

الإعلام الإسلامي ومدى الحاجة إلى منهج لمواجهة التحديات

د/ إبراهيم نوري
أستاذ محاضر بـ جامعة تبسة

تمهيد:

تشير الكثير من الدراسات والأبحاث المتخصصة إلى أن حقول الدراسات الإعلامية تشعبت وتفرّعت إلى حدّ كبير، الأمر الذي بات يتطلب ضرورة توزيع الأدوار على المتخصصين والمهتمين والمتابعين لقضايا الإعلام ومشاربه الفكرية والإيديولوجية والاجتماعية وغيرها، بغية القيام بمتطلّبات كلّ حقل من تلك الحقول وتغطية أنشطتها وتطوراتها المختلفة. . .

وهذه الحقيقة جعلت من الإعلام علماً من أخطر العلوم الاجتماعية والإنسانية في وقتنا الراهن، وأكثرها قدرةً على النمو والتطور المتحرّك السريع السيّال، العابر للحدود والسدود. . . حتى أن حقولاً أخرى من العلوم الاجتماعية والإنسانية أضحت تستفيد وتقلّد "علوم الإعلام والاتصال" في كثير من التفصيلات والجوانب والجزئيات وتستثمرها وفق رؤية مدروسة بعناية فائقة. لا سيما فيما يتعلق بمنهجيات التعامل مع الموروث الثقافي، وأساليب التأثير على الاتجاهات، وطرق صناعة الرأي العام، وتوجيه المسار الثقافي والاجتماعي، ورصد المستجدات، ومناهج التعامل مع الثابت والمتغيّر في الأعراف والتقاليد والأنماط السلوكية والاجتماعية. . . إلخ.

ولا شك أن هذه الميزة أو الخاصية، إنما تولدت بفعل أثر الإعلام في النفوس في حياتنا المعاصرة، حتى أطلق عليه بعض الباحثين لقب (الوالد الثالث) أو لقب (المحضن الثالث). فهو يأتي بعد الوالدين في التأثير وتشكيل الرؤى والتصورات

المختلفة عن الحياة والعلاقات العامة، أو هو المحضن الثالث في التربية والتوجيه والترشيد، بعد محضن الأسرة والمدرسة، بل إن وسائل الإعلام والاتصال أضحت - في الكثير من المجتمعات الإنسانية - تتقدم في التأثير على المحاضن المذكورة، بما تبثه في العقول والنفوس من آراء ومفاهيم وسلوكيات، تُسهم في صنع الشخصية وصبغها بصبغة معينة، وصياغة الأفكار وتحديد التوجهات، والتعرف على أنماط السلوك؛ ولا يكاد يسلم أحد من هذا التأثير، خاصة الناشئة، الأكثر عرضة لهذا التأثير، بل والأكثر قدرة على التمثل والاستجابة والتقليد، بحكم عدة عوامل، منها البحث عن كل جديد، وحب الاستطلاع والتعرف، وما إلى ذلك من عوامل.

لذلك نودّ التأكيد على خطورة هذا الحقل المعرفي، وحضوره الدائم في الحياة المعاصرة، وأثره الملموس في بناء الإنسان. الأمر الذي يستوجب التخطيط لهذا الحقل، والإفادة من زخم تطوراته السريعة، وجعل مضامينه ومحتوياته معضدة ومؤازرة لقيم الإسلام ومرجعياته في النفوس والعقول والأفئدة. وتحييد الآثار السلبية على الهوية الإسلامية قدر المستطاع. فالتخطيط وحسن التحكم في المعطيات هو السبيل الأنجع لتحقيق هذا الهدف الحيوي بالنسبة للأمة المسلمة ومصالحها ومستقبلها.

وسوف نحاول في بحثنا هذا أن نقف على جوانب مهمة من خصائص الرسالة الإعلامية الإسلامية، والتحديات التي تعترض سيرها، وسبل المعالجة والمواجهة والتجاوز، مع ثبت يتضمن بعض التوصيات والمقترحات.

القسم الأول: العملية الإعلامية: محددات ضرورية:

1- وقفة مع تعريفات العملية الإعلامية:

العملية الإعلامية في أوضح تعريفاتها ومحدداتها هي نقل الأفكار والمعلومات والمشاعر من المرسل (المبلِّغ) إلى المتلقي (المرسَل إليه). بهدف تبليغ وتوصيل رسالة معينة، إلا أن العملية الإعلامية ليست أمراً جامداً متكلساً، أو فعلاً ميكانيكياً، باعتبار أن الإعلام نشاط عام مرتبط ومتأثر بشكل أو بآخر

بالنظم الاجتماعية وبالسياسات الثقافية والخلفيات المختلفة التي ينتمي إليها، وأوتلك التي يعبر عنها، وحتى في حالة عدم الرضوخ لها أو الاستجابة الكاملة لمتطلباتها فإن التكامل معها ومراعاة مقاصدها، يظل لازمةً من اللوازم التي لا مندوحة عنها ولا مهرب منها.

فالعملية الإعلامية إذاً لا تستطيع أن تحقق الصيرورة والفاعلية التي تتطوي عليها بحكم طبيعتها، بمنأى عن التقيّد بالنظم الاجتماعية والخلفيات والأعراف والسياسات التي تعبر عنها، وتخدم أهدافها، وتُسهم في بلورة برامجها ومنجزاتها⁽¹⁾. وذلك ضمن قوانين مرسومة سلفاً، تُعرف بمصطلح "منظومة السياسات الإعلامية"، إلا أن التقيّد والالتزام بغايات وأهداف هذه المنظومات لا يعني بالضرورة الحد من حرية التعبير، لأن الحرية شرطٌ جوهريٌّ لازمٌ سواء في الحياة الفكرية أو الحياة العامة للتقدم والإبداع والابتكار، بقدر ما يعني ربط العملية الإعلامية والاتصالية بمجموعة قواعد غائية، أي مؤسسة على غايات محدّدة، قوامها أهداف الأمة ومصالح الوطن. ومنظومة هذه القواعد الغائية تختلف من استراتيجية لأخرى، ومن نظام سياسي لآخر.

وفي سياق التعريفات العلمية الأكاديمية نجد الدكتور "إبراهيم إمام" يعرف الإعلام بـ "أنه نشرٌ للحقائق والأخبار والأفكار والآراء والأذواق بوسائل الإعلام المختلفة"⁽²⁾.

أما الباحث الدكتور "عمارة نجيب" فيقول في كتابه "الإعلام في ضوء الإسلام" ما يلي: "الإعلام هو كلُّ نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معيّنة من خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية بقصد التأثير سواء عبّر موضوعياً أو لم يعبر، وسواء كان التعبير لعقلية الجماهير أو لغرائزها"⁽³⁾.

ولعلّ تعريف العالم الألماني (أوتوجروت) أكثر علمية وانضباطاً فهو يقول "الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه".

وقد علق المفكر الدكتور "محمود سفر" على هذا التعريف فقال: "وإستخدام (أوتوجروت) لعبارة التعبير الموضوعي في تعريفه (المذكور آنفاً)، له

دلالاته العميقة فهو يؤكد - كما يبدو- أهمية أن يكون الإعلام بعيداً عن التعبير الذاتي للمحرر أو المذيع، ليصبح قائماً على الحقائق والوقائع والأرقام ومبنياً على الأخبار والمعلومات التي لا يرقى إليها الشك⁽⁴⁾.

وفي هذا الصدد تجدر الإشارة إلى أن عالمنا المعاصر يشهد ثورة إعلامية / اتصالية / معلوماتية عارمة، تستهدف إحداث تغييرات مذهلة بل وخطيرة أيضاً في مختلف أنسجة المجتمع الإنساني، وذلك بسبب الاكتشافات والتطورات والمنجزات المتسارعة التي تحققت في مجال الدراسات الإعلامية والاتصالية التي أضحت تركز على دراسة سلوك الإنسان ومختلف العوامل والحوادث الداخلية والخارجية، التي يمكن أن تؤثر في ذلك السلوك. وكذا ما تحقق على الصعيد التقني والتكنولوجي في مجالات الرقمنة الاتصالية والمعلوماتية.

كما أصبح الإعلام والاتصال جزءاً لا يتجزأ من كل شيء نفكر به ونعمله أو نخطط له... مما حدا بالعالم الشهير "لوسين باي" إلى أن يقول بثقة ووضوح تام: "من الممكن الآن أن نفسر كل العمليات (الأنشطة) الاجتماعية أو غيرها في الإطار الإعلامي". وعلى الرغم من حداثة عهد الإعلام بالمفاهيم الفكرية الحديثة، خاصة إذا ما قوبل بالدراسات الاجتماعية الأخرى كدراسة الأجناس البشرية أو دراسة العلاقات الدولية أو دراسة علم النفس والعلوم السياسية. فإنه وعن طريق مساعدة الطباعة وتكنولوجيات الاتصال قد فرض نفسه وبرزت أهميته وتأثيراته المتنوعة، بل ما لبث الإعلام أن أصبح له كيان ذاتي مستقل قائم على خصوصيات لها تميزها وفرادتها⁽⁵⁾، وهذا ما أدى إلى تطور الدراسات والأبحاث الخاصة به في عدد كبير من الدوائر الأكاديمية والجامعات فضلاً عن الأبحاث والدراسات التي تتجزئ في مختلف المجالات الإعلامية بعيداً عن الفضاءات الجامعية والأطر الأكاديمية المتخصصة.

2- جانب من أبرز مواصفات الإعلام المعاصر:

نتيجة لتطور الدراسات الإعلامية والنتائج التي أسفرت عنها استطاع الباحثون المتخصصون في هذه المجالات تحديد جملة من الخصائص والمواصفات باتت

تطبع الإعلام المعاصر وتمييزه عن مراحلها السابقة، ويمكن ذكر بعض تلك الخصائص والمواصفات بشكل موجز في النقاط الآتية:

1- **السرعة:** من أبرز وأخص ما يميز الإعلام ووسائله وتقنياته في الوقت الراهن السرعة المذهلة في نقل الأخبار والمعلومات والآراء، وذلك بسبب التقنيات المتقدمة التي أنتجتها الحضارة المعاصرة.

فالتقنيات الحديثة ألغت دور الحصان ناقل الرسائل، أو الرسول الذي كان يسير على قدميه وكافة الوسائل التقليدية. وبات من أهم ما يميز وسيلة إعلام عن وسيلة إعلام أخرى يتمثل في سرعة النقل قبل أي خاصية من الخصائص الأخرى.

2- **التنظيم:** من صفات الإعلام المعاصر أيضاً أنه إرسال منظم. والتنظيم يشمل استقصاء المعلومات وجمعها وكتابتها وصياغتها وتوزيعها، كما يشمل تقسيم العمل وتوزيع الأدوار المختلفة على جميع جزئيات ومراحل العملية الإعلامية. وبمعنى آخر فإن الإعلام الحديث يسير وفق خطوات مدروسة ومعروفة مسبقاً، ووفق تخطيط علمي محكم ومضبوط.

3- **التكثيف:** يندرج عنصر التكثيف ضمن مناهج ومخططات إعلامية متخصصة، فالإعلام الناجح هو ذلك الذي يمتلك القدرة على نقل الأخبار والمعلومات موجزة، لكنها من ناحية المضمون مكثفة ومليئة بالمادة المعلوماتية، أو بعبارة أكثر وضوحاً نقل أكبر عدد ممكن من المعلومات في أقل كلمات ممكنة.

4- **الشمولية:** يمتاز الإعلام المعاصر بأنه إعلام شامل، أي إنه يتناول جوانب عديدة في حياة الشعوب والمجتمعات الإنسانية بصفة عامة. فالإعلام لم يعد مقتصرًا على تلك العلاقة بين المتعاطين للإعلام وشؤونه المختلفة، لم يعد فقط تلك السلطة الرابعة، أي مجرد ثقل سياسي وإخباري، بل أخذ يشمل - وبشكل سريع - جوانب الحياة كلها من سياسة واجتماع واقتصاد وثقافة، وحوادث قضائية وإنسانية... إلخ.

وهذه الميزة بدورها فرضت عليه ميزةً أخرى وهي التخصص، فلم يعد كافياً أن تتناول وسيلة إعلامية معينة كل تلك الجوانب الحيوية والإنسانية، وإنما أصبح لكل أفق أو جانب من الجوانب وسيلته الإعلامية الخاصة.

5- **الفاعلية:** من صفات الإعلام المعاصر كذلك أنه إعلامٌ فعّال ومحرك، فالعملية الإعلامية في وقتنا الراهن لا تضيف معلوماتٍ وحسب، ولكنها تغير مواقف، أو تولد وجهات نظر جديدة، فكثيرون هم الذين طوّرت العملية الإعلامية شخصياتهم وفجّرت مواهبهم، وبعثت ذاتيتهم وهوياتهم الكامنة أو المغمورة. كما أن المضمون الإعلامي يمكن أن يصحح سلوكاً أو ينحرف به، كما يمكنه بلورة أفكار ومواقف معتدلة، أو خلق أفكار ومواقف واتجاهات متشجعة. إلى آخر ما هنالك من احتمالات... (6).

3- أهم خصائص الرسالة الإعلامية الإسلامية:

بعد تلخيص جوانب مهمة من مواصفات الإعلام في هذا العصر الذي نعيش، يجدر بنا الآن أن نتوقف بإزاء تلخيص أهم خصائص الرسالة الإعلامية الإسلامية.

تتصف رسالة الإعلام الإسلامي بصفات وخصائص كثيرة، نذكر أبرزها فيما يلي:

1- **الصدق والتجرد للحقيقة:** من أبرز خصائص الرسالة الإعلامية في الإسلام، الانطلاق من الصدق والدفاع عن الحقيقة وإثباتها في العقول والنفوس، لأن المنهج الإسلامي نفسه مؤسس على هذه القاعدة. كما نجد ذلك في قول الله تعالى: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾ [التوبة 119]. وقوله أيضاً: ﴿إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ﴾ [النحل 105].

ولذلك فإن الإعلامي المسلم ينبغي أن يتحرى الصدق في كل ما يقول وفي كل خبر يحرره أو يذيعه، وأن ينطلق في عمله ونشاطه الدعوي والإعلامي من قول الله عز وجل: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنْ جَاءَهُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِمَهَلَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾ [الحجرات 16].

2 - الواقعية: مصطلح الواقعية في ميزان الإسلام يعني الانطلاق من الفطرة الصحيحة والاهتداء بشرع الله تعالى وأحكامه الثابتة في القرآن الكريم والسنة المطهرة؛ ومن ثمة فليس المقصود بالواقعية مسايرة الواقع كما هو في حقيقة حاله حتى لو كان زائفاً أو بعيداً عن التأطير والانضباط بمنهج الله ومقاصد الشرع الحنيف.

ورسالة الإعلام الإسلامي ينبغي أن تسهم في تقريب الواقع من الفطرة الصحيحة، وإخضاعه لمعايير الإسلام وثوابته ومقاصده العامة، ولا شك أن مقدار تحقيق النجاح على هذا الصعيد مرهون بمدى تمكن القائمين على شؤون الإعلام الإسلامي من مهارات المعاملة مع مكونات الواقع.

خاصة أن الإسلام منح الكلمة ومنح السلوك تأثيراً عجبياً في النفوس، من خلال تمييز طرق الموعظة الحسنة والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

3 - الإحاطة والشمولية: تستمد رسالة الإعلام الإسلامي خاصية الإحاطة والشمولية والوسع من طبيعة الإسلام العامة، فهو دين الله الخاتم، أو الخلاصة الأخيرة لمسار الوحي الإلهي، كما أنه دين للناس كافة، لا لجنس معين من الناس، فقد اشتمل على كل ما يحقق السعادة للخلق في العاجلة والآجلة، وكفل الحقوق والحريات على نحو لم تعهده البشرية خلال أزمانها التاريخية الغابرة.

ومن هذا المنطلق يجب على الإعلاميين المسلمين أن يبدعوا في الأساليب والمناهج وطرق الأداء، التي تثبت هذه الخاصية الأصيلة للإعلام الإسلامي؛ ومثال ذلك أن يكون للإعلام الإسلامي حضور ورأي وموقف في أي قضية تهم الجماعة الوطنية (المجتمع الداخلي)، أو تهم الإنسانية قاطبة.

4 - المرونة والتسامح: تتميز الرسالة الإعلامية الإسلامية أيضاً بخاصية المرونة والتسامح، وهي صفة تعكس في المقام الأول مضمون الشريعة الإسلامية، التي ينطلق الإعلام الإسلامي من مبادئها وقواعدها ويتشوف إلى مقاصدها؛ ومثال ذلك قدرة الرسالة الإعلامية الإسلامية على التعامل مع المستجدات والنوازل، وفق قاعدة المرونة والتسامح، واستخلاص الجوانب المفيدة

أو النافعة منها، وتحييد آثار الجوانب الضارة وغير المفيدة منها، لأن الحكمة تقتضي هذا المنهج. وقد قال المصطفى ﷺ "الحكمة ضالة المؤمن فحيث وجدها فهو أحق بها" لرواه ابن ماجه في سننه].

ولا شك أنه يندرج ضمن الحكمة استغلال كل ما هو مفيد نافع، مما يُداع ويُبث في وسائط الاتصال المعاصرة، والإفادة منها — وفق خاصية المرونة والتسامح — باتجاه تعزيز القيم الإسلامية الخالدة.

5 - حسن إدارة الحوار والقدرة على الإقناع: كما تتصف الرسالة الإعلامية الإسلامية بحسن إدارة الحوار والقدرة على الإقناع، ولا شك أن هذه الخاصية مستمدة هي الأخرى — كغيرها من الخصائص السابقة — من طبيعة المنهج القرآني في المحاجة وإقامة الأدلة على كل فكرة أو رأي أو وجهة نظر.

فالإعلامي المسلم مطالب بأن ينهج هذا النهج، وأن ينطلق دوماً من قول الله تعالى: ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾ [النحل 125].

بل إن الله تعالى أمر موسى — عليه السلام — وشقيقه هارون بأن يخاطبا فرعون — على الرغم من كفره وطغيانه — بخطاب رقيق لين: ﴿ اذْهَبْ إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَى ﴿٤٣﴾ فَقُولْ لَهُ قَوْلًا لَيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى ﴾ [طه 43 / 44].

ومن عجائب هذا المنهج في المحاجة والإقناع وحسن المعاملة، اختيار الألفاظ وعدم الرضا بإطلاق الأوصاف التي لا يرتضيها الآخر، فالقرآن الكريم وصف السيئات بالإجرام بالنسبة للمسلمين، في حين وصفها بأنها عمل بالنسبة للكفار، كما في قوله تعالى: ﴿ قُلْ لَا تُسْأَلُونَ عَمَّا أَجْرَمْنَا وَلَا تُنَكَّرُ عَنْهُمَا تَعْمَلُونَ ﴾ [سبأ 25].

فهذه عينة فحسب من أهم خصائص الرسالة الإعلامية الإسلامية. ولا شك أن الإفاضة فيها بشكل مسهب ومفصل يحتاج إلى تأليف مستقل، وهو ما لا يتسع له هذا البحث الموجز.

القسم الثاني: الإعلام الإسلامي والتحديات المعاصرة:

في هذا القسم من بحثنا نحاول أن نلقي ضوءاً على بعض التحديات المعاصرة التي تواجه رسالة الإعلام الإسلامي في حلبة التدافع الفكري والاجتماعي والحضاري. ولعله من الأهمية بمكان التوقف أولاً أمام مفهوم مصطلح "التحدي".

1 - مفهوم التحدي:

إن المصطلحات بالنسبة للفكر والثقافة هي كالمعاجم بالنسبة للغة والمفردات. لذلك ينبغي أن نحدد المقصود بمصطلح التحدي.

- مفردة التحدي جمعها: التحديات وهي ذلك الوضع الذي يمثل وجوده أو عدم وجوده، تهديداً أو إضعافاً أو تشويهاً جزئياً أو كلياً، دائماً كان أو مؤقتاً، لوجود وضع آخر يراد له الثبات والقوة والاستمرار والتمكين.

ومثال ذلك التحدي الثقافي والإعلامي، فهو يمثل تهديداً وخطراً وإضعافاً وتشويهاً لمنظومة ثقافية أخرى لها نسقتها ومرجعيتها المتفردة المتميزة، ولهذا السبب يصح أن نطلق عليه مصطلح (التحدي الثقافي والإعلامي).

أيضا هنالك تعريف آخر يقول بأن التحديات: هي تطورات أو متغيرات أو مشكلات أو صعوبات، أو عوائق نابعة من البيئة المحلية أو الإقليمية أو العالمية. وهي قد تكون ذات صبغة ثقافية أو إعلامية أو دينية أو اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية أو عسكرية أو صحية أو بيئية. الخ.

وغالبا ما يكون حجم التحديات عاملاً رئيساً في تحديد مدى أخطارها وأضرارها على الوضع الذي تستهدفه أو تتهدده، فقد لوحظ أن بعض التحديات يمثل خطراً حقيقياً، نظراً لشدة تأثيرها، وأن بعضها الآخر يكون افتراضياً أو محدود التأثير. فنوعية المواجهة أو طريقة التصدي تتحدد بناءً على تقويم نوع التحدي ومدى تأثيره أو ضرره⁽⁷⁾.

2 - الإعلام الإسلامي ومعركة التحديات المعاصرة:

لعل من نافلة القول تقرير حقيقة كون الإعلام الإسلامي إعلاماً رسالياً مرتبطاً بالقيم والمبادئ الإسلامية، وموجّهاً وفق التصور الإسلامي العام للقضايا والوقائع والأحداث ومختلف الارتباطات البشرية والإنسانية.

ومن هذا المنطلق فإن النظرية الإعلامية الإسلامية تُعدُّ من أبرز نظريات الإلتزام القيمي/الإيديولوجي في العالم المعاصر، نظراً للقواعد والمنطلقات والركائز التي تقوم عليها، مما أكسبها مصداقيةً متفردةً في الواقع الاجتماعي على المستويين الداخلي والخارجي. إلا أن هذه الميزة - وبالرغم من ذلك كله - لم تستطع تجاوز التحديات والعوائق التي تُقلل من فعالية الإعلام الإسلامي في حركة الواقع المعيش، أو تحول دون تحقيق أهدافه ورسائله العقديّة والثقافية والحضارية وفق الصورة المثلى..

وفي هذا السياق ترى الدكتورة إجلال خليفة أن "التحديات التي تواجه الإعلام الإسلامي حالياً متعدّدة ومتباينة إلا أن أخطر تلك التحديات ما كان منها داخلياً، أي تلك التي تحيط بالإنسان المسلم وتصافح عقله ووجدانه وروحه صباح مساء"⁽⁸⁾.

وربما كان في طبيعة تلك التحديات ما يلي:

أ - التمزق الذي يسود خارطة العالم الإسلامي، والتشاحن والتوتر المشهود بين العديد من أقاليم وأقطار العالم الإسلامي، وتوجيه أو توظيف أجهزة الإعلام المختلفة للسبّ والقذف والذمّ والفرقة، ومحاولة هدم شبكة العلاقات بين أفراد ومجتمعات الأمة الإسلامية، في حين نجد ضعفاً ملحوظاً للنشاط الإعلامي والاتصالي الموجّه ضد أعداء الإسلام والمسلمين.

ب - انصراف أجهزة الإعلام في العديد من الأقطار الإسلامية عن مخاطبة جماهير المسلمين من واقع احتياجاتها الإعلامية، إذ نجد أن نحو ما بين 50 إلى 70٪ من المادة الإعلامية المذاعة أو المنشورة تبعد بعداً واضحاً عن عقائد الجماهير الإسلامية وأشواقها الدينية والحضارية، بل وتهدم في الوقت نفسه ما تبنيه المادة الإعلامية الضئيلة المرتبطة بالقيم الإسلامية وبالواقع الاجتماعي

الإسلامي، والتي لا تتعدى في الغالب نسبة 10 أو 20٪ من مجموع ما يوجه إلى الجماهير من برامج أجهزة الإعلام على اختلاف وسائلها وتنوع مضامينها.

ت- الفصل بين التعاليم الإسلامية ومشكلات الحياة العامة، وتكريس هذه النظرة في البرامج التربوية والكتب المدرسية، الأمر الذي ما فتئ يتسبب في إعطاء نتائج ضحلة ومضطربة على الدوام، وفي جميع المجالات الحياتية: التربوية والثقافية والفكرية والاقتصادية ونحوها.

ج- قلة اهتمام أصحاب رؤوس الأموال في العالم العربي والإسلامي بالمؤسسات الإعلامية، والنأي عن الاستثمار في مجالات الإعلام والاتصال. وكذلك إهمالهم إنشاء معاهد مختصة في علوم الإعلام والاتصال قائمة على أساس عقيدة الإسلام وفكره ومذهبه الحضارية، قصد تخريج اختصاصيين أكفاء في هذا المجال الحساس، الذي بات يشكل المحور الأهم في الحياة المعاصرة.

هذا وتجدر الإشارة إلى أن هناك تحديات أخرى منها ما هو أساس أو مركزي، ومنها ما هو ثانوي. . . إلا أنها جميعاً ساهمت في الكبح من فعالية الإعلام الإسلامي وفي التقليل من تأثير الثقافة الإسلامية المعاصرة. . . ولنحاول أن نعطي مثلاً بالأقليات الإسلامية.

فما حجم العمل الإعلامي الذي قدم لهؤلاء؟ وما حدود دراسة واقع هؤلاء ومتابعة تطلعاتهم وآمالهم الإنسانية والحضارية. أعتقد أن وسائل الإعلام الإسلامي لم تقدم الجهد المطلوب لهؤلاء الإخوة في الدين والعقيدة والحضارة إذا استثنينا الجهود الإعلامية لبعض المؤسسات العريقة: كرابطة العالم الإسلامي، ومنظمة التعاون الإسلامي. والهيئة الخيرية الإسلامية العالمية على سبيل المثال.

ولعلّ التقصير الملحوظ في هذا المجال يعود إلى نقص تكوين وتأطير الكفاءات العلمية والإعلامية التي تمتلك المنهجية والقدرة على تحديد الأدواء والعلل والثغرات، كما تمتلك مهارات التخطيط ومغالبة العوائق والتحديات في الواقع الإسلامي المعاصر.

بيد أن هذا النوع الإعلامي المعريف لا يغني عن الإعلام الجماهيري الذي يخاطب جميع المستويات الاجتماعية. يخاطب فيها أشواقها وآمالها وتطلعاتها؛ ويلبي احتياجاتها المتنوعة على جميع الأصعدة.

إن هذا الأمر على درجة قصوى من الأهمية، فهو يتطلب إعداد العمل الإعلامي/الدعوي الإسلامي المنظم المتبصر الكفيل بتتوير المجتمع الإسلامي المتفهم لدوره ورسالته وأهدافه. ونحن نرى أن الوصول إلى هذه الغاية مرتبط ببدوره بجملة من المنطلقات التي ينبغي استكمالها وفق منهجية محكمة، أهمها ما يلي:

1- ضرورة انطلاق العمل الإعلامي الملتزم بمرجعية الإسلام العقدية والحضارية من القيم والمفاهيم الإسلامية، فكما أنه يجب على التربية بمناهجها وخطوطها وبرامجها المتنوعة أن تصوغ القيم والمفاهيم التربوية والإعلامية، وتضعها في إطارها الصحيح. فإن تربية النشء تربية إسلامية تفرس فيه القيم الإسلامية الصحيحة وتتميّ فيه نوازع ودوافع الخير، وتؤكد الضمير الإسلامي وتدعمه. إنما يعدّ من أجدديات الإعلام الإسلامي الداعي إلى تكوين الإنسان المسلم الرسالي المتكامل المتوازن في نمط تربيته ومعمارته الفكري وآفاق طموحاته.

2- إعادة تنظير المبادئ والأسس والمفاهيم الإعلامية من منطلقات وأسس إيمانية صافية نقيّة، وتطويعها للتطبيق العلمي بإرادة قوية وطموح غير محدود.

3- الاستيعاب الأمثل والأبصر لتقنيات وسائل الإعلام المعاصرة علماً وممارسةً، ولا ينبغي أن يقف الاستيعاب الجيد عند هذا الحد، بل ينبغي أن يتعداه إلى فنون الإعلام ومهاراته وعلومه المختلفة.

4- صيغ المضمون والمحتوى الإعلامي بالصيغة الإسلامية. والتقليل من أساليب الوعظ المباشر، مع حسن استخدام وتوظيف الفنون الإعلامية الحديثة لاجتذاب المتلقّي، مشاهداً أو مستمعاً أو قارئاً أو متفاعلاً بأسلوبه الخاص.

5- التركيز على فنون وأساليب نشر وتعليم اللغة العربية وأدائها لإيجاد حس لغوي وأدبي رفيع لدى المشاهد والمستمع والقارئ.

6- الاهتمام الجاد والمدرّس، بالجانب الترفيهي "الترويحي" الهادف من خلال برامج ومُشاهد وصفحات يُعنى بإعدادها متخصصون، وذلك لإيجاد البديل الموضوعي الملتزم بقيم الإسلام وآفاقه اللامحدودة.

7- العناية بالبرامج والمشاهد الموجهة للطفل والأسرة والمهنيين وأصحاب الحرف والمهارات المختلفة.

8 - مواكبة المستجدات في كل المجالات، وتقديم الرؤية الإسلامية الصحيحة، من باب عدم ترك الناس في حيرة أو انبهار أمام بعض ما يستجد من وسائل أو مفاهيم أو سلوكيات في الحياة المعاصرة⁽⁹⁾.

هذا ولا نجد ضرورة فيما نعتقد، في هذا الحيز المحدود لإثبات كل منطلقات العمل الإعلامي الإسلامي، ولذلك فإن هذه الإطلالة كافية لتكوين فكرة مجمّلة أو تصور عام للإطار الواجب توفره لتلك المنطلقات العامة.

3 - الإعلام الإسلامي وفعاليته في مجال التدافع الحضاري:

تتوقف فعالية الإعلام في المجالات الدولية على نجاحه في الإطار المحلي، إذ كلما كان نسيج العمل الإعلامي في الداخل مُحكماً، وقائماً على أسس علمية واضحة كلما كان لهذا الإعلام دورٌ ومكانةٌ وصوتٌ في مجالات ومحافل التدافع والصراع الدولي.

والإعلام الإسلامي مطالبٌ ومدعوٌ إلى تحصين القلاع الداخلية بترسيخ قيم الثقافة الإسلامية، وتمكين الرؤية الإسلامية، والتصور الإسلامي للإنسان والكون والحياة. . . كي يخصص حيزاً من مجالات أنشطته الثقافية والحضارية والإنسانية لملء الفراغ الإعلامي الإسلامي على المستوى الدولي.

ولعل ظهور عدة هيئات ومؤسسات إسلامية بعضها رسمي وبعضها الآخر أهلي، تتكفل في بعض جوانب أنشطتها بالعمل في الإطار الدولي - وبالرغم من أهميتها وأهمية الأدوار التي تقوم بها وحساسية الرسالة التي تضطلع بها - فإن تلك الأنشطة لم تقض إلى التعرف العادل إلى أهم القضايا ذات الصبغة الدولية أو الحضور العالمي، من وجهة نظر إسلامية. . كالقضية الفلسطينية مثلاً أو

قضية الأقليات، أو قضية التمييز العنصري أو إشكالية الإسلاموفوبيا في المجتمعات الغربية.. إلخ... وعليه فإن الفعالية الدولية للإعلام الإسلامي أضحّت تتطلب رسم سياسة إعلامية وثقافية منضبطة ومرتكزة على دعائم موضوعية وإستراتيجية محدّدة القسّمات.

ويمكن لهذه النقاط أن تساهم في إعطاء لمحة أولية⁽¹⁰⁾ عن تلك السياسة الإعلامية الواجب التعجيل بها خلال هذه المرحلة:

1- التعريف بالقيم والمبادئ الأساسية التي يقوم عليها الإسلام، وتقديم النماذج الإسلامية في الحياة الإنسانية، ووجوه العطاء الحضاري الإسلامي، وما يميّزه بشكل واضح في إطار المساهمة الفعّالة في مسيرة الحضارة الإنسانية على ضوء الإسلام وبهدي من تعاليمه السمحة.

2- دراسة واقفنا الإسلامي بصورة موضوعية، وتحليل مجمل العوامل التي أدّت بالمجتمعات الإسلامية إلى القعود والتواكل والضعف والتخلف، وتحديد منطلقات الدفع والإيناع والإقلاع السليمة، لتصحيح مسار الأمة الإسلامية إلى الأصالة والتجديد والقوة والعطاء.

3- التعمّق في دراسة طبيعة التحديات الحضارية المعاصرة للإسلام، وللأمة الإسلامية عامة، والتصدي - وفق أسس علمية منهجية واعية وتبصّر منير - للحملات الإعلامية المعادية والمتحيّزة ضد الإسلام وحضارته وأمته.

كما أن هذه السياسة الإعلامية يجب أن تكون على وعي تام بحقيقة وطبيعة النسيج العقدي والسياسي والفكري والإيديولوجي الذي تصطبغ به الصّراعات الدولية، والخلافات البشرية، كما أنه من الضروري لهذه السياسة الإعلامية أن تكون على إدراك كامل بأن الإعلام الإسلامي يواجه على الساحة الدولية المحاور الكبرى العالمية التالية:

1/ الإعلام الامبريالي الاستعماري والصهيوني، وهو العدو التقليدي للإعلام الإسلامي، وهو الأشدّ تأثيراً ونفوذاً بحكم عدة عوامل أكثرها معروف معلوم لدى المحلل والمتابع والباحث.

2/ الإعلام اليساري اللاديني بسبب الخلاف العقدي الحاسم.

3/ الإعلام الوثني، أو المختل عقائدياً مثل البوذي والهندوسي والكونفشيوسي. . وغير ذلك.

4/ إعلام حركات التحريف والتشويه والتزييف والغلو والتقطع، وبثّ الفرقة والتشتت داخل نطاق العالم الإسلامي عامة، والساحة الثقافية الإسلامية خاصة.

4 - نحو استراتيجية مُحكّمة لدفع التحديات:

ربما احتاجت عملية وضع استراتيجية واضحة المعالم للإعلام الإسلامي إلى تنظيم صارم وجادٍّ لسلم الأولويات ومنطق الضرورات، وذلك لما تتطوي عليه هذه العملية الحيوية من أهمية وأيضاً لخطورة النتائج والآثار المترتبة عليها على حاضر ومستقبل العالم الإسلامي، لا سيما إذا وضعنا في الحسبان أن الإعلام الإسلامي ما يزال - وفق هذه الرؤية - يتلمس طريقه بسبب اضطرابات داخلية في أجهزة الثقافة الإسلامية من ناحية، وغياب سياسة إعلامية إسلامية على مستوى الصراع الفكري العالمي ومدافعة التحديات من ناحية أخرى. يقول الشيخ محمد الغزالي رحمه الله: "إن الإعلام الإسلامي في محنة هائلة، لأنه لم يضع بعد خطةً ومناهجاً للتربية والأخلاق والسلوكيات والاجتماعيات. إن واجب القائمين على الإعلام الإسلامي اليوم أن يلتفتوا إلى هذا المعنى، وأن يحيوا هذه الأمة التي أصبحت رميمًا ينتشر فيها الخدر، فلا بدّ من التخطيط أملاً في إعادة العقل والرشد إليها"⁽¹¹⁾.

إن العصر عصر تخطيط وروية وتديير. . . عصر لا مكان فيه للعشوائية والاضطراب والتلفيق. فهل يُعقلُ أو يصحُّ أن تُحكّم أبسط الأعمال في عالم اليوم بخطط ومناهج وبرامج ويبقى العمل الإعلامي الإسلامي بعيداً عن منطق العصر، غير محكوم بحدود إستراتيجية مُحكّمة، تنظّم أولويات الدعوة والإعلام الإسلاميين وتقوم بفرز عناصر بناء وتحصين الجبهة الداخلية، وإلقاء الضوء على المقومات الرئيسية التي تتطلبها الجبهة الخارجية، باعتبار أن الإعلام الإسلامي إعلام رسالي عالمي، مرتبط بأمر التكليف المتمثل في تبليغ مضامين ومقاصد الرسالة الإسلامية للعالمين.

لا يخفى على النخبة الإسلامية المثقفة المستتيرة أن ما يشغل بال القائمين بأمر الإعلام الإسلامي المعاصر وشؤونه هو إمكانية رسم هذه الإستراتيجية وكيفية تضمينها مراحل ومراتب العمل الإعلامي الإسلامي في الحاضر والمستقبل وعلى المستويين المحلي والعالمي.

ويعتبر (ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي)⁽¹²⁾ المنبثق عن المؤتمر العالمي الأول للإعلام الإسلامي المنعقد بجاكرتا في اندونيسيا في شهر شوال سنة 1400 هجري الموافق لشهر سبتمبر 1980 م، نواة مهمة لوضع استراتيجية على المدى البعيد لقضايا وشؤون الإعلام الإسلامي.. فقد ألزم الميثاق الإعلاميين المسلمين بضرورة العمل على إيجاد وتدعيم الشخصية الإسلامية المتكاملة، والتثبت فيما يُذاع وينشر ويُعرض حمايةً للأمة الإسلامية من التأثيرات الضارة بشخصيتها الإسلامية وبقِيمها ومقدساتها، وبالإمتناع عن إذاعة ونشر كل ما يمس الآداب العامة، أو يوحي بالإنحلال الخلقي، أو يرغب في الجريمة والعنف والانتحار، أو يبعث الرعب، أو يثير الغرائز سواء بطريق مباشر أو غير مباشر.

كما ألزم الميثاق الإعلاميين الإسلاميين بواجب مجاهدة الإستعمار والإلحاد في كل أشكاله والعدوان في شتى صوره والحركات الفاشية والعنصرية، ومجاهدة الصهيونية واستعمارها الإستيطاني وأشكال القمع والإبادة والقهر والتهجير والإبعاد القسري التي يمارسها العدو الصهيوني ضد الشعب الفلسطيني، وباليقظة الكاملة لمواجهة الأفكار والتيارات المعادية للإسلام فكراً وحضارةً وتاريخاً.

وقال الميثاق في بند التحديات التي تواجه الإسلام:

يواجه التشريع الإسلامي تحديات ادّعاء بعض النقاد الغربيين من أنه لا يصلح للعصر الحديث، وأنه يتعارض مع تطور المدنية، والحقيقة أن القوانين الوضعية المنقولة عن الغرب بعد مرور مئة سنة على تطبيقها في بعض البلاد العربية والإسلامية، قد ثبت فشلها في تحقيق الأمن والسعادة في المجتمعات الإسلامية، كما أن بعض علماء الغرب أكدوا عظمة التشريع الإسلامي وصلاحيته لكل زمان ومكان.

وفي بند موقف الإسلام من الحضارة الغربية قال الميثاق:

إن للإسلام ذاتيته الخاصة وطابعه المميز، فهو يفرق في مجال الاقتباس من الحضارات بين أسلوب العيش والعلوم التجريبية، فللإسلام أسلوبه الأخلاقي الخاص، وفي الوقت نفسه يتقبل كل منجزات العلوم العصرية والتكنولوجيا ويطبّقها في إطار المفهوم الإسلامي الأصيل. كذلك فإن للإسلام موقفه الذي يفتح أبواب البحث العلمي، وقد وضع المسلمون أصول المنهج التجريبي الذي قامت عليه الحضارة الحديثة، وكانوا معلّمي الغرب إلى عهد قريب. أما بالنسبة للآداب والفنون الجميلة فالإسلام لا يعارضها ولكنه يضعها في إطار مفهوم التوحيد الذي يمثل جوهر العقيدة الإسلامية⁽¹³⁾.

هذا وقد ذهب الميثاق يرسم حدود الإطار العام لإمكانية وضع استراتيجية شاملة للحقول المختلفة للنشاط الإعلامي الإسلامي. غير أن (ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي) لم يتمكن - على المستوى الإجرائي - من مهارة تقديم تفصيلات علمية يمكن أن تكون مفردات جاهزة لبرامج إعلامية عملية في المجال الثقافي والسياسي والاقتصادي والتموي والتربوي والاجتماعي. إلخ. إلا أنه من ناحية أخرى عكس معاناة القائمين بقضايا وشؤون الإعلام الإسلامي إزاء ضرورة رسم سياسة إعلامية وثقافية إسلامية واضحة المعالم تُعنى بدراسة وتنمية أوضاع وقضايا المجتمعات الإسلامية، وتتكفل ببناء جبهة ذاتية قوية تكون مهمتها الدفاع عن المقومات الحضارية للأمة الإسلامية، والقيام بتبليغ واجب الدعوة إلى الإسلام الحنيف، والتعريف بالثقافة الإسلامية وبمنجزاتها التاريخية والحضارية، وبإبداعات العقل المسلم في المجالات العقلية والثقافية والمعرفية والعلمية.

إن الهيئات والمؤسسات الثقافية والدوائر الفكرية التي تتنادى اليوم وتُلح على تأسيس المذهبية الحضارية للثقافة والإعلام الإسلامي تدرك بشكل منهجي واع طبيعة وحقيقة الصراع الحضاري الذي يشهده عالم اليوم بين الإيديولوجيات والاتجاهات والأفكار والمنازع والمذاهب والعقائد وكذلك صبغة وطبيعة التحديات القائمة في واقعنا المعاصر.

يبقى فقط أن نشير إلى أن أمراً كهذا جديرٌ بأن تُحشد له طاقة الأمة وإمكاناتها المادية والمعنوية على السواء، وأن تشترك في إنجازها جميع الفعاليات الفكرية والعلمية وغيرها في الأمة، نظراً للطابع المصيري الذي يكتسيه، والنفخ الوفير الذي سينعكس — حال تجسيده — واستحالتة إلى واقع مائل ملموس — على حاضر ومستقبل هذه الأمة، وأملنا أن تواصل الدوائر الإعلامية والمؤسسات الفكرية والدعوية مساعيها وحرصها على شق السبل والطرق الكفيلة باجتياز الأمة المسلمة لواقعها المثقل بالكثير من المشكلات والعقاييل والأوهاق، والمرور بأمن وسلام لآفاق جديدة من النهوض والتقدم والانتعاش من إيسار تبعية الآخر وانحيازه ولا عدالته، وتحقيق الإقلاع الحضاري المرتقب المأمول الذي ستسعد به الأمة المسلمة كما تسعد به الإنسانية قاطبة من منطلق عالمية قيم الإسلام وإنسانية تعاليمه وربانية توجهها وصبغتها وتوجيهاتها ومقاصدها.

5 - توصيات ومقترحات:

لعل من المناسب أن نختم هذا البحث بجملة من التوصيات والمقترحات. وهي على النحو التالي:

1 - من الأهمية بمكان أن تستوعب الدوائر والمؤسسات الإعلامية والإتصالية في العالم الإسلامي، طبيعة وحقيقة التحديات التي تعترض رسالة الإعلام الإسلامي، على المستويين المحلي والعالمي، لأن الاستيعاب الصحيح سبيل لوضع العلاج الصحيح.

2 - إنشاء مراكز وورش ومعاهد إعلامية واتصالية تهتم بالجانب التقني والتطبيقي من مناشطه، بهدف مساندة حركية التطورات السريعة في ميدان معدّات وتقنيات الإعلام والاتصال ووسائل التواصل والتبليغ والترويج.

3 - لا شك أن المسلمين - في الوقت الراهن - يعيشون في ظل معادلة إعلامية غير متكافئة من جميع الجوانب، فمجتمعات المسلمين تتعرض لتدفق إعلامي ومضموني مفروض، يدخل البيوت دون استئذان، ويخترق السدود والحدود دون مشاورة أو صفقة أو مناورة. الأمر الذي يجعل من الواجب أن تتضافر الجهود

الرسمية والأهلية في أقطار العالم الإسلامي من أجل تحسين القيم وصون الهوية والذات المسلمة من مؤثرات مضامين مواد الإعلام الغربي وخدوشها المؤكدة في الروح والفكر والعقل والوجدان.

4 - ضرورة بناء نظام إعلامي إسلامي مؤسس على ركائز وقواعد راسخة كالصدق والشفافية والوسطية والتوازن وإظهار الحقيقة، على أن يعتمد هذا النظام على مؤسسات إعلامية تتجسد فيها جميع مواصفات ومعايير الكفاءة والفعالية والنجاح وفق الرؤية الإسلامية المتوازنة الأصيلة.

5 - من المهم أن يحدث في أقطار العالم الإسلامي تغيير نوعي في السياسات الإعلامية يفضي إلى اكتساب قدرات ذاتية ومهارات نوعية ذات فريدة وتميز، من شأنها أن تسهم في رسم استراتيجية إعلامية خاصة بشؤون العالم الإسلامي، متماهية مع قيمه الحضارية، خادمة لمصالح شعوبه ولستقبل أجيال الأمة.

6 - التصميم على ضرورة أن يكون للعالم الإسلامي أقمار صناعية خاصة به، إذ ليس مستحيلاً، في ظلّ التدافع الفكري والقيمي والإيديولوجي الذي تشهده الحياة المعاصرة، واستقطاب العقيدة الإسلامية لمواطني الحضارة الغربية، بما في ذلك الصفوة المؤثرة، أن يأتي يوم تُمنع فيه من البث، القنوات التي لا تلتزم بالشروط والآليات التي يضعها المتحكمون في تقنيات وتكنولوجيات الفضاء الخارجي؛ لذلك من الأهمية القصوى أن تعمل أقطار العالم الإسلامي في سبيل أن تمتلك العديد من المدارات والأقمار الصناعية التي تضمن حقوق الإنسان المسلم والمجتمعات المسلمة في محتويات إعلامية تتماهى وتعاليم الإسلام وقيمه وأخلاقياته ومقاصده.

7 - ضرورة أن يتأسس مركز إعلامي موحد للعالم الإسلامي وأقطاره وأقاليمه، يكون متخصصاً في مجال التخطيط والرصد والمتابعة ومواجهة التحديات، كي لا تبقى شؤون العالم الإسلامي، يتم تناولها ومعالجتها بطريقة انطباقية أو ذاتية، فهذا المركز من شأنه — إذا كتب له التحقق في الواقع — أن يضطلع بالتخطيط العلمي لرسالة الإعلام الإسلامي في الواقع المعاصر، وفق معايير وقواعد لا يحتوشها الشك، من حيث نجاعتها وموضوعيتها وفعاليتها.

الإحالات:

- (1) سامي ذبيان، الصحافة اليومية والإعلام - مدخل نظري وعملي - دار المسيرة، بيروت، ط1، 1987 م، ص 13.
- (2) إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو، القاهرة، ط1، 1969 م، ص 16.
- (3) عمارة نجيب، الإعلام في ضوء الإسلام، دار المعارف، الرياض، ط1، 1400 هـ، 1980 م، ص 16.
- (4) محمود محمد سفر، الإعلام موقف، جدة، دار تهامة للنشر، ط1، 1982 م، ص 23.
- (5) نبيل عارف الجردي، مقدمة في علم الاتصال، مكتبة الامارات للنشر، ط1، 1985 م، ص 21.
- (6) سامي ذبيان، الصحافة اليومية والإعلام (مرجع سابق)، ص 53.
- (7) زكريا داود، الأمة الإسلامية والتحديات المعاصرة، مقال منشور على موقع: www.alwihdah.com / تاريخ 26 أبريل 2010 م.
- (8) إجلال خليفة " التحديات التي تواجه الإعلام الإسلامي " مجلة منار الإسلام، العدد 5، السنة الثامنة، مارس 1983 م.
- (9) محمود محمد سفر، الإعلام موقف (مرجع سابق)، ص 47.
- (10) محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط1، الجزائر، 1986، ص 338.
- (11) مجلة الرسالة الجزائرية، العدد 6، شوال 1407 هـ / يناير 1987 م.
- (12) محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام (مرجع سابق) ص 353.
- (13) تجدر الإشارة إلى أن ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي انبثق عن المؤتمر الأول للإعلام الإسلامي بجاكرتا، الذي نظّمته رابطة العالم الإسلامي بالتعاون مع دولة أندونيسيا شهر سبتمبر 1980 م، وقد تمّ إحياءه من جديد بعد ثلاثة عقود من الزمان، حيث انعقد المؤتمر الثاني في جاكرتا شهر ديسمبر 2011 م، كما انعقد المؤتمر الثالث في جاكرتا شهر ديسمبر 2013 م. ورابطة العالم الإسلامي عاقدة العزم على الاستمرار في تنظيم دورات مؤتمر الإعلام الإسلامي العالمي مرة كل سنتين في جاكرتا.