلال هذه الإجابات أن نتعرف إلى قنوات التعامل بينه وبين النظام الجديد وأسلوب هذا التعامل ومحتواه . والنظام الجديد ليس طرفا آخر فى هذا التعامل ولكنه اطار نعيش فيه ونتحرك خلاله ونحن جزء منه رضينا أم أبينا . وهو من جهة أخرى زماننا ومكاننا .

هذه هي الأسئلة :

- هل «الإعلام الإسلامى» أسلوب وشكل ومحتوى فى الدعوة إلى الخير والامر بالمعروف والنهي عن المنكر؟

- هل هو المحتوى الدينى لوسائل الاتصال الجماهيرية؟

- هل هو المحتوى الدينى للاتصال المباشر؟

- هل هو العمل الإعلامى الصادر عن هيئات دينية اسلامية ، حكومية أو غير حكومية؟

- هل هو الجهد الإعلامى الموجة إلى الاقليات الاسلامية أو الصادر عنه أو المتداول بين أفرادها وتجمعاتها ؟

- هل هو نشاط يعتمد على أساليب العلاقات العامة فى تصحيح صورة الإسلام والمسلمين فى أعين أنفسهم (أى أمام جمهور داخلى) ، وفى أعين غيرهم (أى أمام جمهور خارجى)؟

- هل هو أسلوب وأدوات للدعوة إلى اعتناق الإسلام؟

- هل هو مجموع العمل الإعلامى الذى تقوم به وسائل الاتصال الجماهيرية

وكذلك الاتصال المباشر ، فى الدول الإسلامية ، أى محصلة الجهود الإعلامية المنظمة ، أو غير المنظمة ، فى الدول الإسلامية ؟

هل هو اعلام أم اتصال ؟

ان الإعلام الإسلامى ، كما أفهمه ، وكما تتحدث عنه هذه الورقة ، هو كل ذلك . وليس يمكننا ، مادامنا نتحدث عن دوره فى اطار نظام عالمى جديد ، أن نستبعد أيا من هذه العناصر ، ولا أن نغفل طبيعة هذا النظام الجديد وامكانيات التفاعل بينه وبين الاعلام الإسلامى .

مطالعة لكتابات سابقة

وفى محاولة استجلاء صورة «الإعلام الإسلامى» كما يراها عدد من المفكرين المسلمين ، اخترت بعض الكتابات الحديثة فى هذا الموضوع باعتبارها نماذج للاجتهادات التى تناولته خلال الاعوام العشرين أو الثلاثين الماضية ، أى منذ أطلق اسم «الإعلام» على هذا الجهد الاتصالى الذى كانت له من قبل أسماء أخرى فى مقدمتها «الدعوة الإسلامية» . على أن كثيرين لا يزالون يستخدمون عبارة «الدعوة الإسلامية» فى الحديث عن الإعلام الإسلامى ، بينما يفضل آخرون أن يستخدموا عبارة «الاتصال الإسلامى» ، ولم يعد هناك من يتحدث عن «الدعاية الإسلامية» . وليس هنا مجال مناقشة المصطلح ، ولكنى أردت فقط أن أوضح أن الذى أتحدث عنه فى هذه الورقة هو نظام اتصالى له هويته وملامحه ومعالجه ، كما أن له مدخلاته ومخرجاته وأساليبه وأدواته المتعددة فى المعالجة شأنه شأن أى نظام آخر من النظم التى تتحرك فى إطار نظام عالمى يوشك أن يتشكل وتتضح أبعاده والعوامل المؤثرة فيه .

ومن الواضح أن الموضوع لم يكن مجرد تغيير الاسم دون المسمى . والذين يتحدثون عن الدعوة كان منطلقهم الآية الكريمة ﴿ ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر ﴾ [آل عمران: ١٠٤] ثم ظهرت كلمتا الإعلام ثم

الاتصال ترجمة لكلماتى information ثم communication

وأشير في هذا الصدد أولاً إلى ما كتبه الدكتور منير حجاب في أوائل الثمانينات عن نظريات الإعلام الإسلامي . وأذكر، على الرغم من تقديري لهذا العمل العلمي، أني أعترضت على الحديث عن «نظريات» في مجال الإعلام الإسلامي . نعم ، هناك منهج إعلامي إسلامي، لكن ليست هناك نظرية بالمعنى المعروف (theory)، لأن النظرية ليست إلا مجموعة من الفروض التي يثبتها البرهان ، وتظل ثابتة إلى أن تنقضها نظرية أخرى، وكثيراً ما حدث ذلك في مختلف اجتهادات الفكر الإنساني . ولا مجال في الدعوة الإسلامية أو الإعلام الإسلامي أو الاتصال الإسلامي لنظريات تثبت ثم تبطل، بل هناك محتوى وأركان وقواعد، ومرجعنا فيها جميعاً هو الكتاب والسنة، وإن كانت لنا فرصة الاجتهاد في التطبيق العملي أو في اختيار الوسائل والأساليب والأدوات، ونستطيع أن نتخذ أنسبها وأكثرها ملاءمة لكل موقف من المواقف الاتصالية التي نعرض لها دون حاجة إلى استنباط نظرية تعتمد على الفرض والإثبات .

والقرآن الكريم لا يقول استخدموا الصحافة أو الراديو أو التلفزيون أو الخطابة في المساجد أو الدروس في حلقات العلم أو المواعظ في لقاءات تتم مع الناس ، ولكنه يقول : ﴿ ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن ﴾ [النحل: ١٢٥]

وهناك أمثلة أخرى ستشير إليها هذه الورقة عندما نتحدث عن استنباط المحتوى الاتصالي والأسلوب والتنظيم في آيات محكمة لا يمكن أن ترقى إلى نظرية إلى مستواها في الصدق والإعجاز .

وأمامي بعد ذلك ما كتبه المذكورة ماجى الحلواني تحت عنوان «الإعلام الإسلامي - التحديات والمواجهة» . وهي تتحدث عن جهود ومنجزات إعلامية في مجال نشر الدعوة والثقافة الإسلامية ، وتشير في ذلك إلى قيام إذاعات إسلامية ، وإلى التوسع في نشر القرآن الكريم وترجمة معانيه ، وتوزيع الكتب الإسلامية ، وإصدار الدوريات والمطبوعات والتسجيلات المسموعة والمرئية .

ويدعو هذا الكتاب في مواجهة متطلبات الإعلام الإسلامى الى تصحيح الصورة الذهنية عن الإسلام والمسلمين فى نفوس الغربيين سواء فى أمريكا وأوربا باستخدام مختلف قنوات الاتصال ومن بينها تكنولوجيا الفضاء . كما يدعو الى مواجهة التعتيم الإعلامى بإظهار الحقائق ، والى تعزيز أواصر التضامن الإسلامى ورعاية الأقليات المسلمة ، وانتصدي لمحاولات التنصير التى تستخدم وسائل الاتصال .

وهناك مقال للأستاذ محمد السماك ظهر فى العدد الأخير (يناير - مارس ١٩٩٢) من مجلة الدراسات الإعلامية عن الإعلام الدينى فى الشرق الأوسط . ويناقش المقال الإعلام اليهودى والإعلام المسيحى والإعلام الإسلامى فى ضوء ستة اعتبارات هامة هى: وجود رسالة ، ووجود مرسل ، ووجود أداة إرسال ، ووجود نظام إرسال ، ووجود مرسل إليه ، ووجود هدف من الرسالة .

وهو يصف الإعلام الإسلامى بأنه إعلام دفاعى ، ويتحدث بالتفصيل عن أدائه وأداء الإعلام العربى فى وجه مشكلات تمثل فى تركيبة المجتمع ، والتخلف ، والاطماع الدولية ثم فى أنواع الصراعات التى تستقطب اهتمامه .

وأخيراً أضيف الى هذه النماذج من الاجتهادات محاولة منى لتحديد المهام الاتصالية الإسلامية نشرتها الموسوعة الدولية للاتصال وهى تركز على المحتوى والشكل والتنظيم واستخدام تكنولوجيا الاتصال . وتطرح فكرة «المسجد العالمى» مقابل «القرية العالمية» التى يتحدث عنها عالم الاتصال مارشال ماكلوهان .

ونخلص من هذه المطالعة السريعة لنماذج من الفكر الاتصالى الإسلامى المعاصر الى أننا أمام قضية من القضايا الهامة التى تواجهها الأمة الإسلامية فى مرحلة من التغيرات العميقة الأثر والواسعة النطاق يجتازها العالم الآن ، والى أن الانتهاك أحد الأعمدة الهامة التى يستند إليها تشكيل النظام العالمى الجديد بأوضاعه الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية . وغنى عن البيان أن التكنولوجيا المتطورة تسابق ، بل تسبق ، الحاجات الاتصالية للدول المتقدمة بما تتيحه من شبكات ونظم للاتصال والمعلومات ، بينما المسلمون ، ومعظمهم من شعوب العالم الثالث أو البلاد النامية ،

يعانون وضعا متناقضا يجمع بين النقص والتفخيم فى الوسائل والقنوات الاتصالية . وتزداد حدة التناقض فى اختلال التوازن الاتصالى داخليا وخارجيا . كما أنهم ، من الناحية الاتصالية ، فى حاجة الى مزيد من وضوح الرؤية إزاء المستجدات التى غيرت طبيعة العلاقات مع بقية العالم ، وإلى تحديد واقعى للحاجات والأولويات ، يتبعه تحديد للأهداف ووافق على الاختيارات والبدائل .

أوضاع الإعلام الإسلامى

إذا كان هارولد لاسكى قد ربط فى النصف الأول من هذا القرن بين السلطة السياسية والقوة الاقتصادية فى ثنائية لا تنقسم ، فإن تطورات النصف الثانى من القرن وخاصة السنوات العشر الأخيرة قد حولت هذه الثنائية الى مثلث صلعه الثالث هو «القدرة الاتصالية» . وإذا بالتكنولوجيا تساعد عالمية الاتصال ومحلية الاتصال معا وتجعلهما بمتجاتها الوفيرة والمؤثرة فى متناول من يملك تكنولوجيات الاتصال الملائمة ويحسن استخدامها الى جانب التنظيم المحكم وحسن استخدام الموارد البشرية ؟ لذلك ينبغى فى نظرنا الى الإعلام الإسلامى أن نلتمس الإجابة على مجموعة أخرى من الأسئلة :

- هل تفاصيل العمل الإعلامى الإسلامى وجزئياته يجيد بعضها بعضا ، أو يدعم بعضها بعضا ؟ أى هل هى عمل متكامل ؟ أم تعثره تناقضات ؟ على مستوى دولة واحدة ؟ أو على مستوى الدول الإسلامية جميعا ؟ أو على مستوى الأمة الإسلامية ؟
- هل العمل الإعلامى الإسلامى منهج خاص فى العمل الإعلامى أو النشاط الاتصالى ؟

- ما هى الخصائص التى يتميز بها عن غيره من الأنشطة الإعلامية ؟ أى ما الذى يجعله إعلاما إسلاميا ؟

- هل موضوعه هو «الإسلام» أم «المسلمون» والمسلمون عامة ، أو مسلمو بلد معين ؟

- ما هى أهدافه ؟

- ما هى ركائزه ؟

- ما هي مرتكزاته ؟
- ما هي مدخلاته ؟
- ما هي مخرجاته ؟
- ما هي مصادره ؟
- من هم جمهوره أو جماهيره ؟
- ما هي مجالاته الجغرافية والديموجرافية ؟
- من هم القائمون بالاتصال في برامجه ؟
- هل هو تخصص علمي قائم بذاته ؟
- ما هي صلته بالتخصصات العلمية الأخرى ؟
- ما هي علاقته بالتعليم ؟
- من أين ، وكيف يأتي تمويله ، وتنظيمه ، والتكنولوجيا اللازمة له ، والمهارات الاتصالية المتخصصة فيه ؟
- ما هي الجهة ، أو الجهات ، التي تديره منفردة أو مجتمعة ؟
- ما هي مواقفه من الأنشطة والنظم الإعلامية الأخرى على المستوى الوطني والإقليمي والدولي ؟
- ما هي ظروف إنسيابه ؟ من أين وإلى أين ؟ وما حجم هذا الإنسياب وما مدى قوته ؟ واستمراره ؟ وما هي العوامل التي تؤثر فيه ؟ وما هو تأثيره ؟
- ما علاقته بحق الاتصال ؟
- ما صلته أو مواقفه إزاء الأنشطة الإعلامية لاتباع الديانات الأخرى ؟ وطنيا وإقليميا وعالميا ؟
- هل هو عمل وقائي أو علاجي ؟
- هل هو نشاط بناء ؟ أو نشاط هدام ؟ ومن أي منظور ؟
- ما علاقته بالأولويات الاقتصادية والاجتماعية ؟
- هل يتغير موقعه بين أولويات الاتصال ؟ تحت أي ظروف ؟
- هل له صلة بالمواقف ، والقضايا والمشكلات والاستراتيجيات المالية ؟

الهيمنة والتفتت

عندما أتحدث عن الهيمنة في عالم الاتصال ، أعني بها ارتفاع صوت واحد تختفي معه جميع الأصوات ، فلا تبقى في الأذان إلا نغمة واحدة ، بنبرة واحدة ، ولا تبقى أمام الأعين إلا صورة واحدة . ومعنى هذا هو الشمولية التي تمحو تنوع الذاتيات في جو من السيطرة التي يمكن أن نسميها القمع الإعلامي . وهذا الصوت الإعلامي المنفرد كفيل دائما بتمهيد الطريق أمام الطغيان ، ويفرض حجاب كثيف من التعقيم على عقول البشر في إنكار لتنوع وجهات النظر وتعدد المداخل إلى الحقيقة . ويقابل الهيمنة الشمولية ذلك التفتت والتمزق الذي يعمق الخلافات والتناقضات ويفرض جوا من الفوضى تختفي فيه الضوابط والقيم ويسود الانحلال وتتناقض الأصوات والألوان في ضوضاء مزعجة نصيب عقول البشر بالشلل والمعجز عن التمييز بين الحق والباطل أو الخير والشر . وفيما بينهما طريق وسط يعتمد على الوحدة والتنوع معا ويحقق الانسجام الطبيعي دون تنافر أو تشييت .

وينبغي أن نؤكد هنا أننا لسنا بصدد توجيه اتهامات لحو انتقادات من أي نوع إلى الإعلام الإسلامي بأوضاعه الراهنة ولا بدافع عن هذه الأوضاع وتبريرها . ولكن النظرة الموضوعية تقتضي أن نستوثق من أربعة أمور هي : وجود مفهوم متفق عليه للإعلام الإسلامي لدى جميع القائمين عليه ، ثم وجود أهداف واضحة للتجهود الاتصالية المبذولة ، ومدى التجاوب مع الجماهير المستهدفة ، وأخيرا مدى التناسب بين الكلفة والعائد ، أي بين الموارد والإمكانات المستخدمة والنتائج المحققة . ومن شأن هذه النظرة أن تتيح لنا القدرة على اختيار مسار جديد أو مواصلة المتوال الحالي للإعلام الإسلامي في مواجهة متطلبات النظام العالمي الجديد .

من علامات الصحة في هذا المجال ما يشبه الإجماع على استخدام التكنولوجيات العصرية في توفير قاعدة للإعلام الإسلامي بالمفهوم الذي طرحنا في البداية محاولة لرسم ملامحه . ومن ذلك وجود إذاعات مخصصة للقرآن الكريم ومراكز متعددة

للمعلومات اللازمة للجهود الإعلامية ، كذلك وجود قواعد معلومات جيدة عن القرآن الكريم وصحيحى البخارى ومسلم والاتجاه الى توفير المزيد .

لكن هذه الجهود فى ميدان المعلومات ينقصها التنسيق ، وما يمكن أن يرقى الى مستوى التفاهم والاتفاق على الحاجات والأولويات ، وكذل أن تجمع مراكز البحث ومراكز المعلومات شبكة معلومات إسلامية عالمية تلتقى من خلالها الجهود بما يكفل توفر المعلومات وإتاحتها ، وهما مطلبان أساسيان ضمن احتياجات الإعلام الإسلامى .

والى جانب افتقاد القدر الكافى من التنسيق ، نجد تناقضات فى اسلوب الجهود الإعلامية المبذولة ومحتواها يودى فى كثير من الحالات الى فقدان مصداقيتها واضعاف أثرها ونلمس ذلك فى تناقضات محتوى الإعلام الإسلامى على مستوى الدولة أو الدول الإسلامية مجتمعة ، كما أنه يمتد الى تجمعات الاقليات الإسلامية فى العالم كله . ومن الامثلة المتكررة عاما بعد عام قضية هلال رمضان وتحديد أوائل شهور السنة الهجرية ، وبعض القضايا الفقهية المرتبطة باستثمار الاموال ، وتوجهات السياسات الداخلية والخارجية ، وبعض السلوكيات والظواهر الاجتماعية وعلاقتها بالمظهر الثقافى أو بجوهر العقيدة ، وكذلك الصلة بين العقيدة والممارسة أو بين العلم والعمل ، والفجوة الواسعة أو الضيقة بين العمل الإعلامى الإسلامى وقضايا العالم المعاصر ، شكالات المستقبل القريب أو البعيد .

ولا يستنب تعديل هذا الوضع إلا قلدا من التنسيق ليس مستجيلا ، حتى فى ظل الأوضاح الراهنة ، متى توفرت الإرادة السياسية ترجمة للنوايا الطيبة التى تعبر عنها دائما قيادات العمل الإعلامى الإسلامى . وينبغى أن يتحقق هذا التنسيق على جميع المستويات بدءا من الفكر والتخطيط وإعداد القائمين بالاتصال واقتناء الاجهزة والمعدات الى صياغة الرسائل الاتصالية وتقديم المنتجات الإعلامية .

المنهج والمحتوى والهوية

على أن العمل الإعلامي ، مهما تكن دوافعه وأهدافه وأساليبه ووسائله وجمهوره والقائمون به ، لا يمكن أن يكون اعلاما اسلاميا إلا إذا اتخذ منهجا اسلاميا مستمدا في مركزاته الاساسية من الكتاب والسنة ، ومرتبطا بحياة المسلمين ومجتمعاتهم قدر ارتباطه بالمحتوى الاتصالي الذي يحمله ، فالمنهج والمجتمع والمحتوى كل لا يتجزأ .

وأهم خصائص المنهج الإعلامي الإسلامي بهذا المفهوم الذي لا يتغير مهما تباينت الأساليب والوسائل ، وانتقل العمل الإعلامي في استخدامها من القديم إلى الحديث أو تطلع إلى المستقبل القريب أو البعيد ، هو الصدق المنبثق عن الإيمان بالله وملائكته وكتبه ورسله واليوم الآخر ، ويعقيدة التوحيد في جملتها وتفصيلها وعن الإحسان كما صوره القرآن وسنة سيدنا محمد عليه الصلاة والسلام قولاً وعملاً . والمنهج والمحتوى الإسلامي للإعلام الناجح تضمهما الآية الكريمة : ﴿ومن أحسن قولاً ممن دعا إلى الله وعمل صالحاً وقال إنني من المسلمين﴾ [فصلت : ٢٣]

ولسنا بحاجة لأن نذهب بعيداً لنلتصق الملامح لهوية الإعلام الإسلامي خاصة في مواجهته لمستجدات النظام العالمي الجديد . فهو إعلام صادق مؤمن مقنع مصلح كما أنه بليغ يعرف هدفه فيصل إليه ، وهو أيضاً واقعي ، فالبلاغة التي تصل بصاحبها إلى الهدف هي في تعريفها العربي الأصل مطابقة الكلام لمقتضى الحال ، وفي الكتاب الكريم يأمر الله تعالى رسوله محمداً ﷺ بقوله : ﴿وقل لهم في أنفسهم قولاً بليغاً﴾ [النساء : ٦١] . وهو إعلام مصلح يأمر بالمعروف وينهى عن المنكر ، ولا يبتغي الفساد في الأرض . وهو إعلام قائد ورائد وليس تابعا ، ولا يسير في ركاب أي مخلوق . وليس هذا غرورا فالإعلام الإسلامي غير مفرور ولا خادع ولا مخدوع . ولكنها عزة الإسلام ، ﴿وهي العزة والرسوله وللمؤمنين﴾ [المتفقون : ٨] . وله دوره على الصعيد الكلي بأوسع درجات الشمول ، وعلى الصعيد الجزئي بأخص درجات الخصوصية وأداته الرئيسية هي «الكلمة الطيبة» و«الحكمة» و«الموعظة الحسنة» . فإذا جادل ف«بالتى هي

أحسن». ومثله الأعلى هو الله سبحانه وتعالى وكتابه الكريم في أرفع مقامات الاتصال ﴿والله المثل الأعلى﴾ [النحل : ٦٠]، كما أن أسوتهم فكرا وعلما وعملا واتصالا بالناس على مختلف فئاتهم ومستوياتهم والمستهم والوانهم ومعتقداتهم هو محمد رسول الله ﷺ ، ﴿لقد كان لكم في رسول الله أسوة حسنة﴾ [الاحزاب : ٢١] .
وباب الاجتهاد والابتكار الإعلامي مفتوح إلى يوم القيامة .

وإذا كانت صحيفة «ليموند» الفرنسية في الكتاب الذي أصدرته أخيرا بعنوان «وسائل الاتصال والاكاذيب والديموقراطية»، وتحدثت فيه عن «مجتمعات مريضة بنظمها الإعلامية»، وقد أشارت إلى إحساس الكثيرين بأن وسائل الاتصال تضللهم ، وتتحكم فيهم ، وتخدعهم، فليس ذلك كله من الإعلام الإسلامي في شيء .

وليس من شأن الإعلام الإسلامي أيضاً أن يبيع السراب والأوهام، ولا أن ينقاد وراء الاتجاه التخديري الذي لا يحظه عالم الاتصال الأمريكيان لارسفيلد وميرثون منذ نحو ٣٠ سنة عندما وحدا بين تأثيرات الوسائل الجماهيرية على مجتمعاتها تأثيرا تخديريا يحس معه الجمهور بأن تعبير وسائل الإعلام عن المشاكل والقضايا الهامة وإبرازها وتسليط الأضواء عليها قد حل المشكلة ، فينتابه نتيجة لذلك رضا زائف، وكأنما ذلك هو غاية الأدب ونهاية المطالب، فتبسط الهمم ويحل التقاعس محل العمل الإيجابي الصادق .

كذلك لا يعرض العمل الإعلامي الإسلامي نفسه في سوق اللهو أو التلهية ، وهو يعرف جيدا أن من الناس ﴿من يشتري لهو الحديث ليضل عن سبيل الله بغير علم ويتخذها هزوا﴾ [لقمان : ٦] ، فلا يقبل أن يضع نفسه في خدمتهم أو يسبح لهم بتسخيره في تحقيق أغراضهم .

هذه بعض السمات التي تتكون منها هوية الإعلام الإسلامي ، ومنها يتشكل تحديده لمواقفه وأسلوبه في العمل . واجتماع هذه السمات ذاتها في تكوينه وفي هياكله وفي أدواته هو الذي يميزه عن الإعلام غير الإسلامي أو الإعلام اللا إسلامي .

الإعلام والاتصال

إن «الإعلام الإسلامي» بالمفهوم الذي تحدثنا عنه ليس مجرد إعلام «ديني» على النحو الذي تذهب إليه بعض التصنيفات التي تعتمد على طبيعة المحتوى وحده، والتي تقوم على تحديد ضيق الأفق لمفهوم الدين. وهذه التصنيفات في معظمها تقليد لتصنيف الدين وموقعه في ثقافات غير إسلامية يرتبط فيها الدين مثلا بيوم الأحد أو السبت، أو بالكنيسة أو المعبد، أو بطقوس ورموز منعزلة عن نهر الحياة اليومية للناس والقيم التي تحكم العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والممارسات السياسية وما ترتبط به من أمور الحكم والقضاء، بل يذهب التشريع في بعضها إلى الفصل بين الدين والتعليم أو إلى «تحریم» الدين واعتبار ممارسته العلنية وإقامة شعائره والدعوة إليه عملا مخالفا للقانون.

ويرجع هذا اللبس إلى خلاقات عميقة الجذور بين الثقافات المتباينة. وللذين ينتمون إلى ثقافات غير إسلامية عذرهم في أن تغيب عنهم أمور كثيرة من حقائق الثقافة الإسلامية، وفي أن يتصوروا موقع الدين فيها على نحو ما يتصورون موقعه في ثقافتهم، لكن لا عذر للمفكرين المسلمين في أن يقلدوا هذا التصور، بما فيه من أخطاء، وينقلوه إلى الممارسات الإعلامية في دول إسلامية.

ومن طبيعة العمل الإعلامي إذا أنتسب إلى الإسلام أن يتسع للأمور العامة الكلية بقدر ما يتسع لكل جزئية من جزئيات النشاط الإنساني على وجه الأرض أو حتى في الفضاء.

لكن دوره في ذلك ليس مجرد «إعلام» غايته «التأثير» بالمفهوم الدعائي، ولكنه «اتصال» بكل ما تحمله الكلمة من معنى. وقد شغلت قضية «حق الاتصال» مساحة كبيرة من أدبيات الإعلام خلال الأعوام العشرين الماضية خاصة عندما تناوله الباحثون في إطار جهود اليونسكو نحو نظام إعلامي عالمي جديد. وهناك الآن اعتراف عالمي بأن حق الاتصال يعني «حق في أن أعرف وحق في أن يعرفني الناس على

حقيقتي، كما يعنى إزالة العقبات التى تحول دون ممارسته سواء كانت من صنع التحيز الجائر أو مجرد الجهل من ناحية، أو نقص الكفاءة والافتقار إلى الوسائل من ناحية أخرى . وكل ذلك يودى إلى خلل فى أداء المهام الاتصالية وفى المعايير القيمة وإلى أن تضيق القنوات الاتصالية المتاحة فلا يسمح ضيقها بمرور المعلومات التى ينبغى أن يتوفر لها الانسياب الحر بين طرفى الاتصال ، بل بين جميع أطرافه .

وعندما يختل التوازن ، أو تتسع قناة معينة مقابل تضيق فى قناة أو قنوات أخرى تكون النتيجة تكدفا فى إتجاه واحد بدلا من الانسياب المتوازن فى اتجاهين أو أكثر .

كثير جداً من الإعلام وقليل جداً من الإتصال

ويؤدى هذا الاختلاف إلى ظاهرة الإعلام العمودى أو الرأسى الامر أو الإعلام فى اتجاه واحد ، وإلى تضاؤل الإعلام الأفقى المتبادل .

ومنذ خمسين عاماً ، على ما يروى خبير الإتصال الألمانى مانفريد أوين ، قال الكاتب برخت : «إن الإذاعة يجب أن تتغير من وسيلة «توزيع» إلى وسيلة «اتصال» ، ومعنى ذلك أن تتلقى مثلما تبث ، وأن «بتكلم» مستمعها لا أن يكون دوره هو الانصات فحسب ، وأن تربطه الإذاعة بالآخرين بدلا من أن تعزله عنهم . ويبدو أن كثيرا من الأجهزة والتنظيمات التى يعتمد عليها الإعلام الإسلامى تفضل الإعلام على الإتصال وتركز على أداء دورها فى البث إلهى الملايين فى تدفق واضح للمادة الإعلامية فى شتى الاتجاهات وبمختلف الوسائل . لكن لا يقابل ذلك ما يماثله من حركة ونشاط فى الاتجاه الآخر . وهنا لا ينبغى التعميم ، فهناك نماذج من البرامج التى تحول المتلقين إلى مشاركين . على أن محصلة الجهود فى هذا المجال هى الوفرة والكثرة فى الإعلام ، مع القلة ، وربما الندرة ، فى الإتصال .

وهذه حقيقة يجب أن يتب إليها الإعلام الإسلامى فى توجهه إلى تلبية متطلبات النظام العالمى الجديد . وفى التكنولوجيات الحديثة ما يجعل ذلك أمرا مسهورا .

ومما يساعد على ذلك أن يعنى الإعلام الإسلامى بدراسة جمهوره بأسلوب يعينه على التعرف إليه وإلى حاجاته ، كما يعطى الجمهور انطباعا بالاهتمام به وبأن له دورا رئيسيا فى العملية الاتصالية . ولا ينبغى أن نحل أو أن نتوقف عن المطالبة دائما بالمزيد من بحوث القراء والمستمعين والمشاهدين ، وكذلك من الدراسات الخاصة بجمهور الإتصال المباشر بمختلف فئاتهم .

ومن المهم ، إلى جانب دراسة الجمهور ، أن يكون أول المواضيع الرئيسية التى تدرس بعناية فائقة وتعمق كبير هو «الإسلام» نفسه ، وأحوال المسلمين عامة ، بما فى ذلك تاريخهم وثقافتهم ، ومسلمو كل منطقة إسلامية أو بلد إسلامى ، مع الرجوع

فى ذلك كله إلى المصادر الإسلامية الأصلية التى يعتبر الرجوع إليها فى حد ذاته إحياء لتراث إسلامى عريق، بالإضافة إلى أن فيه تأصيلاً للمعلومات وتصحيحاً للتشوهات التى الصقت بالثقافة الإسلامية نتيجة لسوء فهم الغرباء عنها وسوء نقل من قلدوهم .

أين الجمهور ؟

والجمهور الذى يجب أن يدرس بمتمهى العناية ليس قطعياً من الحيوانات، ولكنه مجتمع من الناس جدير بكل احترام وتقدير. وهو لا يتكون من المسلمين وحدهم حينما كانوا، إذ أنه يضم فى الواقع الإنسانية كلها، وإن كانت هناك أولويات للتوجه الإتصالي هى فى الوقت نفسه أولويات الدراسة. وما دمتنا قد بنينا منهجنا الإتصالي على تعاليم الإسلام، فهذا المنهج يملئ علينا نوعين من الجمهور، ونأخذ من هذا المنهج طبيعة المجال الديموجرافى والجغرافى للإعلام الإسلامى. يقول الله تعالى موجهاً الخطاب إلى رسوله ﷺ قائد الإعلام الإسلامى ورائده الأول : ﴿وانذر عشيرتک الاقربین﴾ [الشعراء: ٢١٤]. ويقول كذلك : ﴿وما أرسلناك الا كافة للناس بشيراً ونذيراً﴾ [سبا: ٢٨]. وعلى قدر عمومية الإسلام وخصوصية كل مجتمع إسلامى أو غير إسلامى نستطيع أن نحدد فى توجهنا وفى استخدامنا لاساليب الإتصال وتكنولوجياته، وخاصة الحديثة منها، وما سياتى به الغد، مدى العالمية والمحلية فى الإطار العام، وفى مسارات العمل وفى اختيار قالب الرسالة الاتصالية وصياغة محتواها.

وهنا نسأل لمجرد إثارة قضية من قضايا الإعلام المعاصر فى إطار النظام العالمى الجديد : «هل كان الإعلام الإسلامى غافلاً أو عاجزاً عن إقامة جسور وقنوات للإتصال بنحو ثمانين مليوناً من المسلمين فى آسيا الوسطى والقوقاز ؟ وهل حان الوقت لتوجه اتصالى سريع ومركز وإيجابى من منظور إسلامى إلى أهل هذه المنطقة وما حولها ليعرفهم بقية المسلمين وليروا هم صورة صادقة عن الإسلام الذى يتيمون إليه، مع دراسة عميقة للفراغ الروحى الذى أوجده قيام مذهبية لادينية متسلطة تم تهيارها، وكذلك للفراغ الروحى الذى أحاط بعزوف مجتمعات كثيرة فى العالم كله

عن الدين فى جملة وضيقها بالمتحرفين من أدياء الدين، وما استتبعه هذا الفراغ الروحى من استغراق فى المادية أو انزلاق إلى الرذيلة بمختلف صورها، وما كان لوسائل الأتصال من دور فى ذلك كله؟

القائمون بالأتصال

لا يمكن الحديث عن عمل اتصالى فى ضخامة الإعلام الإسلامى واتساع آفاقه دون التعرض للموارد البشرية التى تضطلع بمهامه، والتى ينبغى أن تتوفر لها، فى الظروف التى يملها النظام العالمى الجديد، معرفة ومهارات من نوع خاص تجعل منه تخصصا علميا قائما بذاته وإن كان من الضرورى أن يعتمد على مجموعة من هذه التخصصات العلمية الأخرى. وإذا كانت تكنولوجيات الإعلام جانبها من هذه التخصصات، فإن فنون التعبير جانب آخر وكذلك اقتصاديات الأتصال والفروع التى تتكون منها فى المعاهد الإعلامية المتقدمة برامج «إدارة الأتصال». وتأتى العلوم الدينية والثقافية الإسلامية والتراث الإسلامى على رأس قائمة المعارف المطلوبة للقائمين بالأتصال فى الإعلام الإسلامى. وإذا كان الجمهور المستهدف على النحو الذى فصلناه آنفا، فإن المعارف والمهارات المطلوبة يجب أن توفر القدرة على الأتصال الناجح بالمسلمين بلغاتهم ولستهم وثقافتهم المختلفة بالإضافة إلى اللسان العربى المبين وكذلك الأتصال بغير المسلمين بعد أن تهاوت الحواجز التى كانت قائمة لتحويل دون ذلك. والحاجز الذى ينبغى التغلب عليه واجتيازه هو الحاجز المتمثل فى مدى قدرة الإعلام الإسلامى على الأتصال. والمدخل إلى ذلك هو إعداد خطة قابلة للتنفيذ العلمى لتعبئة الموارد البشرية وتنميتها.

وإذا كنا نتحدث عن نظام عالمى جديد، فإننا فى الواقع نتحدث عن آفاق مابعد نهاية القرن الميلادى الحالى بما يقتضى حسابا للمتطلبات وسبل توفيقها، وفى مقدمتها سياسة التعليم ومرافقه فى مختلف المجتمعات الإسلامية.

متابعات التعليم

وليس المقصود بالتعلم هنا هو مجرد تخريج الدعاة ، بل هو فى الواقع سياسة تعليمية شاملة تحتوى من البداية مضمونا إسلاميا يمكن البناء عليه مرحلة فى إثر مرحلة . ونجد أننا فى الحديث عن التعليم أمام نقطتين جوهريتين : الأولى تضامن التعليم والإعلام على تكوين أجيال مؤمنة صالحة تستطيع تحمل المسؤوليات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التى يجب أن تظطلع بها الأمة الإسلامية فى إطار النظام العالمى الجديد . والثانية أن التعليم الأساسى وما يليه من مراحل يوفر المصادر التى تمكن للإعلام الإسلامى أن يعتمد عليها فى اختياره للعناصر الصالحة للمهام الاتصالية المتخصصة .

وعلى الرغم من أن الإسلام لا يسمح بقيام كهنوت يحكر القيادة الدينية أو يضمن على الإعلام الإسلامى طابعا ثيوقراطيا ، فإنه يدعو إلى التخصص القائم على المعرفة والتدريب فى كل فرع من فروع النشاط ، وفى مقدمتها العمل الإعلامى والنشاط الاتصالى ، ﴿فلولا نفر من كل فرقة منهم طائفة ليتفقهوا فى الدين ولينذروا قومهم إذا رجعوا إليهم﴾ [التوبة: ١٢٢] . ﴿ولكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر﴾ [آل عمران: ١٠٤] ، فالتخصص هنا وارد ليتصدى لهذه المهمة من يتقنها ويحسنها .

على أن هناك تصورا خاطئا يرجع إلى الإنقسام ~~الذي~~ أصاب المسلمين فى بعض مجتمعاتهم ، وهو تصور لا سبيل إلى تصحيحه إلا بالتعليم والإعلام معا . فبين ثنايا الغزو الثقافى الأوروبى للمجتمعات الإسلامية خلقت صورة جامدة لشخص القائم بالاتصال فى الإعلام الإسلامى سواء كان معلما للدين أو قارئا أو حافظا أو واعظا وإماما أو خطيبا ، فاختر أو اختير له رى خاص وأخذ المجتمع ينظر إلى التعليم فى المعاهد ذات الصيغة الإسلامية نظرة أدنى من نظرتة إلى التعليم فى المعاهد المدنية ، أى التعليم العام ، حتى كلمة «فقيه» التى تعبر عن امتياز تقنى مبنى على التفقه والدراسة

المتعمقة، تحولت عند العامة إلى كلمة «فقى» وأضفى عليها طابع خاص ينأى بها عن الإحترام والتوقير الواجبين. وكم من الناس، حتى بين العاملين في مجال الإعلام، لا يعرفون الفرق بين مهمة القارئ ومهمة القارئ، وكلمة «سيدنا» التي كان معلم القرآن يوصف بها أصبحت تستخدم في مجال السخرية، وتلاوة القرآن ذاتها ارتبطت بالمآثم وبالقبور. إن هذا الوضع يتغير تدريجياً أخذاً طريقه إلى التصحيح ولكن في ببطء، ومع ملاسبات أخرى تخلق صوراً جامدة تبعث على التنفور بدلاً من الإقبال والإحترام اللذين يجب أن يتوفر للقائم بالاتصال في مجال الإعلام الإسلامي أياً كانت القناة التي يستخدمها أو الرسالة التي يحملها. على أن الصورة تغيرت بشكل واضح فيما يتعلق بعدد من العلماء والقادة المسلمين نتيجة لحسن استخدامهم لوسائل الاتصال الجماهيرية ولسلوكتهم في مواقف الاتصال المباشر مما جعلهم موضع إحترام، وأتاح لرسالتهم آذاناً صاغية وقدراً كبيراً من الثقة والتجاوب.

وفي توجه الإعلام الإسلامي في إطار نظام عالمي جديد، يجد أن يوضع شخص القائم بالاتصال موضع الإهتمام اختياراً وإعداداً، فمخصصه من الركائز الأساسية للعملية الاتصالية ثقة ومصداقية واحتراماً وقدرة على الأداء.

إن إعداد القائم بالاتصال بمفهومه القرآني، ولا تناقض إطلاقاً بينه وبين المفهوم المعاصر، هو الخطوة الأولى في الاستعداد لتحمل مسؤوليات الإعلام الإسلامي في مواجهة النظام العالمي الجديد، بل أنه أهم من توفير منتجات تكنولوجيا الاتصال التي تشمل الوسائل الجماهيرية والوسائل الصغيرة والأدوات التي يستعين بها الاتصال المباشر.

خطوط الإنسياب

من المشكلات التي تعترض نجاح الجهود الاتصالية في البلاد النامية ما يمكن أن نسميه «العشوائية» في التوجه الإعلامي. ويضاعف الاستخدام الواسع النطاق للوسائل الجماهيرية تأثير العشوائية. فهناك إرسال ليس هناك من يستقبله، وإرسال لا

يعرف مرسلوه شيئاً عمن يستقبلونه ، وتتساقط المعلومات أو المؤثرات أو التدفق في كل اتجاه دون أن يعرف أحد حجمها أو مساراتها أو مدى تأثيرها .

ولا يتسنى ضبط الإنسياب الإعلامي ، وليس هذا دعوة إلى التحكم فيه أو وضع العقبات في طريقه ، إلا بالدراسة المنهجية التي ترسم لمساراته خريطة صادقة توضح لواضعي السياسة الاتصالية الإسلامية من أين يأتي هذا الإنسياب أو التدفق وإلى أين يذهب ، وما هي القنوات التي يستخدمها ، والرسائل التي يحملها ، وعندما تتوفر نتائج هذه الدراسة ، التي ينبغي أن تكون عملاً مستمراً موصولاً ، بين يدي القائمين على الإعلام الإسلامي ، فمن شأنها أن تعينهم على وضوح الرؤية وتصحيح المسار . وقد أصبح لدراسات الإنسياب الاتصالي منهج متطور يضع في الإعتبار استخدام التكنولوجيات الحديثة جنباً إلى جنب مع الوسائل التقليدية ، ولذلك فهو منهج ملائم لدراسة الإنسياب الإعلامي في المجال الإسلامي ، ويصلح أداة لإعداد سيناريوهات لمستقبل هذا الإنسياب في ضوء المستجدات على الساحة العالمية .

الجدل بالتي هي أحسن

من المبادئ الثابتة التي أرساها القرآن الكريم لإدارة المواقف الاتصالية توجيهه المحكم للأسلوب الإسلامي في المواقف الجدلية . ويأتي هذا التوجيه في صورة أمر واضح مباشر للنبي ﷺ كما ورد في الآية الكريمة ﴿وجادلهم بالتي هي أحسن﴾ [النحل : ١٢٥] ، أو في نماذج من المواقف الجدلية توضح أسلوب مقارعة الأكاذيب بالحقائق والحجج الدامغة . ولذلك أمثلة عديدة من بينها الموقف الجدلي الذي تقدمه سورة غافر في حوار بين فرعون ورجلي مؤمن من آل فرعون يكتفم إيمانه [غافر ٢٦-٤٤] ، ومواقف كثيرة أخرى .

وقضية الجدل من القضايا الهامة التي تشغل بال المخططين للمواقف الاتصالية ذات الطابع المذهبي أو الاقتصادي أو الاجتماعي . وهناك مناهج ومدارس للجدل لا يرقى أي منها إلى مستوى الإعجاز القرآني الذي ينبغي للإعلام الإسلامي أن يركز إليه في محتواه وأسلوبه الجدلي .

وهناك مقال نشرته مجلة الاكرونومست الإنجليزية فى ٢٢ ديسمبر ١٩٩٠ مع
ارهاصات النظام العالمى الجديد ونذر ماتضمرة بعض الدوائر من عداء للسلام
والمسلمين . ويتخذ المقال شكل حوار جدلى بين أسقف مسيحي وإمام مسلم يتبادلان
فيه الآراء حول الماضى والحاضر والمستقبل فيما يمكن أن يكون تلخيصا للقضايا
السياسية والاقتصادية والدينية فى مجال التعايش أو المواجهة بين الإسلام والمسيحية ،
وهو أحد المجالات الهامة للإعلام المسيحي . ولم أر بعد صدق لهذا المقال فى وسائل
الاتصال الإسلامية سواء فى صورة إقرار بكل أو بعض ما ورد فيه أو اعتراض عليه
أو استنكار له أو تصحيح . فإن كان مثل ذلك قد صدر فإنى أرجو من يطالع عليه أن
يدلنى على مصدره لأضمه إلى هذه الورقة استكمالاً للصورة التى أحاول رسمها
لجهود الإعلام الإسلامى .

على أنه من المعروف أن لدى المتحدثين باسم الإسلام فى مثل هذا الموقف الجدلى
مجموعة من المبادئ تحدد مرتكزاتهم الأساسية . وليس هنا مجال سردها . ولكنها
تستند إلى التوجيه القرآنى : ﴿ولا تجادلوا أهل الكتاب إلا بالتي هي أحسن إلا الذين
ظلموا منهم وقولوا آمنا بالذي أنزل إلينا وأنزل إليكم وإلهنا وإلهكم واحد ونحن له
مسلمون﴾ [العنكبوت : ٤٦]

أولويات الإتصال

لقد آن الأوان لإدراك أهمية الإعلام الإسلامى ، ليس فقط باعتباره أقوى سلاح
فى معركة المصير ، ولكن لأنه قوة البناء الرئيسية لإنسان الغد إلى مآب التربة
الإسلامية . وموقعة بين أولويات الإتصال يجب أن يصعد دائماً فى إتجاه قمة سلم
الأولويات . وأولويته ثأتى من شموله لجميع مقومات الحياة الروحية والمادية .

ولا ينبغى أن يتقاعس الإتصال الإسلامى بمختلف وظائفه الإعلامية والشقبيية
والترويجية أيضاً . فهى من وظائفه ما لم تهبط إلى مهوى الإفساد أو التلوية - عن
إتخاذ موقف صريح قائم على مرتكزات إسلامية إزاء أى قضية من قضايا الساعة . إن

الإعلام الإسلامي لا ينبغي أن يعتبر نفسه دخيلاً على قضايا الحرب والسلام ، إلى جانب اهتمامه الطبيعي بالمسجد الأقصى وقضية فلسطين وبقية مناطق الصراع التي يعتبر المسلمون بين أطراف النزاع فيها . وليس هناك موضوع يمكن أن يقال للمسلمين عنه : «كفروا أيديكم» . إن هذا لا يعنيكم ، فالعالم كله أرض الله وللمسلمين كلمة ورأى في كل قضية ، ودور الإعلام الإسلامي أن ينقل هذه الكلمة ويعبر عن هذا الرأي ، لا لمجرد الحضور والبيات الوجود ، ولكن لأن المسلمين أكثر من خمس سكان العالم ولأن العقيدة التي يؤمنون بها تميز الطريق أمام السلام والأمن والتقدم والرخاء . وإذا عرف المسلمون ، وعرف غيرهم أيضاً ، أن لديهم حلولاً لمشكلة ما ، وليس مجرد كلمات جوفاء ، لاصفوا ونجاوبوا . وإذا كانت لدى المسلمين اجابات على الأسئلة التي يحار فيها العالم فليقدمها الإعلام الإسلامي دون تردد أو احساس بالنقص .

ولابد أن للمسلمين آراء من منطلق إسلامي في قضية الأسلحة والتجارب النووية ، وأسلحة الدمار الشامل ، ومشكلات العنف والجريمة والمخدرات ، وحقوق الإنسان ، والفواشش التي تصيب البشرية بالنكبات الجسام مثل مرض الإيدز والإنحلال الخلقي والاجتماعي ، واستخدام الفضاء في الأغراض السلمية أو العسكرية ، وقضايا التنمية والبيئة ، وغير ذلك من قضايا العالم المعاصر ، والمشكلات القابضة وراء هالافق في انتظار أن تنفض على الجنس البشري .

من غير تهور أو اندفاع أو عشوائية ، بل بالحكمة والروية والعلم ونور البصر والبصيرة ، والهدى الإلهي ، يتحرك الإعلام الإسلامي في ايجابية وثبات وثقة بالله ليقول كلمة الحق ويرفع لواء الفضيلة والحياة الكريمة والأمن والسلام .

ويحق الله الحق بكلماته

والله ولي التوفيق