

# وسایل ارتباطی مسلمانان، وضعیت فعلی وجهات آینده

■ مقاله از: محمد، ا، صدیقی  
 ■ ترجمه از: دکتر سید رضا نقیب السادات

## مقدمه

هیچ تعریف استواری از وسایل ارتباطی مسلمانان موجود نیست، لیکن عناصر تعیین کننده محتوی، اخلاق رسانه‌ای و توافق بر اسلام است که غالباً به عنوان راهنمای اصلی به کار می‌رود. یک نشریه ممکن است به سوی مسلمانان و جوامع ایشان جهت‌گیری کرده باشد، بدون آن که هر گونه توافق بر علایق، یا مذهب ایشان موجود باشد.

به عنوان مثال نشریه بررسی جهانی مسلمانان به وسیله یک تراست مسیحی در ایالات متحده آمریکا منتشر می‌شود که درباره جوامع مسلمانان است، لیکن از آنچه که بتوان آن را تحت عنوان یک نشریه دقیقاً مسلمان دسته‌بندی نمود، فارغ است.

در این خصوص در یک تلاش برای تعریف مشخصه‌های وسایل ارتباطی مسلمانان مقیس‌الدین (Mughees-ud-din) یادآور می‌شود که یک روزنامه‌نگار مسلمان نباید فقط با منظور کردن و به انتشار رساندن آنچه که منطبق علایق معمول مردم باشد، راضی گردد، بلکه او باید همیشه با شیطان مبارزه کند و حق را تشویق کند.

معیار شیطان و حق البته باید مبتنی بر اصول قرآن باشد. این مطالعه یک بررسی مختصر از ادبیات موجود در خصوص وسایل ارتباطی مسلمانان، موضوعات تکنیکی و حرفه‌ای مرتبط با بازاریابی، توزیع و جنبه‌های سازمانی وسایل ارتباطی مسلمانان و نقش وسایل ارتباطی مسلمانان در دموکراتیزه کردن جوامع مسلمانان فراهم می‌آورد.

را در عرصه‌های فعالیت روزنامه‌نگاری ایشان فراهم آورد (شخصیت اسلامی)

دوم: رسانه‌های جمعی مسلمانان باید در جهت تحقق بخشیدن به اتحاد آحاد مسلمان فعالیت کند. این امر مورد تاکید قرار گرفته بود که تحکیم‌ایمان (اعتقاد) افراد مسلمان در ارزشهای اسلامی و اصول اخلاقی، اجبار اصلی رسانه‌های ارتباطی مسلمانان بود.

براساس بحث مذکور افراد ممکن است تمایزی را بین رسانه‌های ارتباطی جهانی مسلمانان با رسانه‌های ارتباطی مسلمانان قابل شوند.

رسانه‌های ارتباطی جهانی مسلمانان همراه و درباره آن هستند، لیکن از سوی یک نقطه‌نظر سوسیالیستی سکولار، یا حتی یک نقطه‌نظر کمونیستی تولید می‌شوند، در حالی که رسانه‌های ارتباطی مسلمانان همراه و درباره آنان به ویژه و جهان به طور کلی هستند که از جانب یک دیدگاه اسلامی نوشته شده‌اند.

برخی اندیشمندان (پژوهشگران) اصطلاح وسایل ارتباطی سنتی را به کار می‌برند، و مقصودشان آن چیزی است که این نویسنده از وسایل ارتباطی مسلمانان توصیف می‌کند.

به عنوان مثال، حمید مولانا بحث می‌کند که محدود کردن تحلیل ارتباطات جمعی به مدل‌های رسانه‌های ارتباطی غربی، غفلت از تاثیر کانال‌های سنتی است که از طریق آن پیام‌های رسانه‌های ارتباط جمعی مدرن با فیلتر آنها تبدیل به پیام‌های منطقه‌ای یا فرهنگ‌های خاص می‌گردد.

وی با تحلیل تاثیر وسایل ارتباطی سنتی بر انقلاب ایران نتیجه‌گیری می‌کند که "هر دو رسانه‌های سنتی و پیام انقلاب از اسلام ریشه گرفته بودند".

همچنین نقش رو به تزاید وسایل ارتباطی مسلمانان به وسیله اصغر فتحی مورد تحلیل قرار گرفته بود. وی اشاره می‌کند که منبر (کرسی و عطا) یک نقش برجسته (ممتاز) و مشروع را در سال‌های اخیر با کاربردش برای ارتباطات سیاسی در مصر کسب کرده است.

شلیفر (Schlefer) نماینده قدیم NBC در بیروت و در حال حاضر پرفسور ارتباطات جمعی در دانشگاه امریکایی قاهره (Cairo)، تلاش کرده است تا میان وسایل ارتباطی مسلمانان و وسایل ارتباطی غربی مدرن تمایز قائل شود.

شلیفر در تحلیل نیازها، موضوع را عملیاتی کرده و محدودیت‌های یک خبرگزاری اسلامی، این امر را به وضوح بیان کرده که بنیان روزنامه‌نگاری مدرن که "دانستن حق مردم است" و این که هیچ چیز مقدس نیست؛ ذاتاً ضد اسلامی‌تراز مرکز ثقل بانکداری مدرن است که مبتنی بر منافع (سود) است.

شلیفر به طور قانع‌کننده‌ای بحث می‌کند که وسایل ارتباطی مسلمانان، نیکی را تشویق و از پلیدی بیزار است، و این ذاتاً متفاوت

#### بررسی ادبیات مسئله:

در کل مطبوعات مذهبی، یک مرحله مورد غفلت برای پژوهش از سوی محققان علوم ارتباطات است. چنان‌که برای وسایل ارتباطی مسلمانان به سختی می‌توان تاریخچه‌ای از اطلاعات انباشته (ثبت شده)، نقش و کارکردهای وسایل ارتباطی مسلمانان یافت.

در سال ۱۹۷۸ نخستین کنفرانس اسلامی آسیایی سازمان یافته از سوی لیگ جهانی مسلمانان (World Muslim League) در کراچی پاکستان، تصمیم گرفت که هماهنگی بین روزنامه‌نگاران مسلمان و دست‌اندرکاران امور رسانه‌ها در خصوص جبران عقب‌ماندگی و شکستن اقتدار انحصار غربی بر وسایل ارتباط جمعی که در خصوص اسلام و جهان مسلمانان معارضه‌جویان است، گسترش یابد.

حوزه‌ای که برای کنفرانس کراچی تعریف شده بود بسیار گسترده بود. بدین معنی که هر گونه انتشارات تولید شده به وسیله مسلمانان که توافق شده بود برای مقابله با رسانه‌های ارتباطی غربی ارائه شود، می‌توانست به عنوان رسانه‌های مسلمان دسته‌بندی شود.

این حوزه در اولین کنفرانس بین‌المللی روزنامه‌نگاران مسلمان در جاکارتای اندونزی با مشارکت ۲۵۰ روزنامه‌نگار مسلمان از ۵۰ کشور دنیا برگزار شد.

نتیجه ارائه توافقنامه‌ای برای دست‌اندرکاران مسلمان رسانه‌ها بود. این توافقنامه شاید اولین سند موجود در زمینه رسانه‌ها باشد که خطوط اصلی را در خصوص تعریف رسانه‌های مسلمان فراهم می‌کند. تاکید در این توافقنامه بر ۲ چیز بود: اول آنکه اصول اسلامی‌برخورد (ارتباط) باید پایه‌های رفتاری متخصصان مسلمان رسانه‌های جمعی

#### رسانه‌های ارتباطی جهانی

مسلمانان همراه و درباره

آنان هستند، لیکن از سوی

یک نقطه‌نظر سوسیالیستی

سکولار، یا حتی یک

نقطه‌نظر کمونیستی

تولید می‌شوند، در حالی

که رسانه‌های ارتباطی

مسلمانان همراه و درباره

آنان به ویژه و جهان به

طور کلی هستند که از جانب

یک دیدگاه اسلامی نوشته

شده‌اند.

با وسایل ارتباطی مدرن است که در آن خبر را به عنوان صلح، ثبات، و تداوم تعریف می‌کنند و نه به عنوان برخورد و تضاد (Conflict)، مجادله (Contention) و بی‌نظمی (Disorder).

قابلیت احترام (Respectability) و مطابقت اخلاقی (Moral Conformity)، بنیان خبر است نه انفجار رسوایی‌ها، داگلاس بوید (Douglas Boyd)، کریس اگان (Chris Ogan) و آنابل سربرنی محمدی (Annabelle Sreberny Mohammadi) در میان سایرین بر جایگاه وسایل ارتباطی در کشورهای اسلامی، نظری انداخته‌اند.

این محققان بر مواردی چون ۱- محیط فرهنگی، اقتصادی، سیاسی که وسایل ارتباطی در کشورهای اسلامی در آنها کار می‌کنند. ۲- جریان اخبار به کشورهای اسلامی و از کشورهای اسلامی، تامل کرده‌اند.

اثر اخیر مجادله‌ای پدید آمده توسط سلمان رشدی، آیه‌های شیطانی (Satanic Verses)، فرصت دیگری را فراهم آورد تا به بنیادگرایی مسلمانان و وسایل ارتباط جمعی که آن را تقویت می‌کنند، مرتبط شویم. "تیموتی برنان" در کتاب خودش **سلمان رشدی و جهان سوم**، بیش از دو جین منبع فعالیت در خصوص رشدی را ذکر می‌کند، اما هیچ اشاره‌ای به منابع مقالات، کتابها و تک‌نگاری‌های نوشته شده توسط مسلمانان بنیادگرا نمی‌کند.

مرور بالا بر ادبیات، آشکارا اشاره بر نیاز به یک بررسی جامع از بنیادهای معرفت‌شناسانه وسایل ارتباطی مسلمانان مبتنی بر الگوی سایر زمینه‌ها نظیر مطالعاتی که در ادبیات معاصر یافت می‌شود، دارد.

#### روش:

پرسشنامه‌ای در اوایل سال ۱۹۸۹ برای تقریباً ۵۰۰ آدرس مراکز اسلامی در بیشتر کشورهای اسلامی و بسیاری کشورهای غیراسلامی شامل ایالات متحده، بریتانیای کبیر، ژاپن، و بسیاری از کشورهای اروپائی ارسال شد. پرسشنامه در جستجوی اطلاعاتی دربارهٔ زمینه‌های زیر بود:

۱- انتشارات: نام، تواتر، اندازه، تیراژ، و شیوه توزیع و نظایر آن).  
۲- اقتصاد این انتشارات: (بودجه، منابع درآمد، موارد اصلی هزینه و نظایر آن).

۳- فرایند تحریری انتشارات و آموزش تخصصی پرسنل پاسخ‌های اصلی بسیار ضعیف بود، تنها ۳۰ پرسشنامه ظرف ۶ ماه رسید. بسیاری تذکرات رسمی و تماسهای غیر رسمی بازگشت پرسشنامه‌ها را تسریع کرد. نزدیک ۳۲۵ (۶۵ درصد) پرسشنامه از بیش از ۴۵ کشور دریافت شده بود.

بر این اساس ۲۴۰ مرکز انتشاراتی را داشتند که به نوعی از تیراژ انتشارات محلی تا انتشارات بین‌المللی طبقه‌بندی می‌شد.

هدف از این مطالعه پیش‌رو، آشکار کردن داده‌های اصلی، و اطلاعات در خصوص وسایل ارتباطی مسلمان بود. بنابراین هدف فقط فراوانی‌ها و درصدها جدول بندی شد تا جایگاه فعلی وسایل ارتباطی مسلمانان توصیف گردد. طرح پیشنهادی با بسیاری از آژانس‌ها برای یافته‌های خاص این پروژه به منظور گسترش حوزهٔ این مطالعه به وسیلهٔ بررسی سایر متغیرها و روابط در میان گذاشته شد.

#### نتایج:

##### پیشینه تاریخی:

سه مرحله می‌تواند مشخص گردد (که مسلمانان وسایل ارتباطی معاصر را پشت سر گذارده‌اند قبل از این که به بلوغ و قانونمندی برسند.)

گام نخست: انتشار تک‌برگه‌ها یا اوراق داستانی بود.

این انتشارات دارای تیراژ انبوه نبودند، لیکن برای خوانندگان علاقه‌مند انتشار می‌یافت. بیشتر این انتشارات در اواخر دههٔ ۱۹۵۰ نشأت گرفت، اما تعدادی نیز به سالهای حدود ۱۹۳۲ باز می‌گردد.

ترجمان القرآن (Tarjuman al Quran) یک مجلهٔ ماهانه است که در هند در سال ۱۹۳۳ یافت شد (پدیدار شد).

این مجله که اساساً به بیدارسازی توده‌های مسلمانان اختصاص داده شده بود، همچنان منتشر می‌شود.

این نشریه فعالیت را با تیراژ حدود یکصد نسخه آغاز کرد که غالباً به طور رایگان توزیع می‌شد.

در حال حاضر این نشریه در لاهور پاکستان با تیراژ تقریباً ۱۵/۰۰۰ نسخه منتشر می‌شود که از این تعداد، هزینه‌های ۱۰/۰۰۰

نسخه به صورت آونمان پرداخت می‌شود، هر کسی می‌تواند انتشارات مشابهی در خلال سال‌های دههٔ ۱۹۴۰ و اوایل دههٔ ۱۹۵۰ منتشر شده در الجزایر، مصر، ایران، لیبی، سودان و ترکیه را شناسایی کند.

این نشریات نقش اساسی در تاثیرگذاری بر نسل‌های جوان مسلمان ۱۴ و ۱۵ ساله گذشته است و بیشتر رهبران نهضت‌های مختلف اسلامی به طور گسترده‌ای از این انتشارات تاثیر پذیرفته‌اند.

مرحله دوم: بین سال‌های اولیه دههٔ ۶۰ و نیمهٔ دههٔ ۷۰، دورهٔ رشد، سریع بود. در ایالات متحده، به تنهایی، در حدود ۲۰۰ خبرنگار ماهانه و روزنامهٔ هفتگی به وسیلهٔ مراکز مختلف اسلامی منتشر می‌شد.

برخلاف روزنامه‌های قومی-منتشر شده به وسیلهٔ اقوام- (Ethnic newspaper) تاکید در این نشریات بر توافق‌های مذهبی و موضوعات مختلف مرتبط با فعالیت‌های اسلامی در این کشور بود.

با اوج‌گیری سیر اسلام، شمار مجلات و روزنامه‌ها در مقیاس جهانی، به بیش از یک هزار عنوان افزایش یافت.

اشاره این نکته جالب خواهد بود که بیش از ۶۰ درصد این نشریات در کشورهای غیراسلامی، نظیر هند، ایالات متحده، بریتانیای کبیر، آلمان غربی، فرانسه، استرالیا و ژاپن منتشر می‌شد. یک دلیل با اهمیت آن، فقدان آزادی مطبوعات در بیشتر کشورهای اسلامی بود، به خصوص با ملاحظه رسانه‌ای.

شماری از روزنامه‌های روزانه در خلال این دوره یافت می‌شود. در پاکستان دیلی جسارت (Daily Jesarat) (تیراژ ۱۰۰/۰۰۰)، در مصر هفته‌نامه الدعوه (Al Dawah) (تیراژ ۱۰۰/۰۰۰)، در کویت هفته‌نامه المجتمع (Al Mujtama) (تیراژ ۲۰/۰۰۰) و در هند، دیلی دعوت (Daily Dawat) (تیراژ ۲۰/۰۰۰) از جمله روزنامه‌ها و مجلاتی هستند که همچنان منتشر می‌شوند.

مرحله سوم، از نیمه دهه ۱۹۷۰ تا اواخر دهه ۸۰، یک دوره تحکیم و تلاش به سوی تخصص‌گرایی و حرفه‌گرایی بود (Professionalism) بسیاری از مجلات و روزنامه‌ها سازماندهی مجدد شدند و برخی تلاشها نیز برای استخدام روزنامه‌نگاران حرفه‌ای صورت گرفت.

در ۱۹۷۰، دومین کنفرانس خارجی وزرای کشورهای مسلمان در کراچی پاکستان که تحت نظارت سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) برگزار شد، تصمیم گرفت تا یک خبرگزاری بین‌المللی اسلامی (IINA) تاسیس کند. اما IINA می‌توانست تنها در ماه مه ۱۹۷۹ فعالیت کند و این نکته به دلیل مشکلات مالی و تاندازه‌ای به دلایل سیاسی و اجرایی بود. اداره مرکزی IINA در جده عربستان سعودی، در سال ۱۹۸۸ روزانه تقریباً ۱۵/۰۰۰ کلمه، تغذیه خبری می‌کرد.

۲۶ نفر کارمندان تمام وقت آن در جده مستقر بودند. در سال ۱۹۸۶ بودجه سالانه آن ۲ میلیون دلار بود. چنانکه شلیفر اشاره می‌کند، هدف اصلی IINA که تحکیم و نگهداری میراث غنی فرهنگی اسلامی است، بسیار ضعیف تحقق می‌یافت و با آن بسیار ضعیف برخورد می‌شد. دلیل آن تکیه IINA بر روی فرضیات ذاتا سکولار، و نگرشهای (تقریباً) همه خبرگزاری‌های ملی، در جهان اسلام بود.

علی‌رغم آن بسیاری از روزنامه‌ها و مجلات بر خلاف این دوره شهرت کسب کردند. ایمپکت اینترنشنال (Impact International) یک دو هفته‌نامه منتشر شده در ۱۹۷۱ در لندن (بریتانیای کبیر)، تبدیل به یک منبع معتبر اخبار در عرصه جهانی شد. دست کم سه روزنامه روزانه و ۱۵ هفته‌نامه تا سال ۱۹۷۷ در نقاط مختلف هندوستان منتشر می‌شده‌اند که ادعای قبول اعتقاد اسلامی را داشتند. تیراژ این نشریات بین ۵۰۰۰ تا ۵۰/۰۰۰ بوده است.

در پاکستان یک روزنامه و تقریباً یک دو جین از مجلات هفتگی ادعای جهت‌گیری اسلامی را داشته‌اند، میزان تیراژ در پاکستان بالا

بود و از ۲۰/۰۰۰ تا ۱۰۰/۰۰۰ برآورد می‌شد. در مصر، کویت، عربستان سعودی، مالزی، ترکیه، بنگلادش و اندونزی دست کم یک هفته‌نامه یا مجله هفتگی در هر کشور با تیراژ بین ۲۰۰۰ تا ۵۰/۰۰۰ منتشر می‌شد.

در ژاپن، استرالیا، سنگاپور، هنگ‌کنگ، فیلیپین، کره جنوبی، و بیشتر کشورهای اروپای غربی، دست کم دو هفته یکبار، ماهانه و یا دو ماهانه مجلات خبری منتشر می‌شد. این مجلات دارای تیراژ بین ۲۰۰۰ تا ۵۰/۰۰۰ در گستره ملی بودند. در ایالات متحده بیش از ۳۰۰ مرکز اسلامی در عرصه ملی فعالیت می‌کرد و دست کم یکصد مرکز از آنها، هر ماه خبرنامه منتشر می‌کردند. اما چهار نشریه اعلام داشته بودند که دارای تیراژ ملی هستند:

ژورنال مسلمانان (Muslim Journal) که به صورت دو هفته‌نامه در شیکاگو ایلینویز به وسیله مسلمانان آفریقایی در امریکا منتشر می‌شود.

مناره (Minaret) که به شکل دو ماهانه به وسیله مرکز اسلامی کالیفرنیا، جنوبی، لوس‌آنجلس با تیراژ ۲۰/۰۰۰ منتشر می‌شود.

مناره مدعی است که دارای خوانندگان بین‌المللی است و از ژانویه ۱۹۹۱ تبدیل به یک نشریه ماهانه شده است.

پیام (The message) که ماهانه حلقه مسلمانان آمریکای شمالی، جامائیکا، نیویورک با تیراژ ۱۰/۰۰۰ منتشر می‌شود.

و همچنین افق اسلامی (Islamic Horizon)، یک نشریه ماهانه جامعه اسلامی آمریکای شمالی، پلین فیلد (Plain Field)، ایندیانا است که با تیراژ تقریباً ۲۰/۰۰۰ منتشر می‌شود.

اما مشخص نیست که چه میزان از این تیراژ فروخته می‌شود. به غیر از ژورنال مسلمانان که به وسیله اعضای جامعه در عرصه ملی فروخته می‌شود برآورد شده که دست کم ۵۰ درصد تیراژ پرداخت‌هایش از طریق ابرنمان صورت می‌گیرد. این برآورد براساس مکالمات تلفنی با مدیران یا دبیران نشریات فوق صورت گرفته است.

وضعیت موجود:

براساس پرسشنامه‌های رسیده تاکنون، می‌توان اظهار داشت که ۱۵ روزنامه روزانه، ۵۷ نشریه دو هفته‌نامه یا مجله خبری، ۲۰۰ خبرنگار ماهانه، ۲۵ مجله ماهانه یا مجلات جدید و ۱۵ دو ماهانه یا گاهنامه مجلات صنفی و خبری وجود دارد.

۱۰ سردبیر دارای درجه فوق لیسانس در رشته روزنامه‌نگاری و یک نفر دارای درجه دکتری در این رشته بوده است. بیشتر کارمندان مجلات و روزنامه‌ها حقوق بگیرند در حالی که خبرنگارها به صورت داوطلبانه منتشر می‌شوند.

حقوق‌ها قابل مقایسه نیستند، به دلیل این که در ارزشهای

روزانه در ۱۸ کشور آفریقایی در حدود ۵۰ روزنامه است و همه به جز سه روزنامه به زبان‌های فرانسوی و انگلیسی منتشر می‌شود. در جهان عرب‌زبان شامل سودان، شمار روزنامه‌ها در حدود ۸۵ است. در کل در حدود سه هزار نشریه برای یک جمعیت بیش از ۳۵۰ میلیون نفری باسواد منتشر می‌شود.

جدول ۲- حضور دفاتر آژانس‌های خبری مسلمان و خارجی را در کشورهای اسلامی نشان می‌دهد. ۷۰ درصد دفاتر مطبوعاتی خارجی در کشورهای اسلامی متعلق به ۴ خبرگزاری بزرگ چندملیتی غربی هستند: رویترز (Reuters)، آسوشیتد پرس (AP)، یونایتد پرس و اینترنشنال (UPI)، آژانس فرانس پرس (AFP). خبرگزاری‌های کشورهای اسلامی به سختی در تمامی کشورهای اسلامی حضور دارند. در کشورهایی که آنها دستاوردهای خود را ارائه می‌دهند تقریباً بی‌اهمیت‌اند. ۹۰ درصد مدیران مسئول خاطر نشان کرده‌اند که ایشان ۴ خبرگزاری عمده را به عنوان منابع اصلی خبری برای نشریه‌های خویش به کار می‌گیرند. (جدول شماره ۱)

#### محتوا:

محتوای بیشتر روزنامه‌ها یکسان بودند. به دلیل محدودیت‌های مالی هیچ‌گونه تحلیل محتوایی صورت نگرفته بود. اطلاعات مبتنی بر پرسشنامه‌های [روش] پیمایشی و در برخی موارد بر نسخه‌های نمونه فراهم شده به وسیله نشریات است. اخبار سخت (اخبار مربوط به خشونت‌ها و درگیری‌ها) در بیشتر روزنامه‌ها مبتنی بر اخبار تلکس خبرگزاری‌های ملی در برخی موارد مبتنی بر تلکس آسوشیتد پرس، رویترز و تلکس فرانس پرس بوده است.

یک سردبیر شکایت می‌کرد که حتی تلکس‌های خبرگزاری‌های اسلامی بین‌المللی غالباً مبتنی بر خبرگزاری‌های ملی سکولار یا خدمات تلکس چهار خبرگزاری چند ملیتی هستند. محتوای سرمقاله‌ها و مقالات گزارش‌های خبری (Feature) بیشتر جهت‌گیری اسلامی دارند. (جدول شماره ۲)

جدول ۲- خبرگزاری‌های خارجی در کشورهای مسلمان

مختلف هستند و در کشورهای مختلف در نظام‌های پولی متفاوت و استانداردهای زندگی مختلف قرار دارند. اما سردبیران تمام وقت در ایالات متحده دریافتی بین ۲۰/۰۰۰ دلار تا ۲۸/۰۰۰ دلار سالانه داشته‌اند. بسیاری از کارکنان نشریات دارای کارمندان نیمه وقت بوده‌اند. بیشتر وسایل ارتباطی مسلمانان دارای یک سیستم بسیار ضعیف توزیع بوده‌اند. در بسیاری از مواقع روزنامه‌ها به صورت پستی برای مشترکان فرستاده، یا از طریق کیوسک‌های روزنامه‌ها فروخته می‌شود یا از طریق سیستم‌های توزیع نشریه، توزیع می‌گردد. اشتراک نامنظم یکی از مشکلات اصلی بیشتر روزنامه‌ها و مجلات است که با آنها روبرو هستند.

بیشتر مجلات اخیر ایالات متحده که در بالا ذکر شد، آژانس‌های حرفه‌ای توزیع را اجاره کرده‌اند، لیکن حتی در مورد ایشان نیز، پست نشریه به آدرس‌ها از سوی سازمان‌های مسئول فراهم است. دست کم ۵۰ درصد ارسال نشریه از طریق پست افتخاری است؛ مراکز اسلامی، شخصیت‌های اسلامی برجسته و نظایر آن.

۴۰ درصد مسئولان یادآور شده‌اند که برای تامین اخبار وقت که مقتضی بوده است و وقت اجازه داده است از IINA استفاده کرده‌اند، لیکن به دلیل مدیریت ضعیف و سیستم توزیع ضعیف غالباً نتوانسته‌اند از آن استفاده کنند.

موسسه خدمات اخبار و گزارش‌های اتحاد (Feature and FANA) (News Alliances service) در دهلی نو هندوستان در سال ۱۹۸۸ تاسیس شده است.

این موسسه، مقالات، گزارش‌ها و کلیپ‌های تصویری را برای بیش از ۱۲۰ روزنامه و هفته‌نامه و ماهنامه منطقه‌ای که به زبانهای هندی، اردو، و انگلیسی که هدفمند و با یک دیدگاه اسلامی نگاه‌شده می‌شود، فراهم می‌کند.

جدول ۱ وضعیت کلی رسانه‌ها را در کشورهای مسلمان نشان می‌دهد. گاهنامه‌های روزانه، هفتگی و ماهانه در کشورهای غیر عربی-زبان آسیایی بسیار قوی است. این کشورها عبارتند از: بنگلادش، برونئی، اندونزی، ایران، مالزی، مولداوی، پاکستان و ترکیه. حدود ۳۵۰ روزنامه روزانه در این کشورها منتشر می‌شود. تعداد روزنامه‌های

جدول ۱- جایگاه کلی رسانه‌ها در کشورهای مسلمان

نشریات اداری	عربی	انگلیسی	فرانسه	سایر	کل
روزانه	۱۱۸	۹۴	۳۱	۲۸۹	۵۲۷
هفتگی	۱۴۷	۱۸۷	۴۰	۷۱۳	۱۱۸۷
ماهانه	۱۷۵	۲۶۱	۵۲	۶۷۹	۱۱۶۷
سایر	۳۴	۴۵	۳۸	۱۰	۱۲۸
	۴۷۵	۵۸۷	۱۶۱	۱۶۸۶	۲۹۰۹
	۳/۱۶%	۲/۲۰%	۵/۵%	۵۸%	



- ۱ - گزارش‌های تحلیل روز در خصوص موضوعات مناسب و روندهایی که مسلمانان را تحت تاثیر قرار می‌دهد.
- ۲ - اطلاعات وابسته و مرتبط با رویه‌های قضایی اسلامی
- ۳ - تفسیرهای ناموفق اما در خصوص تفکرات، مفاهیم و حیات گذشته اسلامی
- ۴ - چگونه اخبار، دستورالعمل‌های گام به گام برای راه‌حل‌های خاص اسلامی برای مسایل ویژه ارائه می‌دهند.
- ۵ - مقالات متفکرانه و مسئولانه
- ۶ - معرفی شمای جوامع مسلمانان محلی، سازمان‌ها و شخصیت‌هایی که در دعوت اسلامی (فراخوانی به اسلام) فعالند.
- ۷ - بررسی‌ها و تفسیرهای مختلف در خصوص فیلم‌ها، کتاب‌ها و برنامه‌های رادیو و تلویزیون و نظایر آن که ممکن است به وسیله انتشار به عنوان یک عامل غرب برای اسلام و مسلمین و یا یک عامل سودمند در نظر گرفته شوند.
- ۸ - مقالاتی که تاکید بر اتحاد مذهبی و سیاسی دارند. یکی از مدیران مسئول خاطر نشان می‌کند که محتوای رسانه‌های مسلمانان مورد نیاز بسیاری از گروه‌های برگزیده مسلمانان است و در عمل بسیار محدود است.

#### اقتصاد رسانه‌های مسلمانان:

جنبه تجاری بیشتر نشریات به طور ناقص حل می‌شود. درآمدهای آگهی‌های بازرگانی و فروش عمده تیراژ بسیار ناچیز است. بیشتر رسانه‌های ارتباطی مسلمانان، مطلوب بیشتر دولت‌های آنان نیستند، زیرا آنها به عنوان حامی نهضت‌های اسلامی دیده شده‌اند

کشورهای بهره‌ور اسلامی	خبرگزاری
۲۷	رویتر
۲۳	تاس
۱۹	AFP
۱۸	آنسا ( ANSA ایتالیا)
۱۵	آسوشیتد پرس
۱۴	یونایتد پرس اینترنشنال
۱	یونیکوم
۱۰	EEE Agencles (اسپانیا)
۱	PTI (هندوستان)
۹	Xinima
۷	AND (آلمان غربی)
۶	APN
۴	DPA
۴	CIK
۳	Tanjua
۳	Tsashiki (ژاپن)
۳	BA
۳	Middle Eastern
۲	jiji
۲	خبرگزاری سوریه
۲	خبرگزاری تایوان
۱	پان آفریقا
۱	خبرگزاری سنگال
۱	خبرگزاری بین‌المللی اسلامی
۱	خبرگزاری عراق
۱	خبرگزاری سعودی
۱	WMA (مراکش)
۱	پرسنا (گویا)

به همین دلیل است که تقریباً همه روزنامه‌ها و مجلات گزارش شده در این مطالعه، اخبار سخت (Hard News) تنها ۱۵ تا ۲۵ درصد فضای روزنامه را می‌پوشانند، مقالات، گزارش‌های خبری، تفسیرها و سرمقالات ۵۰ تا ۶۰ درصد فضا را اشغال می‌کند، و مابقی فضای مانده برای آگهی‌های بازرگانی به کار می‌رود. محتوای بیشتر مجلات نیز می‌تواند بدین شکل دسته‌بندی شود:

اعتبار می‌دهند که آن را باعث قیام فلسطین و ایجاد جمهوری‌های اتحاد شوروی توسط مسلمانان ذکر کرده‌اند. یکی از سردبیران حتی به بالا گرفتن روند هواخواهی ارزش‌های اسلامی در میان بیش از ۱۰۰۰۰۰ دانشجوی مسلمان که از همه‌نقاط دنیا در جستجوی سطح بالاتر به ایالات متحده آمده‌اند، اشاره داشته است. وی معتقد است که رسانه‌های مسلمان یکی از قدرتهای اصلی پشت‌گرایش به جنبش‌های اسلامی سراسر جهان هستند. بسیاری از پاسخگویان به نقش رسانه‌های مسلمان در حمایت از آزادی مطبوعات و یک جامعه دموکراتیک در کشورهای اسلامی اشاره کرده‌اند. هفته‌نامه‌المجتمع کویت به وسیله دولت کویت در موقعیت‌های مختلف در ۱۵ سال گذشته توقیف شده بود، این نشریه در خصوص آزادی مطبوعات یا ایجاد مجلس ملی مطالبی را منتشر کرده بود.

عربیا (Arabia)، که زمانی با نفوذترین ماهنامه منتشر شده در لندن تا سال ۱۹۸۶ بود، از ورود به مالزی برای چندین ماه منع شده بود. زیرا فعالیت ماموران مخفی را که بسیاری از روزنامه‌نگاران را دستگیر کرده بودند مورد انتقاد قرار داده بود. حتی در پاکستان در

و بدنها تمایلات بنیادگرایانه می‌گویند. اما بیشتر نشریات به بهترین وجه از سوی تجار و بازرگانان ثروتمند مسلمان از کشورهای عربی ثروتمند صاحب‌نفعت حمایت می‌شوند. بیشتر مدیران مسئول به درستی منبع دقیق درآمد خود را برای نشریات خویش مشخص نکرده‌اند، لیکن به شکل بدون امضا به عنوان مشارکت‌کننده خیرخواه به آن اشاره داشته‌اند. بسیاری از این نشریات در گذشته به دلیل هزینه‌های سنگین به کناره‌گیری از امر انتشار اشاره داشته‌اند. در نتیجه، بسیاری از نشریات معتبر در تلاشند تا صندوق‌های موقوفه برای رسانه‌ها تاسیس کنند و آژانس‌های حرفه‌ای تبلیغات و بازاریابی را به خدمت گرفته‌اند. در بیشتر نشریات، ساختار سازمانی مشخصی وجود ندارد و چنانچه یکی از سردبیران اشاره کرده است، ابتدا افراد مشغول به کار می‌شوند، سپس برای ایشان شغل ایجاد می‌شود. شناسایی عملی (Adhocsin) در بیشتر نشریات مسلمان الگوی سازمانی مسلط است.

#### نقش و تاثیر رسانه‌های مسلمان:

براساس انقلاب ایران با اشتیاق مذهبی در میان جوانان مسلمان در همه‌نقاط دنیا، رسانه‌های مسلمان نقش بسیار با اهمیتی را بازی می‌کند. بسیاری از سردبیران به نقش رسانه‌های مسلمان در بسیج جوانان مسلمان در تداوم روح حقیقت‌ایمان (اعتقاد) اسلامی اشاره داشته‌اند. برخی واقعا نقش با اهمیت رسانه‌های مسلمان را در جدال بین سکولارسازی، نوسازی و اسلام را در ترکیه، مصر، پاکستان، اندونزی و مالزی خاطر نشان کرده‌اند. برخی حتی تا به این اندازه به رسانه‌های مسلمان

رسانه‌های مسلمان یکی از قدرتهای اصلی، پشت‌گرایش به جنبش‌های اسلامی سراسر جهان هستند. بسیاری از پاسخگویان به نقش رسانه‌های مسلمان در حمایت از آزادی مطبوعات و یک جامعه دموکراتیک در کشورهای اسلامی اشاره کرده‌اند. هفته‌نامه‌المجتمع کویت به وسیله دولت کویت در موقعیت‌های مختلف در ۱۵ سال گذشته توقیف شده بود، این نشریه در خصوص آزادی مطبوعات یا ایجاد مجلس ملی مطالبی را منتشر کرده بود.

مقتضیات واقعی در متن واقعی است.

#### پیشنهادات و نتیجه:

مطالعات تفصیلی یک کشور نیازمند تحقیق کردن در خصوص برخی کارکردهای رسانه‌های مسلمان است که در این مطالعه خلاصه شده بود. بسیاری از پاسخگویان از فقدان آزادی مطبوعات در بیشتر کشورهای مسلمان شکایت می‌کردند، این امر بهتر می‌تواند درک گردد، در صورتی که قوانین موجود مطبوعاتی و روابط دولت-رسانه‌ها در کشورهای مسلمان (Media Government Relationships) مورد بررسی قرار گیرد.

پاسخگویانی از مصر، ترکیه، مالزی و پاکستان اشاره کرده‌اند که در ۱۰ سال گذشته شمار زیادی از کتب روزنامه‌نگاری به وسیله نویسندگان محلی به رشته تحریر در آمده است. این کتابها در دانشگاههای مخصوص به خود برای آموزش دوره‌های مختلف روزنامه‌نگاری به کار می‌رود.

بسیار سودمند خواهد بود تا این کتابها با کتابهای وسایل ارتباط جمعی که در غرب نوشته می‌شود مقایسه گردد تا تفاوتها و شباهتهایش روشن شود. یک مطالعه تفصیلی برای تشخیص و معلوم کردن کارکردها و اسلامی‌بودن خبرگزاری اسلامی‌بین‌المللی، ممکن است پرتوهایی را بر آینده یک منبع سوم اطلاعات که بسیاری از روزنامه‌نگاران مسلمان آرزوی به کارگیری آن را در آینده دارند، بیفکند.

در نتیجه‌گیری می‌توان گفت که رسانه‌های مسلمان، بر حسب ابعاد، فعالیت و آثار به سرعت در حال رشد هستند. تاکید بیشتر بر دستیابی بر حرفه‌ای‌گری، و فعالیت براساس استانداردها در طراحی انتشار، محتوی، آگهی، و جنبه بازاریابی رسانه‌های مسلمان وجود دارد که همکاری فعالانه‌تر در میان سازمانهای مختلف دولتی و غیردولتی لازم است تا فعالیت IINA به جریان طبیعی انداخته شده و مراکز آموزشی روزنامه‌نگاران مسلمان ایجاد شود.

خلال رژیم‌ایوب خان (Ayub Khan)، و بعدها در زمان نخست وزیری ذوالفقار علی بوتو (Zulfigar Ali Bhutto)، روزنامه دلی جسارت، انتشارش متوقف شد و هیئت تحریریه آن دستگیر شدند، زیرا رژیم‌های با قانون زوجی دو حکمران را مورد انتقاد قرار داده بود. حتی در کشورهای غیرمسلمان نظیر هند، در سال ۱۹۷۵ رسانه‌های مسلمان در معرض سانسور و سپس توقیف در سال ۱۹۷۵ قرار داشتند، زیرا آشکارا نخست‌وزیر هند، گاندی را به خاطر سیاست‌های سانسور مورد انتقاد قرار داده بودند. نقش رسانه‌های مسلمان به عنوان مدافع توسعه، ریشه‌کنی بی‌سوادی، فقر و بسیاری بلایای اجتماعی از سوی بسیاری از سردبیران مورد اشاره قرار گرفته است. تحلیل محتوای تفصیلی نشریات نمونه این ادعا را اثبات می‌کند، اما این بررسی شخصی نویسنده از نقش رسانه‌های مسلمان در ریشه‌کنی بی‌سوادی در بسیاری از بخش‌های هند و در کشمیر نظر بالا را اثبات می‌کند. اما بیشتر رشد گسترده و سریع تاثیر رسانه‌های مسلمان، در تشدید (تقویت) هویت مذهبی میلیونها مسلمان در سراسر دنیا است و در ترغیب‌ایشان به پیوستن به جدال ایجاد یک نظم جدید جهانی مبتنی بر اصول اسلامی است.

#### جهات آینده:

تاثیرگذاری رسانه‌های مسلمان در آینده به طور گسترده‌ای وابسته به نقشی است که برای خود در متن اسلام، توده‌های مسلمین و انسانیت به طور کلی ایفا می‌کند. رسانه‌های مسلمان باید اولویت‌های خویش، اخلاق و مفاهیم مختلف روزنامه‌نگاران را بیابند.

نه تنها توسعه منابع جایگزین اطلاعات به رسانه‌های مسلمان کمک خواهد کرد تا شیوه‌های خاص خود را در عمل بیابند، بلکه باید اخبار غیر سیاسی و غیر مصرفی صرف (Consumerize) بشوند. یک شبکه جهانی جمع‌آوری اخبار و توزیع اخبار و روش منظم برای اقتصاد رسانه‌ها مورد نیاز است. بیشتر سردبیران به فقدان یک سازمان مناسب و استانداردهای حرفه‌ای، فقدان یک سیاست واضح تحریری و بودجه‌های ناکافی به عنوان مشکلات اصلی اشاره کرده‌اند. اما ایشان نیز مشاهده کرده‌اند که موقعیت به سرعت رو به بهبود است و نشریات در تلاشند تا به اوضاع خود سامان دهند و در تولید آگهی و بازاریابی حرفه‌ای‌تر عمل کنند. یکی از سردبیران اشاره کرده است که این روند در رسانه‌های مسلمان، ظهور یک نظم جدید اطلاعاتی را نشان می‌دهد.

به هر حال در کل، یکی توسط خبرگزاریهای غربی کنترل و هدایت می‌شود و یک جریان آزاد اطلاعات را حمایت می‌کند، دیگری در ماهیت اقتدارگرا و سوسیالیستی است و از تعادل جریان اطلاعات بحث می‌کند، و سومی مبتنی بر اسلام است و مطلوبش جریان آزاد اطلاعات، اما مسئولیت با دنبال کردن