



الباب الخامس

مشاكل الاعلام الاسلامى



obeikandi.com

ظَهَرَت مشاكلُ ومُعوقات تقفُ في طريق الإعلام الإسلامي وتحقيق أهدافه، وسنذكرُ بعض هذه المُعوقات؛ حتى لا يطول الموضوع، نرى أنها من المُعوقات الرئيسة التي تقف في طريقه، منها:

ضعف إمكانيات الإعلام الإسلامى:

كما كان لِيُضعف إمكانيات العمل الإعلاميَّ المسلم مشاكله البارزة والمؤثرة عليه في الواقع، فبحكم حادثته قلَّت خبرة العاملين فيه، كما كان للتضييق المفروض عليه أثره السلبيُّ في مواكبة العصر الحديث، بالإضافة إلى ضعف التمويل سواء المالي، أو المهني.

إنَّ ثوابت المنهج الإسلامي الذي ينطلق منه الإعلام الإسلاميُّ أوَّل ما يجب أن يُلحظ في العاملين في مجال الإعلام الإسلامي، فلا يستقيم أن نتحدَّث عن إعلام إسلاميٍّ، وثوابت وتصورات المنهج غيرُ مكتملة في أصحابه، كما لا يستقيم أن نتحدَّث عن أيِّ إعلام وثوابته المهنية غيرُ حاضرة، ومن هنا حكم على التجربة الإعلامية الإسلامية بالضعف، سواء على الجانب المهني الخادم للمنهج، أو على جانب المنهج ذاته.

تصورات منهجيَّة فاسدة:

فإذا أضفنا إلى ضعف إمكانيات الإعلام الإسلامي، المتمثلة في قلة الخبرة، والتضييق عليه، وعشوائيته إذا أضفنا إلى كلِّ هذا فساد بعض

تصورات القائمين عليه، خرجنا بنتيجة أكثر سلبية فالإعلامي المنسب إلى العمل الإسلامي، ثم يحمل تصورات تنخر في أصول إسلامية كبيرة، مثل أصل الولاء والبراء، هذا الإعلام حريٌّ به أن ينسب إلى غير العمل الإسلامي، ومؤسف حقًا أن نُدخل الإعلام الإسلامي دائرة التّصنيف، فنقلص إمكانيّاته، ونزيده تشرّذًا لكن هذا هو الواقع.

العلمانيّة والتغريب في العالم الإسلامى:

أفرزت الساحة العربية والإسلامية المعاصرة عددًا من الذين تعلّموا في الخارج، وبهروا بالنمط الغربي في أسلوب العمل والحياة، فبدلاً من أن يرجعوا إلى بلدهم للرقي به والتقدّم، جاؤوا وقد ارتدّوا قبعات الغرب، ولبسوا لباسهم، فمنهم من يُريد تقوية العلاقة بين الشاب والفتاة؛ لتكون علاقة مُحضرة، ومنهم من يريد إبطال العمل بأحكام الدين؛ كارتداء الحجاب، وتعدّد الزوجات، وذلك يطالب بإباحة الخمر والفجور بحجّة الحرية، وآخر يُدافع عن التعاملات الرّبوية باعتبارها نظاماً عالمياً، وكأنهم يريدون نقل الواقع الغربي إلى الشرق، وقد ظهرت فرقة تطالب بعصرنة الدين، وهنا نقول لهؤلاء الذين يرون في الدين حجرَ عثرةٍ في سبيل التقدّم الذي ينشدونه: ماذا لو تمّ تدينّ العصر بدلاً من عصرنة الدين؟

إن تدثن العصر لا يعنى التخلف والجمود، كما أنه لا يعنى توظيف القنوت لتدمير الإنسان، بل يتم الاستفادة من التطور الحادث لخدمة البشرية وفق منهج إسلامي منضبط؛ فالدين يتناسب مع جميع الأزمان، ولا يجوز تحجيم الدين وحصره في حقة معينة، بل هو في كل زمن ولكل مكان.

غياب البحث العلمى والتخطيط فى النشاط الدعوى الإعلامى:

تحتل البحوث الإعلامية أهمية كبيرة فى مختلف مناحى الحياة المعاصرة، وأصبحت هذه البحوث بمثابة المصاييح التى تهتدي بها الهيئات والمؤسسات المختلفة، خصوصاً الإعلامية وسبب نجاح بعض المؤسسات الغربية والتطور التكنولوجى، ما هو إلا بسبب اهتمامهم بالبحوث النظرية والتطبيقية أما نحن، فقد أهملنا هذا الأمر، ولم نعره أية أهمية؛ لذلك ترى التطور فى مؤسساتنا الإعلامية بطيئاً جداً، وأحياناً يكون معدوماً بسبب هذا الأمر، فلو رأينا المؤسسات الغربية واستخدامها لمراكز البحوث، لرأينا أنه استخدام عجيب، فهو يدخل فى كل أمور حياتهم، حتى مؤسسات صنع القرار، فلك أن تتصور أن مركز راند للبحوث، هو مركز يعتمد عليه فى صنع القرار لأقوى دولة عسكرية فى العالم، فمراكز البحوث من الأمور الأساسية التى يجب أن تعتمد عليها المؤسسات الإعلامية؛ لكي يرتقوا بمؤسساتهم .

ويمكن إجمال المشاكل الخارجية التي تواجه الإعلام الإسلامي، في ما يأتي:

تراجع الاستقلال الفكرى وسيطرة الحكومات على بعض المؤسسات الإعلامية.

بعض المؤسسات الإعلامية الإسلامية تستطيع أن تقول إنَّها المؤسسة أو القناة الخفية التي تدعم ذلك النظام الحاكم العربي، وتسوغ بعض أفعاله الخاطئة أو المنحرفة، بسبب مسارعة بعض العاملين فيها إلى إرضاء هوى الحاكم الفلاني أو حماية القناة من أذاه، أو نتيجة شراء بعض الحكومات ذمم بعض العاملين في تلك المؤسسات لكي تتحدث بروح التسويغ وتبرير تحركات ذلك النظام كما نجد أنَّ هنالك قنوات فضائية إسلامية كان لها دور جيد في كشف بعض الحقائق وإمالة اللثام في تصحيح بعض المفاهيم، وتعرية التصورات الفاسدة، وتكون قلباً وقالباً نبضاً لقلب هذه الأمة المحترق على وضعها العقائدي والسياسي، مما أدَّى ببعض الحكومات إلى إغلاق هذه القنوات الفضائية ومحاربتها باسم مكافحة الإرهاب .

• الهجمة الشرسة الإعلامية الغربية على الإعلام الإسلامي.

الإعلام الإسلامي من مواقع إنترنت أو قنوات فضائية وغيرها، يعاني بشئى مؤسساته هجمة شرسة من المؤسسات الإعلامية الغربية

والمستغربة لكن هنالك نقطة جوهرية، وهي أنّ الإعلام الإسلامي عليه رقابة شديدة تحاول قدر الإمكان أن تصده وتمنعه وتحجزه عن أي عمل يقوم على التكتل والوحدة، حتى لا يتفاعل مع قضايا الأمة، بل هناك احتكار واضح وتخريب فكري في شتى الوسائل الإعلامية الإسلامية للتضييق عليها، وإذا كان الأمر قد وصل إلى أن يقول وزير العدل الفرنسي إنّ الإنترنت بالوضع الحالي شكل جديد من أشكال الامبريالية، وإذا لم نتحرك فأسلوب حياتنا في خطر وهذا يقوله كافر غربي يمثل إحدى الدول الكبرى المسيطرة على العالم أجمع التي تسمّى بدول المركز، فما البال إذا كنّا في ظل دول عربية تعدّ من الدول المتخلفة وبلدان العالم الثالث، وحسبنا أن نعلم أنّ نسبة ٧٠ - ٨٠% من الأخبار والتقارير العالمية المبنوثة في أخبارنا ووسائل إعلامنا مستقاة من وكالات الأنباء الغربية، ومع هذا فإنّ الكثير من وسائل إعلامنا حتّى الإسلامية تتلقف هذه الأخبار أحياناً دون تثبت أو تبين، ويمكننا حصر هذه الوسائل الإعلامية وذكرها في معرض التذكير والتنبية على خطورتها في صياغة الأخبار التي تسيطر على العالم وتحتكر المعلومات بما يتناسب ومصالحها، وهي وكالة الأنباء الفرنسية (AFB)، وكالة الأنباء الانجليزية (رويترز)، وكالة الأنباء الأمريكية اسوشيتدبرس (AP)، وكالة الأنباء الأمريكية يونايتد برس انترناشيونال (UPI).

ومن الواجب علينا أن ندرك أنّ من يتربّصون بنا الدوائر وعلى رأسهم بنو صهيون يلحظون تأثير إعلامنا الإسلامى، ولهذا فإنّهم يسعون جاهدين لمحاربته، وتقطع أواصر الوشيجة والعلاقة بينه وبين الجمهور المسلم خصوصاً فئة الشباب منهم، ولا أدلّ على ذلك من دراسة أعدتها جامعة تل أبيب ونشرت صحيفة لوبون الفرنسية مقتطفات منها، ذاكرة أنّ هناك نمواً دينياً وتربوياً للشباب المصري أصبح ظاهراً للعيان خلال الفترة الأخيرة، واعتبرته يشكل خطراً كبيراً على ما يسمّى إسرائيل.

وذكرت أن الشباب في الفترة العمرية ما بين ١٦ إلى ٢٥ عاماً يكونون في مرحلة تكوين عقلي وتتنم عقولهم بالانفتاح ويتأثرون بالعاطفة ومن هنا رأت الدراسة خطورة متابعتهم للفضائيات الدينية التي استطاعت التأثير عليهم بشكل كبير.

والفضائيات لعبت دوراً مؤثراً في نفوس الشباب بدعوتها إياهم إلى التحلي بمكارم الأخلاق والعبادة والالتزام بمبادئ دينهم وتلاوة القرآن خاصة الآيات التي تتحدث عن اليهود وحياتهم وطبائعهم، وهو ما يعني زيادة العداء لإسرائيل الذي ربما يصل إلى حد العنف، وفق الدراسة ولفتت الدراسة إلى أن هناك عدداً من القنوات الإسلامية استطاعت جذب الشباب إليها وأهمها الناس والمجد والرسالة واقرأ، بالإضافة إلى

أسطوانات دينية تباع بأسعار زهيدة ويتبادلها الشباب وقالت إن الشباب أقبلوا على هذه القنوات، لأن وعاظها تقربوا للشباب بعقولهم وتحدثوا لغتهم فأصبحت لغة الخطاب الديني في تناول القضايا تتسم بكثير من المرونة وأوضحت أن أكثر من ٨٥ من الفتيات المصريات أصبحن يرتدين غطاء الرأس، و٦٠% من الشباب يحملون المصاحف باستمرار وتتسم تصرفاتهم بقدر كبير من العقلانية والتروي بخلاف ما كان عليه الشباب قبل عشر سنوات حيث كان يظهر عليهم التوحش الجنسي والإقدام على الخطايا والانغماس في الذنوب كما أوصت الشباب اليهود الذين يستخدمون شبكة الإنترنت بأن يؤدوا واجبهم لإلهاء الشباب المصريين عن حياتهم الجديدة الدينية، واقترحت قيام الفتيات والشواذ بإرسال صورهم وهم في أوضاع مخلة على الإنترنت وطلب التعارف والصدقة على مصريين شباب عسى أن يكون لهذا نتيجة إيجابية^(١)

حقد الليبراليين والعلمانيين على المؤسسات الإعلامية الإسلامية.

يسعى التغريبيون جميعاً إلى تحجيم المؤسسات الإعلامية الإسلامية وتجفيف منابعها المالية، وساعدهم في ذلك ما أطلق عليه اتفاقية البث الفضائي التي يمكن بموجبها محاصرة القنوات الفضائية الداعمة للمقاومة وينتظر أن يتم التوصل إلى ما يمكن به محاصرة المواقع الإلكترونية كذلك وفي موازاة ذلك نجد أخباراً قد ضخمت حتى تكون في واجهة الأخبار، أو محل الصدارة في التقارير الإخبارية، للنيل من المؤسسات الإسلامية الإعلامية ورميها بالتطرف والإرهاب والرجعية ووصل الحال لدى بعض الأنظمة العربية الحاكمة على حد التضيق على الصحفيين غير المنافقين وكبت حريتهم، فضلاً عن اعتقالهم وحبسهم ظلماً وعدواناً.

سيطرة رؤوس الأموال مالكة القنوات ومحاولة التدخل في شؤونها.

إن انعدام الاستقلال في الموارد المالية والدخل المادي، يجعل بعض المؤسسات الإسلامية عرضة للمزايدات والتدخلات من أصحاب رؤوس الأموال، والتأثير عليها بإدخال ما لا يرضي الله تعالى، أو إعاقة مسيرتها الإعلامية الهادفة بأي شكل من الأشكال الملتوية، فإذا نشب خلاف أو اختلاف في الرؤى توقف الدعم المالي لهذه المؤسسة الإعلامية فضائية

كانت أو مجلة أو جريدة فإمّا أن تكون هذه المؤسسة سائرة في هوى الداعم المالي لها، وإما أن تتوقف عن الصدور، وكلا الأمرين مر .

ومن المشاكل الداخلية التى تواجه الاعلام الاسلامى:

ضعف المنهج الإسلامى عند بعض العاملين

هناك مؤسسات إعلامية يقوم عليها إسلاميون، جعلوا هدفهم ونصب أعينهم كما يقولون الانطلاق من ثوابت الإسلام وعقيدته، لكنّ النظرية لا تغني عن التطبيق، والقول لا ينفع دون الفعل، فنشاهد مجازفات ومخالفات واضحة في خط بعض المؤسسات الإعلامية الإسلامية، من ظهور شخصيات لا تمت للمنهج الإسلامى بصلة؛ مع إعطائهم هالة إعلامية لا يستحقونها، والأنكى من ذلك أن يطلق عليهم مفكرون إسلاميون، وهم إلى الليبرالية ومنهجها أقرب منهم إلى الإسلام وشرعته، ويحاولون أن يبنوا سمّاً وفتناً وشبهات في آذان المستمعين .

كما نجد ظهور النساء سافرات متبرجات كاشفات عن شعورهنّ وشيء من جسدهنّ، ويظهرن في مقابلات فضائية عبر القنوات الإسلامية، وبصورهنّ في بعض الجرائد والمجلات الإسلامية، أو عن نساء متحجبات ولكن حجاب آخر موضة أو تقليعة من الألوان الزاهية المثيرة، والمكياج وأنوع الزينة، وكل هذا داخل في باب الحرمة الشرعية

وفي مجال الإعلانات والدعايات من الانحراف عن المنهج الإسلامى وعرض ما لا يجوز، والكذب والمبالغة في تسويق بعض المنتجات عبر هذه المؤسسات الإعلامية ونجد مبالغة شديدة في استخدام المعازف المحرمة، وأدوات الطرب، التي لا يجوز استخدامها في غير الإعلام فما بالنا بالإعلام القائم على النشر والتسويق والقيام باستفتاءات لجمهور من الطلبة والطالبات المتبرجات وجلوسهم مع بعضهم البعض بشكل مختلط، وسؤالهم عن قضايا شرعية لا يحق أصلاً الاستفتاء فيها وأخذ رأي الشباب والفتيات فيها مع قصور علمهم، وضعف التوجه الإسلامى لديهم وكذلك نلاحظ ضعف ارتباط بعض المؤسسات الإعلامية بأهل العلم الثقافات وعدم تكوين هيئات شرعية تشرف على مثل هذه المؤسسات الإعلامية فضائية أو مجلة وما نحا نحوها.

ضمور الطاقات الإدارية الفعالة في إدارة المؤسسات الإعلامية:

نجد في كثير من الأحيان أن العمل في بعض المؤسسات الإعلامية، تحت إدارة بعض المشايخ الثقافات، لكن بضاعتهم في علوم الإدارة والتخطيط للمشاريع ضعيفة، فضلاً عن العمل في كثير من الأحيان بروح الفوضى والتكاسل والتواكل، وقلة الخبرة مع اشتغال الوساطات والمحسوبيات في بعض وظائف الإعلام، ولا تحسن الإدارة في هذه المؤسسات، مع أنها تظن أنها تحسن صنعا، وكم من مريد للخير لم

يصبه، بل نجد بعضهم حين يخفق في مشروع الإعلام يدندن بالعبارة المشهورة: علينا العمل دون النظر إلى النتائج، وهي عبارة تحتل الصواب والخطأ وإن كانت بحاجة لمراجعة فكرية إذ العشوائية في بعض المشاريع الإسلامية تطفو على السطح الفكري، والأصل أن يكون التخطيط سليماً لكي يكون الوصول للهدف سليماً.

في بعض وسائل الإعلام الفضائية نجد مقدّم البرنامج أقرب إلى روح الخطابة منه إلى روح الإعلام التي تستخدم جميع أدوات التأثير الإعلامي على عقل المشاهد، وأظن أن قلة قليلة منهم من تخرجت في مدرسة إعلامية وقامت بالممارسة حتى تبلغ الدرجة المرجوة من القبول الإعلامي في تقديم البرامج.

العنصرية والحزبية المقيتة:

ما أسوأ العنصرية والحزبية الضيقة التي تكرّس فكرة من لم يكن معنا فهو ضدنا، فلو وجدت بعض المؤسسات الإعلامية شخصاً يحمل منهجاً إسلامياً نقياً وخبرة إعلامية واعية، لكنه اختلف معهم في بعض التصورات والمفاهيم، فبدلاً من أن يبقوه معهم ويكتسبوا شيئاً من خبراته، أو يكون بينهم وبينه نوع من التفاعل مع تبادل الآراء سواء أثر فيهم أو أثروا فيه، لكان في ذلك نفع للجميع، وليتهم يأخذون بمبدأ الشورى وعرض ذلك من خلال هيئة معلوم عنها النزاهة والحياد مع

الأخذ بالحق والموضوعية، ولو أنَّهم فعلوا لكان في ذلك خير ونفع لكن هذا ما يحدث من بعض المؤسسات الإعلامية الإسلامية الحزبية والمتعصبة لحزبها في الوقت نفسه .

سطحية التفكير الاستراتيجى:

الإعلام الإسلامى بحاجة ماسة إلى من يضع الأهداف ويرسم الحلول ويهدف لذكر البدائل المتاحة في حالة وقوع أية معضلة تحل بهذه المؤسسة الإعلامية.

صناعة المنظور الشامل لدى هذه الوسيلة الإعلامية الإسلامية، والتي تطمح للارتقاء والنمو زمنا بعد زمن، أراه غائبا لدى بعض المؤسسات الإعلامية الإسلامية، فكم من قناة ظهرت خلال الخمس سنوات الأخيرة، ثم اختفت فجأة دون ذكر أسماء لهذه القنوات، التي كانت تهدف إلى البقاء والاستمرار، ولكن ضعف البنية الاستراتيجية، واستراتيجية الإدراك للحراك كما يقول الدكتور جاسم سلطان في كتبه؛ كل هذا أدى إلى السطحية في التعامل مع هذه الأشياء بروح التوازن والتكامل والتخطيط القويم.

لهذا فما ان تحقق بهذه المؤسسة أو تدور عليها دائرة، فما أسهل أن تراها أعلنت وقفها أو إغلاقها بحجة ضعف الدعم المالى، أو خلافات في

المؤسسة، وما شابه ذلك، والمشكلة الأكبر أن نرى تكرار مثل هذه الأحداث فينة بعد أخرى، دون استفادة من تجارب الآخرين، والتجربة فيها موعظة وهذه القرارات المتسارعة هي في الحقيقة معضلة تحتاج لقرار صائب في المعالجة والتقويم.

ومن خلال عدّة تجارب إعلاميّة من هذا القبيل، ندرك أنّ بعض هذه المواقع والمؤسسات الإعلامية كانت نتيجة حديث أخوي، ما لبث أن أطلق سريعاً في عصر السرعة، دون سابق تفكير منهجي وتأمّل مسار هذا الموقع، والخطط الجارية عليه حين الإطلاق، لذا فلم يبقَ طويلاً لأنه أطلق سريعاً ، وأغلق بعدها سريعاً ، ومن هنا يقول أحد المفكرين: لدينا أفكار كثيرة لا تجد سبيلها إلى التطبيق، وأعمال كثيرة لم يسبق تفكير.

العرض في الظروف الطارئة:

بعض وسائل الإعلام تتناول الحديث عن المقدسات الإسلامية في وقت الأزمات وهذا حسن، لكن أن نمضي قدماً لصناعة برامج خاصة في هذا الإطار وحول هذه الدائرة المهمة، فهناك تقصير واضح حول هذه الأحداث.

ولنتحدث حول أزمات سياسية تمر بالأمة فإعلامنا الإسلامي كثيراً ما يغفل عن الحديث حول وضع المسلمين في الشيشان ومستقبل القضية

القوقازية، وقضية كشمير والاتفاقيات التي تجري حيالها وقلّما تشير إليها الأضواء، فنرى أنّ وسائل إعلامنا الإسلامية مقصورة في الإشارة لها، فلا تعرض الحديث عن ذلك إلا في وقت الطوارئ، وساعة الأزمات، وهذا أمر معلوم لدى الكثير من رواد الإعلام ومؤسسيه.

ولا ننسى حينما استدعت المملكة العربية السعودية سفيرها في الدنمارك، حيث قالت رئيسة حزب الائتلاف مع الحزب الحاكم الدنماركي: اتركوه فإنّه سيعود بعد أسبوع هكذا شأن العرب، وبعدها حين نطقت هذه المجرمة بهذه الكلمة، سمعها وعلم بها الكثير من المسلمين، فحقّرتهم في إشعال جذوة الوقود في الدفاع عن رسول البشرية عليه الصلاة والسلام، وحركتهم في الذب عنه ص أكثر فأكثر.

المهم أن يكون هناك عرض للقضايا الإسلامية عموماً، وأن يكون هناك صحفيون أشبه بالباحثين عن الحقائق المخفية، لكي يقدموا برامج ذات انتشار وصيت ومفعمة بروح التجديد والنشاط والمعرفة المستمرة.

ضعف الاختراق الإعلامى لغير المسلمين:

ندرك أنّ الحديث حول هذا يحتاج لجهود كبيرة لكي تكون هناك وسائل إعلامية إسلامية هادفة تصل لغير المسلمين، تؤثر في مستوى تفكيرهم وطبيعة نظرهم للعالم الإسلامي، ولا أشك أنّ الإعلاميين الإسلاميين

يدركون مدى ضرورة الخبرة بإعلام الآخرين ووسائلهم الخبيثة للغزو الفكري، والسطو على العقول، واختراق قيم وثقافة الأمة المسلمة.

لقد تحدث الباحث الإعلامي الأمريكي هربرت شيلر في كتابه وسائل الإعلام والامبراطورية الأمريكية كما نقله عنه الدكتور عبد القادر طاش في كتابه الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي، ص ١٥ حيث قال: إن صنّاع القرار السياسي الغربيين انشغلوا بالبحث عن بدائل تضمن استمرار السيطرة الغربية وعلى وجه التحديد الأمريكية على الأوضاع الثقافية والاقتصادية الدولية، فاستقر رأيهم على التكنولوجيا كبديل، وتتضمن هذه التكنولوجيا شبكات الكمبيوتر، ونظم الأقمار الصناعية، وتقوم هذه الشبكات ببث كميات هائلة من الأخبار والمعلومات عبر دوائر عابرة للحدود القومية، وأكثر من ذلك فإنها سوف تصبح في منأى عن الرقابة المحلية، لذلك فإن هذا التوسع في الاستخدام العالمي للمعلومات بواسطة البث الإلكتروني وشبكات بنوك المعلومات سوف تكون له آثاره الخطيرة على الثقافات القومية في الأعوام القادمة.

العالم الغربي لديه اتجاهات واضحة تجاه وسائل الإعلام، لاستغلالها لصالح فكرهم وأغراضهم الاستراتيجية، وكثيراً ما تحدّث المفكرون الإسلاميون عن ذلك، وعن تلكم الخطط الاستراتيجية التي يسعى لها الغرب في واقع العالم العربي والإسلامي.

كثرة لومنا للغربيين المعتدين على حرمان الإسلام، وتبيان مآربهم لا يكفيننا في نصره العقيدة الإسلامية والمشروع الإسلامي، ولا يعذرنا أمام الله تعالى قال الإمام ابن القيم الجوزية رحمه الله حيث قال: لا تقل كيف حضر إبليس ولكن قل كيف غاب القديس.

ضعف التخصص النوعي في الخطاب الإعلامى الإسلامى:

كثيراً من المؤسسات الإعلامية تخاطب جميع الشرائح بشئى أنواعها وهذا حسن بحد ذاته، ولكن أن تقتصر هذه المؤسسات على مخاطبة شئى الشرائح والتخصصات، دون تقديم شئى تخصصي فهذا نوع من القصور، فوسائل الإعلام الإسلامية بحاجة لتنمية خططها ومحاولة تجديد الخطاب النوعي، ومن خير ما نجده الآن تلك المواقع التي تتخصص في الإعلام المقاوم، التربية الأسرية، شؤون المرأة وما إلى ذلك، فتنمية العمل الإعلامى بشكل متخصص يفيد العمق في المعالجة، واتضاح الرؤية، وتصحيح أي خلل قد ينحرف عن مسار الهدف الذي تصبو إليه تلك المؤسسات الإعلامية.

والتخصص ينبغي ألا يسبب تحيزاً كاملاً له وعدم معالجة بعض الأمور الهامة على مستوى الوضع العالمى الإسلامى، فمن الضروري بـمكان أن تكون هناك قواسم مشتركة بين أية جهة إعلامية، فيما لو حدث أي أمر طارئ فتتقدم هذه المؤسسات الإعلامية وتنطق بأهمية ما جرى .

ندرة اللقاءات الدورية بين المؤسسات ووسائل الإعلام:

يد الله مع الجماعة، والأمر بالتعاون على البر والتقوى جاءت به نصوص الشريعة، وكلما اشتدت الأيدي تماسكاً والصفوف تراصاً ؛ قويت المسيرة، لكنّ من النادر أن نجد عقد اللقاءات الدورية النافعة بين المؤسسات الإعلامية بكافة أشكالها ، للإفادة والاستفادة، ولا أقل من أن يكون هناك مؤتمر سنوي تجتمع فيه جميع القوى الإعلامية الإسلامية، لتتباحث في شؤون أمتها وما يمكنها أن تقدمه من خدمات لها وبرامج مفيدة ، وعقد ندوات التقويم والمراجعة والنقد الإيجابي الذي يدفعها للاستفادة من كل التجارب الممتازة وتطويرها، وتحاشي التجارب السيئة والبعد عنها.

كثرة الاستهلاك والإنتاج المكرر:

إعلامنا العربي الإسلامي في غالبه يميل للتطرق إلى جوانب الوعظ فحسب، أو الجوانب العلمية الشرعية، وكل هذا حسن جميل، لكنّه يستهلك نفسه، بالشكل الممل والمخل، فلا تجديد ولا إبداع، ولا طريقة جديدة للعرض الذي يغري المرء بالمتابعة وقليلاً ما نجد في إعلامنا جوانب الإبداع والابتكار في الطرق والأساليب التي تعرض الأفكار.

ماذا يواجه الإعلام الإسلامى على الساحة الدولية؟

إن الإعلام الإسلامى يواجه ما يلي:

أولاً: الإعلام الإمبريالى الاستعماري والصهيوني وهو العدو التقليدي للإعلام الإسلامى، وهو الأشد تأثيراً ونفوذاً بحكم الاستعمار الثقافى.

ثانياً: الإعلام الشيوعى بسبب الخلاف العقيدى الشديد الوضوح .

ثالثاً : الإعلام الوثنى أو المختل عقيدياً مثل البوذى والهندوكى وغير ذلك.

رابعاً: إعلام حركات التحريف والتشويه وبثّ الفرقة من داخل المعسكر الإسلامى .

هذا ما يواجهه الإعلام الإسلامى على الساحة الدولية، إلى جانب ظروف التخلف والتقهر الحضارى.

مشاكل منظمات الإعلام الإسلامى :

قامت عدة منظمات إسلامية تشغل بالإعلام، فما هي أهم مشاكلها؟ وكيف تواجه التحدي الحضارى المعاصر؟

يمكن حصر أهم مشاكل منظمات الإعلام الإسلامى فيما يلي:

أولاً: عدم التنسيق فيما بينها، وغيبة الخطة الشاملة والخطط التفصيلية في مختلف المجالات وبمختلف الوسائل ويمكن حلّ هذه المشكلة بإنشاء مركز عالمي للإعلام الإسلامي تكون مهمته الربط والتنسيق والتبادل بين منظمات الإعلام الإسلامي المختلفة .

ثانياً: عدم التمويل، وهذه الظاهرة تمثل كارثة ، فكثيراً ما توصي المؤتمرات بلزوم أداء الحكومات لأتصبتها في المنظمات دون جدوي .

ثالثاً: ضرورة الاستفادة من المهاجرين المسلمين وإفادتهم في هذا المجال.

رابعاً: ضرورة البعد عن الأغراض السياسية للحكومات وأهوائها، وأن تكون مواقع الإعلام في المستوى الدولي، يتم الاختيار لها بعيداً عن الخلافات السياسية والمذهبية وبعيداً عن الأهواء والنعرات القبلية .

خامساً: ضرورة إعداد كوادر بشرية بصفة مستمرة وهذا بطبيعة الحال من أوليات العمل الإعلامي على النطاق الدولي، ولاشك أن العالم الإسلامي يمتلك من الخبرات والقدرات ما يكفي لذلك ؛ إذا أحسن الاختيار، ووضعت الشروط الموضوعية له ولكن لابد أن يكون إعداد الكوادر بصفة مستمرة .

حلول بعض المشاكل التى تواجه الاعلام الاسلامى

هناك بعض الحلول المقترحة لحل المشاكل التى قد تواجه اتلاعلام الاسلامى ومنها :

- ١- العمل على زيادة تمويل منظمات الاعلام الاسلامى .
- ٢- عمل خطط شاملة وتفصيلية لمواجهة الهجمة الاعلامية الغربية على الاعلام الاسلامى.
- ٣- ضرورة البعد عن الأغراض السياسية للحكومات وأهوائها .
- ٤- يجب اعداد كوادى بشرية اعلامية بصفة مستمرة قادرة على تخطي العقبات والمشاكل التى تواجه الاعلام الاسلامى.
- ٥- العمل على زيادة وتقوية الاختراق الاعلامى لغير المسلمين.
- ٦- العمل على ان يكون الاعلام الاسلامى غير ممل ومتجدد ومبدع .
- ٧- يجب تنويع المادة الاعلامية.
- ٨- ضرورة مواكبة المؤسسات الاعلامية الاسلامية التطور التكنولوجى.

٩- العمل على انشاء مركز اعلامى عالمى للاعلام الاسلامى تكون مهمته الربط والتنسيق والتبادل بين منظمات الاعلام الاسلامى المختلفة لمواجهة أي مشاكل.

١٠- البعد عن العنصرية والحزبية في البرامج التي تقدمها.

وبما أن الأصل في الإعلام الإسلامي أن يستقي جميع أموره وتعاليمه من الشرع الإسلامي، ومقاصد الشريعة، مع فقه واقع الحياة وخبرات الناس وتجاربهم بما لا يتناقض و ثوابت الإسلامى عقيدة وقيما؛ فإذا كان ذلك لزم صناعة بديل حيوي وفَعَال وإيجابي يجذب الأبصار لمشاهدته ومتابعته.

ومن الممكن أن نقول من خلال متابعتنا للمسيرة الإعلامية للإعلام الإسلامي أنه يتطور يوماً بعد يوم، ويكتسب الخبرات، ولنتحدث على مستوى الفضائيات والإذاعات والصحف، فقبل ثلاث عقود من الزمان، كانت المجالات الإسلامية تعد على الأصابع، وكذا الإذاعات الإسلامية، أما الفضائيات فلم يكن هناك إعلام فضائي إسلامي ملتزم ومحافظ!

ومع هذا كله فمسيرة الإعلام الإسلامي محفوفة بالمخاطر، وأمامها عقبة كؤود، فهو يمشي في طريق مؤلم وشاق مع تعرضه للمخاطر، لكن بجهود الصالحين، وعمل المخلصين من أبناء الأمة، وملازمة الرقي

والإبداع وصناعة الأفكار الجميلة والرائعة يتحسن الحال، ويصلح الوضع وترتقي المنظومات الإعلامية الإسلامية بتكوينها الفكريّ.

توظيف التقنية فى خدمة الإعلام الإسلامى

إن التقنية أداة ممتازة وفعالة لتطبيقات الإعلام الإسلامى وهي على صيغتين الأولى : المباشرة حيث تكون الرسالة الإعلامية الإسلامية مباشرة للمستفيدين وهي طريقة معتبرة حيث إن الكثير من التوجيهات والأحكام الإسلامية والوعظ يكون بالخطاب المباشر لكن يمكن استغلال التقنية فى المحسنات الفنية التي تساعد على قبول الرسالة والتفاعل معها.

الثانية : غير المباشرة حيث تكون المادة أو الرسالة الإعلامية غير مباشرة أو إيحائية لكنها تؤدي نفس الدور الذي تؤديه المباشرة إن لم تفقها حيث إن الخطاب عادة ما يكون للعقل الباطن وليس العقل الواعي ويتضمن توجيهات فى الاعتقاد والسلوك تجعل الإنسان يتجاوب معها بطريقة لاشعورية ، ومن أمثلتها :

- الصور الثابتة الإيحائية وسياق استخدام الصورة ضمن موضوع صحفي على سبيل المثال دون توجيه لفظي للقارئ .
- الدراما الاجتماعية والتاريخية حيث تغرس حب الأشخاص أو الأماكن وتبرز قيما معينة للمشاهد تشجعه على التزامها ضمن السياق الدرامي

• برامج المعرفة والتعليم والوثائق التي عادة ما تتضمن إحياءات ثقافية وفكرية وتعزز مبادئ معينة وتبرز أماكن أو شخصيات معينة من أجل الاتباع والقُدوة وعادة ما تتضمن محتوى منوع مناسب لفئات متعددة يتضمن :

- قيم إسلامية
 - أخلاق إسلامية
 - بناء الشخصية المسلمة
 - الربط بالقُدوات الإسلامية
 - التعريف بالتاريخ الإسلامي
- لكن كيف نستفيد من التقنية الحديثة في التواصل الإعلامي مع الجمهور وإيصال رسالة الإعلام الإسلامي؟! هناك العديد من الآليات والأساليب التقنية التي يمكن ان تساعد ومنها :

١. منتج واحد ومنصات متعددة
- المادة الصحفية: تنشر في الصحيفة الورق ومن خلال رسائل الجوال وعبر موقع الصحيفة على الإنترنت وأيضاً تحرير صحيفة الكترونية بالكامل.
- المادة المرئية: تصاغ للبث والتوفير من خلال : القناة التلفزيونية (بث أرضي - فضائي) والبث عبر الإنترنت iptv فضلاً عن البث

الأرضي الرقمي الهاتف الذكي ، تلفاز السيارة الرقمي أيضاً يوتيوب وموقع القناة تفاعلي تبث عبر القنوات وتكون متاحة للتصفح والتحميل عبر الإنترنت ، ويمكن توفير مقاطع قصيرة منتقاة للتحميل على الجوال أو بث .

- المادة الإذاعية :تصاغ للبث والتوفير من خلال بث إذاعي am\fm ، وبث مباشر على الإنترنت ، كما يمكن توفير مادة صوتية مخزنة في موقع الإذاعة ، وأيضاً بث عبر الأقمار الصناعية أو تحميل عبر الإنترنت ، أو بث من خلال رسائل الجوال .

٢. منتج منافس :البرامج التلفزيونية الجماهيرية التي تجلب عادة أعداداً كبيرة من المشاهدين وذات ميزانيات كبيرة لكنها تنجح في إيصال رسالة الإعلام الإسلامي بقوة من الأمثلة على ذلك برامج الواقع التي تحكي عن شخصيات حقيقية ، أو برامج المسابقات الضخمة أو الدراما التاريخية الكبيرة مثل الأفلام والمسلسلات الاجتماعية القوية .

٣. الإعلام التفاعلي:

التفاعل صفة الإعلام الجديد الذي يجذب فئة ضخمة من الشباب والدراسات تشير إلى أن الأغلبية المطلقة من الشباب من سن ١٨ حتى ٣٠ سنة يكون مصدر التلقي الأساسي إعلامياً من خلال الإعلام التفاعلي حيث الشاب عنصر فعال في العملية الإعلامية.

هذه الآلية خاصة للشباب والجيل الصاعد ويمكن إن يكون التفاعل موجه وليس مفتوح .

٤- صياغة جديدة لمنتجات قديمة

زمن الصحف والمجلات الورق في انحدار والبديل اليوم هو الصحف والمجلات الالكترونية ولها أساليب متعددة منها ما هو على صيغة PDF حيث تشبه الورق ومنها ما هو صيغة مطورة من المجلة المعتادة لكنها تشمل أنماطاً متعددة من المحتوى المقروء والمرئي والمسموع ويكون تصفحها شبيه بالورق وتصميمها بنفس الأسلوب ، الاختلاف فقط ان هذه الكترونية والمحتوى فيها أكثر غنى وتنوع ويمكن إنتاج الكتاب الالكتروني باستخدام الورق الالكتروني الذي يمثل ثورة تقنية في إنتاج وتداول الكتاب .

٥-برامج المحاكاة :

يمكن استخدام التكنولوجيا الرقمية في محاكاة الواقع من أجل تحقيق بعض أهداف الإعلام الإسلامى مثل استخدامه في المسارح والمتاحف العملية أو العرض من خلال شاشات العرض الضخمة جداً 3D أو تلك التي تكون على شكل قبة فوق الرأس وأيضاً هناك النظارات البصرية التي تعرض مشاهد على العين مباشرة (مبهرة) تؤدي إلى الاندماج الكامل مع ما يعرض ، وتساهم في تقريب المفاهيم والوقائع وبرامج

المحاكاة التعليمية على الطيران مثلاً يمكن تحويلها لتكون أداة توجيه وتعليم إسلامي متطور جداً .

٦- منتج واحد ولغات متعددة :

الكثير من البرامج التلفزيونية والدراما والوثائقية يمكن دبلجتها أو ترجمتها لتعرض في بلدان متعددة ذات لغات مختلفة حيث ان الصورة هى الأصل وهى جوهر العملية الإعلامية والصوت شارح وموضح .

٧- الجوال الإعلامي :

المنصة الجديدة الجوال إضافة إلى دوره فى الاتصال أصبح منصة إعلامية متكاملة ، وأثبتت إحدى الدراسات الحديثة ان فقط ٢٥% هي نسبة استخدامه فى الاتصالات والباقي فى الجوانب الإعلامية ويمكن ان يشمل رسائل دعوية تثقيفية للمسلمين ورسائل أخرى لدعوة غير المسلمين نصية أو مصورة.

وأيضاً يمكن إنتاج مقاطع قصيرة جداً اقل من دقيقة تمثل مواقف اجتماعية توجيهية أو دراما للتوعية وإرسالها لجمهور واسع من الناس كما يمكن بث مادة وعظ قصيرة مسموعة أو مرئية لشخصيات متميزة ، أو تقارير مركزة ذات علاقة بالعالم الإسلامى وأحواله .

٨- الألعاب:

أصبحت ألعاب الكمبيوتر أداة إعلامية تتغلغل فى البيوت اما من خلال الجهاز المخصص لها أو من خلال الإنترنت حيث يشترك فيها اعداد

كبيرة من المتبارين ويمكن إنتاج ألعاب ذات أبعاد تعليمية ودعوية تساهم في الوصول للناشئة وتوجيههم من خلال الترفيه متضمناً رسائل إيحائية أما من خلال الشخصيات أو القصة أو آليات اللعبة ذاتها مثلاً كيف تصل إلى مكة قد تتضمن ألعاباً معرفية ثقافية كأركان الإسلام أو تاريخية كمعارك إسلامية أو شخصيات إسلامية .

٩- الإنترنت كمنصة إعلامية دعوية شاملة:

الإنترنت يمكن أن يطلق عليه الثورة الإعلامية الكاملة وهي المنصة الشاملة لجميع أنواع الإعلام وتتميز بقوة النفاذ وتنوع المحتوى وآليات الوصول للمستهدفين والإعلام الإسلامى اقتحم هذا المجال لكن مازال يحتاج للكثير مما يمكن أن يقدم من خلال هذه المنصة .