

كلمة التحرير

نبدأ هذا العدد من المجلة (٨١) عقداً جديداً من عمرها المديد إن شاء الله، بعد أن تمكنا بفضل الله سبحانه من إصدارها بصورة فصلية منتظمة (أربعة أعداد في السنة) منذ صيف عام ١٩٩٥ م. ويلاحظ القارئ الكريم أن مجموعة جديدة من العلماء قد انضموا إلى الهيئتين: الإدارية والاستشارية، يحملون معهم كفاءات وخبرات وتخصصات متنوعة، ويتمتعون بمكانة علمية وفكرية مرموقة. وسوف يكون لهم إسهامهم المقدر في توجيه المجلة ودعم رسالتها وترشيد خطواتها. فخطاب الإصلاح والتجديد المنشود يقوم على التكامل المعرفي، ويربط ربطاً بنوياً معارفنا في مجالات العلوم الاجتماعية والإنسانية بالوحي الإلهي والهدي النبوي؛ تحقيقاً للرؤية الإسلامية الشاملة، وتمكيناً للخطاب الإسلامي الراشد من الحضور الفاعل في ساحات التدافع والتناقض في العالم المعاصر.

نحو إعلام حضاري

هيئة التحرير

أصبح الاتصال والإعلام في الواقع المعاصر شأناً مهماً في حياة الناس أفراداً ومجتمعات. وتعددت مفاهيم الإعلام ووسائله وأساليبه ومضامينه، فلم يعد يملك الإنسان فكاً من وصولها إليه، وتأثيرها عليه. وأخذت المعلومة الصحيحة والخطأ، تنتشر بسرعة هائلة إلى الغالبية العظمى من سكان الكوكب الأرضي، حتى إن وصف الإعلام بأنه السلطة الرابعة، لم يعد تعبيراً عن درجة رابعة في التأثير على أنماط التفكير والسلوك الإنساني، بل إن هذه السلطة تكاد تتحكم في السلطات الثلاث الأخرى. وهذا يدعونا إلى وقفة للتفكير والتدبر في فهم الظاهرة الإعلامية وآليات عملها، ومحاولة تشريحها، وتلّمس حضورها في الساحة العالمية بشكل عام والإسلامية بشكل خاص، والعربية بصورة أكثر خصوصية.

يبدو أننا في بلادنا العربية والإسلامية نتعامل مع واقع الإعلام المعاصر من موقع التلقي في غالب الأحيان، ونستخدم وسائل الإعلام وأساليبه على سبيل الاستهلاك في معظم الحالات، وتداول العلوم والمعارف الإعلامية، نتعلمها ونعلمها كما تردنا من مصادرها الثقافية والمعرفية والمجتمعية، دون الوعي بالهوية الحضارية المميزة لأمتنا العربية الإسلامية (والسلسلات والأفلام المدبلجة مثال على الإسقاط الثقافي)، والقدرة على استثمار منظومة القيم الكامنة في معتقداتنا ورؤيتنا للعالم، ومركزية موقعنا الحضاري والاستراتيجي، ودون التفكير في تكيف هذه المعارف أو توطينها وتبنيها بما يتسق والثقافة العربية الإسلامية ونظامها المعرفي.

ولعلّه قد مضى ذلك الزمن الذي كان يمكن فيه تحديد مصادر الإعلام ووسائله التي تتاح لأبناء مجتمع معين؛ وتُحجب عنه المصادر والوسائل الأخرى. فالفضاء الإعلامي اليوم يكاد يمتلئ بكل ألوان الطيف الفكري والعقائدي والسياسي والاجتماعي؛ فما الذي يمثله هذا التنوع والتعدد من المنافع أو المخاطر التي يمكن أن تصيب شخصية المواطن في مجتمعاتنا؟

وإذا كانت وسائل الإعلام متاحة لكل فئات المجتمع العمرية، فما أثر هذا التعدد والتنوع على الطريقة التي تحاول مجتمعاتنا إعداد الأجيال الجديدة عليها من خلال برامج التعليم والتربية والتوجيه والتشريع، لا سيما في مراحل التنشئة الاجتماعية ومستويات التعليم المختلفة؟

ولعل في هذا دعوة للعقل المسلم كي ينعم النظر في مدى القدرة على إعمال رؤيتنا الكونية الحضارية في المعارف، وانعكاس هذا على الحضور الفاعل في ساحة العالم الإعلامي إنتاجاً وإصلاحاً وترشيحاً.

من الملاحظ أنّ التطور الذي حدث ولا يزال يحدث في وسائل الاتصال والإعلام، يضيف باستمرار أدوات ووسائل جديدة، لكنها لا تلغي الأدوات والوسائل السابقة عليها، بل تعيد كل وسيلة صناعة موقع جديد وطريقة جديدة في التأثير، مما ينبئ بأن خط التطور سيبقى متواصلاً، ألا تدعو هذه الحالة من التطور المتواصل في وسائل

الاتصال والإعلام وأساليب تأثيرها، إلى القلق من الوقوف أمامها موقف المتفرج، دون أن نفكر في المشاركة في صنع المستقبل والتحكُّم في أحداثه، ونفتح لدى أبناء الأمة أبواب الإبداع؟ لا سيما أن ثقافة التجديد والوعي بضرورته الحضارية تفرض على العقل المسلم أن يتفاعل مع الخبرة البشرية تفاعلاً إيجابياً، وأن يتفحص المعالم المعرفية المختزنة في الوحي الإلهي والهدي النبوي فيما يتصل بنظريات الاتصال والتواصل، واستثمار ذخائر الحضارة الإسلامية ومكوناتها المعرفية، من أجل النهوض والتجديد.

ولعل الحاجة إلى الإسهام الحضاري الإسلامي مُلحّة في هذا الوقت أكثر من غيره، بعد أن أشارت بعض الدراسات إلى أن وسائل الاتصال والإعلام المعاصرة تُستخدم في جوانب محدودة من الحياة الاستهلاكية الرخيصة، وأن هناك استغلالاً للبشر في الترويج للمنتجات ضمن ما يُسمى بـ"التسليع"؛ إذ يتحوّل الإنسان (والمرأة خاصة) إلى سلعة لترويج المنتج لا قيمة لها في حدّ ذاتها إلا أن تكون استغلالاً بصرياً يداعب غرائز المراهقين من الكبار والصغار.

إنّ الآثار السلبية للإعلام المعاصر ليست قدراً لا يملك الإنسان أمامه إلا الاستسلام والخضوع، ولا يعني ذلك عدم تقدير الجهود التي تبذلها بعض مؤسسات الإعلام في الإسهام في مشاريع الإصلاح، سواء الموجهة إلى الناشئة أو المتخصصة في البرامج التعليمية، أو التي تهتم بالتوعية العامة. ولعل من أهم معالم الإعلام الحضاري أن يسلّط الضوء على الخبرات الناجحة والجهود المميزة لبعض المؤسسات والبرامج والمبادرات الإعلامية في مختلف المجالات؛ إذ هي في عدد من تجلياتها تمثّل لبعض النظريات الإسلامية حول الاتصال والإعلام، وكشف عن دور الإعلام في الحياة المعاصرة في المجتمعات العربية والإسلامية، وما يمثله هذا الدور من إمكانيات هائلة تستطيع أن تسهم في برامج التنمية في هذه المجتمعات، وتعين الوسائل الأخرى للتنشئة والتوجيه والتربية والتعليم في تحقيق أهداف المجتمع وطموحاته في النهوض الحضاري المنشود.

ثمة حديث متنامٍ عن الإعلام (الديني) في الفضاءات العربية، التي يبلغ تعدادها في الحد الأدنى ٧٦٢ فضاءية مجانية. ويستطيع أي متابع لهذا الإعلام أن يصنّفه تصنيفاً

سريعاً حسب موضوعاته ومرجعياته ومقاصده. فهناك إعلام (طائفي) يُعبّر عن توجهات الفقه والمذهب؛ وثمة إعلام مقتصر على بثّ مستمر ومتواصل للقرآن الكريم، فلا ينقل أية رسالة فكرية أو معرفية أو ثقافية أو تربوية، بل تقتصر مهمته على التغذية الروحية الخالصة؛ ونرى إعلاماً يقيك في (زاوية) منفصلاً عن واقعك ومناشط حياتك؛ وهناك إعلام (ديني) يروج لخزعات تتصل أغلبها بمعالجة المرضى من السحر والشعوذة؛ وثمة فضائيات إسلامية توازن بين شؤون الدين والدنيا، وعددها للأسف قليل جداً، وهي ذات مرجعيات محددة، تتحكم في سقفها الفكري وحريتها في معالجة الموضوعات ضمن تلك المرجعيات الفكرية والمالية والإدارية.

وثمة إعلام مخصص للأطفال، وهو في أغلبه ترفيهي يعتمد على الأناشيد، ولكنه يقوم بمهمة جليلة على الرغم من أنه يفتقد أحياناً البوصلة التربوية والمنهج السليم في التعامل مع الناشئة؛ إذ يتكئ -في عدد غير قليل من برامج- على (الجماهيرية) عبر أناشيده، دون اعتبار للمضمون التربوي، الذي ربما يتعارض في بعض الأحيان مع الرؤية الإسلامية والتربوية في تشكيل شخصية الطفل: سلوكياً ووجدانياً وقيماً. ولكن هذا الإعلام يبقى نقطة مضيئة في سماء الإعلام (الديني)؛ إذ غطى مساحة تتصل بالأسرة، بعد زمن كان الطفل المسلم يقتدي فيه بالشخصيات الكرتونية الغربية، وبعدها النموذج المثالي له في عالم اليوم والغد.

وثمة إعلام لا نتردد في وصفه بإعلام التفرقة والشحن بالبغضاء والكراهية، لأنه مغرق في المذهبية الدينية والمذهبية السياسية، والتجاوز عن آداب الاختلاف وأخلاقيات الحوار، فعدت هذه الفضائيات منابر معلنة للشتم، ونيش عظام الأجداد من أجل تكريس وضع سياسي أو ديني أو طائفي، لتستمد من هذا الماضي شرعيتها ووجودها. ولم يعد جامع الإسلام إطاراً توحيدياً تلثم حوله الملل والنحل الإسلامية، ولم يعد المذهب مدرسة فكرية واجتهاداً في فهم الدين، بل غداً تعبيراً مطلقاً ووحيداً للدين. وبناء عليه فقد هذا النوع من الإعلام (الديني) الصفات التي تؤهله لأداء رسالة في التنمية الفكرية والتجديد الفقهي والتماسك المجتمعي.

إنَّ الحاجة ماسّة اليوم لرسم سياسة ثقافية إعلامية تهدف إلى تطوير خطاب إعلامي ينطلق من جملة من المبادئ النفسية والتربوية والاجتماعية والسياسية؛ سياسة تتصف المرونة والتجدد للاستجابة للوقائع المتغيرة، والحاجات المتجددة، وتتوجه بصورة مباشرة إلى إصلاح المجتمع وتنميته، وضمان التماسك في نسيجه المجتمعي، والتخطيط الهادف إلى الإسهام الفاعل في بناء الحضارة الإنسانية، والحضور في ساحة العالم. وقد يكون تخطيطاً فكرياً ثقافياً لكنه يؤدي إلى إنجاز مجتمعي وإبداع حضاري.

كان المجتمع العربي خاصة يطمح أن تكون هناك إجراءات عملية على ما أصدره المؤتمر التاسع لوزراء الثقافة العرب، الذي عقد في بيروت عام ١٩٩٧؛ إذ أُخذ فيه قرار بإنشاء فضائية عربية مشتركة تُخصص للبرامج الثقافية، وتكون نواة لوحدة عربية في المجالات الثقافية والمجتمعية واللغوية، بما يمكن أن يمثل حصناً أمام الاستلابات الثقافية، ومعملاً لترسيخ الثقافة العربية في أذهان الناشئة. وهو أمر لم يتحقق بعد، والحاجة إليه تزداد إلحاحاً في كل يوم، والعجز عن تحقيقه يوضح جزءاً من الصورة المشوّهة للواقع العربي الذي يزداد استلاباً وغربة في المجال الثقافي، ويزداد تشظياً واحتراباً في المجال العملي.

إن وعينا بأهمية الإعلام وجميع أشكال التواصل: المرئية والمسموعة والمقروءة في صياغة شخصية الإنسان وتربيته، وفي تشكيل الرأي العام وتوجهاته، يفرض علينا تطوير استراتيجيات إعلامية جديدة، تسهم في حركة الإنتاج العلمي والفكري والاقتصادي، ومعالجة مشكلات الأمة وتلبية متطلبات النهوض الحضاري الذي ينبغي أن تسعى إليه، وتوقف الهدر الكبير في حياة الناس وأوقاتهم، والتوظيف العيشي لإمكانيات المجتمع ومقدراته، بإشغال المساحة الأكبر من برامج الإعلام في وسائله المختلفة في مجالات الحياة الاستهلاكية الرخيصة، وتكريس مظاهر الاستلاب والتبعية.

وإذا كان لوسائل الإعلام مهمة في توفير شيء من الترفيه الذي تحتاجه حياة الإنسان؛ فرداً ومجتمعاً، فإن ذلك لا ينبغي أن يصادر على مهمات جليلة لا بدّ لأمتنا أن تؤدّيها، وهي تحمل رسالة الحق والخير والسلام، وتحمل أمانة الاستخلاف والعمران

في الأرض. وبدلاً من أن يحمل الإعلام في البلاد العربية والإسلامية هذه الرسالة ويشر بها، ويعكس الصورة المشرقة للوحي الإلهي والهدي النبوي، والتاريخ الحضاري الزاهر للشعوب الإسلامية، ويكون مبادئاً ومبادئاً في هذا التبشير الثقافي والحضاري، باللغات المختلفة، موظفاً في ذلك الإمكانيات الهائلة لفرص التفاعل والتشاقف المتاحة في عالم اليوم من الفضاءات الإعلامية المفتوحة، إضافة إلى ما أشرنا إليها من مسؤوليات بناء شخصية الإنسان وتشكيل الرأي العام في داخل المجتمعات العربية والإسلامية، بدلاً من ذلك نجده عاجزاً عن تحقيق شيء مقدر من هاتين المهمتين، فضلاً عن القيام برد فعل مكافئ لما قام به ويقوم به الإعلام العالمي من تشويه صورة الإسلام وتصوير الشعوب الإسلامية بأبشع الصور.

وحين نتحدث عن رؤية إسلامية للإعلام المعاصر، فإن لا ينبغي أن ننسى ضرورة إسهام هذا الإعلام في تطوير الخطاب الإسلامي الذي يكرّس معاني الوحدة والتكامل، وروح الأخوة والتراحم والتآلف بين أبناء المجتمع، وينقل إلى الناس في المجتمعات الأخرى، مقاصد الإسلام برسائله السمحة ومضامينه الخيرة، ودعوته بالحكمة والموعظة الحسنة، والجدال بالتي هي أحسن. وإذا كان الإعلام هو العلة التي أسهمت في إفساد كثير من هذه المعاني وتشويه حقيقة المقاصد المقاصد، فإن الإعلام نفسه هو الوسيلة الناجعة لمعالجة هذه العلة.

الخطاب الإسلامي الجديد الذي على الإعلام أن يحمله، سوف ينقل الرسالة السماوية بمضامينها الشاملة (الروحية، والتربوية، والمعرفية، والسلوكية، إلخ) إلى بني الإنسان وليس إلى المسلم فقط، وبذلك فإن هذا الإعلام ينبغي أن يكون إعلام دعوة، ويتضمن كل معاني الدعوة تبليغاً، وتعليماً، وتوجيهاً وإرشاداً، ولن يعجز مع ذلك كله أن يقدم برامج بصورة محببة ومرحة، لا تخلو من ترفيه نظيف، وترويح جميل. ولعل هذا ما ركز عليه معظم من كتبوا في مجال الإعلام والاتصال والتواصل من منظور إسلامي، مما ينبغي على العاملين في حقل الإعلام من ذوي التوجهات الإسلامية والملتزمة أن يعوا هذه

الحقيقية، لأنها بمثابة مقياس، نستطيع من خلاله قياس مدى قرب البرامج أو ابتعادها عن منطلقات التصوّر الإسلامي ومقاصده وغاياته.

في ظل التطورات والتحوّلات الاجتماعية والسياسية والثقافية...، فُرضت على المجتمعات جميعها أن تنشئ أو تطوّر أو تبلور منظومة قادرة على التعامل مع هذه التطورات، برؤية تعطي قدراً معتبراً للذات وهويتها الحضارية، وقدراً آخر لما يطرأ على ثقافة المجتمع. وإن لم يستطع الخطاب الإعلامي الحضاري أن يعي هذا التطوّر وتلك المستجدات فإنه سيسير في طريق مجهول، له آثاره السلبية على بناء الذات وتشكيل المجتمع. ولعل المدخل القيمي مدخل مناسب للخطاب الإعلامي كي يخاطب المجتمع؛ إذ لا يختلف اثنان على أهمية القيم، وأن حضورها عاملاً في استقرار حياة الفرد، وفي تماسك المجتمع نفسياً وثقافياً واجتماعياً، إلا أن ثمة تفاوتاً قد يحدث عند تحديد الإطار المرجعي لهذه القيم، لا سيما في ظل الهيمنة الثقافية للغرب (المركز) على المنظومة الثقافية لباقي المجتمعات والثقافات (الهامش)؛ إذ غدت المؤتمرات والملتقيات والمناهج التي تدعو إلى توحيد منظومة القيم وتنميتها لا تراعي خصوصيات الثقافات وهوياتها؛ انطلاقاً من أن الغرب المتقدم قادر على التفكير نيابة عن الآخرين، وأن عبء نقل الحضارة بكل متعلقاتها منوط به. ويستطيع المراقب أن يلحظ الآن أن ثمة قرارات دولية تتعلق بالقيم، تتناقض والرؤية القيمية لمجتمعنا؛ إذ عدّت الثقافة الغربية منطلقاً ومعياراً ومآلاً لجميع الثقافات، وغدت الثقافة الاستهلاكية المرتبطة بالأفلام والمناهج معولاً لهدم معالم الثقافة الخاصة بالمجتمع المحلي أو القومي. وهذا يُحمّل الخطاب الإعلامي الحضاري مسؤولية أخلاقية وأدبية في أن يكون المنافع عن البُعد القيمي للمجتمع، والمرتبطة بهوية الأمة ومرجعيتها؛ إذ إن الخطاب الإعلامي الحضاري، بما يتضمّنه من مرجعية دينية، هو المؤهل لتحمل هذا العبء.

إن استثمار خطابنا الإعلامي للبُعد القيمي سيمكّنه من تنظيم المجتمع أخلاقياً؛ أي إدماج المفاهيم الأخلاقية في الحياة العامة: السياسية والاجتماعية والاقتصادية والأكاديمية؛ إذ سيسهم الإعلام الحضاري في إنتاج القيم وإشاعتها في المجتمع من خلال

البرامج الثقافية؛ بجميع تمثلاتها، مما سيؤثر بعد ذلك في التنشئة الاجتماعية؛ فيتأسس الفرد على مبادئ وقيم نابعة من هوية المجتمع، فيصبح هذا الفعل مقابلاً منطقياً للتحلل الاجتماعي الذي تتجلى مظاهره في الجوانب السياسية والاقتصادية والقانونية والتربوية والثقافية.

يأتي هذا العدد من مجلة إسلامية المعرفة متضمناً عدداً من البحوث النوعية التي اخترناها من أعمال مؤتمر "الإعلام المعاصر في الرؤية الحضارية"، الذي نظمه المعهد العالمي للفكر الإسلامي بالتعاون مع جامعة وهران عام ٢٠١٤؛ إذ تشترك فيما بينها بالمعالجة الفكرية والمعرفية للإعلام ضمن الرؤية الحضارية الإسلامية. ونأمل أن يكون لهذه البحوث المختارة في مجموعها ما تسهم به المجلة في الحركة الفكرية التي تستهدف تأصيل الرؤية الإسلامية في موضوع الإعلام، وفتح الباب أمام استمرار هذه الحركة وتواصل عطائها تطويراً وبحثاً وتالياً ونشراً.

والله ولي التوفيق