
الفصل السابع

الإعلام الإسلامى فى القرن الحادى والعشرين

مقدمة:

تطورت وسائل الإعلام خلال هذا القرن تطوراً سريعاً، انعكست آثاره على العلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية بين دول العالم، وداخل كل دولة من الدول المتقدمة والنامية على السواء. وبعد أن كانت دورة التطور تحسب بالقرون، أصبحت تحسب بمرور جيل مدته خمس وعشرون سنة، ثم باتت تحسب بمرور عقد مدته عشرة سنوات. ولن يكون غريباً عما قريب أن تساير دورة التطور الإعلامى دورات التطور فى السيارات والأزياء. فكما يقال سيارة طراز عام ٢٠٠١ أو ٢٠٠٢ سيكون من الطبيعى فى هذا القرن الجديد أن نقول: تكنولوجيا اتصالات عام ٢٠٠٢ أو عام ٢٠٠٣... وهكذا.

ومن الطبيعى فى ظل هذا التطور السريع أن تواكب الرسالة الإعلامية التغيرات التكنولوجية السريعة فى شتى وسائل الاتصال، وكذلك الطبيعة المتغيرة للجماهير، والأطر الثقافية التى توجه سلوكها.

وإذا كان هذا التحدى يواجه العمل الإعلامى فى شتى المجالات فإنه يمثل عبئاً إضافياً للتحديات التى تواجه العمل فى مجال الإعلام الإسلامى، وكذلك الدعوة لدين الله الحنيف. وهذا يدفعنا إلى ضرورة الاستعداد لمواجهة هذه التحديات بأسلوب علمى يعتمد على دراسة الواقع، والتوغل فى جذوره لكى نعيد البناء على أسس أكثر صلابة.

لابد أن نتعرف على نقاط الضعف والقوة فى أوضاع الإعلام والدعوة الحالية، لكى ننطلق إلى عمل أكثر فاعلية، مستفيدين فى ذلك من التطورات التقنية الحديثة، فى التخطيط للرسالة الإعلامية التى تقدم الإسلام للعالم كله دون تحريف أو تشويه.

قدم هذا البحث إلى ندوة الإعلام الإسلامى بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل، التى عقدت بجامعة الأزهر بالتعاون بين مؤسسة إقرأ الخيرية ومركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامى، مايو ١٩٩٢.

ولتحقيق هذا الهدف نتناول الأوضاع الإعلامية فى العالم عند نهايات القرن العشرين فى المبحث الأول من هذه الدراسة. ونعرض فى المبحث الثانى التحديات التى تواجه الإعلام الإسلامى فى القرن الحادى والعشرين.

أما المبحث الثالث فىسعى إلى وضع استراتيجية مستقبلية للإعلام الإسلامى خلال القرن الحادى والعشرين فى ضوء التغييرات المتلاحقة، والتى تفرض على المخططين والمنفذين المواءمة المستمرة بين الخطط التفصيلية والتطورات السريعة فى الأوضاع الإعلامية فى عالم الغد.

المبحث الأول

الأوضاع الإعلامية فى العالم عند نهايات القرن العشرين

الاتصال ضرورة حتمية لا يستغنى عنها مجتمع من المجتمعات البشرية. ولو فقد الاتصال بين الناس لتعذر ظهور الحضارات الإنسانية، ولما تحققت السمات الثقافية المتميزة لأى مجتمع. لقد كان ظهور التجمعات البشرية نتيجة لبداية عملية التفاهم الإنسانى باستخدام الإشارات Signals وتلى ذلك تطور على جانب كبير من الأهمية فى ارتقاء هذا التفاهم حينما بدأ استخدام اللغة. ثم كان التطور الأكثر أهمية متمثلاً فى الكتابة كوسيلة لنقل الحقائق والأفكار إلى الغير.

وإذا كان اختراع الكتابة قد حفظ لنا تاريخ الإنسانية أو تراثها الثقافى، فإنه بلا شك لم يستطع أن يعمل على نشر الثقافة فى العصور الخالية على نطاق واسع. فالكتاب المخطوط كان شيئاً نادراً باهظ التكاليف وبالتالي لا يمكن أن يقتنيه إلا صفة الصفة.

وكانت الثورة الأولى فى وسائل الاتصال متمثلة فى اختراع جوتنبرج للطباعة فى منتصف القرن الخامس عشر. ثم تطورت الطباعة تدريجياً حتى وصلت إلى شكلها الحالى الذى أثمر ظهور صحافة الملايين التى تطبع ملايين النسخ فى ساعات قليلة وتوزعها فى ساعات أقل.

وقد عرف العالم المذيع (الراديو) في بداية العشرينيات من هذا القرن، وانتشرت هذه الوسيلة الإعلامية في الثلاثينيات انتشاراً كبيراً وظهرت الإذاعة المرئية (التلفزيون) قبل بداية الحرب العالمية الثانية وانتشرت على مستوى تجارى في أعقاب الحرب، ثم بدأت انتشارها الواسع في الخمسينيات والستينيات. وقد أصبح من الممكن أن تنتقل الأحداث بالصوت والصورة في نفس لحظة وقوعها تقريباً عن طريق الأقمار الصناعية للاتصالات التي بدأت انتشارها في أكتوبر عام ١٩٦٢ حينما تم إطلاق القمر تليستار Telestar.^(١)

ولقد فتحت أقمار الاتصالات أفقاً واسعة أدت إلى تطوير أبنية الاتصال على المستويين الوطنى والدولى، كما أدت في الوقت ذاته إلى سيطرة الدول الكبرى بإمكاناتها الهائلة في صناعة الاتصال على الإعلام الدولى خاصة مع التفوق الكبير لوكالات الأنباء العالمية على الوكالات المحلية في جمع ونشر الأخبار والمعلومات والأفكار.

وقد ساهم هذا التقدم الهائل في وسائل الاتصال في تقريب المسافات بين بقاع العالم المختلفة حتى أصبح العالم من الناحية الإعلامية أصغر مما هو في الواقع نتيجة لسرعة تداول الأنباء وانتقال المعلومات والآراء. وعلى صعيد آخر فقد أدى تطور وسائل المواصلات وطرق النقل الحديثة وتقدم المواصلات السلوكية واللاسلكية إلى تيسير الانتقال المادى بين سكان العامل. لقد أصبحت عملية الانتقال بين دول العالم في هذا العصر أشبه بعملية الانتقال بين قريتين متجاورتين في العصور السابقة.

لقد قيل إن العالم أصبح الآن أشبه بقرية إعلامية، ما يحدث في أى بيت من بيوتها يتردد صداه في جميع بيوت القرية، بفضل التقدم الهائل في وسائل الاتصال والمواصلات.

(١) على عجوة (دكتور): الأسس العلمية للمعلومات العامة، الطبعة الثالثة، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٥، ص ٥.

ولقد لعبت وسائل الاتصال الجماهيرية دوراً كبيراً فى نقل الثقافات المختلفة بين مجتمعات العالم، وتقريب المسافات الفكرية، وتحطيم الحواجز المصطنعة. وقد ترتب على هذا كله تزايد معرفة المجتمعات بما يجرى فى بعضها البعض، مما أدى إلى تفهم الاختلافات فى بعض الأحيان، واتساعها أحياناً أخرى، فحينما تستغل الأنظمة الحاكمة فى بعض المجتمعات ما لديها من وسائل اتصال واسعة الانتشار فى تعبئة مشاعر الكراهية لغيرها من الأنظمة، وإثارة النزعات العدوانية ضدها، تتسع هوة الخلاف، وتستخدم الصراعات التى تؤدى إلى الصراع المسلح فى بعض الأحيان.

وتستطيع وسائل الاتصال الجماهيرية من خلال ما تقدمه من موضوعات تتصل بأنماط الحياة فى المجتمعات الأخرى، أن تنقل الأفراد من عالمهم المحدود إلى عالم أرحب وأوسع. ويؤدى هذا الانتقال إلى معرفة هؤلاء الأفراد بأساليب الحياة فى بعض المجتمعات المتقدمة، فينمو لديهم الاستعداد للأخذ عنها، كما تنمو عندهم القدرة على التقمص الوجدانى Empathy أى القدرة على تصور الفرد لنفسه فى ظروف الآخرين أو تصوره لدوره وأدوار الآخرين فى المجتمع.^(١)

لقد ترتب على هذا التطور الكبير لوسائل الاتصال والمواصلات تزايد معرفتنا بأجزاء العالم المختلفة، لكن هذه المعرفة ليست عادلة فى معظم الحالات بالنسبة للمجتمعات المختلفة كانعكاس طبيعى لتأثير القوى الكبرى فى التدفق الإعلامى والتأثير الثقافى.

إننا نعلم الكثير عن الولايات المتحدة الأمريكية، أو بريطانيا، أو فرنسا أو غيرها من الدول الأوربية الكبرى، ولكننا لا نعلم إلا القليل عن بعض الدول الأفريقية المجاورة أو القريبة منا. بل أننا ربما لا نعلم القدر المعقول من المعرفة عن المجتمعين العربى والإسلامى اللذين ننتمى إليهما.

(١) الفصل الأول من هذا الكتاب ص ٢٠، ص ٢١.

ويرجع ذلك بالدرجة الأولى إلى التفوق فى استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية من جانب الدول الكبرى، وهو ما يجعل المسافة الإعلامية بينها وبين الدول الصغرى البعيدة أقصر بكثير من المسافة بين هذه الدول المتجاورة. وهو ما ينعكس أيضاً على اختلاف المسافة بين دولتين باختلاف اتجاه الاتصال بينهما. فالمسافة الإعلامية بين واشنطن والقاهرة مثلاً أقصر بكثير من المسافة الإعلامية بين القاهرة وواشنطن رغم أنها مسافة واحدة من الناحية الجغرافية.

وهذه هى مشكلة الدول النامية - ومعظم الدول الإسلامية تندرج فى إطارها - إنها لا تستطيع أن تنقل صوتها إلى شعوب الدول المتقدمة بنفس القدرة التى تتمكن بها حكومات الدول المتقدمة من التأثير على شعوب الدول النامية.

إن سيطرة الدول الكبرى على وسائل الاتصال المتطورة قد أثار بعض المفكرين فى نفس هذه الدول بالإضافة إلى مفكرى الدول النامية نفسها وجعلهم ينادون بالبحث عن وسيلة مناسبة لتحقيق التوازن فى تدفق الاتصال بين دول العالم المختلفة وتخفيف سيطرة القوى الكبرى على اتجاهات التدفق الإعلامى. وقد ازداد الموقف تعقيداً بعد خروج ما كان يسمى بالاتحاد السوفيتى من ساحة المنافسة فى السيطرة الإعلامية على العالم وعدم معرفة القوى الجديدة التى ستدخل المنافسة. هل سيكون من بينها الوريث الأقوى للاتحاد السوفيتى؟ أم سيدخل فى المنافسة أعضاء جدد من أوروبا الغربية أو آسيا. وأياما كانت الإجابة فلا شك أننا فى جميع الأحوال نواجه إعلاما يملك إمكانات هائلة ودعاية تسعى لفرض سيطرتها وتفوقها على المستوى الدولى.

ولعل أسوأ ما فى هذه الدعاية هو التحيز الواضح والصريح ضد المسلمين والأفارقة والعرب. فالمسلمون محكوم عليهم من كبريات الصحف الغربية بالبلاهة والتخلف الفكرى. والسود هم فى مرحلة بدائية وأقرب ما يكونون إلى الحيوانات. أما العرب فهم أسوأ المخلوقات وأحقرها ولا يمكن ترتيبهم من حيث العرق إلا فى أسفل الدرجات^(١).

(١) مصطفى المصمودى (دكتور): النظام الإعلامى الجديد. عالم المعرفة، الكويت ١٩٨٥، ص ١٩.

وبعد محاولات متعددة لفضح هذا الاختلال الإعلامي أقر المؤتمر العشرون لليونسكو عام ١٩٧٨ الإعلان الخاص بالمبادئ الأساسية المتعلقة "بمساهمة وسائل الإعلام في دعم السلم والتفاهم الدولي وصيانة حقوق الإنسان ومقاومة التمييز العنصري والتحريض على الحرب"^(١).

وكان هذا الحدث بمثابة خطوة هامة نحو إرساء نظام عالمي جديد للإعلام والاتصال وأول وثيقة رسمية للأمم المتحدة تولى مطامع البلدان النامية اهتماماً بشأن تغيير النظام الحالي في ميدان الاتصال وتحديد أفضل لواجبات وحقوق وسائل الإعلام.

غير أن هذا الاهتمام لم يترجم إلى وثيقة رسمية ولم يتجاوز إرساء القواعد الأولى لمفهوم النظام العالمي الجديد للإعلام في المؤتمر الحادي والعشرين من خلال لائحة تمت المصادقة عليها في شبه إجماع.

وقد ورد في هذه اللائحة الدعوة إلى:

- ١- القضاء على اختلال التوازن وأوجه التفاوت التي يتسم بها الوضع الراهن.
- ٢- إزالة الآثار السلبية لبعض الاحتكارات العامة أو الخاصة وأوضاع التركيز المفرط.
- ٣- تذليل العقبات الداخلية والخارجية التي تحول دون التداول الحر والانتشار الأوسع نطاقاً والأكثر توازناً للمعلومات والأفكار.
- ٤- تعدد مصادر المعلومات وقنوات الإعلام.
- ٥- حرية الصحافة والإعلام.

(١) المرجع السابق، ص ٢٣.

٦- تمتع الصحفيين وجميع المهنيين العاملين فى وسائل الاتصال بحرية لا تنفصل عن المسئولية.

٧- تدعيم قدرة البلدان النامية على التوصل إلى تحسين وضعها الخاص ولاسيما عن طريقة التزود بالمعدات وتدريب أطرها وتحسين بنائها الأساسية، وجعل وسائل الإعلام والاتصال الخاصة بها قادرة على الوفاء باحتياجاتها وتطلعاتها.

٨- الرغبة الصادقة من جانب البلاد المتقدمة فى مساعدتها على بلوغ هذه الأهداف.

٩- احترام الذاتية الثقافية لكل أمة وحققها فى إعلام الرأى العام العالمى بمصالحها وأمانيتها وقيمتها الاجتماعية والثقافية.

١٠- احترام حق جميع الشعوب فى الاشتراك فى التبادل الدولى للمعلومات على أساس المساواة والعدالة والمصلحة المتبادلة.

١١- احترام حق الجمهور والفئات الاجتماعية والأفراد فى الانتفاع بمصادر المعلومات وفى المشاركة الفعالة فى عملية الاتصال.

وقد حاولت الدول النامية عرض نص إضافى يطلب من المدير العام لليونسكو دراسة إمكانية إعداد إعلان يعرف بصورة أدق بالنظام العالمى الجديد للإعلام والاتصال ويعرض على الدورة الثانية والعشرين لمؤتمر اليونسكو عام ١٩٨٣، ولكن تهديدات الدول الغربية بالانسحاب من اليونسكو حالت دون خروج هذا النص إلى حيز التنفيذ. (١)

والخلاصة أن النوايا الطيبة والأحلام السعيدة للدول النامية لم تجد لها سنداً يؤيدها فى مجال التنفيذ الفعلى، وبالتالي لم تتحقق حتى الآن أية بوادر لتحقيق الديمقراطية الإعلامية وإقرار حق الاتصال، وضمان حرية تدفق الإعلام

(١) المرجع السابق، ص ١١١-١١٤.

العلمي، وبصفة - عامة إيجاد توازن في التبادل الإعلامي بين الدول المتقدمة والنامية.

ولا يقتصر الاختلال الإعلامي على المستوى العالمي بين الدول المتقدمة والنامية فقط، وإنما تمتد آثاره إلى داخل الدول النامية نفسها. فالبناء الاتصالي في هذه الدول يتسم بالمركزية الشديدة حيث يوجه الاتصال من العاصمة إلى كافة مدن وقرى الدولة. وما ينطبق على الدول النامية بصفة عامة ينطبق على الدول العربية باستثناء عدد قليل منها كالمغرب والمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة وجمهورية مصر العربية فإمكانات البث والنشر مركزة في العاصمة في أغلب الدول العربية والإسلامية.

كما يؤثر ضعف البرامج الاتصالية وضآلة الإنتاج العربي الإسلامي في المجال التلفزيوني على نوعية البرامج التي تعرضها قنوات التليفزيون في هذه الدول. فبعض هذه الدول يعتمد على استيراد البرامج التي قد لا تتفق القيم التي تحملها في أغلب الأحوال مع القيم الإسلامية والاهتمامات الوطنية لشعوب هذه الدول وهذا يتيح الفرصة مرة أخرى لسيادة الإنتاج الفني للدول المتقدمة على الدول النامية بإختيار القائمين على أمور الاتصال في هذه الدول.

يضاف إلى ذلك ما تنقله أقمار البث المباشر من برامج يتلقاها مواطنو الدول النامية بكل ما يمكن أن تحمله هذه البرامج من قيم تتعارض في كثير من الحالات مع القيم الإسلامية والاهتمامات الوطنية. ولا شك أن ضعف البرامج الوطنية وتكرار الكثير منها في بعض الدول نتيجة ضآلة الإنتاج، إما بسبب نقص الإمكانيات الفنية والبشرية، أو بسبب نقص الإمكانيات المادية، يشجع مواطني هذه الدول على مشاهدة البرامج التي تبث من هذه الأقمار.

وفى ظل هذه السيطرة الإعلامية لوكالات أنباء الدول الكبرى، والأقمار الصناعية التى تبث برامجها، والمضامين الاتصالية التى تنتجها وتشتريها الدول النامية، بالإضافة إلى الإذاعات العالمية الموجهة، والصحف الكبرى، والكتب التى تصدرها دور النشر العالمية، وكذلك جهود الإرساليات التبشيرية التى تعتمد على الاتصال المباشر، تحاول إذاعة القرآن الكريم فى مصر وإذاعة نداء الإسلام من مكة المكرمة وإذاعة القرآن الكريم من مكة والرياض تقديم تعاليم الدين الإسلامى وتوضيح صورة الإسلام والمسلمين ومقاومة دعاوى الإلحاد والقيم الهدامة. كما تقوم إذاعات الدول الإسلامية، وقنوات التليفزيون بها وكذلك الصحف والمجلات الإسلامية والعامة بجهود متفرقة، وإن كانت فى أغلب الأحوال ضعيفة، فى مجال التعريف بالإسلام والمسلمين وتوضيح تعاليم الدين الحنيف، ومواجهة التحديات التى تواجه الدعوة الإسلامية فى ظل ثورات الاتصال المتعاقبة.

المبحث الثانى

التحديات التى تواجه الإعلام الإسلامى فى القرن الحادى العشرين

يواجه الإعلام الإسلامى فى هذا القرن تحديات كبرى تحتاج إلى جهود كبيرة لمواجهتها وإضعاف آثارها مرحلياً، تمهيداً للتغلب عليها وتحقيق التفوق لهذا الإعلام فى المستقبل القريب. ومن أهم هذه التحديات قوة الاتصال الغربى والسيطرة التى يتفوق من خلالها على العالم كله. وكذلك الدعاية الصهيونية التى تستفيد من سيطرة الاتصال الغربى وتتحكم فيه لتحقيق أهدافها الخاصة.

كما تساهم أوضاع العالم العربى والإسلامى من النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية فى إضعاف الإعلام الإسلامى وإتاحة فرص التفوق للدعاية المضادة. وأخيراً تأتى الحملات الإرسالية التبشيرية بما يدعمها من قوى اقتصادية وسياسية لتشكل أحد التحديات الهامة التى تواجه الإعلام الإسلامى بأسلوب مكثف ومتطور.

ولا شك أن التناول التفصيلي لكل تحد من هذه التحديات يحتاج إلى عدد من المؤلفات العلمية. وقد تحقق هذا فعلاً من خلال بعض الدراسات القيمة التي قدمها علماء مبرزون في مجال هذه التحديات^(١). وسوف نتناول هذه التحديات بشكل مركز وصولاً إلى صيغة فعالة للإعلام الإسلامى خلال القرن الحادى والعشرين.

أولاً: قوة الاتصال الغربى:

تسيطر الدول الأوروبية الكبرى ومعها الولايات المتحدة الأمريكية على كبرى وكالات الأنباء فى العالم.

ولا تقتصر سيطرة هذه الوكالات على وسائل الاتصال فى معظم الدول ومن بينها العالمين العربى والإسلامى، وإنما تؤثر هذه الوكالات على عملية اتخاذ القرار السياسى الذى يستند بطبيعة الحال إلى الكم المتوافر من المعلومات وبصفة خاصة فى أوقات الأزمات. فالوكالات العالمية تسبق الجهات الرسمية فى كثير من الحالات، فى الحصول على المعلومات، وتضطر هذه الجهات إلى الاعتماد على الوكالات فى تحديد موقفها وسياستها.

كما تؤثر هذه الوكالات على الأوضاع الاقتصادية فى العالم. فيرى بعض الخبراء أن الخدمة الإخبارية الاقتصادية التى تقدمها وكالة رويترز البريطانية تعتبر

(١) محمد على العوينى (دكتور): الإعلام الإسلامى الدولى بين النظرية والتطبيق - الطبعة الثانية، القاهرة، عالم الكتب ١٩٨٧.

- حسن صعب (دكتور): الإسلام وتحديات العصر، بيروت، دار العلم للملايين، الطبعة الرابعة، مارس ١٩٧٩.

- عبد الحليم محمود (دكتور): أوروبا والإسلام، القاهرة ١٩٧٩.

- عبد الحليم عويس (دكتور): المسلمون فى معركة البقاء، القاهرة، دار الاعتصام ١٩٧٩.

- محمد عبد الله السمان: محنة الأقليات المسلمة فى العالم، القاهرة، مكتبة الخانجى ١٩٨١.

سوقاً مالية فى حد ذاتها، حيث تؤثر على حركة تداول الأسهم والسندات وأسعار العملات والمحاصيل فى بورصات العالم^(١).

وفى نفس الوقت فإن سيطرة الغرب على الفضاء من خلال الكم الهائل من الأقمار الصناعية الأوربية والأمريكية بالإضافة إلى أقمار البث المباشر قد أضاف إلى الاتصال الغربى قوة لا يستهان بها فى مجال التأثير بالصوت والصورة معاً.

أما عن الإذاعات الموجهة إلى العالم كله من الدول الغربية بلغات عديدة فتضيف هى الأخرى قوة إضافية إلى الاتصال الغربى الفعال على المستوى الفكرى والسياسى فى المقام الأول، وعلى الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية نتيجة للتأثير الأول. ويضاف إلى الإذاعات العامة إذاعات دينية موجهة إلى مختلف مناطق العالم.

فهنالك اتحادات إذاعية مسيحية دولية أهمها:

(أ) الرابطة الدولية الكاثوليكية للراديو والتلفزيون.

(ب) الرابطة العالمية للإذاعة المسيحية.

(ج) الرابطة الدولية للإذاعيين المسيحيين.

(د) المنظمة الدولية للإعلام المسيحى.

وتضم هذه الاتحادات العديد من مؤسسات الإذاعة والتلفزيون فى مختلف مناطق العالم المسيحى. ويمكن القول بصفة عامة إن أهدافها الأساسية تتمثل فى^(٢):

١- تحقيق وتنشيط التعاون بين المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية المسيحية فى مختلف المجالات.

(١) على عجلة (دكتور) وآخرون: *مقدمة فى وسائل الاتصال*، جدة، مكتبة مصباح ١٩٨٩، الفصل الذى كتبه د. سعيد محمد السيد، ص ٢٧٢، ٢٧٣.

(٢) إبراهيم الداوقى (دكتور) *الأنظمة الإذاعية*، بغداد، جامعة بغداد ١٩٨٥، ص ٧٣-٧٤.

- ٢- توفير وتبادل المعلومات بين المؤسسات الإذاعية والتليفزيونية المسيحية.
 - ٣- زيادة فاعلية المؤسسات الإذاعية والتليفزيونية فى سياق جهودها الهادفة إلى نشر الديانة المسيحية.
 - ٤- توسيع نطاق عمل المؤسسات الإذاعية والتليفزيونية على المستوى الدولى وعلى أوسع نطاق ممكن.
 - ٥- تحقيق التعاون مع المؤسسات الأخرى بما يخدم هدف نشر الديانة المسيحية.
 - ٦- توفير المجال لمناقشة القضايا ذات الاهتمام المشترك سواء بين الأعضاء أو غيرهم من المؤسسات ذات الشأن.
 - ٧- القيام بالدراسات والأبحاث التى تساعد على فعالية الدعاية المسيحية.
 - ٨- التعرف بالمنظمات المسيحية فى المجالات المختلفة وإقامة شبكة من الاتصالات بينها.
- وتوجه الجهود الإذاعية المسيحية إلى أفريقيا على سبيل المثال من خلال القنوات الثلاث التالية: (١)
- (أ) مراكز واستديوهات الإنتاج.
 - (ب) الأقسام الدينية فى الإذاعات الحكومية.
 - (ج) الإذاعات الدولية المسيحية.

ومن أبرز مراكز واستديوهات الإنتاج مركز الإنتاج الموجود فى زامبيا ويقوم بإنتاج المواد الدينية اللازمة لجميع وسائل الاتصال وقد أنشأته الهيئة التبشيرية عام ١٩٧٠ ويعمل بالتنسيق مع حكومة زامبيا والهيئات الكنسية المحلية

(١) شاهيناز بسيونى (دكتورة): *الإذاعات الدينية والصراع الدعائى الدولى فى أفريقيا* (مجلة بحوث الاتصال) كلية الإعلام جامعة القاهرة، العدد الثالث، ١٩٩٠، ص ١١٦، ١١٧.

والدولية. وكذلك يقوم مركز "تليستار" فى زائير بإنتاج برامج تنمية فى مجالات التعليم والصحة والزراعة من منظور مسيحى، ويضم قسمين أحدهما لإنتاج مواد الراديو والآخر لإنتاج مواد الفيديو.

أما بالنسبة لاستديوهات الإنتاج فهى عبارة عن استديوهات مجهزة تجهيزاً كاملاً وموجودة فى المناطق المستهدفة وتختص بإنتاج المواد الإذاعية وإرسالها إلى المحطات الإذاعية كى تذيع هذه المواد إلى تلك المناطق. ولعل من أشهر استديوهات الإنتاج تلك الاستديوهات التابعة لإذاعة "صوت الانجيل" Voice of Gospel التى تمتلك سبعة استديوهات إنتاج إقليمية فى أفريقيا منها خمسة تشرف عليها الطائفة اللوثرية فى تنزانيا ونيجيريا والمجاش وأديس أبابا. كما يوجد استديوهات فى الكاميرون يشرف عليها الاتحاد الدولى للاتصالات المسيحية.

ويوجد قسم دينى فى معظم إذاعات الدول الأفريقية الواقعة جنوب الصحراء يعمل بالتنسيق مع المسئولين عن التبشير فى هذه البلاد. وينتقى القائمون بالاتصال فى هذه الأقسام من المبشرين أو من الأفارقة الذين تلقوا تعليماً دينياً داخل أفريقيا أو خارجها^(١).

ومن أشهر الإذاعات المسيحية الموجهة إلى أفريقيا إذاعة "بالحب الأبدى" نكسب أفريقيا Eternal Love Winning Africa وكذلك إذاعة صوت الانجيل Voice of Gospel وإذاعة كورداك. أما الإذاعات التى توجه إلى العالم كله فهى "إذاعة حول العالم" ورايو الفاتيكان^(٢). وإلى جانب الإذاعات الدينية تقوم الكنيسة فى الدول الأفريقية بجهود التبشير من خلال الخدمات الصحية والتعليمية، وتوزيع المنشورات والكتب والصحافة المسيحية.

(١) أحمد ظاهر: الإعلام الدولى، القاهرة، دار المعارف ١٩٨٣، ص ١٧٦، ١٧٧.

(٢) لمزيد من التفاصيل ارجع إلى: شاهيناز بسيونى مرجع سابق، ص ١١٨-١٢٦.

ثانياً: الدعاية الصهيونية:

تمارس الدعاية الصهيونية تأثيرها من خلال سيطرتها على وسائل الإعلام الغربية وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، بالإضافة إلى ما تعده إسرائيل من تنظيمات تعتمد على الاتصال الشخصي في تحقيق أهدافها.

التلفزيون الأمريكي لا يظهر العرب كفنانيين أو شعراء أو دبلوماسيين أو رجال دولة أو فلاسفة أو حرفيين أو مزارعين أو عمال بناء أو رجال مصارف أو علماء أو رجال أعمال أو مدرسين أو أفراد عائلات، عاديون وإنما يصورهم كعصابة من الأشرار المتحكيين في سوق النفط في العالم. كما يصورهم على أنهم متوحشون وجبناء ومنحطون، عطاشى للجنس وخادعين غادرين. والصورة السائدة لشيوخ العرب يملكون الجمال وسيارات "الكاديلاك" السوداء المترفة وبداخلها أشباح سوداء ترى من في الخارج ولا يراها أحد. كما يصورهم ساعين لاستغلال عذارى الأمريكيات ذوات الأربعة عشر ربيعاً^(١).

وعلى الرغم من سيطرة الصهيونية على كبريات الصحف في العالم الغربي وعلى محطات الإذاعة والتلفزيون وبعض دور النشر فإنها تؤمن بقوة الاتصال الشخصي والتأثير المباشر والإقناع. ولتحقيق ذلك تسعى لتحديد مراكز القوة في كل مجتمع وتختار قادة الرأي وتنفذ إليها من خلال^(٢):

١- الدعوات والزيارات: لاكتساب الأنصار والأصدقاء من الشخصيات القيادية المؤثرة.

٢- المؤتمرات والندوات التي تعقد بصفة دورية لمناقشة المسائل العلمية والقضايا الإنسانية.

(١) ندوة الصحافة الدولية لعام ١٩٧٩ تحت عنوان **الإعلام الغربي والعرب ووزارة الإعلام والثقافة** دولة الإمارات العربية المتحدة كلمة جاك شاهين، ص ٢٥-٣٦.

(٢) السيد عليوة (دكتور): **استراتيجية الإعلام العربي**، القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٧٨، ص ٢١٠.

٣- السياحة والرحلات والمعارض لتعريف الشباب الأجنبى واليهودى بصفة خاصة بعالم إسرائيل وكذلك تنظيم الترفيه بمختلف صورهِ للوفود الأجنبية.

٤- تبادل الخبراء فى الزراعة والتنمية والتعاونيات والشئون العسكرية وبالأخص مع الأقطار النامية.

٥- اختلاق الفضائح والابتزاز وذلك باستخدام سلاح التشهير ضد من تسول له نفسه مقاومة الصهيونية واتهامه بمعاداة السامية (مثلما حدث مع فورستال وتونيبى وديجول).

كما تستفيد إسرائيل من الجاليات اليهودية المنتشرة فى جميع أنحاء العالم: خمسة ملايين فى أمريكا الشمالية، وثلاثة ملايين فيما كان يعرف بالاتحاد السوفيتى وأوروبا الشرقية، ومليونين فى أوروبا الغربية ونحو مليونين آخرين فى باقى القارات. وقد استغلت الدعاية الصهيونية هذا التوزيع باستثمار خصائص المجتمعات اليهودية من حيث التغلغل فى مراكز البحوث والسيطرة على مراكز الثقافة والإعلام، والسطوة فى مجال المال وقطاع المصارف والأعمال. وقد ساعدها على ذلك قوة الارتباط المعنوى الذى يربط اليهود بإسرائيل الأمر الذى ولد ظاهرة الولاء المزدوج لهؤلاء اليهود لأوطانهم وإسرائيل فى نفس الوقت.

كما تستغل إسرائيل المنظمات غير الحكومية كالوكالة اليهودية التى تعرف بالمنظمة الصهيونية العالمية. والهستدروت (اتحاد عمال إسرائيل) الذى يشرف على المعهد الأفريقى الآسيوى ويصدر عشرات من الصحف والمطبوعات ويرسل ويستقبل عشرات النقابيين من القيادات العمالية، وهناك أيضاً الأحزاب السياسية داخلياً وخارجياً بواسطة منظماتها التابعة مثل اتحاد الكمبيوتر واتحاد الموشاف والمنظمات الشبابية كالناحال والمجدناع.

وقد نبه بعض الباحثين إلى نجاح الدعاية الصهيونية فى أن تنشئ علاقات مع بعض الأقليات غير المسلمة المؤيدة للصهيونية فى منطقة الشرق الأوسط مثل

بعض الجماعات المارونية وكذلك بعض تجمعات شملت اليهود الأتراك وبعض أهالي أرمينيا وغيرهم، واستطاعت أن تنصهر في حركة سرية واحدة من خلال النظام الماسوني^(١).

والخلاصة أن الدعاية الصهيونية تتبنى الأسلوب العلمى وتستفيد من التجارب الدعائية السابقة فى العصور المتعاقبة، وتلجأ إلى الإغراق الإعلامى والتنوع فى الرسالة الإعلامية لتحقيق أهدافها العليا فى صراعها مع الأمتين العربية والإسلامية.

ثالثاً: الصراعات الداخلية بين الدول العربية وسوء الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية:

رغم كل عوامل التوحد والانسجام التى تظلل المنطقة العربية منذ ظهور الإسلام حتى الآن، إلا أن الخلافات بين التجمعات العربية فى العصور المختلفة كانت ومازالت هى السمة المميزة لهذه الأمة. فمجرد أن يزول الإحساس بالخطر المباشر الذى يهدد هذه الأمة فى وقت من الأوقات تظهر بوادر الصراع بين بعضها البعض لأسباب واهية ترتبط فى أغلب الأحوال بصراع الزعامات على حكم هذه البلاد.

وفى بعض الحالات تكون المذاهب الدينية والاختلافات الفكرية النابعة من تفسير هذه المذاهب سبباً فى احتدام الصراع بأساليب غير مشروعة لا تعترف بالحوار العقلى بقدر ما تلجأ إلى القتل والتدمير.

وقد استفاد أعداء الإسلام من هذه الخاصية المميزة للفكر العربى وللشخصية العربية فبدأوا منذ الحروب الصليبية فى تغذية أسباب الصراع وإثارة الفتن وتوجيه قوى الأمة العربية دائماً لما فيه دمارها وتخلفها. ونستطيع أن نحدد عدداً من الأمثلة التى تؤكد هذا الدور المخطط من أعداء الإسلام للسيطرة على الأمة العربية وإضعافها باعتبارها الحصن الأول للإسلام على النحو التالى:

(١) المرجع السابق، ص ٢١١، ٢١٢.

١- اختلاق الخلافات السياسية على الحدود أو الثروة الاقتصادية أو نظم الحكم. ولعل أبرز هذه الخلافات ما انتهى إلى غزو العراق للكويت، وما تبع ذلك من انقسام على مستوى الأمة العربية، وتبديد هائل غير مسبوق لطاقات هذه الأمة، ومواردها الاقتصادية، التى ظلت تبنيتها خلال عشرات السنين وبالإضافة إلى الآثار المستمرة لهذا الخراب على مستقبل هذه الأمة، وما تركته من آثار متعددة على العلاقات العربية بين الأشقاء المسلمين، فقد عمقت حرب الخليج الوجود الصهيونى فى المنطقة العربية، وحطمت إلى فترة طويلة الآمال التى كانت معقودة على مواجهته والتصدى له من جانب بعض القوى العربية التى توافرت لها أسباب القوة للمواجهة والتحدى.

٢- فى إطار المخطط المعادى للإسلام والمسلمين فإن جملة الإنفاق على المخدرات والخمور فى العالم العربى حسب الإحصاءات الرسمية الدولية يصل إلى ٦٤ ألف مليون دولار سنوياً. كما بلغ الإنفاق على المخدرات فى إحدى الدول العربية الفقيرة ثلاثمائة مليون دولار سنوياً حسبما ورد فى نفس الإحصاءات^(١).

٣- السلوك العربى فى بعض الدول الأوروبية وفى الولايات المتحدة الأمريكية يدعم بعض الصور النمطية التى تركز عليها وسائل الإعلام الغربية، والتى تتناقض مع روح الإسلام مما يؤدى إلى تشويه صورة المسلمين. فالإنفاق ببذخ، والعلاقات النسائية، والتلويح بالشراء، هى بعض أنماط السلوك الصادرة عن بعض الأفراد العرب الذين لا يشعرون بمسئولية السلوك فى تكوين صورة بلادهم. ولا شك أن أعداء المسلمين يتصيدون مثل هذه الأخطاء ويضخمونها رغم صدور ما يماثلها من فئات أخرى غير العرب تطبيقاً للمثل القائل: عدوك يتمنى لك الغلط، وحبيبك يبلع لك الزلط.

(١) محمد الحفناوى (دكتور): حديث إلى التلفزيون المصرى مساء الجمعة ٢٨/٢/١٩٩٢.

٤- سوء الأوضاع الاقتصادية لعدد كبير من الشعوب الإسلامية فى أفريقيا وآسيا (باستثناء الدول البترولية)، وحاجة كثير من أفراد هذه الشعوب إلى العون المادى باعتبارهم واقعين تحت خط الفقر. وللأسف فإن قيام الدول الإسلامية الغنية بدور فعال فى دعم الدول الفقيرة ليس فعالاً إلى الحد الذى يحقق التضامن والتكافل الأمثل بين الشعوب الإسلامية. وهذا يؤدى إلى لجوء الدول الإسلامية الفقيرة إلى الدول غير الإسلامية بحثاً عن المعونات التى غالباً ما تكون مشروطة بما لا يتفق مع مصالحها.

٥- ارتفاع نسب الأمية وانتشار الأمراض دون ما مواجهة فعالة من جانب الحكومات للتصدى لهذه المشكلات. ومن المؤسف أن الحكومات الغربية هى التى تحاول باسم التحضر والإنسانية تبنى برامج تحسين الخدمات الصحية والعلاجية لتبدو أمام العالم فى وضع المنقذ للإنسانية المعذبة بتأثير الفقر والجهل والمرض.

٦- غلبة الأنظمة السياسية المتسلطة التى تفتقر إلى احترام الحريات الفردية، والتى لا تعترف بنظم الشورى الإسلامية. كما أن سوء صورة بعض الزعامات والتى تتحدث عنها وسائل الإعلام المعادية تضىف على شعوب هؤلاء الزعماء والقادة خصالاً تتنافى مع مبادئ الإسلام فى الحكم، والعدل، ورعاية المحكومين، والسهر على راحتهم، وتوفير الأمن لهم.

٧- التخلف الإدارى الذى يلقى بظلاله على معظم المؤسسات القائمة فى العالمين العربى والإسلامى وانتشار الرشوة والفساد والتواكل وعدم الرغبة فى العمل. كما يغلب على الأجهزة الإدارية تعقد الإجراءات وتناقضها مع أبسط مبادئ الإدارة الحديثة مما يؤدى إلى عرقلة العمل وصعوبة تحقيق التقدم واستشارة روح الابتكار والتصرف السليم بين الإداريين.

رابعاً: الحملات الإرسالية التبشيرية:

دخل المبشرون الكاثوليك ربوع أفريقيا من القرن الخامس عشر أى فى أعقاب الكشف الجغرافية البرتغالية، وتلى ذلك إرساليات التبشير البروتستانتية. وقد اهتمت جمعية الكنيسة البروتستانتية بالتبشير فى أفريقيا الغربية، وكان التركيز على الكونغو. وفى عام ١٨١٩ تم الاتفاق بين الأقباط وهذه الجمعية وتكونت إرسالية تعمل على نشر الإنجيل فى شرق أفريقيا. (١)

وفى غرب أفريقيا توجه المبشرون الإنجليز والسويديون والألمان وظهرت بعض المنازعات بين الكاثوليك والبروتستانت. ومنذ عام ١٨٧٨ اتجهت الإرساليات التبشيرية إلى أفريقيا الوسطى وتنوعت هذه الإرساليات ما بين ألمانية واسكتلندية، وإنجليزية، واتجهت نحو الخرطوم والحبشة. وانتشرت الإرساليات التبشيرية فى تونس والجزائر والمغرب ومعها البعثات الطبية، كما قام التبشير البروتستانتى بدور فى مدغشقر (٢).

وقام المبشر هنرى مارتن بتنظيم توجيه الإرساليات إلى غرب آسيا، إذ أقام فى الهند وفارس والبلاد العثمانية، ثم اتجهت الإرساليات إلى الأناضول وفلسطين وتأسست الكنيسة البروتستانتية فى الآستانة عام ١٨٤٦. أما فى الهند فقد بدأت الإرساليات بالتركيز على الفقراء وإن كان التبشير قد ركز بعد ذلك على كل الفئات. ومنذ عام ١٨١٣ توجهت الإرساليات التبشيرية إلى الصين ومعها الأطباء والمرضون وهكذا يتبين لنا:

- التنوع الشديد فى الإرساليات التبشيرية.

- تعدد جنسيات هذه الإرساليات.

- تعدد مذاهبها.

(١، ٢) محمد على العوينى (دكتور): مرجع سابق، ص ٤٧، ٤٨.

وإذا حاولنا المقارنة بين الإرساليات التبشيرية فى القرون الماضية وإرساليات القرن العشرين نقول إن الأولى استمدت قوتها من القوى الاستعمارية الغازية لبلاد العالم المختلفة، أما الآن فهى تقوم بتطوير نفسها لتتمشى مع الظروف المعاصرة. ولعل أبرز مظاهر هذا التطوير هو تقديم الخدمات الصحية والتعليمية بالإضافة إلى المعونات الغذائية والدعم الاقتصادى لبعض الجماعات والشعوب التى تحتاج إلى هذا الدعم لاستمالتها والتأثير عليها بشكل يحقق أهداف هذه الإرساليات.

المبحث الثالث

استراتيجية الإعلام الإسلامى فى القرن الحادى والعشرين

تؤكد التحديات التى يتعرض لها الإعلام الإسلامى فى هذا القرن على ضرورة اتباع أساليب للمواجهة على أسس علمية متطورة. فلم يعد من المقبول أن ينتظر الإعلام الإسلامى تلقى الضربات من أعداء الإسلام، ثم يقوم بالتصدى لها والرد عليها. لقد أصبح من الثابت علميا أن التحرك المواقب للأحداث وتحقيق السبق عليها كلما كان ذلك ممكنا، أفضل بكثير من متابعة الأحداث أو محاولة اللحاق بها.

كما أنه من الضرورى أن ينطلق الإعلام الإسلامى من واقع مشرف يتفق مع ما أراده الله لهذه الأمة (كنتم خير أمة أخرجت للناس) صدق الله العظيم. وهذا يتطلب أن تتجمع هذه الأمة بعد طول تفرق، وأن تتوحد جهودها بعد طول تمزق، وأن تتقارب بعد طول تباعد، وأن تتكاتف بعد طول تناحر. لا بد أن نتصدى أولا لإصلاح البيت من الداخل، وإعادة ترتيب أمورنا، والنهوض بأحوالنا المتردية، لكى تكون الصورة التى نسعى إلى تقديمها إلى العالم متفقة مع واقع ينتزع الاحترام والتقدير من العدو قبل الصديق.

لقد حان لنا أن نتفهم الاختلافات بين شعوبنا وألا لا نحولها إلى خلافات. وأن ننظر إلى أنفسنا نظرة صفاء وتسامح، تحركها الكليات ولا تمزقها الجزئيات. ننحاز إلى الحق وإلى نصرة الإسلام، ولا ننحرف إلى التعصب الأعمى أياً كان نوعه، فى مذهب دينى أو مباراة للكرة. أليس من المؤسف ونحن نسعى إلى كسب احترام العالم أن يقتل بعضنا البعض بحجة أن هذا خارج عن الأصول، وهذا بعيد عن التراث، وأن ذاك مغتصب لزعامة، والآخر قد نال البطولة بغير أساس أو بركة حظ. لا بد أن ننشر الإسلام بين صفوفنا أولاً وأن ندعو إلى التمسك بجميع مبادئه فى سلوكنا بالحكمة والموعظة الحسنة، لنقدم للعالم النموذج والقذوة التى نريده أن يقتدى بها وأن يهتدى بهديها. فالسلوك القويم هو خير تقديم للإسلام وأفضل تعريف بالمسلمين. وهذا هو المنطلق الأساسى للإعلام الإسلامى.

أهداف الإعلام الإسلامى فى القرن الحادى والعشرين:

فى ضوء التحديات التى تواجه الإعلام الإسلامى على المستوى الداخلى والخارجى نستطيع أن نبلور مجموعة من الأهداف التى يجب أن يركز عليها هذا الإعلام على النحو التالى:

١- التعريف الصحيح بالعقيدة الإسلامية كعبادة، ومنهاج حياة يحقق الخير للمؤمنين به، المتمسكين بمبادئه وتعاليمه.

٢- توضيح القيم الايجابية البناءة التى يؤكد عليها الإسلام لإسعاد المجتمع والارتقاء بأفراده.

٣- تأكيد المبادئ النبيلة التى يحث عليها الإسلام لتحقيق العدل والتضامن والتكافل بين جميع المسلمين فى مواجهة الشدائد فى أسمى صور الايثار وإنكار الذات.

٤- التعريف بأحوال المسلمين وإذاعة أخبارهم فى مختلف بقاع العالم، وتذكير المسلمين بمشاكل إخوانهم والتحديات التى تواجههم واقتراح الوسائل المناسبة لمساعدتهم.

٥- إبراز الجوانب الإيجابية والتأكيد على الإنجازات التى تتحقق فى الدول الإسلامية وعدم الخضوع لسيطرة الإعلام الغربى لتصحيح الاختلال الكمى والكيفى الذى يميز هذا الإعلام فى تقديمه للمجتمعات الإسلامية.

٦- التعريف بالشخصيات الإسلامية التى أسهمت فى صنع التقدم والتطور فى المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

٧- تفنيد الدعايات الكاذبة والافتراءات المغرضة التى يشنها أعداء الإسلام وخصومه مستعينين فى ذلك بوسائل الإعلام واسعة الانتشار، وكذلك من خلال الأعمال الأدبية والفنية التى تصور المسلمين بشكل لا يتفق مع الواقع خدمة للمخططات الصهيونية والإلحادية.

٨- تصحيح الصورة الذهنية التى تكونت عند بعض الشعوب والجماعات عن الإسلام والمسلمين، عن طريق تقديم الواقع الحقيقى للسلوك الإسلامى القويم، وشرح أبعاد الفكر الإسلامى من خلال قضايا المجتمع الحقيقية والمعاصرة.

٩- توعية المسلمين فى بلاد العالم المختلفة بدورهم الحاسم فى تكوين صورة الإسلام عند غير المسلمين، والتصدى للدعايات المغرضة وتصحيح الصور الخاطئة والمفاهيم الباطلة التى يحاول أعداء الإسلام الترويج لها بين غير المسلمين.

١٠- التأكيد على أهمية القيم الروحية فى استعادة التوازن المفقود لهذا العالم الذى طغت عليه المادة، ودور الأديان فى تعميق هذه القيم دون دخول فى تفاصيل الديانات الأخرى.

نحو إعلام إسلامى فعال دعائم الإعلام الإسلامى الفعال

استناداً إلى الدراسات الإعلامية التى أجريت خلال هذا القرن، واسترشاداً بتجارب الماضى، وعلى ضوء التطورات الأخيرة فى الأوضاع الإعلامية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية بصفة عامة سنتناول المبادئ العامة التى ينبغى الحرص عليها لتوفير أقصى درجة من الفعالية والتأثير للإعلام الإسلامى.

أولاً: المصدقية Credibility

تتوقف درجة الثقة فى القائم بالاتصال أو ما يعرف بمصدقية رجل الإعلام أو الدعاية على مجموعة من العوامل التى تكون صورته فى أذهان الجماهير. ومن الطبيعى أن تختلف قوة هذه العوامل بالنسبة لجمهور المسلمين الذين يخاطبهم الداعية الإسلامى، فى مقابل جمهور آخر من غير المسلمين الذين لم تسبق لهم معرفة هذا الداعية أو حتى معرفة شىء عن الدعوة الإسلامية نفسها.

كما تختلف أهمية بعض عوامل المصدقية تبعاً لوسيلة الاتصال المستخدمة، فالاتصال المواجهى المباشر يؤثر فيه الجانب المرئى من شخصية الداعية، إضافة إلى قوة الحجّة، وعذوبة الحديث، ومكانة الداعية فى المجتمع فى حين أن الاتصال الإذاعى المسموع أو الاتصال الكتابى المطبوع لا يركز على الجانب المرئى من شخصية الداعية بالنسبة لمن لا يعرفه شخصياً بقدر ما يركز على الجوانب الأخرى المتعلقة بقوة الحجّة وعذوبة الحديث والمكانة الاجتماعية والدينية للداعية. وتنطبق بعض صفات المصدقية المرتبطة بالجانب المرئى من شخصية الداعية على الاتصال التليفزيونى، وإن كانت تحتاج إلى قدرات ومهارات وصفات شخصية أكثر جذباً للمشاهدين.

وبصفة عامة نستطيع القول إن الإعلامى أو الداعية الإسلامية لابد أن يكون ذا سمعة طيبة، مستقيماً فى سلوكه، تتفق أقواله مع أفعاله، متحمساً لدعوته

فالإيمان العميق بالدعوة، والإخلاص والتفانى فى تقديمها دون تعصب تقرب الجمهور إلى الداعية وتجعله أكثر قبولاً وتأثيراً. كما أن الاتزان واللباقة والحصافة والكياسة "المؤمن كيس فطن" من الصفات الهامة التى ينبغى أن تتوفر فى الداعية ورجل الإعلام الإسلامى.

ولا يمكن أن نغفل جانب المظهر الشخصى للداعية، فالإسلام يحث على النظافة والاهتمام بمقومات الشخصية الجسمية إلى جانب المقومات الروحية والعقلية مما يحقق للداعية مميزات الشخصية القوية الجذابة والمؤثرة على جمهوره. وتكتمل مقومات هذه الشخصية بمعرفة الجمهور وفهم خصائصه النفسية والاجتماعية، ودراسة الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية المحيطة لكى يتمكن الداعية من اختيار المداخل المناسبة للتأثير فى جماهيره.

ثانياً: الواقعية:

الإعلام هو مرآة المجتمع وهو التعبير الموضوعى لروح الجماهير وميولها واتجاهاتها فى نفس الوقت. ولذلك يكون من الضرورى أن يرتبط الإعلام الإسلامى بواقع المجتمع الذى يعيش فيه، وأن يلم بمشاكله واحتياجاته، وأن يعبر عن آماله وتطلعاته. وهذا يتطلب أن يكون الإعلام الإسلامى - فى ظل أوضاع التخلف السائدة فى بعض المجالات - قوة دافعة للتنمية والحث على التغيير إلى الأفضل.

كما ينبغى على الداعية الإسلامى فى الخارج أن يتعرف على واقع المجتمع الذى يتوجه إليه بالدعوة، وأن يفهم العوامل النفسية والأوضاع الاجتماعية والإعلامية المؤثرة لكى لا تصطدم دعوته بأوضاع معاكسة تؤدى إلى خدمة الدعايات المعادية للإسلام.

ثالثاً: معلومات لها مغزى:

ينبغى أن يركز الإعلام الإسلامى على الأحداث الحقيقية ذات الأهمية بالنسبة للمجتمع الإسلامى. فالجمهور فى هذه الأيام يتعرض لسيل جارف من الرسائل

والمضامين الاتصالية التى تحاول أن تشد انتباهه. ولذلك نمت عنده حاسة الانتقاء لما هو هادف ومحدد، وعدم الالتفات لما هو دون ذلك. ولكى يكون للإعلام مغزى فلا بد^(١):

- ١- أن يتضمن شيئاً يفيد الجمهور ويمس مصلحته مساً مباشراً ومحدداً.
- ٢- أن يحوى الجديد المستساغ أو المميز عن غيره من المضامين التى يتعرض لها الجمهور بكثرة.
- ٣- أن يتناول كل الحقائق التى تؤيد دعوته، فلم يعد من المقبول أن تقدم النتائج إلى الجمهور دون المقدمات التى أدت إليها.

رابعاً: الوضوح:

يجب أن تصاغ الرسالة فى عبارات سهلة وأن تعنى للمستقبل نفس ما تعنيه للقاءم بالاتصال. كما أنه ينبغى تبسيط الموضوعات المعقدة وعرضها فى أسلوب جذاب. ومن الضرورى أن يكون للمتحدث إطاراً فكرياً واضحاً يعبر من خلاله عن المضمون الذى يريد أن ينقله للجمهور. ومن الطبيعى أن يتكون الاتصال من مجموعة من الرسائل المنظمة تنظيماً منطقياً، تقدم من خلاله المعلومات فى تتابع يهدف إلى تحقيق غرض محدد. فتقديم معلومات كثيرة بدون ترتيب أو تنظيم يؤدى غالباً إلى تقديم مواد مربكة - وغير ملائمة. أما إذا كان الهدف محدداً تماماً فى ذهن الداعية أو الإعلامى فإن الاتصال لن يتعرض لخطر الإرباك وعدم الوضوح.

ولكى يتحقق الوضوح الكامل للرسالة فلا بد أن تتوافر فيها الصفات التالية:

- ١- استخدام الكلمات ذات المعنى الواضح المحدد وإن كان هناك مجال لاختلاف المعنى فيجب توضيح ما يقصده المتحدث أو الكاتب بهذه الكلمة أو تلك.

(١) على عجلة (دكتور): الأسس العلمية للعلاقات العامة. مرجع سابق، ص ١٤٧.

٢- تأكيد المعنى بكلمات أخرى، فالتكرار هنا يساعد على الوضوح بالإضافة إلى التأكيد.

٣- استخدام المقارنات التي تساعد على الوضوح فالأشياء تتميز بأضدادها.

٤- تقديم الأمثلة التي توضح المعنى المقصود.

خامساً: الاستمرارية والاتساق.

الإعلام الإسلامى يتوجه إلى الأجيال المختلفة فى كل زمان ومكان. ومن هنا فإن الاستمرارية لهذا الإعلام تحقق التواصل المستمر بين مؤسسات الإعلام الإسلامى والجماهير. وهذا يضمن عدم فقدان الجمهور للقناة الاتصالية التى تخاطبهم وتزودهم بالمعلومات التى تتعلق بأوضاع المسلمين وبتعاليم الدعوة. وإذا كانت الدولة حريصة على دعم الإعلام الإسلامى من خلال الإذاعة والتليفزيون والصحافة فينبغى أن نشير هنا إلى أهمية تحقيق الانسجام والاتساق بين ما يقدم فى هذه الوسائل المختلفة داخل الدولة الواحدة، وأيضاً فى إطار جهود الدول الإسلامىة الموجهة إلى غير المسلمين.

سادساً: إمكانات المستقبل:

ينبغى أن يضع القائم بالاتصال فى اعتباره قدرات الجمهور المستهدف على استيعاب الرسالة أو ما يعرف بمهارات المستقبل فى إكمال العملية الاتصالية من حيث المعرفة، والقدرة على القراءة، وعادات الاتصال. فالمتلقى يبذل جهداً فى تفسير الرسالة لا يقل فى بعض الأحوال عن الجهد الذى يبذله المتحدث أو الكاتب فى صياغة الرسالة. وكلما كانت الرسالة أقرب إلى الفهم وألصق باهتمامات المتلقى كلما كان الجهد المبذول أقل. وعلى العكس من ذلك إذا جاءت الرسالة معقدة ولم تنجح فى إثارة اهتمام المستقبل بمضمونها أو لم تتوافق مع عاداته الاتصالية، ضاع الجهد المبذول من جانب المرسل، وضاعت

معه الرسالة، وفى هذه الحالة لا يتحقق الاتصال حتى ولو تعرض المستقبل للرسالة لأن المرسل فى هذه الحالة لم يخاطب الناس على قدر عقولهم ولم يتمكن من النفاذ إلى قلوبهم.

سابعاً: اختيار الوسيلة المناسبة:

يتوجه الإعلام الإسلامى إلى الجمهور العام داخل الدولة وإلى جماهير أخرى على المستوى العالمى. وقد تعددت وسائل الإعلام فى العصر الحديث وتعاضمت دورها وأصبحت تشكل الشئ ونقيضه فى نفس الوقت. فهى تنجح فى تقديم بعض الأبرياء كمجرمين خطرين، وعلى صعيد آخر تضىف هالات الإكبار والإجلال والتقوى على بعض الأفاقيين ومحترفى النصب والإجرام. وهى تساهم فى تحقيق التقدم والرخاء ودعم القيم الفاضلة إذا أحسن استخدامها، وإذا أسىء هذا الاستخدام أصبحت معول هدم خطير لتدمير القيم والأخلاقيات.

ومن هنا جاءت المعادلة الصعبة لاستخدام هذه الوسائل بطريقة مفيدة تحقق ما نسعى إليه من أهداف لخدمة الإسلام والمسلمين وفى نفس الوقت نتجنب شروء هذه الوسائل وآثارها المدمرة على قيمنا وتراثنا الإسلامى.

وإذا كانت إحدى وسائل الاتصال الجماهيرية تمتاز عن غيرها بقدرتها على عرض فكرة معينة بشكل أكثر وضوحاً، أو فى زمن أسرع، أو على نطاق أوسع، أو غير ذلك من عوامل التفضيل فى اختيار وسيلة معينة، فالذى لا شك فيه أن أيا من هذه الوسائل لا تستطيع أن تحقق كل ما هو مطلوب من انتشار وتأثير. وإذا كنا نستطيع القول إن جمهوراً معيناً يمكن أن يتعرض لأكثر من وسيلة فهناك جماهير أخرى لا تتعرض بحكم ظروفها الخاصة إلا لوسيلة واحدة. ومن هنا كانت أهمية تحقيق التكامل بين جميع وسائل الاتصال للاستفادة من المزايا الخاصة التى تنفرد بها كل وسيلة فى مواجهة جمهور معين.

لكن تبقى قضية هامة لا تتعلق بالوسائل التي تتعامل معها الجماهير مباشرة، وإنما تتصل بتلك الإمكانيات الهائلة التي تغذى هذه الوسائل. فوكالات الأنباء تلعب دوراً خطيراً كما سبق أن أوضحنا في إمداد هذه الوسائل بالأخبار. وكما هو معروف فإن وكالات الأنباء العالمية تركز على أخبار العالم الغربي أكثر مما تركز على أخبار الدول النامية. كما أن تناول هذه الوكالات لأخبار بعينها تسيء إلى هذه الدول يشير مشكلة الاختلال الكيفي للأنباء إضافة إلى الاختلال الكمي. وقد كان هذا سبباً في التفكير في إنشاء وكالة الأنباء الإسلامية، تلك الوكالة التي لم يشعر العالم الإسلامي حتى الآن بوجودها لما تعانيه من ضعف في التمويل وسوء في الإدارة. وهذا يجعلنا نطالب الدول الإسلامية بدعم هذه الوكالة ككيان إعلامي مستقل وتحقيق نوع من الارتباط بينها وبين الوكالات الوطنية في الدول الإسلامية لكي تكون نفقاتها أقل ولتوفير الكفاءات الفنية لها في الدول التي تمثلها دون أعباء كبيرة.

ثم يأتي دور الأقمار الصناعية باعتبارها قوة خطيرة لمضاعفة البث الإذاعي والتليفزيوني في العالم الإسلامي أولاً، وكذلك للاتصال بالمسلمين وغير المسلمين في الدول غير الإسلامية. وفي مواجهة تحديات الإعلام الغربي والصهيوني يصبح القمر الصناعي الإسلامي مطلباً ملحاً يستحق أن تتضافر من أجله جهود الدول الإسلامية^(١).

ويمكن الاستفادة حالياً من القمر الصناعي العربي "عربسات" في توجيه برامج تخدم الإعلام الإسلامي. كما يمكن تأجير بعض القنوات في الأقمار الأجنبية إذا توافرت الإمكانيات المالية لذلك، بالإضافة إلى البرامج الجيدة التي توضع في إطار خطة عامة مستمرة.

(١) للمزيد من التفاصيل ارجع إلى: ماجى الحلوانى (دكتورة): القمر الصناعي الإسلامي، تحدى حضارى وضرورة عصرية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٨٧.

وسيطل الاتصال الشخصى المباشر من خلال الدعاة الرسميين والمتطوعين هو الوسيلة المثلى للتأثير مهما تقدمت الوسائل الجماهيرية، لما يتميز به من قدرة على تحقيق التفاعل والتجاوب والتكيف مع مقتضيات الموقف الاتصالى. كما أن الاحتكاك المباشر فى الاتصال الشخصى يساعد على معرفة العوائق والمشكلات التى تواجه الدعوة الإسلامية-، ومن ثم يكون التخطيط الواقعى للتغلب على هذه الصعوبات.

ونظراً لما يحققه الاتصال الجماهيرى من سعة الانتشار، وإمكانية الاستفادة من أحاديث كبار رجال الدين على نطاق واسع، فقد كان من الضرورى أن تعتمد الدعوة والإعلام الإسلامى على الاتصال الشخصى والجماهيرى معاً، وعلى نفس القدر من الاهتمام لما يحققه هذا التكامل من ذبوع أوسع وتأثير أعمق.

وإذا كان الاتصال الشخصى يتميز بسهولة معرفة رجع الصدى، ومعرفة ردود الأفعال، والآراء والاتجاهات، فإن الاتصال الجماهيرى يفتقر إلى هذه الميزة الضرورية لمعرفة سعة الانتشار، ودرجة التأثير، والصعوبات التى تواجه كلا من الانتشار والتأثير. ومن هنا ظهرت أهمية إجراء بحوث دورية فى المجتمعات المختلفة لقياس درجة الانتشار الجماهيرى لكل وسيلة، وقوة التأثير الذى يحققه، واتجاهات التأييد والمعارضة لكى يكون التخطيط للإعلام الإسلامى على أسس علمية متكاملة.

الخاتمة

أشارت هذه الدراسة إلى ضرورة تغيير الواقع العربى وتطويره كأساس ينطلق منه الإعلام الإسلامى إلى أرجاء المعمورة بقوة وفاعلية. لا بد من نبذ عوامل الفرقة والتشتت بين الشعوب العربية والاستفادة من عوامل الوحدة والتآلف لتقديم صورة جيدة لواقع مشرق يسوده النوام والحب والإخاء العربى الحقيقى الذى يعبر عنه بالفعل وليس بالقول الزائف. لا بد من تخطيط إعلامى عربى إسلامى مشترك

يستفيد من كافة الإمكانيات المتاحة حالياً، والمحتملة مستقبلاً لتوجيه إعلام إسلامى فعال إلى المسلمين فى بقاع العالم المختلفة والتصدى للدعايات المعادية وتحسين صورة المسلمين أمام غير المسلمين.

من الضرورى أن يستفيد هذا التخطيط من التقنيات الحديثة فى وسائل الاتصال، بالإضافة إلى كافة الوسائل المعروفة، على أن يدعم هذا بإعطاء دفعة قوية لكافة الأبناء الإسلامية من الاستفادة من القمر الصناعى العربى لخدمة الدعوة والإعلام الإسلامى. كما ينبغى أن يقوم التخطيط على دراسة الواقع فى البلاد التى توجه إليها الدعوة والإعلام حتى يمكن التغلب على الصعوبات والمعوقات، ومواجهة التحديات بأسلوب فعال.

لقد حان الوقت لصحوة عربية إسلامية تتصدى لمشكلات الأقليات، وحملات الظلم والاضطهاد التى يتعرض لها المسلمون فى بعض الدول الآسيوية والأوروبية. فلم يعد من المقبول فى عصر الحريات، والدفاع عن حقوق الإنسان، أن يعذب المسلمون أو يقتلون دون أن نتحرك لنجدتهم، أو نستنكر بشكل عملى سلوك المعتدين الآثمين. إننى أطالب الأمة العربية جمعاء أن تعبر عصور الخلافات والزعامات الزائفة، إلى عصر جديد يتسم بالتقارب بين الأشقاء، والتماسك فى مواجهة الأعداء، والتخلص من الأحقاد، ونسيان الماضى البغيض بكل آلامه وأحزانه.

{إن الله لا يغير ما يقوم حتى يغيروا ما بأنفسهم}

صدق الله العظيم