

## الإعلام الاقتصادي سلاحٌ لا يقلُّ شأنًا عن السلاح الحقيقي الدكتور سامر مظهر قنطقجي

إن العالم الذي نعيش فيه يتبع سياسة البقاء للأقوى والأقوى هنا ليس هو الأصح أو الأصوب دائماً، بل الأقوى في المفهوم المادي هو الأكثر قوة على الصمود في مواجهة التقلبات المالية والدعايات الإعلامية والإشاعات المغرضة والمضاربات التجارية.

### أنواع الإعلام الاقتصادي

- الإعلام الصادق أو النظيف.
- الإعلام الكاذب أو غير النظيف، ويستخدم في الحروب لبث الأخبار السلبية في الأسواق.

### أساليب الإعلام الاقتصادي

- المجالات والجرائد.
- البث الإذاعي والتلفزيوني الأرضية منها والفضائية.
- شبكة الانترنت والحملات الإعلامية متعددة اللغات.
- المحاضرات والندوات الترويجية والإعلامية.

### هدف الحملات الإعلامية والإعلانية

- التحكم بتوقعات واتجاهات السوق.
- التأثير على خيارات المستهلكين.
- التأثير على المعنويات.

### الإعلام الاقتصادي وسيلة لنشر الاقتصاد الإسلامي

1 المجامع الفقهية ونشر الاجتهاد الجماعي: إن تفعيل دور المجامع الفقهية القائمة ونشر كل ما يصدر عنها من قرارات وتوصيات وبحوث هو عامل مهم في تقريب وجهات نظر العلماء واجتهاداتهم، ومع توافر وتقدم وسائل الانتقال والاتصال، ووسائل الكشف والبرمجة، ووسائل الطباعة والإرسال، أصبح من المفيد جداً التركيز على الاجتهاد الجماعي لعلماء المسلمين. وهذا الاجتهاد الجماعي يتمثل أوضح ما يتمثل في المجامع الفقهية والمؤتمرات الدورية أو الخاصة أو في دور الإفشاء والبحث العلمي، وهي جهات سهلت لها الحضارة المعاصرة أسباب

الانعقاد والاجتماع في أسرع وقت مع كل التسهيلات والخدمات اللازمة، فأصبحت هذه المجمع والمؤتمرات سمة الاجتهاد المعاصر وميزة من ميزاته وبأباً مهماً للوصول إلى الرأي الأصوب.

2 الترويج للمصارف الإسلامية: يُستفاد من الإعلام المرّكز والهادف إلى شرح مبادئ عمل البنوك الإسلامية وتوضيح ارتباطها بالعقيدة الإسلامية في عالم جعل العقائد الفاسدة أساس الحياة المادية وسخر من أجل ذلك الأبواق الإعلامية المرئية والمسموعة والمقروءة بشكل رهيب. لذلك يترتب على البنوك الإسلامية ألا تدخر وسعاً، بل يجب عليها وجوباً مؤكداً أن تتعامل بجديّة واهتمام أكبر مع وسيلة ترويج الفكرة ودعمها وإبراز محاسنها وإثارة تعاطف الجمهور معها مهما كانت تلك الفكرة صغيرة أو صحيحة أو ثانوية، فكيف إذا كان الأمر يتعلق بأصل مبدأ الاقتصاد الإسلامي ومؤسساته ورموزه. إن الإعلام سلاح واستخدامه بمهارة يحتاج إلى كفاءات إعلامية متمرسة وإمكانات مادية مفتوحة مع ديمومة واستمرار وصبر.

ومن أهم أسباب الضغوط على البنوك الإسلامية:

أولاً: الترويج والدعاية للبنوك الربوية كان من أثر الصحوة الإسلامية أن نشط المسلمون الحريصون على دينهم وعلى تنقية أموال المسلمين من وباء الربا أن قدمت البحوث المستفيضة في هذا المجال حتى صدرت فتاوى المجمع الفقهي ومنها فتوى المؤتمر الثاني مع البحوث الإسلامية الذي عقد بالقاهرة (١٣٨٥ هـ - ١٩٦٥ م) التي تؤكد أن الفائدة على أنواع القروض كلها ربا محرم، لا فرق في ذلك بين القرض الاستهلاكي والقرض الإنتاجي، كما أن الفائدة على الأموال المودعة في هذه البنوك حرام لأنها لا تقوم على أساس المضاربة الإسلامية المشروعة.

ولتلافي ذلك والعودة إلى استثمار أموال المسلمين على أساس اقتصاد إسلامي صحيح، كان من الناحية العملية إنشاء مؤسسات إسلامية كبيت التمويل الكويتي وبنك فيصل الإسلامي وغيرها في البلاد الإسلامية. وأقبل المسلمون على إيداع أموالهم في هذه البنوك الإسلامية، مما كان له الأثر على البنوك الربوية التي قلّ الإيداع فيها، لهذا قامت الحملات الضارية ضد المصارف الإسلامية وتزعمت الصحف هذه الحملات وأخذوا يتصيدون بعض الأخطاء التي وقعت فيها البنوك الإسلامية ويضيفون إليها من عندهم حتى يشوهوا صورة هذا العمل الإسلامي أمام عامة الناس حتى يصدوهم عن الإيداع فيها، وقد ساعدتهم على ذلك (للأسف الشديد) بعض علماء المسلمين ممن يعتبرهم عامة الناس قادة لهم.

ثانياً: الكره لكل عمل إسلامي: كان من أثر الغزو الثقافي الغربي (الذي يعمل على هدم الإسلام وتقويض أركانه) تأثر بعض المسلمين بهذه الثقافة، وكان بلاء المسلمين من داخل أنفسهم بتبني بعضهم أفكار الغرب العلمانية التي تريد إبعاد الدين عن الحياة. لهذا لما قامت المؤسسات الاقتصادية الإسلامية ضاقوا ذرعاً كما يضيقون بكل ما هو إسلامي، فأخذوا يكيّدون لهذه المؤسسات ويلصقون بها كل نقيصة، وشاركوا في الحملة ضد هذه المؤسسات الإسلامية ونددوا بهيئات الفتوى التي تؤيد مثل هذه الأعمال.

ويعتبر من الضغوط الموجهة إلى البنوك الإسلامية ما يمكن أن ترجع أسبابه إلى عدم تفهم بعض المسلمين لطبيعة أعمال البنوك الإسلامية وعدم إدراكهم لحساسية وضعها وحدائث نشأتها وكثرة المتربصين بها مما يدفعها إلى التشدد أحياناً أو الاحتياط أحياناً أخرى، أو إلى بطئ إجراءات التعامل وعدم إجادتها أحياناً، فهي تعيش الفقه العملي لا الفقه النظري، وتحتاج إلى خبرات وكفاءات عالية لتقديم أحسن الخدمات، وما توفير ذلك بالأمر السهل، فهي مطالبة من المتعاملين معها وجّلهم مضاربون شركاء بتحقيق أفضل العوائد في مواجهة أعرق بيوت المال العالمية والمحلية.

والمطلوب من هذه المؤسسات الابتعاد عن الشبهات من خلال:

- 1 أن تحاول هذه المؤسسات تلافي ما يسيء إلى سمعتها وذلك بتصحيح معاملاتها وتنقيتها من كل ما يشوبها، مستفيدة في ذلك من كل نقد صحيح يوجه إليها.
- 2 تطوير العلم في هذه المؤسسات حتى تسير كل جديد في هذا المجال.
- 3 عمل الدعاية اللازمة في وسائل الإعلام موضحة فيها مميزات التعامل مع هذه المؤسسات والفرق بينها وبين البنوك الربوية. لذلك لا بد من الترويج لنجاح تجربة البنوك على المستويين المحلي والدولي وانتقالها من مرحلة التجريب والاختيار إلى مرحلة التطوير والانتشار في عالم مالي معقد العلاقات سريع التغيير واسع الإمكانيات.
- 4 الترويج لمراكز البحوث المصرفية الإسلامية: لأن العمل المصرفي والمالي الإسلامي بحاجة ماسة إلى تعريف محيطه وبيئته بطبيعة العمل المصرفي الإسلامي والاستمرار فيه من أجل ترسيخ أفضل الممارسات والمعايير الدولية والتقيد بها من خلال هيئة المحاسبة والتدقيق للمؤسسات المالية الإسلامية.
- 5 تنظيم ملتقيات الاقتصاد الإسلامي للإعلاميين: وذلك بهدف تمكين الإعلاميين من التغطية الفاعلة لأنشطة وفعاليات المؤسسات المالية الإسلامية بتعريف العاملين في حقل الإعلام بالاقتصاد الإسلامي ومكوناته ووسائله وأدواته، وبيان

مدى إفادة شرائح المجتمع كافة من طروحات الاقتصاد الإسلامي، ومشاركة الإعلاميين في خدمة شرائح المجتمع من خلال طرح مواضيع في هذا المجال.

6 طرح الشهادات المهنية في صناعة الخدمات المالية الإسلامية: وذلك لتدريب وتخرج الكوادر البشرية المختصة في هذه الصناعة بمشاركة وتنفيذ كفاءات خبيرة وعاملة في مجال صناعة الخدمات المالية الإسلامية. علماً أن هذه الفكرة تُعتمد من قبل جامعات عالمية أميركية وبريطانية، وهذه الخطوة تساعد في صياغة إستراتيجية الاستثمار البشري في تقديم حلول متكاملة لزيائن هذه الصناعة التي تشهد تطوراً ملحوظاً على جميع المستويات، فالتدريب والتطوير هما الحل الأنجع في تطور هذه الصناعة بل إن الاستثمار في تطوير العناصر البشرية يؤدي حتماً إلى تحقيق التميز في الأداء والتطوير من خلال ابتكار خدمات ومنتجات ذات جودة عالية تتطلبها طبيعة السوق الذي يتنافس مع الصناعة التقليدية. خاصة في ظل تحول مجموعة من المؤسسات المالية من النظام المالي التقليدي إلى النظام المالي الإسلامي، مما يشكل تحدياً أكبر في أهمية الاستثمار وتطوير العنصر البشري، خاصة وأن عملية التحول تتطلب تطوير العاملين في جميع محاور العمل من الإدارة العليا إلى التنفيذية بما في ذلك تدريب المراقبين الشرعيين.