

ولكننا تأخرنا في الحقل الذي يجب أن تتفوق ونتميز فيه، وهو استيعاب هذه المعرفة في نموذج بديل، وأدركنا أن الإعلام الإسلامي ليس فقط أدوات الاتصال التي نملؤها بخطاب إسلامي، ولكنه أعقد من ذلك بكثير، وربما يكون مما يساعد على تحقيق هذا الهدف الكبير عمليات تنظيم للمعرفة المتاحة ثم مقابلتها لاحتياجاتنا وأسئلتنا الحقيقية والأولية.

بقلم إبراهيم غرايبة

يشغلنا كثيرا فهم الأحداث والقضايا المحيطة بنا وتحليلها، والبحث عن رؤية إسلامية لها تحدد موقفا مطلوبا أو فهما صحيحا، وفي المحصلة أن يكون ثمة دراسة ومعالجة منهجية للفهم والتحليل تؤسس لإعلام إسلامي، أو خطاب إعلامي يسعف الشباب المقبل على الإسلام والعائد للالتزام بتعطش وحماس ورغبة، ويتيح للجمهور الإسلامي العام القدرة على التعامل مع الإغراق الإعلامي والمعلوماتي.

فوسائل الإعلام توسعت في خدماتها، وأمكن للناس اليوم الإطلاع على مصادر المعلومات والأخبار والأحداث من الفضائيات ومواقع الإنترنت والصحف

والمجلات، ولم يعد ينقص الناس وسائل الحصول على المعلومات، ولكن إغراءات هذه التسهيلات كانت تحير الناس وتزعجهم، وأوجدت حاجة جديدة ملحة لتحليل ما يتدفق في وسائل الإعلام وتنظيمه معرفيا، والوصول إلى فكرة أو ترجيح رأي. ولم يعد تحليل الأحداث وفهمها ترفا فكريا، أو عملا يقوم به فئة متخصصة من الناس دون غيرها، فجماهيرية وسائل الإعلام وانتشارها تجعل الفهم والتحليل عملا جماهيريا أيضا، وقد غيرت الوفرة الهائلة في المعلومات من عمل المحللين والإعلاميين، فقد كان دورهم يكاد يقتصر على تقديم معلومات وأخبار يكادون ينفردون أو يتميزون بها، أو يسبقون الناس في الحصول عليها، ولكن المحطات الإخبارية والإعلامية ومواقع الإنترنت جعلت الناس جميعهم متساوين في الحصول على المعلومة

والخبر وفي الوقت نفسه أيضا، ولم يعد
المسؤولون السياسيون ولا الإعلاميون
يتميزون على الناس فجميعهم لديهم
المصادر نفسها، وكشفت هذه الوفرة
والسهولة عن عجز الإعلاميين عن الفهم
والتحليل وأنهم لا يختلفون عن الجمهور،
وكانت نشرات الأخبار في الفضائيات
والضيوف الذين يقدمون على أساس أنهم
محللون، والبرامج واللقاءات تعبر عن فراغ
كبير وأسئلة معلقة لم يكونوا مؤهلين لها،
وأن مؤهلاتهم السابقة لم تتجاوز سبقهم في
معرفة المعلومة قبل الناس أو الإطلاع على
محطات الإذاعة والتلفزيون والصحف
الأجنبية التي كانت بعيدة عن متناول الناس
وقدرتهم على الوصول إليها.

هذا التراكم في المعلومات يحتاج إلى
استيعاب مازال غائبا، والاستيعاب إن تحقق
يحتاج إلى إبداع نموذج في الرؤية والفهم

والاستشراف والتقدير، وكانت وسيلة
المؤسسات الإعلامية، وفق ما يتبادر إلى
الذهن بداهة ويلبي حاجات السرعة
والتنافس بين المؤسسات، أن تلجأ إلى
إعلاميين وسياسيين ومتخصصين أو من
تظنهم متخصصون، ولكن التجربة أظهرت
أن "أهل الذكر" من بين هؤلاء كانوا نادرين
أو مفقودين، وأن "الذين يستنبطونه منهم"
ليسوا هم الذين تلجأ إليهم الفضائيات
والصحف والإنترنت في غالب إن لم يكن
جميع الأحوال.

إن الكثير من المثقفين المسلمين والباحثين
يظنون أن الإسلام يقدم قواعد وأفكاراً
ونظريات شاملة وجاهزة وأن الاجتهاد
السياسي أو الاجتماعي أو الاقتصادي
مستمد فقط من فهم النصوص والمراجع
ودراستها، ولا يدركون أن النظام الإسلامي
تفاعل إيجابي وسليم بين الفكر والعقيدة

والثقافة والدعوة والتحرك بها وسط الواقع
والبيئة والمتغيرات والمحددات الكثيرة
والممتدة والمتجددة، ولذلك فإن النظام
الاجتماعي الإسلامي ينمو ويتجدد ويضم
ويتراجع ويبدع ويتخلف حسب واقع وحال
البيئة المحيطة به من ناس ومجتمعات
وحضارة وفاعلية اجتماعية.

وكنا في مرحلة الغياب عن العمل الإعلامي
نظن أن تأسيس الخطاب الإعلامي والمنهج
الإسلامي في الإعلام وفهم الأحداث
وتحليلها أمر متيسر أو مرهون فقط
بممارستنا للإعلام، ولكننا وقعنا بسرعة
أسرى خيارين: أن نخوض نموذجاً في العمل
نسير فيه مبتدئين ونتدرج في الخبرات
ونراكم المعارف، أو نقتبس النماذج القائمة
ونسعى في تطويعها للمبادئ الإسلامية
والثقافة التي نعتقد أنها مناسبة، واكتشفنا
أننا نفتقر إلى خطاب إسلامي يواكب

المفاهيم والمتغيرات الكثيرة، وأن ما نملكه من أدوات إسلامية للفهم والعمل تحتاج هي الأخرى إلى معالجة.

لا تسعفنا منهجية أو طريقة استيعاب النظرية الغربية في الإعلام والسياسة والتحليل ثم محاكمتها إلى الإسلام أو محاولة البحث عن مرجعية إسلامية تدعمها أو تناقضها، فالنظرية ليست فقط محصلة عملية ذهنية أو تجربة علمية أو بحث مجرد أو فهم نظري، ولكنها محكومة بمنظومة البيئة المحيطة من القيم والثقافة والتجارب والعادات والتقاليد.

ولكن الإسلام يقدم أسساً ومرجعيات، وبناءً أساسياً في الاعتقاد والفاعلية والدافعية والتهديب، وقواعد عامة تصلح أن تبني نظاماً صحيحاً وفاعلاً، والنظام لا يبنى فقط بمجرد الحصول على مكوناته ولكن لا بد من تفاعلها. فاجتماع الهيدروجين والأكسجين

لا يعني بالضرورة تكون الماء منهما ولكن لا
بد من شروط وبيئة تؤدي إلى تفاعلهما
لنحصل على الماء!

وعندما اقترح الأستاذ مالك بن نبي رحمه
الله معادلته المشهورة للنهضة (إنسان +
تراب + وقت) لم يشغل نفسه بالحديث عن
هذه العناصر والمكونات بقدر ما أشغل
نفسه بشروط تفاعلها، وكان عنوان كتابه
"شروط النهضة" وليس مكوناتها
وعناصرها، فالسؤال هو كيف يحقق الإسلام
هذا التفاعل؟ أو كيف يهيئه؟ وكيف نسعى
لتحصيل شروطه؟

ولا نحتاج كثيراً لتأكيد أو بيان وجود النظرية
الإسلامية للعمل العام والدعوي والإعلامي
وصحتها، فالإسلام حقق بمبادئه وأفكاره
وتجربته الحضارية والتاريخية أسساً
ومداخل ناجحة للعمل الإعلامي والتحرك
بالمفاهيم والأفكار، والدعوة إليها.

ويسهل القول أو الاقتراح بالدعوة إلى إعلام إسلامي، ولكن ذلك لا يعفي من محاولة فهم وتقدير واقع وحال المجتمع العربي، ولن تقدم خبرتنا وثقافتنا الإسلامية نظريات وأفكاراً صحيحة للعمل الإعلامي بدون فهم المجتمع المحيط فهماً صحيحاً.

لقد حقق الشباب العاملون في الدعوة الإسلامية تقدماً كبيراً في الإحاطة بفنون الإعلام والاتصال والإدارة وأمكن لهم بذكائهم وحرصهم أن يستفيدوا من علوم الغرب وتقنياته ويستوعبوا ما تقدمه الجامعات والمراكز والمؤسسات الإعلامية، وهذا إنجاز طيب، ولكننا تأخرنا في الحقل الذي يجب أن نتفوق ونتميز فيه، وهو استيعاب هذه المعرفة في نموذج بديل، وأدركنا أن الإعلام الإسلامي ليس فقط أدوات الاتصال التي نملؤها بخطاب إسلامي، ولكنه أعقد من ذلك بكثير، وربما

يكون مما يساعد على تحقيق هذا الهدف
الكبير عمليات تنظيم للمعرفة المتاحة ثم
مقابلتها لاحتياجاتنا وأسئلتنا الحقيقية
والأولية.

وليست وظيفة هذه المقالة أن تقدم للقراء
وسائل الفهم والتحليل أو تعلمهم كيف
يفهمون الأحداث ويستنبطونها، ولكنها
للسؤال والدعوة والتذكير للاستنهاض لأجل
هذه المهمة الجليلة التي لا تقدم جاهزة ولا
مبسطة لأنها ليست موجودة على نحو
جاهز، ولكنها تنشأ في المحاولات الدءوبة
والأعمال المتراكمة في محاولة تنظيم
المعرفة، ولعل مقالات أخرى ومحاولات
أخرى من الكتاب والمتخصصين الذين
يستجيبون فينفرون لهذا الفقه، ويؤسسون
لهذا العمل، وهي دعوة للقراء وجميع الناس
ليحذروا من إغواء التبسيط والبحث عن
الأفكار والمقولات المبسطة، وللإفلات من

الهيمنة والتضليل والشعوذة التي يمارسها
النجوم الجدد في الحياة الإعلامية، والواقع
أن كثيرا مما يقوم به إعلاميون ورثوا أهل
الفن في نجوميتهم وأساليبهم أيضا يكاد
يندرج في الاستعراض ودغدغة الناس
واستجلاب إعجابهم، ويكاد عملهم يصنف
في خانة ظاهرة شاكير ونانسي عجرم.