

## التحديات الإعلامية التي تواجه العالم الإسلامي

فى القرن الحادى والعشرين

بقلم الدكتور / يحيى الدين محمد الخليم (\*)

تواجه الأمة الإسلامية تحديات إعلامية عديدة وهى تستعد لاستقبال القرن الحادى والعشرين ، وسوف تزداد هذه التحديات ضراوة بحلول ذلك القرن ، وتلك حقيقة لا يمكن إنكارها أو تجاهلها أو التعايش معها فى سلبية قد تؤدى عواقب وخيمة تهدد حقيقة وجودنا الذى نسعى لتأكيدهِ ، لأن التحدى القائم الآن والتحدى المستقبلى إنما يتحدد معه مصير الأمة الإسلامية فتكون أو لا تكون .

والتحديات الإعلامية المستقبلية التى تواجهها الأمة الإسلامية تشتمل بالضرورة على التقدم التكنولوجى الهائل الذى يأتينا كل لحظة بجديد ، فنحن لأننا نعيش عالما زاخرا بالمعلومات ، كلما زادت هذه المعلومات وتم استيعابها زادت إبداعات الفكر الذى يفرز ويتنتج تقنيات جديدة وأجهزة ومعدات جديدة تؤدى إلى تراكم المعرفة وزيادة المعلومات مرة أخرى وذلك يفعل إبداعات الفكر .

وهكذا يستمر التقدم دون توقف وعلينا أن نلحق بهذا الركب المتحرك دوما إلى الأمام وأن نسد الفجوة بيننا وبين العالم المتقدم الذى يسعى لفرض سيطرته وآلياته وأدبياته وثقافته على العالم .

وإذا تركنا هذا التقدم التكنولوجى جانبا وجدنا العالم الإسلامى يواجه تحديات من نوع آخر، وهى تحديات تستهدف العقيدة والفكر والعقل والوجدان وذاكرة الأمة وكيانها وتاريخها وهذه أخطر المواجهات التى ينبغى علينا أن نتعامل معها بعقل مفتوح وفكر واع .

لهذا وغيره أدركت رابطة الجامعات الإسلامية من منطلق الدور القيادى الملقى على عاتقها خطورة هذه التحديات التى تواجهها الأمة الإسلامية ، ولذا فقد قامت بتشكيل لجنة لهذا الغرض سميت بـ « لجنة التحديات الإعلامية » وذلك لبحث التحديات الإعلامية التى تواجه العالم الإسلامى وكيفية مواجهتها .

\* - رئيس قسم الصحافة والإعلام - جامعة الأزهر

وإدراكنا من اللجنة بالتحديات التي تحول دون فاعلية مؤسساتنا الإعلامية ، واقتناعنا منها بأن هذه التحديات يمكن التغلب عليها باتباع أساليب للمواجهة قائمة على أسس علمية قامت اللجنة بإجراء عدة لقاءات ومشاورات واتصالات بالخبراء وأساتذة الإعلام والاجتماع والسياسة والقانون في الجامعات الإسلامية ومراكز البحوث في الدول الإسلامية أثمرت مجموعة من الدراسات والبحوث تمت مناقشتها في العديد من الندوات واللقاءات بين أعضاء اللجنة ، وقد رأت اللجنة أن تعد التقرير التالي عن رؤيتها للتحديات التي تواجه الأمة الإسلامية في القرن المقبل وأساليب مواجهتها .

وقد خلصت هذه البحوث والدراسات والحوارات التي قامت بها اللجنة إلى وضع النقاط على الحروف حول أهم التحديات الإعلامية التي تواجه العالم الإسلامي في القرن المقبل والتي يمكن تصنيفها في عدة مجموعات رئيسية هي :

### المجموعة الأولى تتعلق بالكوادر الإعلامية :

وتكمن أهم التحديات المتصلة بالعاملين في المجال الإعلامي في العالم الإسلامي فيما يلي :

١ - نقص الكوادر الإعلامية المدربة والقادرة على مخاطبة الرأي العام العالمي في المرحلة المقبلة ، ذلك أن مناهج التعليم والإعداد للإعلاميين في معظم الدول الإسلامية تحفل بالدراسات النظرية على حساب التطبيقات العملية .

فمعظم الكليات ومعاهد وأقسام الإعلام في العالم الإسلامي تدرس لطلابها مناهج نظرية تزيد عن ٧٥٪ من إجمالي الساعات الدراسية بها ، ولا يطبق الطالب ما درسه علميا سوى في حدود ٢٥٪ من إجمالي هذه الساعات ، بل إن كثيرا من خريجي أقسام الإعلام في الجامعات لم يروا شكل الاستوديو ، ولم يدخلوا قناة تلفزيونية ولا محطة إذاعية ، وبعضهم لم ير جريدة تطبع في حياته .

٢ - ضحالة الثقافة الإسلامية وضعف الاهتمام بالعربية الفصحى في كثير من الأعمال الإعلامية الأمر الذي يخدم السياسات المعادية التي تعمل على المباعدة بين الجماهير المسلمة ولغة القرآن الكريم ، مما أدى إلى ضعف ارتباط هذه الجماهير بالوعاء الذي يحافظ على ثقافتنا الإسلامية .

٣ - افتقار غالبية القائمين على الإعلام فى وسائل الاتصال المختلفة إلى القدوة الحسنه وبالذات فيما يتعلق بالظهور على شاشة التلفزيون فى المظهر والآراء ، الأمر الذى يفقدهم القدرة على والإقناع ، ولا يمكنهم التأثير على الجماهير والاسهام فى بناء المجتمع وتنميته وتطويره .

٤ - إن كثير من الكوادر الإعلامية فى العالم الإسلامى تم احتواؤهم من استقطابهم حتى أصبح ولاؤهم للحكام أكثر من ولائهم للدين ، وأصبح وحرصهم على المنصب والوظيفة يفوق حرصهم على الالتزام بالحقيقة وحرصهم على أمور الدين .

وفى الحقيقة أن هؤلاء الذين يقدمون المحتوى الاتصالى هم حجر الزاوية فى إنجاح أية خطة إعلامية ، ولقد فقدت الدعوة الإسلامية الكثير من أسباب نجاحها عندما تصدى للتعبير عنها رجال لا تتوافر لديهم مؤهلات الداعية ، فضلوا وأضلوا ، وأساءوا للإسلام من حيث ظنوا أنهم يخدمونه .

وأنه على الرغم من أهمية إعداد عناصر صالحة لأداء هذا الدور ، إلا أن تأهيل هذه النوعية من الكوادر لا تكاد تلقى الاهتمام والرعاية الكافية من المعاهد العلمية والمؤسسات الإعلامية المتخصصة ، وباستعراض مناهج الدراسة فى هذه المعاهد والمؤسسات نكاد نجد خالية من برامج علمية وعملية متخصصة ، وينعكس هذا بدوره على البرامج وال فقرات والموضوعات التى تقدم فى الراديو أو التلفزيون أو الصحف ، فكثير منها لا يكاد يلبى احتياجات المتلقى أو الوجدانية أو النفسية ، وقد لا تجد الجماهير المسلمة فيها ما يلبى رغباتهم ويحقق طموحاتهم .

وإذا كانت الصراحة طريقنا ، والإسلام منهجنا ، ورضاء الله غايتنا ، فإبنى أستطيع أن أقرر هنا أن مناهج إعداد الدعاة والإعلاميين فى الكليات والمعاهد المعنية بذلك فى حاجة إلى إعادة نظر كاملة ... كما أن الخطط الإعلامية تفتقر إلى التخطيط والتنسيق والجدية ، وعلى القائمين على هذه الخطط أن يعيدوا النظر فيها لتصحيح المسيرة، فالعالم قد تغير كثيرا حولنا ، ولعل ما كان يصلح بالأمس لا يوافق ما يكتنف حياتنا اليوم .

من التوصيات المعرفة أن من يتصدى للاطلاع ، أن يعرف ما وراء الألفاظ وأسرار الرموز التى تحمل مختلف المعانى ، حتى يتمكن من توجيه هذه الرموز لتحقيق التأثير

المطلوب على الجماهير ، لأن هذه الرموز لا تستخدم فقط للشرح والتوضيح ، بل وتستخدم كذلك للخداع والإثارة والتعمية والتضليل ، وإثارة الغرائز وإحداث الصراع ، وزرع الخصومات ، والحض على القتال ، كما أنها لا تستخدم دائماً في خلق روح التعاون والمحبة والسلام كما هو الحال في الكلمات والعبارات التي حملت رسالات السماء .

وبصفة عامة فإن هذه النوعية من الكوادر الإعلامية يجب أن يتم تزويدها بمهارات الاتصال الاجتماعية للدور الملقى على عواتقها ، وتحسن اختيار الوسيلة المناسبة لنقل أفكارها إلى الجمهور المتلقى ، وأن تتابع الاهتمامات المتغيرة لهم ، وبعد ذلك يقومون بتكييف الرسالة حسب متطلبات كل وسيلة ، وحسب القدرات المختلفة لكل فئة .

وهنا يجب أن تتناسب المواصفات المطلوبة في هذه الكوادر مع الدور الخطير الملقى على عواتقهم لأنهم يتحملون مسؤولية كبيرة في بناء هذا الجيل ، وهم ممثلو رسالة الله ، وورثة الأنبياء والمعلوم أن الأنبياء لم يورثوا ديناراً ولا درهماً ، وإنما ورثوا الحكمة والعلم ، وهم سفراء الأمة إلى الناس ، يحملون أمانتها ويبلغون رسالتها ، والناس لهم تبع .

في حين أنه إذا أغفل الإعلاميون مسئولياتهم في هذا الصدد ، قاموا بشغل ساعات البث ، وصفحات الصحف بالفتن من الموضوعات فإن الأمر هنا يتجاوز تبديد الوقت أو المال أو الجهد إلى ترك آثار مدمرة على وجدان الجماهير وعقولهم .

في حين أنهم إذا أخذوا على عقولهم الارتقاء بالمستوى الفكرى لهم ، والتزموا بالصدق والتجرد في عرض البيانات ، فإن النتائج التي يمكن أن تتحقق في هذا الصدد ستكون ذات مردود إيجابى في بناء إنسان سليم ومتوازن .

وقد كان سيد الدعاة صلوات الله وسلامه عليه نموذجاً متميزاً في هذا الصدد ، وفي هذا يقول المستشرق الإنجليزي الشهير هاملتون جيب .

« أنه ليس من قبيل المبالغة أن قوة شخصية الرسول صلوات الله وسلامه عليه على مواقف المسلمين هي عبارة عن شعور تلقائى وطبيعى لا يمكن تحاشيه ، سواء أكان ذلك في حياته أو بعد وفاته ... لقد كان ذلك أكثر من مجرد إعجاب ... ويكفى أن نذكر أن علاقة الحب التي غرسها الرسول في قلوب أصحابه قد انبعث أثرها ومداه عبر القرون ، ويتم إثارتها في قلب كل جيل . »

وقد نهج أصحابه المخلصون رضوان الله عليهم نهجه ، فكانوا قدوة حسنة نجم عنها توسيع نطاق المعتنقين للإسلام ، فقام الإسلام على رقة أبي بكر ، وحزم عمر ، وبذل عثمان ، وعلى فدائية علي بن أبي طالب ، ولقد كان كل واحد من هؤلاء الأربعة أمة في مجال القدوة الحسنة التي اقتدى بها الصحابة ، ويقتدى بها المؤمنون إلى يومنا هذا .

ومن ثم فإن الإعلامى المسلم يجب أن يقدم النموذج المطلوب في مجال العقيدة والعبادة والمعاملة وأن يكون صادقاً في مشاعره ، مستغفراً لمن لا يستجيب له ، مختلفاً بأخلاق الرسول ، وقد حقق هذا الأسلوب إنجازات كبيرة في مجال الدعوة الإسلامية ، وأبرز الأمثلة على ذلك أن انتشار الإسلام في الشرق الآسيوى بهذه القوة وبهذه الصورة ، من جزر الفلبين شرقاً حتى الشاطئ الهندى غرباً ، لم يتم بهذه الصورة إلا من خلال التجار ورجال الأعمال المسلمين الذين سبقت أفعالهم أقوالهم ، وكانوا نماذج متميزة عكست أخلاقيات هذا الدين ، وترجمت معطياته في الصدق والأمانة والتسامح والإيمان والصلاح .

وهذا يتطلب العناية بتأهيل وتدريب الكوادر الإعلامية وربط هؤلاء بالتنظرات الحديثة في مجالات أساليب العمل والأداء المهني والمعطيات التكنولوجية في مجالات الاتصالات المختلفة وتزويدها بالثقافة الإسلامية التي تمكنها من الاستفادة بتحصيلها العلمى والتدريب في خدمة قضايا المجتمعات الإسلامية .

وفى الحقيقة أنه إعداد كوادر إعلامية متخصصة يأتى في مقدمة عوامل نجاح أو فشل الخطط الإعلامية ، وفى غيبة عناصر مؤمنة برسالتها ، متفهمة لطبيعة عملها ، دارسة لفتون الإعلام ونظريات الاتصال ، عارفة بأسلوب الحوار وفن النقاش ، يتوافر لها الذكاء والفتنة ، والخلفية الثقافية ، والموهبة الفطرية ، والملكات الضرورية ... فإن الخطط الإعلامية الموجهة للجماهير المسلمة لن تستطيع تحقيق أهدافها ، حتى لو توافرت لها التقنيات المتقدمة ، والإمكانات المادية الكبيرة ، لأنه إذا كان المضمون قوياً ، فإن الخطط الإعلامية سوف تحقق أهدافها فى حين أنه إذا افتقرت هذه الخطط إلى إعلاميين متمرسين فى هذا المجال فإن هذا سيقضى حتماً على احتمالات نجاح العمل الإعلامى ، حتى لو كان الموضوع يعالج جوانب هامة ويتناول أموراً حيوية .

ومن ثم فإن المنظمات الإعلامية المعنية يجب أن تتأنى كثيراً قبل أن تسلم أجهزتها

الإعلامية لعناصر تنقصها الخبرة والعلم والذكاء ، والفطنة والمرونة وسعة الأفق والملكة الفطرية والثقافية الواسعة ، والقدرة على التعامل مع التكنولوجيا المعاصرة .

وهذا يتطلب إعداد عناصر فاعلة يتحقق لها من الأداء الفعال والتأثير القوي ، أي أننا اليوم في حاجة إلى إعلاميين يقدمون الحكمة البالغة ، ويضربون المثل الأعلى في القول والعمل ، ويستطيعون مخاطبة الجماهير بفناتهم المختلفة ومستوياتهم المتنوعة كما يستطيعون التأثير في مختلف الشرائح الجماهيرية ، لأن الإعلامى الناجح يشعر المتلقى أنه يتحدث إليه حديثاً خاصاً ، ولا يأتى ذلك إلا إذا كان قادراً على فهم عقلية هذا المتلقى ، قريباً منه .

وفى ضوء ذلك فإن اختيار الكوادر الصالحة يجب أن تلقى مزيداً من الاهتمام والتحصيص ، لأن هذا اللون من النشاط فى حاجة إلى مهارات خاصة ، وملكات متميزة ، وثقافية نوعية تمكنهم من مخاطبة مختلف الشرائح العصرية عبر مختلف الوسائل .

وفى ضوء ذلك فإنه لا بد لمن يتصدى للنشاط الإعلامى الموجه للجماهير المسلمة أن تتوفر لديه مهارات معينة ، وأخلاقيات رفيعة ، فألى جانب فهمه ومعرفته بأصول الدين ، لا بد أن يتسم بالخلق الرفيع ، والسلوك النموذجى ، والإيمان برسالته ، والصدق فى القول .

وتستطيع وسائل الإعلام المعاصرة بما تملكه من إمكانات كبيرة وتقنيات عالية أن تقدم نماذج رائعة لأبنائنا فى مختلف مجالات الحياة ، دون الاعتماد على أسلوب الرد والتلقين والتكرار والمبالغة ، فقد يتصرف الصغار على هذا الأسلوب الذى درج البعض على تقديمه لهم ، ويجب استبدال هذا الأسلوب بالطرق الحديثة والمشوقة والمؤثرة .

ومن هنا يصبح على كل من يتصدى للعمل فى حقل الإعلام أن يدرك أن عدم انسجام القول مع العمل يعد من أخطر معاول الهدم التى يمكن أن تترك انعكاساتها السلبية على أخلاق الأطفال وتصرفاتهم .

وهذا يفرض على الإعلاميين المسلمين الالتزام الكامل بالأخلاقيات الإسلامية فكراً وقولاً وسلوكاً ، تلك التى تنص على الأمانة والصدق والموضوعية ، ذلك أنه مهما تكن عظمة الفكرة أو قدسيته فإن هؤلاء الإعلاميين لهم الأهمية الكبرى فى توصيلها والإقناع بها .

ومن ثم فإن اختيار الإعلاميين العاملين يجب ألا يتم قبل اجتيازهم عدة اختبارات عملية وعلمية ، لأن شخصياتهم تنعكس على الفكرة التى يدعون إليها ، والجهة التى يمثلونها ، حتى لا تؤدى جهودهم إلى خسارة معنوية ومادية كبيرة ، ينتج عنها فقدان هذه الفكرة لفاعليتها ، بعد أن يكون قد تم إنفاق الوقت والجهد والمال لإعدادها وصياغتها ووضعها موضع التطبيق العملى .

وبعبارة موجزة فإن الإعلامى المسلم يجب أن يتسلح بصفات عملية وعلمية وأخلاقية تسبغ عليه المهابة والثقة والاحترام فى نفوس الجماهير ، وأن يكون قلبه مفعماً بالحب وتقنى الهداية لهم ، ولا يبنى أحكامه على التوجس والشك بدون دليل ، وأن يعالج قضاياهم فى هدوء واتزان وروية ، وألا يدعو إلى القنوط واليأس ، وأن تتوافر لديه القدرة على توصيل المعلومات إلى هذه الشريحة العمرية ، وتفسير دلالاتها ، ومعرفة الآثار الناجمة عنها ، وهؤلاء الإعلاميون يستطيعون أن يقيموا جسراً تنقل عبره آمال الجماهير ورغباتهم ومشكلاتهم فى مختلف شئون الحياة .

إن الإعلاميين المسلمين يستطيعون أن يكسبوا بأفعالهم أكثر مما يكسبون بأساليب الوعظ والتلقين التى تقدمها والكلمات المعسولة ، لأن الجماهير تنظر إليهم باعتبارهم نماذج حية لما يدعون إليه ، ويتأثرون بسلوكهم الفعلى أكثر مما يتأثرون بكلماتهم الحلوة ويرامجهم المثيرة ، ومقالاتهم الأخاذة ، لهذا يجب أن يكونوا أمثلة عليا للاستقامة والصلاح والتقوى ، وأن يتوافر لديهم القدرة على الصبر على الأذى ، كما يجب أن يقدموا الأمثلة العملية من التواضع ، وخفض الجناح ، والتودد والزهد فى مطالب الدنيا ، وأن يبتعدوا عن العنف والقسوة فى خطابهم امتثالاً لقول الله تعالى على لسان نبيه صلى الله عليه وسلم « ولو كنت فظاً غليظ القلب لانفضوا من حولك ، فاعف عنهم واستغفر لهم وشاورهم فى الأمر » .

### المجموعة الثانية : تتعلق بوسائل الإعلام :

وتكمن أهم التحديات التى تتعلق بوسائل الإعلام فى العالم الإسلامى فيما يلى :

١ - سيطرة الدول الأوروبية الكبرى ومعها الولايات المتحدة الأمريكية على كبرى وكالات الأنباء فى العالم ، حيث لا تقتصر سيطرة هذه الوكالات على وسائل الاتصال فى

معظم الدول ومن بينها العالمين العربي والإسلامي ، وإنما تؤثر هذه الوكالات على عملية اتخاذ القرار السياسي الذي يستند بطبيعة الحال إلى الكم المتوافر من المعلومات وبصفة خاصة في أوقات الأزمات ، فالوكالات العالمية تسبق الجهات الرسمية في كثير من الحالات في الحصول على المعلومات وتضطر هذه الجهات إلى الاعتماد على هذه الوكالات في تحديد موقفها وسياستها .

كما تؤثر هذه الوكالات على الأوضاع الاقتصادية في العالم فيرى بعض الخبراء أن الخدمة الإخبارية الاقتصادية التي تقدمها وكالة رويتر البريطانية تعتبر سوقاً مالية في حد ذاتها حيث تؤثر على حركة تداول الأسهم والسندات وأسعار العملات والمحاصيل في بورصات العالم . وفي 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 الغربي قوة لا يستهان بها في مجال التأثير بالصوت والصورة .

٢ - تؤثر ملكية وسائل الإعلام للحكومة أو الأحزاب أو الأفراد في العالم الإسلامي على وضع السياسات ورسم التوجهات الخاصة بالجهاز الإعلامي سواء أكان صحيفة أم مجلة أم محطة إذاعية أم تلفزيونية ، ومن ثم فإنه بدون وضع ملكية وسائل الإعلام في وضعها الشرعي والديمقراطي السليم فلن تستطيع هذه الوسائل أن تنطلق لأداء دورها من منطلقات صحيحة بدلا من أن تخضع لأساليب القهر والتسلط الذي يمارسه المالكون على حساب الجمهور المتلقى .

٣ - ارتباط الغالبية العظمى من وسائل الإعلام ومراكز الدعوة الموجودة في الدول الغربية بالسياسات التي تمولها في العالم الإسلامي أضف على هذه الأنشطة طابعاً سياسياً أو فكرياً يتوافق مع النظام السياسي للدول والجهات الممولة ، الأمر الذي أدى إلى تبعية هذه الأنشطة إلى جهات متنافرة تعكس الخلافات السياسية والمذهبية التي تعاني بسببها الدول الإسلامية ، الأمر الذي يفقد هذه المؤسسات فاعليتها ويفرغها من محتواها ولا يمكننا من الاضطلاع بالدور المنوط بها على الوجه الأكمل .

٤ - افتقار كثير من وسائل الإعلام في العالم الإسلامي إلى التمويل الذي يمكنها من تطوير الإمكانيات الفنية واستقدام التكنولوجيا المتقدمة ، وإجراء التجارب العلمية



والقيام بالبحوث الإعلامية التي تسهم في تطوير العمل الإعلامي الإسلامي والارتقاء به ، كما لا يمكنها من تلافى السلبيات ، ودفع عجلة الحياة في أجهزة الاتصال في الدول الإسلامية بصورة إيجابية .

٥ - غياب التخطيط والإدارة الجيدة للمؤسسات الإعلامية في العالم الإسلامي يفقد هذه المؤسسات رؤية مستقبلية للمواجهة العلمية واحتواء الأزمات التي تفرض نفسها على العمل الإعلامي الإسلامي .

٦ - عدم قدرة الدول الإسلامية على إنتاج تقنيات الإعلام الحديثة يجعلها تكتفي باستهلاك ما ينتجه الغرب منها ، وحول أجهزة الإعلام في البلاد الإسلامية إلى أجهزة تابعة للدول المنتجة لهذه التقنيات ، الأمر الذي يؤثر كفاءة أجهزة العمل الإعلامي في هذه الدول .

### ولمواجهة هذه التحديات يصبح من الضروري :

١ - العمل على استثمار القنوات الفضائية ومعطيات التكنولوجيا المعاصرة وثورة المعلومات وبالذات فيما يتعلق بشبكة الإنترنت لتحقيق أوسع انتشار للدعوة الإسلامية ، والرد على حملات التشويه التي توجه ضد الإسلام والمسلمين لدى الرأي العام العالمي ، وتصحيح الصورة الخاطئة التي ترسخها أجهزة الإعلام المعادية في هذا الصدد

٢ - ضرورة السعي نحو إيجاد صيغة تمكن من التنسيق بين وسائل الإعلام والدعوة في العالم الإسلامي وبحيث تتناغم الخطط الدعوية والإعلامية توحيدا للجهود في ظل المفاهيم والقيم والأخلاق والأنماط السلوكية والأهداف حتى لا يسعى مروجوا الفتن إلى مهاجمة الدعوة الإصلاحية عبر وسائل الإعلام بما يشجع الشباب على بعض الوضع القائم ومحاولة الخروج عليه .

٣ - يجب الاهتمام بدعم وتقوية الوسائل الإعلامية الإسلامية الموجودة فعلا والتي تعمل في مجال خدمة الدعوة الإسلامية ويأتي على رأس تلك الوسائل وكالة الأنبياء

الإسلامية ومنظمة إذاعات الدول الإسلامية إلى جانب بعض الإذاعات التي تهتم بعلوم القرآن الكريم كإذاعة القرآن الكريم من القاهرة وإذاعة القرآن الكريم من الرياض وإذاعة نداء الإسلام في مكة ، وإذاعة القرآن الكريم من الكويت وقطر إلخ ، مع الاهتمام بتقوية إرسال تلك الإذاعات لتصل إلى المستمع في أوروبا وأمريكا ، وترجمة بعض معانى القرآن الكريم ، وتقديم بعض البرامج باللغات الأجنبية لمخاطبة شرائح الفكر العالمى كل بلغته .

٤ - الاهتمام بالإذاعات الموجهة من دول العالم الإسلامى صوب أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية وغيرهما وتوظيفها إسلامياً لاسيما أن الدول العربية - وحدها - تبث نحو تسع وخمسين ساعة لمخاطبة المستمعين في أوروبا الغربية وأمريكا بخمس لغات هي : الإنجليزية - الفرنسية - الألمانية - الأسبانية - الإيطالية .

٥ - الاهتمام ببرامج الإعلام الإسلامى حيث أن بعض هذه الإذاعات تفرد مساحة زمنية ضئيلة للبرامج الدينية فى الوقت الذى تركز على الموضوعات السياسية والدعائية إلى جانب افتقار هذه الإذاعات للتخطيط العلمى السليم ، والتنسيق فيما بينها إضافة إلى ضعف إرسالها مما يفقدها الفاعلية والتأثير ولا سيما أن هذه الإذاعات تخاطب جمهور مشبع بالوسائل الإعلامية الأكثر تقدماً .

٦ - العمل على زيادة فاعلية الصحف والدوريات والنشرات والكتيبات وغير ذلك فى نشر المضمون الثقافى الإسلامى على أوسع نطاق لخدمة الأعداد الهائلة من جماهير الأمة الإسلامية فى الداخل والخارج .

٧ - الاستفادة من إمكانات القمر الصناعى العربى « عربسات » والقمر المصرى نايل سات لتحقيق التفاهم بين القوى الإسلامية وخدمة أهداف التنمية الشاملة فيها من خلال البرامج المشتركة وتبادل بث الخدمات الإذاعية والتلفزيونية بين هذه الدول .

٨ - يجب على الدول الإسلامية والعربية أن ترقى بمجالات التصنيع الجزئى والتجميعى فى مجالات تقنيات الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة .

٩ - تصحيح الاختلال الإعلامى على مستوى المنطقة العربية والإسلامية وذلك من خلال وكالة أنباء عربية قوية وأخرى إسلامية تزود العالمين العربى والإسلامى بالأخبار

الداخلية والخارجية وخطط التنمية ونواحي التقدم بهذا العالم ، فمن المعروف أن لكل قطر عربي وإسلامي وكالة أنباء خاصة به تتلقى موادها وأخبارها عبر وسائل الإعلام العالمية ومن ثم فإنه إذا ما أنشئت هاتين الوكالتين يصبح من الممكن استخدام قنوات القمر الصناعى العربى والمصرى لبث خدمة إخبارية توفرها هاتين الوكالتين .

### المجموعة الثالثة : تتعلق بالرسالة الإعلامية والبث الواقد :

#### وتكمن التحديات الخاصة بالرسالة الإعلامية فيما يلى :

١ - غلبة الموضوعات السياسية والترفيهية التى تقدم فى وسائل الإعلام على حساب البرامج الدينية والثقافية التى يتم تقديمها فى صورة متواضعة ، وغالباً ما يتم توظيفها فى الأخرى لأغراض سياسية الأمر الذى يستلزم إعادة النظر فى هذه البرامج حتى تستطيع أن تضطلع بدورها على الوجه الأكمل .

٢ - ضعف مستوى البرامج الدينية فى الشكل والمضمون وضآلة الإنتاج الإسلامى فى مجال التليفزيون والسينما والمسرح الأمر الذى يدفع الجمهور إلى الإعراض عنها إلى الأفلام والمسرحيات الهزلية .

٣ - افتقار السياسات الإعلامية فى العالم العربى والإسلامى إلى المرجعية الإسلامية ومعاناتها من التشتت والضياع فى ظل هيمنة الإعلام الغربى بقنواته ووسائله المسموعة والمرئية على المجتمعات الإسلامية .

٤ - تعمل الرسالة الإعلامية الوافدة علينا على تكريس الاغتراب بين شباب الأمة الإسلامية ، وتفرغه من القيم والآمال والطموحات ، ويتمثل هذا الاغتراب فى تلك الروح البائسة والاحباط ورفض الثقافة العربية الإسلامية ، والشعور بفقدان الذات وضياع الهوية أو تذويبها .

٥ - لا تقف الآثار السلبية للرسالة الإعلامية الوافدة على الشباب وحده ، لكنها تمتد لتشمل أطفال الأمة العربية والإسلامية ، وتنعكس الآثار السلبية للبث الواقد على أبناء المسلمين من خلال ما يلى :

( أ ) اكتساب اتجاهات وقيم سلبية خاصة فيما يشاهده المتلقى حيث لا يستطيع أن يدرك فلسفة العمل الإعلامى ومغزاه لاسيما فى مجال الدراما والمنوعات مما يدفع الشباب فى سن المراهقة لتقليد السلوكيات السلبية مثل التدخين والمخدرات والألفاظ غير اللائقة .

(ب) تعرض الطفل لموضوعات لا تتناسب مع المرحلة العمرية التى يمر بها مثل المشاهد العاطفية والجنسية مما يولد أفكارا وتساؤلات فى ذهنه لا تستطيع الأسرة الإجابة عنها .

(ج) استغراق المتلقى المسلم فى مشاهدته للبرامج الوافدة علاوة على برامج التليفزيون العادية مما يؤدى إلى عزله عن البيئة التى يعيش فيها وعدم المشاركة فى الأنشطة البناءة التى تفيده وترقى بأمته .

( د ) تخلق مشاهدة المسلسلات والبرامج البوليسية فى النشئ شعورا بالبلادة وعدم المبالاة وينتج عن ذلك انعدام الإحساس لديه مما يدفعه إلى القيام بردود أفعال عنيفة بعيدا عن أى شفقة أو تعاطف .

(هـ) يؤدى تعرض الطفل لأفلام الرعب أو مسلسلات الجريمة أو قصص السحر وغيرها قد يؤدى إلى ظهور سلوكيات مرضية سلبية لديه مثل الخوف والرعب وقد يؤدى ذلك إلى ظهور الكوابيس والأحلام المفزعة .

- تعمل البرامج الوافدة على محاولة اختراق العقيدة وفصلها عن الحياة ، حيث يرى بعض خبراء الدعاية والإعلام فى العالم العربى أن تمسك الشعوب النامية بالدين هو السبب وراء تخلفهم وما هم فيه من ضعف وتأخر .

- تعمل البرامج الأجنبية الوافدة على تشويه حقائق الدين الإسلامى والهجوم عليه ووصفه بأنه دين الصحراء والدواب ، وبالتالي فإن الإسلام لم يعد صالحا لزمناً الأعمار الصناعية بهدف الحيلولة دون عودة الإسلام القوية وسيطرة أفكاره على الأفراد والجماعات والشعوب .

- كثيرا ما تعمل البرامج الأجنبية الوافدة على العالم العربى والإسلامى على محو الأخلاق الإسلامية التى تعكس العقيدة الصحيحة ، ولا معنى للعقيدة التى يحملها الفرد إذا لم تجد لها تطبيقا ، ( التطبيق العلمى ) وحتى لا يرى المسلمون نموذجا متحركا للعقيدة التى يؤمنون بها ، أى أن المنطقة العربية والإسلامية تتعرض دوما لحمولات الغزو الفكرى من خلال هذه البرامج ويتضح ذلك بصورة كلية من خلال :

( أ ) حملات التشويه للقرآن الكريم ، والسنة النبوية ، وشخصية الرسول صلى الله عليه وسلم ، والتاريخ والتراث الإسلامى ، ونظام الحياة الإسلامية بصفة عامة .

(ب) إحياء النزعات الجاهلية التى لا تتفق مع تعاليم الإسلام .

(ج) الدعوة إلى التحلل والإباحية ، وهى دعوة خبيثة لأنها تطعن الأمة الإسلامية فى عقيدتها وأخلاقها وتتولى الأفلام الجنسية والمنوعات المبتذلة القيام بهذا الدور بصورة فاعلة .

( د ) الدعوة إلى إضعاف العلاقة بين المسلمين وعزلهم بعضهم عن بعض ، وزيادة الخلافات الوهمية فيما بينهم حتى لا تقوم لهم قائمة .

(هـ) تمجيد القيم الغربية المادية ، وتسفيه القيم الإسلامية ، والدعوة إلى التحرر منها ونبذها بدعوى أنها تمثل قيم الماضى المتخلف واستبدالها بالقيم الغربية .

**ولمواجهة التحديات المتعلقة بالرسالة الإعلامية يصبح من الأهمية العمل على ما يلى :**

١ - تكاتف الإعلاميين العرب والمسلمين فى إنتاج برامج إعلامية متنوعة المضمون تلبى احتياجات المتلقى المسلم ، وتحقق الأهداف العقائدية والاجتماعية والتربوية والثقافية التى تحتاجها المنطقة العربية والإسلامية والعمل على نشرها على مستوى العالم .

٢ - إنتاج برامج تليفزيونية وإذاعية مهمتها تحصين المواطن المسلم ضد الغزو الفكرى وما يتضمنه من أفكار ومعايير قد تكون مخالفة للدين الإسلامى ، وكذلك إنتاج برامج إعلامية تهدف إلى تأكيد عالمية الدين الإسلامى .

٣ - وضع خطة ثقافية على مستوى العالم الإسلامى تنفذها وسائل الإعلام بهذا العالم يهدف إلى تعزيز الذاتية الثقافية وتقويتها والحفاظ عليها من موجات الغزو الثقافى الرافدة .

٤ - تحقيق التعاون بين المحطات الفضائية الإسلامية للعمل على رسم سياسة واضحة لها ، وتحديد استراتيجية متكاملة بحيث يؤدي هذا التعاون إلى توحيد الجهود وبذل المزيد من أجل إنتاج برامج إعلامية متميزة تفيد المتلقى المسلم ، اجتماعيا ، وسياسيا ، واقتصاديا ، وثقافيا ، وتربويا ، وكذلك العمل على إنتاج برامج إعلامية عالمية تكشف عن الوجه المشرف للأمة الإسلامية على مستوى العالم .

٥ - الارتقاء بمستوى البرامج الإعلامية الإذاعية والتليفزيونية على مستوى البلدان العربية والإسلامية وذلك من خلال :

( أ ) إعداد البرامج على المدى القصير والمتوسط والطويل .

(ب) الارتقاء بمستوى هذه البرامج شكلا ومضمونا .

(ج) الدخول فى عمليات إنتاج برامج مشتركة .

(د) وضع سياسة متطورة للتدريب الإذاعى بشقيه المسموع والمرئى فى جوانبه المختلفة .

٦ - تشجيع حركة التبادل الثقافى والفكرى بين الجامعات الإسلامية والجامعات الغربية وإجراء حوار مع التنمية المثقفة والمفكرين الغربيين والمستشرقين للرد على المزاعم الكاذبة وتغيير الحجج الباطلة .

٧ - وضع أولويات محددة للعمل الإعلامى وذلك بالتركيز على القضايا الرئيسية التى تثير اهتمام المسلمين فى شتى أنحاء العالم وتعمل على وحدة الأمة الإسلامية وتماسكها .

٨ - تبنى اللغة العربية الفصحى فى وسائل الإعلام المختلفة وإتاحة مساحة أكبر للبرامج

المجادة ، وتحجيم الأغنيات ذات اللغة الهابطة والمعاني المبتذلة مع مراقبة للغة الإعلانات التجارية .

٩ - توعية المسلمين في بلاد العالم المختلفة بدورهم الحاسم في تكوين صورة الإسلام لدى غير المسلمين ، والتصدي للدعايات المغرضة ، وتصحيح الصورة الخاطئة والمفاهيم الباطلة التي يحاول أعداء الإسلام الترويج لها .

١٠ - تصحيح الصورة الذهنية التي تكونت عند الشعوب والجماعات المختلفة في العالم عن الإسلام والمسلمين عن طريق تقديم الواقع الحقيقي للسلوك الإسلامى القويم وشرح أبعاده من خلال معالجة قضايا المجتمع الحقيقية والمعاصرة .

### المجموعة الرابعة وتتعلق بالجمهور :

وتكمن التحديات التي تتعلق بالجمهور المتلقى للرسالة الإعلامية فيما يلي :

١ - ارتفاع نسبة الأمية في المجتمعات الإسلامية إذ بلغت ٨١,٥ ٪ حسب آخر الإحصاءات وإن كانت الإحصاءات الحديثة تشير إلى تناقص هذه النسبة بمعدل يتراوح بين ١ ٪ و ١,٥ ٪ سنويا وفي الحقيقة أن ارتفاع نسبة الأمية في المجتمع الإسلامى يشكل عائقا أساسيا يحول دون أداء الإعلام لرسالته كاملة مما يسبب إهدارا كبيرا للمادة الإعلامية المقروءة فإذا فرضنا أن نسبة الأمية في مجتمع ما تبلغ ٨٠ ٪ فمعنى ذلك أن ٢٠ ٪ من أفراد المجتمع هم الذين يتعرضون للإعلام المقروء ( الكتب والصحف والمجلات والنشرات والملصقات ) لأن هؤلاء هم الذين يتعرضون لاستقبال الرسائل الإعلامية التي تتطلب إلماما باللغة العربية وقدرة على فهم معاني مفرداتها .

٢ - الفراغ الإعلامى والثقافى الذى يشهده العالم الإسلامى والذى يعمل إلى حد كبير على زيادة الآثار السلبية للمواد الأجنبية الوافدة عبر الأقمار الصناعية ، مما يدفع المواطن العربى والمسلم إلى الإرتقاء فى ثقافة المتعة والتسلية والاستهلاك الفورى .

٣ - بدعم السلوك العربى والإسلامى فى الدول الأوروبية وفى الولايات المتحدة الأمريكية بعض الصور النمطية التي تركز عليها وسائل الإعلام الغربية والتي تتناقض مع روح

الإسلام ، مما يؤدي إلى تشويه صور الإسلام والمسلمين ، وذلك من خلال الصرف ببذخ والعلاقات النسائية ، والتلويح بالثراء ، وهي أنماط من السلوك تصدر عن بعض الأفراد الذين لا يشعرون بالمسئولية ، وسيئون إلى صورة بلادهم ، ولا شك أن أعداء المسلمين يتصيدون مثل هذه الأخطاء ويضخمونها ويوظفونها لطعن العقيدة ومعتنقيها .

٤ - سوء الأوضاع الاقتصادية لعدد كبير من الشعوب الإسلامية في أفريقيا وآسيا باستثناء الدول البترولية ، وحاجة كثير من أفراد هذه الشعوب إلى العون المادي باعتبارهم واقعين تحت خطر الفقر وللأسف فإن قيام الدول الإسلامية الغنية بتحمل مسئوليتها في دعم الدول الفقيرة ليس فعالا إلى الحد الذي يحقق التضامن والتكامل والتكافل بين الشعوب الإسلامية وهذا يؤدي إلى لجوء الدول الإسلامية الفقيرة إلى الدول غير الإسلامية بحثا عن المعونات التي غالبا ما تكون مشروطة بما لا يتفق مع مصالحها .

٥ - الخلافات السياسية على الحدود أو الثروة الاقتصادية وكذلك الخلافات بين نظم الحكم كما هو الحال في الصومال وأفغانستان وأريتريا واليمن وحتى أبرز هذه الخلافات ، تلك التي انتهت بغزو العراق للكويت ، وما تبع ذلك من انقسام على مستوى الأمة العربية ، وتبديد هائل غير مسبوق لطاقت هذه الأمة ومواردها الاقتصادية التي ظلت تبنيها خلال عشرات السنين ، هذا بالإضافة إلى المردود السلبى لهذا الخراب على مستقبل العالم الإسلامى وما خلفه ذلك من آثار سلبية انعكست على العلاقات بين الأشقاء العرب والمسلمين ، عمقت هذه الخلافات الوجود الصهيونى فى المنطقة العربية وحطمت إلى فترة طويلة الآمال التي كانت معقودة على مواجهته والتصدى له من جانب القوى العربية التي كانت تتوافر لها أسباب القوة للمواجهة .

**ولمواجهة التحديات الخاصة بالجمهور المستهدف يصبح من الأهمية العمل على ما يلى :**

١ - أن تعمل الرسالة الإعلامية على دراسة الجمهور المستهدف فى توجيه الخطاب الإعلامى لكل فئة حسب ظروفها مع مراعاة مختلف حالات التعرض مثل :



- ( أ ) التعرض الانتقائي الاختياري الذي يمارسه المستقبل طبقا لاختياره الحر .
- ( ب ) التعرض العشوائي وذلك في الوقت الذي يستمع فيه المتلقى دون قصد منه حين يتصادف وجوده زمانا ومكانا أثناء بث الرسالة .
- ( ج ) التعرض الاستدراجي الذي يتم نتيجة لاستخدام الدعاية والدعوة الملحة وذلك من خلال النشر في الصحف ، أو توزيع النشرات ، والإغراء بالمسابقات ذات الجوائز ، أو المشاركة في البرامج .
- ( د ) التعرض الإلزامي الذي يأتي نتيجة توجيه من إحدى الجهات المعنية مثل المدارس وثكنات الجيش والسجون وأندية الاستماع والمشاهدة ، وقد يتم التعرض الإلزامي أسريا أو اجتماعيا أو سياسيا .
- ( هـ ) ضرورة تطوير الواقع الإسلامي كأساس ينطلق منه العمل الإعلامي إلى أرجاء المعمورة بقوة وفاعلية ، وذلك من خلال نبذ عوامل الفرقة والتشتت بين الشعوب العربية والإسلامية ، والاستفادة من عوامل الوحدة والتآلف لتقديم صورة جيدة لواقع مشرق يسوده الوئام والحب والإخاء الحقيقي الذي يتم بالفعل وليس بالقول الزائف .

#### المجموعة الخامسة : وتعلق بالتقنيات الحديثة والغزو الثقافي :

فرضت تكنولوجيا الاتصال نفسها على العصر الذي نعيش فيه بصورة واضحة ، وأصبح العالم بفضل هذا التطور يعيش في بقعة محدودة تحددت عوامل الزمان والمكان متزامنة في وجودها وتطورها مع ثورة المعلومات ، فمع كل تطور في تكنولوجيا الاتصال تتطور معه موارد المعلومات ، وتطورها يبشر بأن العالم كله يتغير تغيراً سريعاً ، وأن التقنيات القديمة آخذة في الانحسار .

وازدادت أهمية تكنولوجيا الاتصال بعد أن أصبح الإعلام صناعة ضخمة ، يحتاج لإمكانات كبيرة ، وللملايين الدولارات ، مما جعل الدول المتقدمة والغنية والقوية تتبوأ مواقع القيادة والريادة في هذا المجال ، وأصبح عدد قليل من التجمعات الرأسمالية والاقتصادية الغربية يسيطر على السوق العالمي لإنتاج وتوزيع السلع والخدمات الإعلامية وغدت هذه الصناعة خاضعة لإمبراطوريات ضخمة تنظم السوق وفق ظروفها ومصالحها واحتياجاتها .

ونظراً لارتفاع تكلفة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات سواء في المجالات البحثية أو التطبيقية فإن هذا الواقع أصبح ينعكس بصورة حادة على النشاط الذي لا تستطيع معه معظم الدول الإسلامية اللحاق به أو مواكبته ، وهنا تكمن الأزمة التي تواجهها وسائل الإعلام في الدول الإسلامية ، حيث لا تزال كثير من هذه الوسائل تعتمد على الطرق البالية، وهذا لا يمكنها من التجاوب مع التقنيات الجديدة والمعطيات العصرية .

وهكذا نرى أن التكنولوجيا المعاصرة في وسائل الاتصال ونظم المعلومات قد أضافت بعداً جديداً وتمكنت من إحداث تغييرات جوهرية على حاضر الناس ومستقبلهم أردنا ذلك أو لم نرد ، حيث تترك هذه التغييرات آثاراً بارزة على البيئة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي يعيشون فيها . ولا سيما بعد أن حملت لنا الاكتشافات الحديثة والبحوث المعاصرة معطيات تقنية ووسائل إلكترونية ، وأساليب إعلامية ، لم تتح للأجيال السابقة ، وهذه الفنون والأساليب إذا أحسن توظيفها فإنها يمكن أن تسهم في تحقيق السعادة والرفاهية للجماهير المسلمة .

كذلك مكنت التكنولوجيا المعاصرة للتدفق الإعلامي من أن ينساب بتلقائية وسر إلى أي مكان ، حتى أصبح ما يدور في أقصى الشرق يسمعه ويراه الناس في الغرب في نفس الوقت . الأمر الذي يبسر لهم أحسن فرص التعليم والتثقيف والترفيه ، ويقدم لهم المعلومات العلمية والحياتية ، والخبرات العملية والتجارب المعملية ، والمستجدات العصرية، وهو ما لا يمكن تحقيقه بأية طريقة أخرى .

وقد استطاعت المستجدات العصرية التي تم إحرازها في تقنيات العمل الإعلامي أن تشد إليها الجماهير شداً ، وتغريهم بما تقدمه لهم من أعمال درامية ، وقوالب حوارية ، وفنون إخبارية وقرات ثقافية وترفيهية تجذب انتباههم وتستلقت اهتمامهم بطرق الجذب وأساليب الاستمالة وفنون الإقناع .

وفي الحقيقة أن الواقع الحالي للإعلام في هذه الدول يدعو للأسف ، فنحن نعتد على المصادر الأجنبية في الحصول على المعلومات ، وننقل التعريفات والتصنيفات التي تقدمها لنا هذه المصادر حرفياً دون تبصر ، وقد أقبلنا على شراء التكنولوجيا ، ولم نسع

إلى تعلمها ، فكان موقفنا من التقدم التكنولوجى موقف الزبائن وليس موقف المبدعين ، وهذا فى الوقت الذى وقف فيه غيرنا من هذا التقدم موقف التلاميذ ، فتعلموا وتقدموا ، وطوروا أنفسهم ، ونافسوا القوى الكبرى ، وفرضوا إنتاجهم ، وحافظوا على تراثهم وتقاليدهم ، بينما وقع المسلمون فى نفس الأخطاء ، ومارس إعلامهم دوراً لا يتفق مع حركة الأحداث وسرعة إيقاع الحياة .

ويرتبط بقضية التكنولوجيا قضية أخرى فرضت نفسها مؤخراً على الساحة الإعلامية وهى قضية البث المباشر عبر الأقمار الصناعية التى أصبحت تشكل غزواً جديداً لعقول المسلمين ، وهو الغزو الذى لن تفلح أساليب الرقابة والمنع فى مواجهته والحيلولة دون وصوله إلينا ، وتقوم فكرة البث المباشر على أساس إرسال إشارات إلى القمر الصناعى ليقوم بدوره بتقويتها ثم إعادة بثها لا إلى المحطات الأرضية ولكن إلى المنازل مباشرة عبر هوائيات صغيرة متوسط قطرها ٧٥ سم ، وتعمل أقمار البث فى نطاق ترددات ١٢ / ١٤ ميجا هرتز ، وقد أثار الاتجاه إلى البث التليفزيونى المباشر على النطاق الدولى الكثير من المشكلات ذات الأبعاد الفكرية والقانونية والسياسية .

وهذا البث بدوره قد يحمل عقائد فاسدة وأفكار مشوهة وسلوكيات غريبة ، ويمكن أن تؤثر على مفاهيم الجماهير المسلمة وأفكارهم ، وفى هذه الحالة لن تفلح وسائل الرقابة فى الوقوف أمام هذا السيل الجارف من مشاهد العنف والقسوة والإجرام الذى قد يحمله هذا البث والذى قد يترك انعكاساته العميقة على هذه الجماهير المسلمة ، وقد يدفعهم إلى التصرفات غير المسئولة والسلوكيات الخاطئة .

ويتم الغزو الثقافى لجماهير المسلمين من خلال مؤسسات تعليمية وثقافية إلى جانب المؤسسات الإعلامية التى تخدم هذا الغرض ، فعلى سبيل المثال فإن الولايات المتحدة تمارس الدعاية الثقافية من خلال المدارس والمعاهد والمكتبات التى تقيمها فى عدد من الدول الأجنبية ، وعن طريق نشر النظم التعليمية الأمريكية ، وتعميم اللغة الإنجليزية ، وتقديم المنح الدراسية لأبناء المسلمين ، واستيعاب الدارسين من هذه الدول فى الجامعات والمؤسسات التعليمية الأمريكية .

وهكذا يتضح لنا مدى بشاعة الخطر المحدق الذي تتعرض له الدول الإسلامية ، نضعه أمام صناع القرار الإعلامى فى العالم الإسلامى كى يتحملوا مسؤولياتهم الدقيقة فى هذا الصدد ، ويستثمرون الطاقات المتاحة والإمكانات الممكنة لمواجهة هذه الأخطار المحدقة بالإسلام والمسلمين .

وفى هذا المناخ الدولى المفتقد للعدالة تم توزيع ترددات الطيف الكهرومغناطيسى فى اتفاقات دولية أبرمت فى غيبة معظم الدول الإسلامية ، التى لم يترك لها إلا الفئات الذى لا يمكن أن يشبع الاحتياجات الإعلامية لها ، فضلاً عما يمثل ذلك من إحجاف لطرق استغلال الفضاء الجوى، وبهذا يصبح المسلمون هدفاً سهلاً للغزو الثقافى الوافد من الخارج. وتكمن المشكلة هنا فى أن الدول الإسلامية لم تنجح حتى الآن فى وضع سياسة إعلامية ترسخ الهوية الثقافية والمعطيات الحضارية لهذه الأمة على أسس من عقيدتها وقيمها وآمالها ، فلم تستطيع هذه الدول أن تحدد موقفها من العالم الذى أصبح يؤثر فى أبنائها بصورة لا تحتل لبساً أو غموضاً .

ويتضاعف حجم هذا التأثير فى مراحل الطفولة الأولى بسبب تعرض هؤلاء الأطفال إلى سبيل لا ينقطع من مشاهد العنف والجنس والجريمة ، وبالتالي فإن العقائد الفاسدة والأفكار المنحرفة التى قد تحملها وسائل البث المباشر سوف تترك بصماتها البارزة على سلوك أبناء المسلمين رضينا أو لم نرض ، وقد يدفعهم ذلك إلى التصرفات غير المستولة والأعمال العدوانية بفعل غريزة التقليد والمحاكاة .

ومن أبرز أخطار البث المباشر قيامه بإثارة الطموحات الاستهلاكية لدى الجماهير ، وهى طموحات يصعب إشباعها فى ضوء الموارد المتاحة فى الدول الإسلامية ، كما أن هذا البث من شأنه أن يزيد الخلل القائم فى تدفق المعلومات بين أبناء هذه الدول وأبناء الدول التى تملك وتهيمن ، مما يجعل الجماهير فى الدول الإسلامية يقتصر دورها على التلقى مع عدم القدرة على إيصال ما لديها إلى الآخرين ، إضافة إلى التهديدات التى تواجهها للتأثير على هويتها الدينية والثقافية .

أى أن الشواهد العملية والحقائق العلمية تشير إلى أن غياب البديل السليم يأتى على رأس العوامل المؤثرة فى اندفاع الجماهير نحو البث الوافد من الخارج بكل ما يحمله

من قيم ومفاهيم وسلوكيات قد تسهم فى طمس الهوية والقضاء على المعالم الرئيسية للشخصية المسلمة .

ومواجهة الغزو الثقافى المواجه . لن يكتب له النجاح إلا من خلال النهج العلمى الذى يستهدف تحصين المتلقى المسلم ضد الغزو ، وإصلاح أجهزة الإعلام المسلمة لتكون فى الوضع الذى يمكنها من الوقوف فى مواجهة عمليات الإبهار والجذب الشديد الذى تمارسه قنوات البث الفضائية الأجنبية لاستمالتهم .

وفى جانب آخر فإن الدول الإسلامية تستطيع أن تستثمر إيجابيات هذا البث فى تزويد الجماهير لديها بالمهارات والخبرات ، وتدريب اللغات ، ومحو الأمية ، والإرشاد الصحى ، والتنمية الفكرية ، كما يمكن استثمار هذه الشبكات فى تذليل العقبات التى تعترض سبيل الخدمة التعليمية ، خاصة فى المناطق الريفية والنائية فى العالم الإسلامى وذلك إذا توحدت الجهود وأخلصت النوايا .

وفى ضوء ذلك فإنه يصبح من الأهمية بمكان العمل على امتلاك وإنشاء قنوات فضائية خاصة بأبناء المسلمين ، وإمدادها بالكفاءات المدربة لتواجه بها منافسة الشبكات العالمية ، وعدم ترك الساحة خالية لوسائل البث الواقد من الخارج ، حتى يستطيع الجمهور المسلم أن يقارن بين الغث والسمين من البرامج ، وحتى نستطيع أن نفتتح أمامه أبواباً جديدة للمعرفة والثقافة ، فالبث عبر الأقمار الصناعية فى هذه الحالة لن يكون شراً كله ، بل يمكن أن يكون مفيداً إذا ما استطعنا إقناع المتلقى أن يعرض بإرادته عما يחדش الحياء ، وما يخالف القيم الإسلامية ولا يتفق مع عاداته وتقاليده حتى لا تجعله يقبل إلا على ما يراه مفيداً ونافعاً ، ولن يتأتى ذلك إلا فى حالة وجود البديل لأقوى تأثيراً والأشد جاذبية .

### المجموعة السادسة : وتعلق بالتحديات اللغوية :

تتبرأ اللغة العربية مكانة بارزة بين عوامل الحفاظ على الهوية الإسلامية ، لأنها نتاج لثقافة الأمة ، وهى السبيل لفهم الأشياء ، وبالتالي فهى الطريق لربط المسلمين بعقيدتهم وتراثهم ، والعربية لا يحفل بها العرب وحدهم ولكنها تهم المسلمين جميعاً ،

لأنها اللغة المقدسة التي تؤدي بها العبادات ، وتقام بها الشعائر وتلتقى عندها كافة الأجناس .

وتشير الدراسات الإحصائية أن وسائل الإعلام أسهمت إسهاماً كبيراً في إيذاء العربية ، فإذا استعرضنا برامج الإذاعة والتليفزيون في معظم البلاد العربية لوجدنا أن نسبة ما تبثه بالعامية - وباللهجة رجل الشارع - تزيد كثيراً على ما يقابله بالفصحى ، ولا سيما في مجال الأعمال الدرامية والتنوعات ، التي يندر فيها استعمال الفصحى من اللغة .

وقد أدى الابتذال واستخدام بعض الألفاظ والكلمات الهابطة التي تتردد على ألسنة الممثلين والضيوف ومقدمي البرامج في وسائل الإعلام ، وعدم الحفاظ على الحد الأدنى من الأصول والقواعد اللغوية إلى الاستخفاف بقواعد اللغة العربية وإهمالها ، كما أدى إلى الترويج للسوقية ، وشيوع الكلمات والمصطلحات غير اللائقة .

وانتشرت الدعاوى التي تطالب باستعمال العامية بدلاً من الفصحى ، بحجة أن الفصحى لا تلبي احتياجات العصر ، مما أسفر عن إهدار اللغة الأم ، وقد أسهم ذلك في تفشي أخطاء اللغة بصورة واضحة ، مما أصبح يندر بخطر محقق .

ويدعى البعض أن التخلف الذي أصاب المجتمع الإسلامي إنما يرجع إلى قصور اللغة العربية وعدم قدرتها على نقل ما جادت به القرائح والعقول عند الأمم الغربية المتحضرة ، ولذا رجب على أهل العربية أن يتركوا هذه اللغة ويبحثوا لهم عن لغة أخرى حتى يلحقوا بركب الحضارة ويتفهموا المتغيرات الجديدة التي فرضت نفسها على العصر لمعايشة التطور السريع الذي يسود العالم المتقدم .

ويطالب هؤلاء بتعلم لغة العالم المتقدم لتكون اللغة الأم بالنسبة لهم ، بدعوى أنها لغة العلم التي تحمل معارف وثقافات لا تستطيع لغة العرب أن تحملها أو تصوغ معانيها ومنهم من يتهم العربية بالعجز ، وعدم القدرة على الاستجابة للمستجدات العصرية في مختلف العلوم والفنون ، وبناء على ذلك فهم يطالبون بترك هذه اللغة ، والبحث عن لغة أخرى تمكن المسلمون من اللحاق بركب الحضارة والتقدم ، وتكفيهم كذلك من استيعاب المتغيرات الجديدة التي فرضت نفسها على إنسان اليوم ، حتى يستطيعون مواكبة التطور السريع الذي يسود العالم المتقدم .

وكانهم يرددون مقولة الاستعمار القديم ، الذى ظل بكامل طاقته إلى إضعاف هذه اللغة ليسهم فى صرف المسلمين عنها ، حتى تنقطع الصلة بينهم وبين جذورهم وتراثهم ، مستهدفين من وراء ذلك النيل من القرآن الكريم ذاته ، فأخذوا يوجهون سهامهم إلى اللغة العربية التى نزل بها هذا الكتاب العظيم .

فهل لغة العرب التى علمت العالم أصبحت عاجزة عن مسايرة التقدم الذى يسود العالم؟ هذه اللغة التى يشهد لها الخبراء والمتخصصون بأنها تتميز عن سائر اللغات بالقدرة على إيصال المعانى بأقصر الطرق ، كما تتميز بالسعة والمرونة والوضوح ، وهل يعنى هؤلاء ما قاله الحق جل وعلا فى سورة يوسف : ﴿ إنا أنزلناه قرآناً عربياً لعلكم تعقلون ﴾ وما ذكره فى صورة فصلت ﴿ كتاب فصلت آياته قرآناً عربياً لقوم يعلمون ﴾ .

إن العربية هى أكثر اللغات السامية وأدقها فى قواعد النحو والصرف فهى تشتمل على جميع الأصول التى تشتمل عليها أخواتها السامية وتزيد عنها بأصول كثيرة لا يوجد لها نظير بين هذه اللغات ومن ثم فإن فك التلازم بين اللغة العربية والدين الإسلامى يسهم فى اختراق الثقافة الإسلامية ، تلك الثقافة التى هى فى صميمها ثقافة عربية بلسان رسولها الكريم صلى الله عليه وسلم ، وعربية بلسان من استقبلوا دعوتها وحكموا بشريعتها ، وعربية بالوطن العربى الذى طلعت فيه شمسها وتجلت فيه آياتها ، وهى اللغة التى تؤدى بها معظم المناسك والعبادات الإسلامية .

ونظراً لأن اللغة العربية ملازمة لدين الله ، خصها الحق جل وعلا بحمل كتابه الكريم ، كام أن الثقافة الإسلامية فى صميمها ثقافة عربية بلسان رسولها المصطفى ، وعربية بلسان من استقبلوا دعوتها ، وحكموا بشريعتها ، فإن الحملات والمؤامرات التى تشنها الأجهزة والمؤسسات المعادية للإسلام والمسلمين تعمل بكل طاقتها على إفراغها من محتواها ، وهى حملات لا يهدأ لها بال تستهدف فك التلازم القائم بين اللغة العربية والدين الإسلامى لاختراق الثقافة الإسلامية .

ومن الغريب أن بعض المثقفين العرب الذين يعملون فى حقل الإعلام والتعليم والذين يجنحون إلى تقليد الشخصية الغربية فى الملبس والمأكل والكلام ، مفتونين بما يرونه فى

الغرب من بريق حضارى وتقدم علمى ، قد أسهموا فى النيل من اللغة العربية وتحريف الكثير من الكلمات العربية .

وتتحمل وسائل الإعلام مسئولية محورية فى الحفاظ على اللغة العربية ، وتقويم لسان الجمهور المسلم ، وحمايته من الانحراف بها ، لأنه إذا ظلت أجهزة الإعلام تهمل الأداء الصحيح للغة العربية فسيبلغ الانهيار مداه ، ولتلافى هذا الزلل ، وتطلعنا لتحقيق الأمل ، والارتقاء بالمستوى اللغوى للجمهور المسلمة فإن وسائل الإعلام يجب أن تأخذ على عاتقها ما يلي :

١ - حسن اختيار اللفظ والعبارة ، ومراعاة الكلمات الصحيحة التى يستطيع الجمهور استيعابها وفهم مقاصدها ، والابتعاد عن الألفاظ المتذلة والغريبة ، وعن الإسفاف فى اختيار الكلمات الهابطة لعرض المعانى ، وعدم التكلف فى صياغة النصوص الإعلامية ومراعاة مستوى أفهام الجماهير المتلقية ، حتى يقبلوا على العربية الصحيحة ، ولا ينفروا منها .

٢ - الالتزام بقواعد وحدود اللغة حتى تأتى النصوص الإعلامية الموجهة للناس معدة على وجه معقول ، ومنظومة بصورة تخلو من التناثر والشذوذ ، وهذا يفرض على الإعلاميين الذين يخاطبون الجماهير المسلمة التمكن من قواعد اللغة العربية والسيطرة على معانيها ، والقدرة على نظم الكلام ، ومراعاة الغرض المقصود منه ، وهو ما يشار إليه بوجوب مطابقة الكلام لمقتضى .

٣ - الاهتمام بفن الإلقاء ، والقدرة على النطق السليم للغة العربية ، والتعامل الصحيح مع ألفاظها ومفرداتها بطريقة سليمة ، بهدف ترسيخ هذه العادة وخصوصاً لدى الأطفال الذين يكتسبون عادات النطق والحديث وفن القول لأول مرة ، لأنه سيصبح من الصعب عليهم اقتلاع ما تعلموه عليه فى مراحل التكوين الأولى .

٤ - الوضوح والبساطة ، وذلك أن تناول مختلف القضايا بأسلوب عربى مبين يمكن المتلقين على اختلاف مستوياتهم من الفهم والاستيعاب ، ومتابعة ما ينشر وما يث دون صعوبة .



٥ - تضيق المسافة بين لغة الخطاب ولغة الكتاب ، وإتاحة مختلف السبل أمام الفصحى لتتسرب فى كل مكان ، ليكون للفصحى السلطان فى التعبير الإعلامى .

ومن ثم فإنه يصبح من الأهمية بمكان تلافى السلبيات التى تؤدى إلى انتشار الأخطاء اللغوية فى وسائل الإعلام العربية ، تلك الوسائل التى أصبحت بمثابة المدرسة التى يتعلم منها أبناء المسلمين فنون القول والتعبير ، ولن يتم ذلك إلا بوضع خطة جادة تستهدف وضع الأمور فى نطاقها الصحيح .

### المجموعة السابعة : وتتعلق بالتخطيط الإعلامى والبحث العلمى :

أنه فى الوقت الذى اكتشفت فيه المؤسسات الإعلامية الناجحة أهمية التخطيط وبدأت تدرك مكانته الإعلامية ، وأصبحت تستعين به فى أنشطتها المختلفة إلا أننا إذا استعرضنا حال أجهزة الإعلام فى العالم الإسلامى سوف يتأكد لنا أن غياب التخطيط العلمى كان وراء فشل كثير من الأنشطة الإعلامية وفقدانها القدرة على التأثير وتحقيق الفاعلية والتأثير المطلوب على المتلقى .

### ويقوم التخطيط الإعلامى على مجموعة من المراكزات نجملها فيما يلى :

١ - تخطيط برامج إعلامية تتناسب مع مستويات الأعمار المبكرة والمتوسطة والمتأخرة ، دون إغفال مرحلة على حساب مرحلة أخرى .

٢ - تخطيط برامج تربوية مرنة لسن ما قبل المدرسة تعبر عن مناشط متنوعة لأطفال دور الحضانة ورياض الأطفال ، مناشط تعكس صورة مجتمع الطفولة فى هذه المؤسسات .

٣ - تخطيط برامج لإعداد وتدريب الإعلاميين العاملين فى وسائل الاتصال المختلفة .

وبناء على ما تقدم نستطيع أن نقرر أن فهم الجماهير للقضايا الإسلامية يتوقف على مدى النجاح فى إعداد الخطة الإعلامية التى تتوافق مع طبيعتهم ، واختيار الوسائل التى تناسبهم والموضوعات التى تتوافق مع طبيعتهم ، مع مراعاة الظروف الاجتماعية والاقتصادية السائدة بينهم .

ويرتبط التخطيط الإعلامي بمدى التقدم في ميادين البحث العلمي ذلك أنه لم يعد هناك شك أن العلم قد أصبح هو العنصر الفاصل بين التقدم والتخلف ، وأنه بقدر ما تبذل الأمم في سبيل هذا العلم من جهد ومال بقدر ما يكون تقدمها ، وقدرتها على التفاعل مع معطياته ، كما يعود عليها بالخير العميم ، والحديث عن العلم لا ينفصل عن تطبيقاته ، فلقد انقضى العصر الذي كانت تتردد فيه مقولة « أن العلم للعلم » فقد أصبح العلم يضطلع بوظائف جوهرية في المجتمع ، يأتي في مقدمتها العمل على حل مشكلاته ، ومعالجة الأزمات التي تواجهه .

ولقد أصبح البحث العلمي الآن يختلف عنه في السابق ، نظراً لتعدد أساليبه ، وتنوع أجهزته ، وتعدد الميادين التي يعمل فيها ، ونظراً لأهمية النتائج التي يصل إليها العلماء من مختبراتهم ومعاملهم ، وتأثير هذه النتائج على مجريات الحياة اليومية للمجتمعات الإنسانية ، بعد أن تبين أن مصائر الآلاف من الناس قد ارتبطت بتجربة معينة أجراها نفر من العلماء في صمت ، ونظراً لمكانة البحث العلمي في الدول المتقدمة وتشعب أجهزته ، وتعدد الجهات المشرفة عليه فقد تدخلت الحكومات الوطنية لدفعه إلى الأمام ، وأخذت أعداد العاملين فيه تتزايد بصورة ملحوظة .

وتلعب البحوث العلمية دوراً كبيراً في نجاح الخطط الإعلامية حتى لا تبني هذه الخطط على غير أساس وتعمل ضد الاتجاهات الجماهير واهتماماتهم ومن هنا جاءت أهمية هذه البحوث في نجاح الخطة .

إن الإعلام الإسلامي لكي يحقق النجاح المأمول لابد أن يعتمد البحث العلمي منهاجاً لها وأن تلتزم بالخطوات التالية :

١ - دراسة اتجاهات الجماهير دراسة علمية متأنية ومتعمقة لاستكشاف اهتماماتهم وطموحاتهم ومشكلات الاجتماعى .

٢ - رسم البرامج الإعلامية على أسس علمية سليمة ، وفى ضوء ما تسفر عنه هذه الدراسات حتى يمكن إعداد البرامج المناسبة للطفل المراد الوصول إليه .

٣ - اختيار أنسب الوسائل لتحقيق الأهداف الجزئية ، فقد تفيد الإذاعة فى تحقيق هدف ما بينما يخفق التلفزيون أو السينما فى تحقيق هذا الهدف .. الخ .

وإذا كان الإسلام قد فرض التطور على أهله فرضاً ، بالحض على الدراسة والبحث ، فإن الأنشطة الإعلامية لا بد أن تستهدف النهوض بالطفل المسلم والأخذ بيده ، لأن شخصية لا يقومها ولا يرقبها شئ غير العلم ، وفى ذلك يقول الله عز وجل : ﴿ يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أتوا العلم درجات ﴾ .

إلا أن البحث العلمى فى العالم الإسلامى لا يزال يواجه مشكلات قاتلة ومعوقات هائلة ، وكفى أن نعرف أن ما يتفق على البحث العلمى فى الوطن العربى لم يتعد خمس بليون دولار فقط بما يمثل ١ : ١٧٠ مما نفقته الولايات المتحدة الأمريكية وحدها ، على الرغم من ضخامة الناتج القومى العربى .

وإذا أضفنا إلى ذلك ضعف الوعى بأهمية البحث العلمى ، وبخطورة ما يحققه من نتائج ، وما يترتب عليه من تطبيقات ، وعدم مشاركة المؤسسات الكبرى والشركات والأثرياء من العرب والمسلمين فى نفقاته ، وقلة أعداد العلماء المسلمين العاملين فى هذا المجال ، إضافة إلى ظروف العمل الصعبة التى يعيشها العلماء والباحثون ، والتعقيدات الإدارية التى تسيطر على مؤسسات البحث العلمى فى العالم الإسلامى ، وإذا أضفنا إلى ذلك أن ممارسة البحث العلمى لا يزال يعانى من عدم الاهتمام واللامبالاة ونقص الكوادر البحثية ، وضعف فى الإمكانيات الفنية ، وضآلة فى الميزانية المخصصة لذلك سيوضح لنا حجم هذه المشكلة .

وفى الحقيقة أنه إذا توافرت الرغبة الأكيدة ، والنوايا الصادقة ، والاستعداد الفعلى وتم إعداد الخطط الإعلامية السليمة ، فإن أجهزة الإعلام فى الدول الإسلامية يمكن أن تنطلق لقرع آذان الجماهير فى العالم كله ، وتفتيح أعينهم ، لعرض الصورة الصادقة والأمنية لرسالة محمد صلى الله عليه وسلم لأن صوت الإسلام الموجه للرأى العام العالمى يجب أن يكون قوياً ومؤثراً ، وهذا يتطلب ضرورة التنسيق بين الأجهزة الإعلامية لتحديد الأهداف ، ورسم الاستراتيجية ، ووضع الخطط الكفيلة بإنتاج برامج مناسبة لمختلف الفئات والمستويات .

ونستطيع أن نقرر أن فهم الرأي العام للقضايا الإسلامية يتوقف على مدى النجاح في إعداد الخطة الإعلامية التي تتوافق مع طبيعتهم ، واختيار الوسائل التي تناسبهم والموضوعات التي تتوافق مع طبيعتهم ، مع مراعاة الظروف الاجتماعية والاقتصادية السائدة بينهم ويتم ذلك من خلال ثلاث مراحل ، وذلك على النحو التالي :

### المرحلة الأولى :

وتبدأ بدراسة استكشافية لمعرفة طبيعة الجماهير الذين تستهدفهم الخطة ومستوياتهم الفكرية ، وأوضاعهم الاقتصادية والاجتماعية ، ونوعية المعارف السائدة بينهم .

### المرحلة الثانية :

ويتم فيها وضع هذه الخطة موضوع التطبيق العلمي ، مع الأخذ في الاعتبار كافة المتغيرات التي تكفل الوصول للجماهير المستهدف ، وتزويده بالحقائق ، ومتابعة كل جديد ، واختيار الأسلوب الذي يصلح لمخاطبة كل شريحة من الشرائح المستهدفة .

### المرحلة الثالثة :

ويتم فيها تقويم ما تم إنجازه من أهداف الخطة ، وما أسفرت عنه مرحلة التنفيذ من نتائج بهدف وضع النقاط على الحروف في كل مرحلة ، وتقديم المقترحات التي تعالج مختلف جوانب الخلل ، ودفع عجلة العمل الإيجابي لتحقيق استمرارية النشاط الإعلامي الفعال ، واستثمار الإيجابيات ، وتلافى السلبيات التي تنجم أثناء التطبيق العملي للخطة.

وبناء على ما خلصت إليه البحوث والمناقشات المختلفة فإن لجنة التحديات الإعلامية تضع أمام صانعي القرار المقترحات التي تراها كفيلة بالتعامل مع هذه الإشكاليات ومواجهة التحديات والارتقاء بالعمل الإعلامي في المجتمعات الإسلامية ، ويمكن إعمال هذه الرؤى والمقترحات فيما يلي :

٢ - يجب تطوير مناهج الدراسة بكلية وأقسام الإعلام بالجامعات الإسلامية ومن ثم فإن اللجنة ترى حث الجامعات الإسلامية على تشكيل لجنة علمية من بعض أعضائها

تكون مهمتها القيام بهذا التطوير وعمل وصف تحليلى كامل بالمواد الواجب تدريسها لتأهيل الطالب لمواجهة الم أشكال الإعلامية المتجددة التى تواجه العالم الإسلامى فى القرن المقبل .

٣ - ضرورة تكوين لجنة من الإعلاميين وأساتذة الجامعات والقيادات الفكرية تكون مهمتها الاتصال بالمسئولين ورجال الأعمال لإقامة قناة فضائية تعنى بقضايا العالم الإسلامى .

٤ - إعداد حملات ثقافية إعلامية مكثفة تركز على استخدام الوسائل والأجهزة العلمية والتكنولوجيا يعد لها خبراء متخصصون فى شئون السياسة والفكر والإعلام والخبراء فى سيكولوجية التعامل مع الفكر الغربى والمهاجم وتأخذ زمام المبادرات وسياسات الفعل وليس رد الفعل .

٥ - ضرورة تكوين لجنة من قادة الفكر تكون مهمتها التنسيق مع المسئولين عن القنوات الفضائية العربية والإسلامية للقيام بما يلى :

( أ ) دعوة الكتاب والمفكرين الغربيين المعروفين بكتابتهم الموجهة ضد الإسلام إلى شرح وجهة نظرهم ومناقشتها من خلال هذه القنوات .

(ب) وكذلك دعوة نظرائهم من العلماء والمفكرين الغربيين المشهود لهم بالدفاع عن الإسلام لعرض وجهة نظرهم .

(ج) تخصيص برامج مستمرة وأخرى موسمية باللغات الأجنبية تشرح وجهة نظر الإسلام فى المشكلات العالمية المعاصرة .

( د ) التنسيق بين القنوات الفضائية فى الدول الإسلامية لبحث هذه البرامج والاتفاق على مادتها واللغات التى تبث بها وكذلك العلماء والمفكرين الذين يقومون بهذه المهمة .

(هـ) ضرورة التعاون والتنسيق بين رابطة جامعات العالم الإسلامى والمؤسسات الإسلامية والإعلامية الأخرى مثل منظمة الإذاعات الإسلامية والمجلس الأعلى للشئون والأزهر

الشريف والهيئات الإعلامية المختلفة في البلاد الإسلامية لإصدار دراسات عن الإسلام وحضارته ومبادئه ووسائل توزيعها في الخارج باللغات الأجنبية خاصة في البلاد التي يتزايد فيها ظهور الدعاوى التي تتجه إلى مهاجمة الإسلام أو تجريم رموزه .

إلا أننا نستطيع القول هنا أنه على الرغم من تعدد المناهج وأدوات البحث العلمي المستخدمة في مختلف العلوم الإنسانية ، إلا أن قابليتها للتطبيق في إعلام الطفولة يتطلب فهماً دقيقاً وإدراكاً لمدى صلاحيتها ، وهذا ما يدعو إلى ضرورة استعراض المناهج الحالية ودراستها واختبار أصلحها لأداء الغرض المطلوب ، إضافة إلى استحداث مناهج وأدوات بحثية قد تدعو الحاجة إليها شريطة أن تتفق هذه المناهج وهذا اللون من الدراسة .