

**أسس استراتيجية إسلامية  
لعمل إعلامي مشترك وأساليب تفعيلها  
[في ظل الضوابط الشرعية]**

**إعداد:**

**د. حسن غزالة**

**أستاذ مشارك في الأسلوبية والترجمة  
جامعة أم القرى - كلية العلوم الاجتماعية  
قسم اللغة الإنجليزية - مكة المكرمة**

صفحة أبيض

بسم الله الرحمن الرحيم

## ملخص البحث

في خضم هذا العالم المضطرب والمتسارع بالأحداث والتغييرات والمفاجآت، والمتزامن مع اضطراب في أحوال الأمة الإسلامية، تبرز أهمية توحيد هذه الأمة على مختلف الصعد لتتفرض من اضطراب أحوالها وتراجعها غير المعهود بين أمم الأرض في زماننا. وبما أن الأمة هي على ما هي عليه من تمزق وتشتت، فإن حديثنا عن عمل مشترك في أحد المجالات التي تهتم الأمة بأكملها أقرب للواقع والتطبيق

على رأس هذه المجالات التي تطرح تحدياً كبيراً للأمة الإسلامية مجال الإعلام. ولا يخفى على أحد أهمية دور الإعلام بشتى أشكاله ووسائله. فمن بين ما يحكم الأمم هذه الأيام سلطة الإعلام القوية التي تحتاج الأمة إلى توظيفها على نحو أفضل بحيث تخدم قضاياها المصيرية.

من هنا يأتي طرح هذا الموضوع الحساس، موضوع بحث أساليب تفعيل أسس استراتيجية إسلامية لعمل إعلامي مشترك. تتلخص هذه الأسس بالمنطلق، والطرح، والهدف. يقصد بالمنطلق القوة المحركة للإعلام الإسلامي، ألا وهي الإسلام والغيرة عليه. يتم تفعيل المنطلق من خلال أساليب شتى تم التطرق إليها في البحث. أما الطرح فيعني هنا كلاً من الموضوع المطروح في المادة الإعلامية، وأسلوب طرحه، مع التركيز على عدد ضخم من أساليب تفعيل مختلف الطروحات لتصب في بوتقة الإسلام. أما الأساس الثالث، الهدف، فيراد به الغاية القصوى من وراء الإعلام الإسلامي، وهي خدمة الإسلام والمسلمين والدفاع عنه وعنهم والارتقاء بهم إلى مستوى التحديات المطروحة على الساحتين الإسلامية والعالمية. ويتحقق الهدف من خلال أساليب عديدة أتى البحث عليها بالتفصيل. يُختم البحث باقتراح

معايير استراتيجية إعلامية إسلامية مشتركة من المؤمل تأخذ طريقها  
للتطبيق عما قريب.  
والله تعالى من وراء القصد

## **Bases and Techniques of an Islamic strategy for a Reciprocal Information Project**

### **ABSTRACT**

Amid the turmoil of the rapid changes that overwhelm today's world, and under the deteriorating conditions of the Muslim Nation before which serious challenges are posed, a unified effort of some kind among Muslims is urgently needed. Hence this paper on a unified strategy of bases and techniques for Islamic information. Three main bases are suggested for this strategy: (1)Springboard(i.e. (jealousy for)Islam); (2)Presentation and Subject Matter(both Islamicized); and (3)Ultimate Objective(viz. serving Islam and achieving welfare for Muslim societies). Each basis has its own techniques and styles of motivation, realization and elaboration on the ground. All are discussed in detail and plainly throughout. The paper is concluded by putting forward some criteria for a desperate change in the conditions, approach to, and handling of a reciprocal Islamic information project.

## • مقدمة:

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه أجمعين ومن تبعه بإحسان إلى يوم الدين. في خضم هذا العالم المضطرب والمتسارع بالأحداث والتغييرات والمفاجآت، والمتزامن مع اضطراب في أحوال الأمة الإسلامية، تبرز أهمية توحيد هذه الأمة على مختلف الصعد لتتفرض من اضطراب أحوالها وتراجعها غير المعهود بين أمم الأرض في زماننا. وبما أن الأمة هي على ما هي عليه من تمزق وتشتت، بحيث لا يمكننا التطرق لوحدة عامة شاملة بين بلدانها وشعوبها، فإن حديثنا عن توحيد أو عمل مشترك في أحد المجالات التي تهتم الأمة كلها وتعنيها، أقرب للواقع والتطبيق متى سنحت الفرصة. ولعلها تسنح عما قريب بإذن الله تعالى.

على رأس هذه المجالات التي تطرح تحدياً كبيراً للأمة الإسلامية مجال الإعلام. ولا يخفى على أحد أهمية دور الإعلام بشتى أشكاله، المقروء والمسموع والمرئي. ولو سمي عصرنا الحاضر بعصر الإعلام والثورة الإعلامية لما اعتبرنا ذلك مبالغة على الإطلاق. فمن بين ما يحكم الأمم هذه الأيام سلطة الإعلام القوية التي لو قُدر لها أن تُستثمر حق الاستثمار لكان للأمة شأن آخر وأي شأن.

من هنا يأتي طرح هذا الموضوع الحساس، موضوع بحث أساليب تفعيل أسس استراتيجية إسلامية لعمل إعلامي مشترك لأمتنا أمة محمد صلى الله عليه وسلم. معنى هذا أن هناك حاجة إلى استراتيجية إسلامية مشتركة تتضافر فيها الجهود للخروج بعمل إعلامي إسلامي موحد على صعيد الأمة الإسلامية جمعاء. وهناك أسس لهذه الاستراتيجية، لكنها في حاجة إلى تفعيل بحيث ترتقي إلى مستوى التحدي الإعلامي الكبير الذي يواجه الأمة. ولعل أهم وسائل تفعيلها تتم من خلال أساليب وآليات تصل بها إلى ما نطمح إليه من وراء إعلام إسلامي مشترك.

## •• الأسس والأساليب :

هناك ثلاثة أسس رئيسية عامة لأي استراتيجية إعلامية إسلامية  
مشتركة، وهي:

١- المنطلق

٢- الطرح

٣- الهدف.

تتناول الصفحات التالية كل أساس على حدة مع تفصيل في أساليب  
تفعيله.

### ١- المنطلق وأساليب تفعيله:

في إعلام إسلامي مشترك لا بد أن نحدد المنطلق، أو الأساس. وهو  
الموجه والمحرك والمحرض والوازع الذي يعتبر في الوقت نفسه القوة المحركة  
والركيزة التي يقوم عليها أي عمل إعلامي إسلامي مشترك. هذا المنطلق هو  
بالطبع الإسلام وغيرتنا عليه كدين حنيف يوجه تفكيرنا وحياتنا ويحكمها  
في شتى نواحيها.

إن منطلقنا هذا كفيل بضبط عملنا الإعلامي وتقويم اعوجاجه وتوحيد  
الكلمة بين المسلمين، على عكس منطلقات أخرى مذهبية وطائفية وقومية  
وقطرية وغربية وشرقية أثبتت كلها فشلها في جمع كلمة الأمة. إذاً لضمان  
عمل إسلامي مشترك في الإعلام، لا بد من الاجتماع على منطلق واحد  
يحفزنا ويلم شملنا جميعاً من حوله.

تكمن أهمية المنطلق المشترك في إعلام إسلامي في تقويم المادة  
الإعلامية، مقروءةً كانت أم مسموعة أم مرئية، من حيث موضوعها ودرجة  
أهميتها على سلم الأولويات، وانتقاؤها من بين مواد إعلامية أخرى كثيرة،  
للتركز عليها وإبرازها ومعالجتها في المحور الرئيسي الثاني، الطرح. كما  
يحدد المنطلق الإسلامي الواحد الأسلوب الأفضل لمعالجتها والهدف الأسمى

من وراء ذلك كله .

بعبارة أخرى، المنطلق المشترك ركيزة جوهرية للأساسين الآخرين، الطرح، والهدف، لأن اختلاف المنطلق سيفضي بالضرورة إلى اختلاف في الطرح والهدف. بيد أن الاجتماع على منطلق مشترك لا يمنع من الاختلاف في أساليب التعبير عنه في وسائل الإعلام المختلفة، والذي يمكن نعتة بالاختلاف الإيجابي. ويعتبر من أهم مصادر تفعيله وإثرائه وتنوعه. من هذه الأساليب:

- ١ - اختلاف مصدر المادة الإعلامية.
- ٢ - اختلاف الوسيلة الإعلامية الأنسب للتعبير عن المادة الإعلامية.
- ٣ - اختلاف أسلوب اللغة المعبرة عن المادة الإعلامية.
- ٤ - اختلاف الموقف/الرأي من المادة الإعلامية.
- ٥ - اختلاف الحدث المناسب لطرح المادة الإعلامية.
- ٦ - اختلاف الظرف المناسب لطرح المادة الإعلامية.
- ٧ - اختلاف الوقت المناسب لطرح المادة الإعلامية.
- ٨ - اختلاف الأسباب الشخصية لاختيار المادة الإعلامية.
- ٩ - اختلاف الجهة المختارة للمادة الإعلامية.
- ١٠ - اختلاف الجهة الموجهة إليها المادة الإعلامية.

## ٢- الطرح وأساليب تفعيله:

يقصد بالطرح موضوع المادة الإعلامية وأساليب طرحه في وسائل الإعلام، تغطي الموضوعات المطروحة في المواد الإعلامية رقعة واسعة تكاد تشمل مختلف المجالات والنواحي والطروحات والأحداث والحوادث وحقول العلم والمعرفة بما فيها السياسة والثقافة والاقتصاد والدين والمجتمع والفنون والآداب ومناحي الحياة المختلفة واهتمامات الناس على اختلاف مشاربهم

وانتماءاتهم وأهوائهم ومتعهم وهمومهم وميولهم وأعمارهم وأعرافهم.

إذاً لا تنحصر الموضوعات المطروحة في الإعلام الإسلامي بما يختص بالدين الإسلامي والحلال والحرام والثقافة الإسلامية والدعوة والفقهاء والعقيدة، وما يخص الشريعة الإسلامية بشكل عام والمجتمع الإسلامي وأفراده من حيث تطبيقهم للشرع الإسلامي والتزامهم به قولاً وفعلاً. نعم هذه موضوعات رئيسية لا غنى عنها، لكن بالطبع لا يقتصر أي إعلام إسلامي أو وسيلة أو قناة إعلامية إسلامية على هذه الطروحات الدينية/الإسلامية البحتة فحسب. بل لا بد من توسيع الرقعة لتشمل أي موضوع ذي بال، حتى ولو كان منافياً للشرع الإسلامي أو إحدائياً أو شريكياً فالعبرة ليست في الموضوع بقدر ما هي في معالجته، وأسلوب طرحه والتعامل معه. هذا الأسلوب يفضي في نهاية المطاف إلى «أسلمة» الموضوع أو القضية المطروحة في المادة الإعلامية - إذا جاز التعبير - أي وضعها في ميزان الشرع الإسلامي من حيث تقبلها أو عدم تقبلها، أو جوازها أو عدم جوازها أو تحريمها أو تحليلها، أو على أقل تقدير تحييدها حين لا يكون الموضوع مستدعياً لميزان شرعي دقيق. كل هذا يتم من خلال أحد أسلوبين رئيسيين:

١- أسلوب غير مباشر (وهو الغالب)، ويعتمد على استخدام لغة تمتاز بالعمومية والتعميم والرمز والتلميح والغمز واللمز، والتلطيف والتخفيف والتلطيش، وما شابه (راجع قائمة أساليب الطرح بعد قليل).

٢- أسلوب مباشر (وهو الأندر) حين يقتضي الأمر رداً حازماً مباشراً لا مواربة فيه. ولهذا الأسلوب صيغ مختلفة تبينها القائمة المذكورة.

إن الثراء الحقيقي للطرح يكمن في تعدد أساليبه المفعلة له التي تنتقى حسب معايير تمليها طبيعة المادة الإعلامية والطرح، ووسيلة الإعلام المختارة، واللغة، والهدف من وراء المادة، ومقاصد الإعلامي، وزمان المادة الإعلامية ومكانها، ومقدار حرية الرأي الذي يتمتع به الإعلامي، والثقافة



الإعلامية والدينية والعامّة للإعلامي، وسياسة القائمين على الوسيلة الإعلامية، ومقدار الرقابة وغيرها من المعايير التي تم التفصيل فيها في آخر البحث.

كثيرة هي أساليب الطرح - المباشرة وغير المباشرة - نذكر فيما يلي أهمها(علماً أنها ليست مرتبة حسب الأفضلية. كما ترك تصنيفها لحنكة الإعلامي):

- ١ - الأسلوب الانفتاحي/البراغماتي.
- ٢ - الأسلوب التقريري.
- ٣ - الأسلوب المدحي.
- ٤ - الأسلوب القدحي/أسلوب التقريع أو التقزيع.
- ٥ - أسلوب المبالغة/التهويل.
- ٦ - أسلوب الإسهاب.
- ٧ - أسلوب الاقتضاب.
- ٨ - أسلوب العتاب.
- ٩ - أسلوب التوبيخ.
- ١٠ - أسلوب التلميح.
- ١١ - أسلوب الغمز واللمز(التلطيش).
- ١٢ - الأسلوب الصريح/أسلوب المصارحة.
- ١٣ - أسلوب التهذئة.
- ١٤ - أسلوب: ﴿ادْفَعْ بِأَتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ الكلم الطيب.
- ١٥ - أسلوب اللين والرحمة.
- ١٦ - أسلوب الشفقة.
- ١٧ - أسلوب التهكم والسخرية.

- ١٨- أسلوب الاستهزاء/الاستخفاف.
- ١٩- أسلوب التفخيم والتضخيم.
- ٢٠- أسلوب التوفيق/الحل الأوسط.
- ٢١- أسلوب التخفيف.
- ٢٢- أسلوب الحدة.
- ٢٣- أسلوب الشدة.
- ٢٤- أسلوب التورية/المراوغة/المواربة.
- ٢٥- أسلوب رد الصاع صاعين.
- ٢٦- أسلوب «واحدة بواحدة والبادئ أظلم»/أسلوب المعاملة بالمثل.
- ٢٧- أسلوب التخويف والإرهاب الفكري والمادي.
- ٢٨- أسلوب التهديد المبطن.
- ٢٩- أسلوب التهديد العلني.
- ٣٠- أسلوب الترغيب والترهيب.
- ٣١- أسلوب العصا من دون جزرة.
- ٣٢- أسلوب العصا والجزرة.
- ٣٣- الأسلوب الانهزامي.
- ٣٤- الأسلوب الاستسلامي.
- ٣٥- أسلوب الرضوخ للأمر الواقع.
- ٣٦- أسلوب «ليس بالإمكان أفضل مما كان».
- ٣٧- أسلوب إظهار العجز.
- ٣٨- أسلوب السطحية/المجاملات الدبلوماسية.
- ٣٩- أسلوب رد الجميل والعرفان.

- ٤٠- أسلوب رد الاعتبار.
- ٤١- أسلوب الانتقام.
- ٤٢- أسلوب الرفض القطعي.
- ٤٣- أسلوب الرفض الضمني.
- ٤٤- الأسلوب التعميمي.
- ٤٥- الأسلوب التعتيمي.
- ٤٦- الأسلوب التلطيفي.
- ٤٧- الأسلوب الأخوي/الودي.
- ٤٨- أسلوب السكوت/عدم الرد.
- ٤٩- أسلوب التظاهر بعدم الاكتراث.
- ٥٠- أسلوب الصبر.
- ٥١- أسلوب الحلم على الآخرين.
- ٥٢- أسلوب «واقع الحال يغني عن المقال».
- ٥٣- أسلوب الرد السريع الحاسم/المستعجل.
- ٥٤- أسلوب الارتجال.
- ٥٥- أسلوب مقارعة الحجة بالحجة.
- ٥٦- أسلوب دغدغة المشاعر.
- ٥٧- أسلوب الإقناع بالمنطق.
- ٥٨- أسلوب الإقناع بالدليل والبرهان.
- ٥٩- أسلوب الإقناع بالفصاحة والبيان.
- ٦٠- أسلوب الإقناع بإثبات العكس.
- ٦١- أسلوب تقريب وجهات النظر.

- ٦٢- أسلوب الدعوة المباشرة.
- ٦٣- أسلوب الدعوة المبطنة.
- ٦٤- أسلوب الدعاية المكشوفة.
- ٦٥- أسلوب النزول إلى مستوى الآخر.
- ٦٦- الأسلوب الرخيص.
- ٦٧- أسلوب الند للند .
- ٦٨- أسلوب التنازلات دون مقابل.
- ٦٩- أسلوب التنازلات مقابل مكاسب/بمقابل.
- ٧٠- أسلوب الأخذ والعطاء/الحوار المتكافئ.
- ٧١- أسلوب العطاء باليمنى والأخذ باليسرى.
- ٧٢- أسلوب التضحية.
- ٧٣- أسلوب إثارة الضجة حول قضية ما.
- ٧٤- أسلوب «قد أعذر من أنذر».
- ٧٥- أسلوب التعليق.
- ٧٦- أسلوب التدقيق.
- ٧٧- أسلوب التشويق.
٧٨. أسلوب نبش الماضي.
- ٧٩- أسلوب «عفا الله عما سلف»/التسامح.
- ٨٠- أسلوب التخدير.
- ٨١- أسلوب الاحترام والتقدير.
- ٨٢- أسلوب التجاوز عن الهفوات.
- ٨٣- أسلوب إثارة ضجة إعلامية.

٨٤- أسلوب «يسروا ولا تعسروا وبشروا ولا تتفروا».

٨٥- أسلوب إعطاء فرصة أخرى.

٨٦- أسلوب التحرش/جس النبض.

٨٧- أسلوب الوسطية.

٨٨- أسلوب الحوار المباشر والصريح/وجهاً لوجه.

٨٩- أسلوب ﴿لَكُمْ دِينُكُمْ وَلِيَ دِينِ﴾.

٩٠- أسلوب «ما بال أقوام»/أسلوب التصريح بالتلميح.

٩١- أسلوب إصلاح ذات البين/أسلوب الإصلاح.

ولعل القائمة أطول من ذلك. نبدي على هذه الأساليب الملاحظات التالية:

( أ ) من حيث المبدأ والنظرية كل هذه الأساليب قابلة للتوظيف في عرض الطرح الإعلامي، بناء على المبدأ المعروف «لكل مقام مقال»، أو مبدأ «معاملة الناس على قدر عقولهم». وخير من علمنا هذا المبدأ وطبقه على الوجه الأمثل رسولنا الكريم محمد صلى الله عليه وسلم. فقد كان أفضل عالم بالنفس البشرية من بين الخلق أجمعين. إذ كان يعطي النصح والتوجيه وفقاً لحاجة السائل. فقد نصح رجلاً بأن لا يغضب، ودعا لشاب أن يطهر الله قلبه ويحصن فرجه، وعلم أعرابياً جلفاً آداب المسجد، وطلب من صحابي تمنى أن يرافقه في الجنة أن يعينه على نفسه بكثرة السجود. والأمثلة كثيرة. كما كان عليه الصلاة والسلام يهش ويبش للخبر المفرح ويغضب في الله إذا كان الأمر خطيراً يستدعي الغضب.

فالطروحات كما هو معلوم متنوعة ومتشعبة. منها الجاد والخطر ومنها الهزلي والخفيف اللطيف الطريف. ومنها الغاضب الصاخب ومنها الهادئ الصامت. ومنها الطيب ومنها الخبيث. ومنها المهادن المداهن ومنها المقزع المعاتب. ومنها المعرض الجارح ومنها المصلح الناصح، وما أشبه ذلك. كما أن من أصحاب الطروحات المنطقي الرزين، ومنهم التعسفي المتعجل المرتجل.

ومنهم سليط اللسان. ومنهم المؤمن ومنهم الكافر. ومنهم قوي الحجة ومنهم ضعيفها. ومنهم الفقيه العالم، ومنهم السفیه الجاهل. ومنهم العدو اللدود ومنهم الصديق أو الأخ الودود. ومنهم الغريب البعيد ومنهم القريب إلى الوريد. ومنهم الكيس الفطن، ومنهم الفظ الخشن. ومنهم مرهف الحس، ومنهم منشرح الصدر والنفس. ومنهم الغضوب الجسور ومنهم الحلیم الصبور. ومنهم المهضوم ومنهم عسير الهضم. ومنهم المفصح ومنهم الملمح. ومنهم المحب ومنهم المبغض. ومنهم ومنهم... سبحان الله ما أكثر طباع الناس وما أبین أمزجتهم وما أعجب عقولهم وطرائق تفكيرهم! هذا التباين في الطباع والأمزجة والعقول والمشارب ملزم للإعلامي بتعدد أساليب تعامله معهم ومع طروحاتهم والرد عليهم وعليها وإقناعهم والتحاور معهم والوصول إلى تفاهم وأرضية مشتركة معهم، أو إيقافهم عند حدودهم إذا ما تطاولوا على الأمة بشكل أو بآخر، أو كانوا من المشوّهين والمشهرين بالأمة والدين. وله ولنا جميعاً كما ذكرت في رسول الله صلى الله عليه وسلم أسوة حسنة. فقد كان يعلم الناس كل حسب حاجته. وكان يلين وقت اللين، ويغضب وقت الغضب، ويحلم وقت الحلم.

(ب) هناك من هذه الأساليب ما هو أبرز من غيرها وأهم في وقتنا الحاضر. لذا تحتاج منا إلى وقفة في ظروف وأحداث وأحوال كالتالي عليها الأمة الآن. من هذه الأساليب البارزة:

١- أسلوب ﴿ادْفَعْ بِالتِّي هِيَ أَحْسَنُ﴾.

٢- أسلوب الصبر والحلم على الآخرين.

٣- أسلوب التهذئة.

٤- أسلوب التخفيف.

٥ - أسلوب اللين والرحمة والتراحم.

٦ - أسلوب «ما بال أقوام».

- ٧ - أسلوب التوفيق.
- ٨ - أسلوب الوسطية.
- ٩ - أسلوب إعطاء فرصة اخرى.
- ١٠- أسلوب إصلاحي/إصلاح ذات البين.
- ١١- أسلوب التلميح.
- ١٢- أسلوب الترغيب والترهيب.
- ١٣- أسلوب الكلم الطيب.

وما شابها من أشكال الأسلوب غير المباشر التي تبتغي الإصلاح والهداية والدعوة. وهذه الأساليب مشروعة مع العدو والصديق والأخ المسلم على حد سواء. لكن إذا ما استفحل الأمر وطفح الكيل وحاول أحدهم كائناً من كان النيل من وقرآنا وسنة نبينا محمد صلى الله عليه وسلم وثوابت ديننا وأركانها ورموزنا، وشن حملات التشكيل والتشويه والتشهير ضدنا والتعريض بنا من خلال الإعلام أو أي وسيلة أخرى تنطوي على الإساءة والتخريب والتعدي على الأمة، حينئذ لا نتردد في استخدام أساليب مباشرة مثل:

- ١- أسلوب الحزم.
- ٢- أسلوب الند للند.
- ٣- أسلوب رد الصاع صاعين.
- ٤- أسلوب التقزيع والتقريع.
- ٥- أسلوب المعاملة بالمثل.
- ٦- أسلوب الرد السريع والحاسم.
- ٧- الأسلوب الصريح.

وأي شكل من أشكال الأسلوب المباشر المذكورة آنفاً تتلاءم وخطورة الموضوع المطروح. توظف مثل هذه الأساليب للرد على كل من مس الذات

الإلهية، أو شخصية الرسول صلى الله عليه وسلم، أو القرآن الكريم، أو رموز الأمة من الصحابة وكبار فقهاءها وعلمائها، أو أنكر ركناً من أركان الإسلام، أو احتل أراضي المسلمين، أو قتل المسلمين أو ساهم في ترويع المسلمين وتقتيلهم في بلادهم أو خارجها عن سابق إصرار وترصد، ونية شريرة مبيتة.

(ج) أسقطت من القائمة المذكورة أساليب معينة باعتبارها منبوذة إسلامياً لأنها ليست من شيم المسلم الحق. منها:

- ١ - أسلوب التشهير والقذف والتعريض.
- ٢ - أسلوب تشويه الحقائق وتحريفها.
- ٣ - أسلوب الاستفزاز.
- ٤ - أسلوب التعالي.
- ٥ - أسلوب بث الفتن بين المسلمين أو بلدانهم.
- ٦ - الأسلوب التعسفي.
- ٧ - الأسلوب القمعي.
- ٨ - أسلوب كم الأفواه.
- ٩ - أسلوب النفاق/الكيل بمكيالين/اللعب على الحبلين.
- ١٠ - أسلوب التطرف والتعصب والتشدد.
- ١١ - أسلوب التكفير والإخراج من الملة.
- ١٢ - أسلوب التحريض على التعامل مع المخالفين بالحديد والنار والقتل والتدمير.
- ١٣ - أسلوب المساومة على الثوابت والحقوق.
- ١٤ - أسلوب الدس والافتراء والبهتان.
- ١٥ - أسلوب السب والشتم والقذف والبذاءة.



من هنا تتضح خطورة الرسالة الإعلامية وأهميتها البالغة في التوجيه والتوعية والتثقيف والتعليم والدعوة إلى الله تعالى من جهة، والتضليل والتجهيل والتحريض والترويع والترهيب، من جهة أخرى.

### ٣- الهدف وأساليب تفعيله:

إن الهدف الأسمى لأي استراتيجية إسلامية لعمل إعلامي مشترك هو خدمة الإسلام والأمة الإسلامية، ولعب دور حساس في التوعية والتوجيه الإسلاميين، والنهوض ببعض أعباء التحديات التي تواجهها الأمة في وقتنا الحاضر، والتصدي لها ومعالجتها بشكل إيجابي وبناء، والتصدي للحملات المعادية للإسلام والمسلمين بغية النيل منهم والإساءة إليهم، وإظهارهم بمظهر المتعصبين والمتطرفين والنازعين إلى التعامل مع الآخر بالقتل والعنف والتدمير. وهي مواصفات تنطبق تماماً على أعداء الإسلام والمسلمين الذين يعيشون في الأرض فساداً وتقتيلاً وتدميراً بحق البشر والشجر والدواب، ويريدون إلصاق التهمة بنا عن عمد بقصد قلب الحقائق وإبطال الحق وإحقاق الباطل.

إن خدمة الإسلام والأمة من أعظم الغايات التي يضعها الإعلامي المسلم نصب عينيه كلما أسهم بطرح من منطلق إسلامي يعتمد أسلوب الدعوة إلى الله بالحكمة والموعظة الحسنة، والتعامل مع الأحداث والمستجدات من الموضوعات والطروحات بوعي وتعقل واتزان وثقة بالنفس واعتزاز بالانتماء إلى أمة الإسلام، أمة خير الأنام محمد صلى الله عليه وسلم.

ولكن كيف يتحقق هذا الهدف الأسمى ويُفْعَل؟ لعله يتحقق من خلال

أساليب مختلفة من بينها:

- ١- الصورة المعبرة والمؤثرة التي تحمل رسالة إسلامية ما.
- ٢- معالجة مشكلة فردية أو جماعية، دينية كانت أم اجتماعية أم ثقافية أم سياسية، تقدم الحلول المقترحة لها خدمة للإسلام والمسلمين، أو لفئة منهم في مكان ما في بلد ما.

٣ - حوار حول قضية تهم المجتمع الإسلامي أو شريحة منه.

٤ - لقاء مع شخصية بارزة علمياً أو اجتماعياً أو سياسياً يستفيد من خدماتها الإسلام والمسلمون من خلال استعراض تجارب أو أفكاراً أو أعمال أو أنشطة أو مؤلفات أو معاناة خاصة بها، توضع بين أيدي المتلقين للإفادة منها في حياتهم هم.

٥ - التعرض لتجربة أو معاناة خاصة أو موقف متميز لأحد أفراد المجتمع الإسلامي، أو لأسرة، أو لفئة منه، أو لشعب مسلم، يسدي خدمة للمجتمع الإسلامي.

٦ - مراجعة كتاب أو عمل علمي في أحد مجالات المعرفة والعلوم لأحد كتاب المسلمين بغية الإفادة مما فيه ووضعه في خدمة المجتمع.

٧ - تحليل حدث أو حادثة تُستخلص منها العبر لفائدة الجميع.

٨ - الرد على قول أو ادعاء أو فتوى أو تصريح أو مقالة أو خطاب أو خطبة أو كل ما يثير جدالاً واسعاً، ومن الخير للمسلمين وفي مصلحتهم أن يحاطوا علماً بذلك أو ينبهوا إليه أو يحذروا منه، مما يصب في النهاية في معين مصلحة الجميع.

٩ - متابعة دقيقة دؤوبة لأحداث العالم وأخباره ومستجداته ومتغيراته، بهدف إطلاع المسلمين على كل ما يجري من حولهم.

١٠ - التعليق على حدث أو خبر أو قول أو فعل ذي بال للمسلمين، لوضعه في سياقه الإسلامي الصحيح.

١١ - مسابقة علمية/ثقافية تثري معلومات فئة من المسلمين.

١٢ - فقرة أو زاوية أو برنامج ترفيهي بريء غايته الترويح عن المسلم والتخفيف عنه.

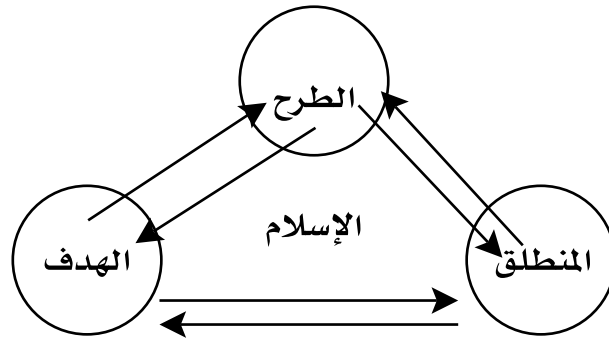
١٣ - إبراز همجية أعداء الإسلام والمسلمين وممارساتهم العدوانية والإجرامية بأي وسيلة إعلامية متاحة، إحقاقاً للحق وتعريفاً للمسلم بأعدائه وكيفية التعامل معهم في ظروف مختلفة.

١٤- حوارات جماهيرية شفافة وصريحة عن قضايا حساسة تهم الأمة حاضراً ومستقبلاً بغية تكوين رؤية إسلامية جماهيرية موحدة بكل شفافية على صعيد عملي، تتسم بالواقعية والوسطية والتقريب بين المسلمين، وتشجع على تقبل الآخر والرأي المخالف والثقافة المخالفة. فهم هم ونحن نحن. ولكن لا يمتنعنا ديننا من التعامل معهم، وإلا لما أجاز الإسلام الزواج من الكتابية، وحسن معاملة غير المسلم في بلاد المسلمين، وحسن جواره إن كان جاراً لنا. فالنبي صلى الله عليه وسلم، معلمنا الأول، زار كما نعلم جاره اليهودي وأحسن إليه مع إساءة اليهودي له. من جهة أخرى تهدف مثل هذه الحوارات إلى التصدي لحمالات التضليل والتشويه والتشهير بحق الإسلام والمسلمين.

١٥- استشارات عينية ومباشرة لأهل الحل والربط والعلم بكل مجالاته وحقوله لتوعية المجتمع بما له وما عليه من حقوق وواجبات.

هذا غيظ من فيض من الأساليب والأشكال والطرق المتاحة لتحقيق هدف استراتيجية إسلامية لعمل إعلامي مشترك.

باختصار إن المنطلق الإسلامي والطرح الإسلامي والهدف خدمة الإسلام. فالأسس الثلاثة متلازمة متشابكة مترابطة في بوتقة واحدة، كجسد الأمة الواحد، لا ينفصل بعضها عن بعض، كما يوضح الشكل التالي لدوائر تتلاقى مع بعضها في كلا الاتجاهين وتدور دورة دموية مستمرة حول الإسلام، تخترق الواحدة فيها الأخرى بشكل دائم.



الشكل (١) الدورة الدموية للإعلام الإسلامي

## • معايير استراتيجية إعلامية إسلامية مشتركة:

١- تشكيل وكالة أنباء إسلامية مستقلة على غرار وكالات الأنباء العالمية المعروفة كرويتر، ووكالة الصحافة الفرنسية، والأسوشيتد برس. تتمتع بمصداقية الخبر والمصدر والنزاهة، وتكون مصدراً أساسياً ومرجعياً لوسائل الإعلام الإسلامية المختلفة. سمته الأساسية الاستقلالية التامة عن تأثير حكومات الدول الإسلامية وتمتعها بحصانة تامة تعتبر جوهر مصداقيتها التي لا قيمة لها من دونها.

٢- اعتماد التدرج المتسارع في أي تغيير أو انتقال إلى مرحلة جديدة.

٣- إلغاء الرقابة السياسية على الإعلام وفسح المجال للتعبير عن الرأي بحرية بحيث لا يدان الإعلامي بسبب رأي أو كلمة. ولكي يتحقق هذا الأمر على الوجه الأمثل، نقترح تنفيذه على مراحل متتالية متسارعة في فترة زمنية تجريبية قصيرة. وقد ثبت أن تطبيقها دفعة واحدة (كما حصل في الجزائر عام ١٩٨٩ ميلادي مثلاً) ينتج عنه الخوف وعدم الثقة والتصديق أولاً، ثم سوء فهم وسوء استعمال ربما يفضي إلى التصادم المباشر بين الحاكم والشعب ثانياً، وبالتالي قد يؤدي إلى حالة من الفوضى والاضطراب في البلاد. وهذا ليس في صالح أحد. بمعنى آخر، لا بد من رفع الرقابة بشكل مدروس.

٤- تحل الرقابة الشرعية والقانون محل الرقابة السياسية. وكلنا يعلم أنه لا يوجد حرية مطلقة أو عدم رقابة مطلقة في أي وسيلة إعلام في العالم. فهناك نوع ما من الرقابة بشكل ما، مباشر أو غير مباشر. إذ لا يمكن أن نتصور عنواناً رئيسياً في صحيفة إنجليزية مثلاً يقول: «إسرائيل أكبر دولة إرهابية» أو «الإسلام دين عدل ومساواة وسلام» أو «فلسطين للفلسطينيين» أو «بوش أكبر مجرم حرب»، أو «يا إسرائيل: تخلصي من أكبر ترسانة لأسلحة الدمار الشامل، وإلا الحرب». أضف إلى ذلك منع دخول ممثلي بعض الأحزاب كالحزب الشيوعي إلى البرلمان البريطاني، ومنع

تشكيل أي حزب إسلامي في أي دولة غربية. وأوضح ما كانت عليه كذبة حرية التعبير عن الرأي، وانعدام الرقابة ما حصل من أمريكا من تجاوزات وانتهاكات لحقوق الإنسان داخل أمريكا وخارجها غير عابئة بالقيم والمواثيق والأخلاق لمجرد أنه ضغط عليها مرة واحدة في ١١/سبتمبر ٢٠٠١ في تاريخها الحديث. فكيف بنا والضغط الخارجي والتكالب علينا منذ مئات السنين وما زال على أشده؟ والإعلام الإسلامي من دون رقابة شرعية ما عاد إعلاماً إسلامياً.

٥- تشكيل هيئة خاصة على صعيد قطري أو إسلامي أو حتى على صعيد المؤسسة الإعلامية الواحدة للتعامل مع الإعلام الغربي المعادي للإسلام. مهمة هذه الهيئة الرد بالأسلوب المناسب على أي افتراءات وتصريحات لشخصيات سياسية أو دينية أو إعلامية أو اجتماعية، أو أي وسيلة إعلام غربية، تمس ديننا وثوابتنا.

٦- التعاون البناء من خلال هذه الهيئة وغيرها بين الجهات الإعلامية الإسلامية الموثوقة في البلدان الإسلامية الأخرى.

٧- التنافس الشريف محلياً وإعلامياً بين وسائل الإعلام الإسلامية دون ضرر ولا ضرار.

٨- تحسين صورة الصفحة الأولى للجرائد، والمخصصة عادة لأخبار الحكام والحكومات وكبار المسؤولين في معظم بلداننا الإسلامية، سواء أكانت هذه الأخبار مهمة أم لا، وجعلها بدلاً عن ذلك أكثر أهمية وإثارة بتخصيصها بالأخبار الأهم سواء أكانت محلية أو دولية، عن الحاكم أم عن غيره. فالأولوية إذاً للخبر المهم في المقام الأول.

٩- قول ما لنا وما علينا من باب إحقاق الحق والشفافية.

١٠- الكف عن النظر إلى الحكام على أنهم معصومون وأن كل ما يفعلونه صواب ومن البطولات والإنجازات. وحينما يتغيرون أو يموتون تموت

معه العصمة وربما البطولات والإنجازات. ربما تكمن المشكلة عند الإعلاميين الذين يعصمون الحاكم من الخطأ أنهم يفعلون ذلك خوفاً ومصصلحة، لا حقاً وصدقاً.

١١- بالمقابل الكف عن التهجم عليهم على الطالع والنازل وتحميلهم مسؤولية كل شيء. أين مسؤوليتنا نحن؟ ألسنا نحن أيضاً مقصرين؟ نحتاج إلى توضيح لصورة العلاقة بين الحاكم والمحكوم وتصحيحها، ولا نظن أن كل من شتم الحاكم فهو بطل، وكل من مدحه فهو متزلف. هذه صورة خاطئة تحتاج إلى تصحيح وتعديل في زمن بات فيه الحوار الصريح بين الحاكم والمحكوم سيد الموقف.

١٢- الحد من العاطفة الزائدة في كلا الاتجاهين، المدح والذم. فخير الأمور الوسط. فليست الأمور بالأبيض والأسود دائماً. والإنسان كذلك، ليس كله خيراً، وليس كله شراً.

١٣- الحذر من الردود الانفعالية المرتجلة على قضايا حساسة ومصيرية تحتاج إلى كثير من التروي.

١٤- عدم الانسياق وراء النسق الإعلامي الغربي دون تبصر كاف. فهم يركزون على ما يهمهم هم لا على ما يهمنا نحن. لذا علينا توخي الحذر، والقيام بإبراز الجوانب التي تخدمنا في المادة الإعلامية حتى ولو أثار الإعلام الغربي ضجة هائلة حول جوانب أخرى منها. كما أننا نركز على مواد إعلامية يعتم عليها الغرب (كاقتراع المفوضية الأوروبية الذي كانت نتيجته أن إسرائيل تشكل أكبر خطر على العالم؛ والهجرة المعاكسة لليهود من فلسطين المحتلة تحت وطأة ضربات الانتفاضة (حيث بلغ عددهم حوالي المليون)، والشعور المتزايد بالقلق والذعر وانعدام الأمن بين الإسرائيليين، والشوارع الخالية من الناس، وارتفاع حالات الانتحار بين جنود العدو الصهيوني، ورفض جنود إسرائيليين قصف المدنيين الفلسطينيين، وفضائح الجيش الأمريكي في العراق والتي فاقت الحد والوصف والعدد، واليمين اليهودي في

الحكومة الأمريكية الذي ما فتئ يطلق التهديدات تلو التهديدات ضد المسلمين وبلادهم، كان من آخرها ما تفوه به مستشار في وزارة الدفاع الأمريكية من تهديدات مباشرة ضد المملكة العربية السعودية وسوريا ومصر في الآونة الأخيرة، وغيرها من المواد الإعلامية الدسمة التي أُغفلت ومرت عليها كثير من وسائل الإعلام الإسلامية مرور الكرام نظراً لانسياقها وراء نسق الأولويات في الإعلام الغربي، الأمر الذي يحتاج إلى التفطن له دائماً والتعامل معه وفق أولوياتنا نحن.

١٥- التخلص من عقدة الغربي المتفوق وأساليبه ووسائله المتطورة، ومصداقيته المتأصلة في نفوسنا على الرغم من كل الدلائل التي تثبت غير ذلك. علينا أن نعيد حساباتنا في هذا الصدد ونتصدى لمواجهة قضايانا الإسلامية في الإعلام بتحرر كامل من أي عقدة كانت غريبة أم شرقية. فلا شيء ينقصنا، لا الكوادر ولا المتخصصون ولا العلماء ولا المستشارون ولا الوسائل ولا التمويل. فقد نحتاج إلى جرأة في الطرح ووضع المواد الإعلامية في ميزان إسلامي بحث بأساليب متنوعة متاحة للجميع، بعيداً عن الرقابة والخوف من الفشل. يتوج هذا كله بمصداقية المادة الإعلامية التي تتأتى من خلال التخلص من الرقابة، والمصدر الموثوق للمادة، ودقة نقل الإعلامي وبراعة أسلوبه في الطرح وثقته بنفسه ودينه وقضيته.

١٦- لا حيادية في الإعلام. ومن زعم ذلك فهو يقف إذاً موقف المتفرج من أي مادة أو قضية يطرحها الإعلام حتى ولو كانت تمسه هو، أي إنه لا ناقة له ولا جمل في أي شيء. وهذا غير مقبول. فالإعلامي فاعل ومنفعل لكن بموضوعية وهدوء. وأقرب مثال يوضح ذلك الموقف المنحاز انحيازاً سافراً للإعلام الأمريكي برمته أثناء غزو بلادهم للعراق، رغم بطلان قضيتهم. ليس هناك حيادية في الإعلام الإسلامي إذاً. بل هناك تحيز صريح لقضايانا، ولكن بموضوعية ودقة ورباطة جأش في أسلوب الطرح.

١٧- اعتماد أسلوب التهذئة والنفس الطويل في الحوار مع الآخر

المخالف، وتجنب التصعيد وتأزيم المواقف، إلا إذا كان الوضع خطيراً يستدعي التفصيل والجرأة وكشف الأوراق، والبوح بكل شيء.

١٨- التدقيق في معنى المصطلح المترجم حرفياً إلى العربية على علته في أغلب الأحيان، والذي يحمل مدلولات منحازة لأصحابه وتخدم مصالحهم ومفاهيمهم هم لا مصالحنا ومفاهيمنا نحن. كثير من المصطلحات الأجنبية المحدثه هي بمثابة فخ يقع فيه أغلب الإعلاميين المسلمين والعرب على السواء. على رأس هذه المصطلحات «الإرهاب»، «والعنف» اللذان يسويان في مضمونيهما المُحدَث بين الظالم والمظلوم والقاتل والمقتول من وجهة نظرنا كمسلمين وعرب، بل ويقلب المقتول إلى قاتل والمظلوم إلى ظالم كما هي حال الفلسطينيين والإسرائيليين. مما يؤسف له أن معظم وسائل إعلامنا تستخدم هذين المصطلحين لتصفنا بهما دون أن تدري. أيضاً من المصطلحات الأجنبية الخطيرة الإغلاء من شأن الكيان الصهيوني بتسميته بالدولة العبرية، وجيشه الهمجي بجيش الدفاع الإسرائيلي، ومستعمراته ومغتصباته بالمستوطنات، والمقاومة بالنشطاء، واختفاء كلمة فدائي لتحل محلها انتحاري، وهلم جرا. (استعرضت هذا الموضوع في محاضرة عام ١٩٢٢ بكلية العلوم الاجتماعية بجامعة أم القرى بعنوان «فخ المصطلح المترجم في وسائل الإعلام العربية»). علينا التنبه لهذا الذوبان اللغوي التضليلي للمصطلح الأجنبي.

١٩- رفض تبادل الاتهامات والتشهير بين وسائل الإعلام الإسلامية ومؤسساتها مهما كانت الأسباب. فالأمة في أمس الحاجة إلى التعاضد والتكاتف والتآلف والتوحد.

٢٠- وجود مرجعية شرعية جنباً إلى جنب مع مرجعية قانونية في كل مؤسسة إعلامية إسلامية تتولى تقديم الاستشارات اللازمة في هذين المجالين بشكل خاص.

٢١- إيلاء القارئ اهتماماً أكبر، والكف عن تهميشه واعتباره مجرد



متلق لكل ما يقوله أو يتقيؤه (!) الإعلام. لا بد من إعادة الاعتبار للقارئ وأخذ اهتماماته بعين الاعتبار، وإشراكه في العمل الإعلامي والمادة الإعلامية سواء بشكل مباشر من خلال الحوارات والاستبيانات والاستفتاءات واللقاءات الحية والمسجلة، أو من خلال استخدام لغة تخاطب تشركه مع الحدث أو القضية المطروحة، وتناسب مستواه التعليمي والثقافي-على ألا يصل الأمر إلى مستوى غير لائق من اللغة العامية، فلا بد من التمسك باللغة الفصحى ولكن مع التبسيط والتسهيل-، أو من خلال تقديم بعض التنازلات له بغية دغدغة بعض اهتماماته ورغباته. على ألا تخرج هذه التنازلات عن إطار المرجعية الإسلامية الشرعية بقدر الإمكان.

٢٢- نبذ أي شكل من أشكال التطرف والتعصب والتكفير في أي طرح من خلال أي وسيلة إعلام كانت.

٢٣- انتهاج منهج المنطقية والموضوعية وأسلوب الدفع بالتالي هي أحسن والوسطية والاعتدال، في الطرح الإعلامي الإسلامي فيما يخص التعامل مع الآخر المخالف لنا في الرأي من بني جلدتنا أولاً، ثم من غير المسلمين ممن لا عداوة بيننا وبينهم ولا قتال. بمثل هذا النهج البعيد عن الغلو والتعصب والعدوانية للآخر، وبث الفتن بين المسلمين من جهة، وبينهم وبين غيرهم من الأمم والشعوب من جهة أخرى، يمكن للرسالة الإعلامية الإسلامية أن تدعو وتوجه وترشد وتعظ وتلقى أذاناً صاغية عند المتعقلين من شتى الأعمار والأوساط الإسلامية وغير الإسلامية، تلك التي تتربص بنا الدوائر بشكل خاص.

٢٤- الحذر من الانسياق وراء السبق الصحفي سلبياً كان أم إيجابياً بالنسبة لنا كمسلمين. لا بد من دراسة متأنية للمادة الإعلامية المطروحة.

٢٥- يحكم هذا كله ضوابط شرعية على رأسها القرآن الكريم والسنة الصحيحة، بحيث لا تتنافى المادة الإعلامية مع نصوصهما. وكذلك عدم المساس بالرموز الإسلامية قديمها وحديثها. أيضاً ينبغي تحكيم الحرام

والحلال في القضايا الإعلامية الأساسية والحساسية على وجه الخصوص.  
٢٦- اعتماد المبدأ الشرعي "وكذلك جعلناكم أمة وسطاً" أساساً للإعلام  
الإسلامي المشترك كقاعدة غالبية.

### خاتمة:

ختاماً، الرسالة الإعلامية في غاية الأهمية، وتصبح سامية حينما تكون  
إسلامية المنطلق وإسلامية الطرح والأسلوب وإسلامية الغاية في هدفها  
الأسمي. إن التحديات التي تواجه الأمة الإسلامية تحتم علينا التحرك إذا  
اقتضى الأمر من أجل التطوير والتجديد والتغيير في إعلامنا الإسلامي  
وأساليب معالجته للمواد الإعلامية، من خلال رؤية إسلامية مشتركة لإعلام  
إسلامي مشترك سواء على صعيد الأمة ككل أم على صعيد كل دولة على  
حدة. فالنبال تنهال علينا من كل مكان، من الخارج والداخل، ولا يليق بنا أن  
نبقى مكتوفي الأيدي لا نفعل شيئاً سوى الفرجة وإطلاق زفرات الحسرة  
والتذمر والتأفف التي تعبر عن العجز. إن الأمة الإسلامية ليست عاجزة وما  
كانت يوماً ما عاجزة، وما نحن فيه الآن أزمة لا يحكم من خلالها على أمة  
القرآن العظيم وخاتم النبيين والإسلام القويم. فقد أثبتت لنا الأحداث  
القريبة والبعيدة أن التحول من حال إلى حال لشعب أو دولة أو أمة لا يحتاج  
إلى قرون بل ربما إلى بضع سنين، بل وبضع أيام إذا شاء الله رب العالمين.

لعل بعض الطروحات والمعايير المقترحة في هذا البحث تبدو مثالية  
قياساً على واقع الأمة الحاضر. هذا صحيح، ولكن ربما يتحول المثالي إلى  
واقع ملموس عما قريب، وما ذلك على الله بعزيز:

﴿لَعَلَّ اللَّهُ يُحَدِّثُ بَعْدَ ذَلِكَ أَمْرًا﴾ [الطلاق: ١].

والله أعلم - والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

## المراجع

- ١- حسن غزالة-قاموس الأسلوبية والبلاغة(إنجليزي - عربي/عربي -إنجليزي) - إيلجا - فاليتا - مالطا - ١٩٩٦ .
- ٢- حسن غزالة - الأسلوبية والتأويل والتعليم - سلسلة كتاب الرياض -مؤسسة الإمامة الصحفية - الرياض - ١٩٩٨ .
- ٣- حسن غزالة - أساليب اللغة الإنجليزية (بالإنجليزية) - إيلجا-فاليتا - مالطا - ١٩٩٤ .
- ٤- حسن غزالة : «فخ المصطلح المترجم» (محاضرة بجامعة أم القرى) - ١٤٢٢ .
- ٥- حسن غزالة - الجامع في الترجمة - مترجم عن الإنجليزية لبيتر نيومارك (١٩٨٨) - إيلجا - فاليتا - مالطا - ١٩٩١ .
- ٦- عبد العزيز شرف - اللغة الإعلامية-دار الجيل - بيروت-١٩٩١ .

أبيض