

## الدعوة والإعلام

### التباعد والتقارب بين الموضوع والمنهج

الدكتور نصير بوعلي

جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة

يعتبر تخصص الدعوة والإعلام أحد الروافد الأساسية للنهوض بالرسالة الإعلامية انطلاقاً من أطر حضارة المجتمع الذي ننتمي إليه. وقد جاءت فكرة إنشاء أقسام لتدريس الإعلام في بعض جامعات العلوم الإسلامية للارتقاء بمهمة البلاغ المبين. وتأتي هذه الدراسة محاولة بسيطة لتشخيص الداء ووضع الدواء انطلاقاً من ملاحظة تم رصدها من خلال تجربة متواضعة في التدريس بهذا التخصص. حيث، ولأول وهلة، يلاحظ غياب ذلك التجاور المتفاعل بين مقياس (وحدات) الدعوة ومقاييس الإعلام في التخصص الواحد (الدعوة والإعلام). هذا الغياب أو التباعد له إفرازات سلبية على مستوى التكوين أو التأطير. وقد علّق أحد الأساتذة عن هذا التخصص بأنه شجرة بدون ثمار. وتنطلق هذه الدراسة من هذا التساؤل الرئيس: كيف تتقارب الدعوة والإعلام من حيث الموضوع والمنهج وكيف يكون التجاور بينهما بشكل متفاعل؟ ومتى نحصل أو نجني ثمار الشجرة التي تأتي أكلها كل حين؟

إن هذا الموضوع طرح كل بساط البحث في عدد من جامعات العلوم الإسلامية من وجهات نظر مختلفة، كما يشكل - حالياً - هاجساً مركزياً في إعداد البرامج والوحدات الدراسية. وليس ببعيد فقد عالج الملتقى الوطني الذي انعقد بجامعة الأمير عبد القادر حول طرق تدريس العلوم الإسلامية هذا الموضوع وحاول المساهمة فيه<sup>1</sup>.

1 - انظر: محاور ملتقى طرق تدريس العلوم الإسلامية (الواقع والآفاق) الذي انعقد بجامعة الأمير عبد القادر بقسنطينة أيام: 18، 19، 20 صفر 1421هـ الموافق: 22، 23، 24 ماي 2000.

الدعوة والإعلام: التباعد والتقارب ..... د. نصر بوعلوي

إن الإشكالية المطروحة دوماً على بساط البحث هل الدعوة هي الإعلام، وهل الإعلام هو الدعوة؟ هل الدعوة ترتبط بالمضمون فقط دون الوسيلة وأن الإعلام يتمثل في الوسيلة فقط من دون المضمون؟ ومن هذه الزاوية يرى البعض بأن الإعلام هو وسيلة لنقل الرسالة الدعوية. ويتساءل آخرون عما إذا كان هذان المفهومان مترادفين أو متغايرين الخ. هذه الأسئلة وغيرها تشكل قلقاً مستمراً لدى الأساتذة والطلبة بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بقسنطينة (الجزائر). ومن المؤكد أن هذا القلق يجيم عند كل أستاذ يرغب في ربط هذا التخصص ببعده الحضاري.

إن الإجابة على هذه الأسئلة تحتاج إلى نقاش طويل وببحث مستفيض، وليس هدف هذه الدراسة سوى طرح هذه القضية للنقاش بين المتخصصين سواء من الدعوة أو الإعلام لكي يفكروا في سبل تمكن من إيجاد الوضع الذي يلتقي فيه هذا التخصص "الدعوة والإعلام" بكل تكامل ومن دون أي تنافر. فكثيراً ما نلاحظ تجاور مقاييس الدعوة مع مقاييس الإعلام (وهي قليلة) في جامعات العلوم الإسلامية تجاوراً لا نرى فيه التفاعل المطلوب. بل المفردات المحسدة بيداعوجياً توحى للمتعمّن أن هناك تباعداً بين الدعوة والإعلام نتيجة تباعد الأساتذة معرفياً وثقافياً وربما حتى حضارياً، مما قد ينعكس هذا سلبياً على الطلبة المتخرجين حيث يسود الاضطراب الفكري لديهم.

إن موضوع تلاقي الدعوة بالإعلام يحتاج إلى مزيد من الدراسة والتخطيط والفهم. لأن معظم المناهج المطبقة يغلب عليها الطابع التقني وينعدم فيها خصوصيات البعد الحضاري، ومن ذلك نقول مثلاً أن الإعلام الذي يدرس في جامعات العلوم الإسلامية (والمفردات بين أيدينا) ينطلق من مفاهيم ونظريات غريبة أصبحت لا تنسجم مع مفاهيم وأخلاق المجتمع الذي نتواجد فيه. كما أن الدعوة ليست هي صفات الإمام وفنون الخطابة على المنبر فحسب بل الدعوة رسالة حضارية وأداء تكنولوجي أيضاً.

الدعوة والإعلام: التباعد والتقارب ..... د. نصير بوعلی

إن تناول المتبع في هذه الدراسة تناول غير أحادي الجانب (الاتجاه أو الموقف)، كما أنه اتجاه لا يتبنى الموقف الثنائي (الحق بدلا من الباطل والصواب بدلا من الخطأ مثلا) في هذه القضية العلمية والفكرية، بل إن هذه الدراسة محاولة للنظر الثاقب إلى الدعوة وتكاملها مع الإعلام من حيث الموضوع والمنهج. وقبل ذلك ينبغي تحديد مفهومي الدعوة والإعلام وفق ترتيبيهما المنطقي في هذه الدراسة.

1- الدعوة: الدعوة لغويا مشتقة من الفعل دعا، يدعو، دعاء ودعاوة ودعاية، بمعنى حث وطلب ونادى ورغب. فدعاه إلى الأمر يعني ساقه إليه وحثه عليه<sup>1</sup>. وللدعوة الإسلامية معنيان: المعنى الأول رسالة الإسلام وما تتضمنه من عقيدة وشريعة وقيم وأخلاق وسلوك. والمعنى الثاني هو التبليغ أو إيصال هذه الرسالة إلى الناس وحثهم على فهمها والإيمان بها واتخاذها معيارا لسلوكهم في الحياة<sup>2</sup>.

والدعوة كما يقول إبراهيم إمام هي وظيفة الرسل وذلك منذ الأزمنة الغابرة، منذ أن دب الخلاف بين بني البشر بداعي البغي والهوى وقد كانوا أصلا على ملة واحدة وشريعة واحدة وهي ملة الإسلام لقوله تعالى: ﴿وَمَا كَانَ النَّاسُ إِلَّا أُمَّةً وَاحِدَةً فَاخْتَلَفُوا﴾<sup>3</sup>.

ويقصد بالدعوة الإسلامية الدعوة إلى الله والمقصود بها الدعوة إلى ديننا الحنيف وهو الإسلام ﴿إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ﴾<sup>4</sup>، الذي جاء به محمد صلى الله عليه وسلم من ربه سبحانه وتعالى، فالإسلام (في الأصل) هو موضوع الدعوة ومضمونها. وقد بلغ الرسول الكريم هذا الإسلام (كما ورد في كتب السيرة) أحسن تبليغ وأكملة وظل يدعو إليه منذ أن أكرمه الله بالرسالة حتى وفاته. والداعي هو المكلف شرعا بالدعوة إلى الله، والدعوة تكليف وفريضة على

1 - إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص. 22.

2 - محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1986 ص. 45.

3 - سورة يونس، الآية: 19.

4 - سورة آل عمران، الآية: 19.

الدعوة والإعلام: التباعد والتقارب ..... د. نصر بوعلوي

كل مسلم بالغ عاقل ذكرا كان أو أنثى، شريطة أن تكون الدعوة قائمة على علم وبصيرة: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾<sup>1</sup>.

إذن نفهم من هذا أن الدعوة الإسلامية هي الجانب "التبشيري" بالعقيدة وهي كما يقول إبراهيم إمام تكاد توازي مفهوم الإعلام، لأن الدعوة هي الإعلام بالإسلام والتعريف به بواسطة تكنولوجيا الاتصال. يقول محمد سيد محمد في هذا الإطار أن الدعوة هي جزء من الإعلام الإسلامي... أو هي الجزء الإيديولوجي (العقائدي) فيه، علما بأن الدعوة لا تشمل وسائل الإعلام فحسب بل تشمل القدوة الحسنة والإجراءات الاقتصادية المشاهدة لدعم المؤلفلة قلوبهم وما شابه ذلك. ويضيف ليس في قولنا بأن الدعوة إلى الإسلام جزء من الإعلام الإسلامي تضخيم للإعلام الإسلامي أو تصغير للدعوة الإسلامية. ولكن شبيه بهذا الموقف قولنا بأن العلاقات العامة تستخدم كافة وسائل الإعلام لتحقيق أهدافها إلى جانب الاتصال الشخصي والجمعي والحلول الإدارية وما شابه ذلك. برغم أن العلاقات العامة جزء من علم الإعلام وأن التخصص في العلاقات العامة فرع من علم الإعلام وهو الأصل<sup>2</sup>.

وقد جعل عبد اللطيف حمزة اصطلاح الدعوة في عصر النبوة مساويا تماما لاصطلاح الإعلام في عصرنا هذا. وهو يقول: «كان القدماء منذ ظهور الرسول لا يعرفون هذا المصطلح الحديث، مصطلح الإعلام والاتصال بأنواعه الثلاثة: الشخصي والجماعي (جماعة صغيرة منسجمة) والجماهيري (جماعة كبيرة غير منسجمة). واستخدموا مكانه المفهوم المعروف عندهم وهو مفهوم الدعوة. والدعوة إلى شيء هي الترغيب في هذا الشيء أو بمعنى آخر الدعاية له<sup>3</sup>.

1 - سورة يوسف، الآية: 108.

2 - محمد سيد محمد، نفس المرجع السابق، ص. 46.

3 - عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1974، ص. 37.

الدعوة والإعلام: التباعد والتقارب ..... د. نصير بوعلوي

ويعرف الطيب برغوث الدعوة بأنها ذلك الجهد المنهجي المنظم المهدف إلى تعريف الناس بحقيقة الإسلام وإحداث تغيير جذري متوازن في حياتهم على طريق الوفاء بواجبات الاستخلاف، ابتغاء مرضاة الله تعالى والفوز بالجنة. وقد أوضح أمرين أساسيين في الدعوة وهما: الدعوة بوصفها مضمونا رساليا، أي دينا يبلغ ويلتزم. والدعوة بوصفها عملية تبليغ (إعلام) لهذا المضمون ومحاولة لتعريف الناس به وحركة جهاد من أجل البناء ومواجهة الهدم<sup>1</sup>.

وتتفق جل هذه التعاريف على أن الدعوة تتضمن شقين رئيسيين. شق يرتبط بالمضمون (الرسالة) وشق يتمثل في الأداة (الوسيلة). وأكثر من هذا يرى محمد الجيوشي بأن نفس عناصر العملية الإعلامية هي نفسها العناصر الدعوية. الداعية، مضمون الدعوة، وسيلة الدعوة، المتلقي للدعوة والأثر الذي تحدثه هذه العناصر على العملية الدعوية ككل<sup>2</sup>. وسوف نحلل هذه العناصر بأكثر تفصيل عند تناول مفهوم الإعلام.

2- الإعلام: ويقصد بالإعلام (Information) عامة صيرورة انتقال المعلومات من مرسل إلى متلقي (جمهور)، ويرمز للإعلام في الصحافة إلى ما تبثه وسائل الاتصال من صحافة مكتوبة، إذاعة وتلفزيون من محتويات إخبارية، ثقافية، اجتماعية، دينية وترفيهية إلى قطاع واسع من المجتمع. ويتضمن هذا التعريف عدة عناصر متداخلة تشكل هي الأخرى ما يسمى بالعملية الإعلامية وهي: المرسل: وهو القائم بعملية النقل أو الإبلاغ، وقد يكون المرسل رجل سياسة أو رجل إعلام أو داعية أو أية هيئة أخرى. الرسالة: وتمثل المضمون أو محتوى المعلومات. الوسيلة:

1 - مقالتي صحراوي، منهج النبي صلى الله عليه وسلم في حماية الدعوة، ملخص عن رسالة ماجستير تقدم بها الطيب برغوث في جامعة الأمير عبد القادر، الجزائر، نشر الملخص بمجلة التجديد، العدد 2، 1997، ص. 221-241.

2 - محمد الجيوشي، الدعوة ورجالها في العصر الحديث، دار الفكر العربي، القاهرة، 1982م. ص. 05.

للدعوة والإعلام: التباعد والتقارب ..... د. نصير بوعلي

وهي الأداة أو القناة التي يتم بواسطتها نقل الرسالة. المتلقي: وهو الجمهور أفراداً أو جماعات. وأخيراً رد الفعل: وهو الأثر الذي تحدثه هذه العملية سلباً أو إيجاباً<sup>1</sup>.

وإذا فالإعلام يتضمن هذه العناصر الخمسة والتي تنحصر في مقولة هارولد لاسويل من؟ (أي المرسل) قال ماذا؟ (أي المحتوى) بأية وسيلة (أي القناة) لمن؟ (أي الجمهور المتلقي) وبأي أثر (أي المتفاعل مع كل هذه المكونات). يقول عزى عبد الرحمن أن هذا المعنى ورد ذكره في القرآن الكريم في قوله تعالى: ﴿وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا﴾. فالفعل قولوا يتضمن المرسل والوسيلة و"للناس" تمثل الجمهور و"حسناً" هو محتوى الرسالة وأثرها الإيجابي<sup>2</sup>.

وقد أثار عزى عبد الرحمن هذا الجدل القائم بين الدعوة والإعلام منذ أواخر الثمانينيات وحاول أن يعالجه بطريقته الخاصة متسائلاً عما إذا كان هذا المفهوم مترادفين أو متغايرين مستشهداً بقول محمد سيد محمد بأن الإعلام وسيلة لنشر الرسالة الإسلامية، أي أن التركيز في الإعلام على المعلومات وهي تنتقل بينما تركز الدعوة على الرسالة فالوسيلة. وينطلق أيضاً مما يذهب إليه آخرون إلى أن الإعلام والدعوة كلمتين متماثلتين، فالإعلام هو الدعوة والدعوة هي الإعلام. ويمكننا في هذا المستوى أن ندخل كلمة الإبلاغ (من التبليغ) وهي أقدم وأبلغ كما تشير الكلمة من الإعلام والاتصال، أي في الإبلاغ بلاغة. وقد ارتبط الإبلاغ بالقيم وليس بالخبر ضرورة، فيقال أعلمته بالخبر وأبلغته الرسالة. ويشتق من الإبلاغ محتوى القيم أي البلاغ المبين. وفي نظر عزى عبد الرحمن فإن الأصح أن نقول الدعوة والإبلاغ وليس الدعوة والإعلام، لأن الإبلاغ يخص محتوى غير محدد بالزمان والمكان بينما يخص الإعلام الخبر الذي يتحول إلى التاريخ فور فقدانه عنصر الآنية. ويقول عزى عبد الرحمن دائماً في هذا الإطار يمكن أن تستخدم الدعوة الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون والإنترنت في إبلاغ الجمهور بالرسالة شأنها في

1 - عزى عبد الرحمن، الإعلام الإسلامي، تعثر الرسالة في عصر الوسيلة، حوليات جامعة الجزائر، العدد 4، 1989-1990، ص. 35-45.

2 - عزى عبد الرحمن، الإعلام الإسلامي، المرجع السابق.

الدعوة والإعلام: التباعد والتقارب ..... د. نصر بوعلبي  
ذلك شأن التربويين الذين يستخدمون التلفزيون والحاسب في التعليم ويسمون ذلك بتكنولوجيا  
التعليم (technologie de l'éducation) ولا بأس في هذه الحالة من استخدام تكنولوجيا الدعوة  
اقتداء بمصطلح التربويين<sup>1</sup>.

وإن كانت هذه التصورات هي على مستوى المجرد. فالواقع المحسد يقول عزري عبد الرحمن  
أن الإعلام هو وسيلة لنشر الدعوة في وضعية العالم الإسلامي الحالي ولكنها هي الإعلام  
(الإبلاغ) في حد ذاته في مجتمع إسلامي مستقبلي.

3- التأسيس ضرورة حتمية: إن العودة إلى الذات والبحث عن الأصالة والمعرفة الدالة  
ليست مطلباً فقط في علوم الإعلام بل هي قضية جوهرية أضحت مطلباً في سائر العلوم، خاصة  
العلوم الاجتماعية، وقد انتبه علماء الاقتصاد إلى هذه الحقيقة حيث ظهرت دراسات وأبحاث  
قيمة في الاقتصاد الإسلامي، كما يهتم أساتذة التربية- حالياً بموضوع التوجيه الإسلامي في  
تربية الأطفال. وقد عادت كتب أبي حامد الغزالي وغيره من العلماء إلى بؤرة الاهتمام الشديد.  
إن ارتباط الإعلام بالدعوة أو الدعوة بالإعلام ليس سوى حلقة من حلقات استعادة التراث  
وبناء العلوم على أسس أصيلة وراسخة. وما لا شك فيه أن إنشاء أقسام لعلوم الإعلام في  
جامعات العلوم الإسلامية ظاهرة صحية وإيجابية، ولكن هذه المبادرة لحد الآن هي- في  
اعتقادي- خطوة يغلب عليها الحماس أكثر مما يغلب عليها التخطيط العلمي والفكري الدقيق،  
لأن إنشاء أقسام لدراسة الإعلام في هذه الجامعات ليس بالأمر الهين، فهي إلى جانب  
الإمكانات المادية والفنية تحتاج إلى إمكانات بشرية قادرة على إعداد إطارات إعلامية مثقفة  
قيماً (إسلامياً) وإعلامياً (تقنياً)، وهذه العناصر البشرية غير متوفرة حالياً ومن هنا يأتي الانقسام  
بين الثقافة الإسلامية والثقافة الإعلامية. ويتضح هذا الانقسام جلياً إذا أخذنا بعين الاعتبار

---

1 - عزري عبد الرحمن، الإعلام والاتصال والإبلاغ، مقال صحفي، يروي قضية الترادف بين الكلمات  
وبالضبط المترادفات الإعلامية والاتصالية. المقال دون تاريخ ودون هيئة النشر.

الدعوة والإعلام: التباعد والتقارب ..... د. نصر بوعلی

جامعة الأمير عبد القادر أمودجا. حيث يتخرج منها سنويا دفعات من الطلبة بشهادة الليسانس من قسم الدعوة والإعلام وهم يفتقرون في تكوينهم للعديد من العناصر التي تشكل ذلك التفاعل المتكامل بين الدعوة والإعلام، فهم إما شبه دعاة لا علاقة لهم أصلا بفنون الإعلام أو شبه إعلاميين يفتقرون للمرجعية الدينية، ومجردون من فنون الخطابة وأساليب الدعوة. وهذا الانقسام (التباعد) يرجع في اعتقادنا إلى تجاوز مواد الدعوة مع مواد الإعلام تجاوزا لا نرى فيه التفاعل المطلوب. ويتضح أن مادة "الإعلام الإسلامي" المقررة لطلبة السنة الرابعة وحدها غير كافية لإحداث هذا التفاعل بين العلوم الإسلامية والعلوم الإعلامية. وحتى أن هذه المادة "أي الإعلام الإسلامي" هناك من الأساتذة من شكك فيها من منطلق أن الإعلام واحد وليس هناك إعلاما إسلاميا وإعلام غير إسلامي. وحول هذه النقطة أثار البعض أكثر من مرة وفي أكثر من مناسبة العديد من الأسئلة والاستفسارات متسائلين: أليس الإعلام هو الإعلام وفنونه ووسائله في الغرب هي نفس فنونه ووسائله عندنا أو في أي مكان آخر؟ وهل يختلف تنفيذ التحقيق الصحفي أو المقابلة التلفزيونية من بلد إلى آخر؟ أليست هي نفس الخطوات ونفس الأسلوب في التنفيذ؟ وهل التصوير التلفزيوني أو الصحفي يختلف في الجزائر عنه في كوبا؟ إن أصحاب هذه التساؤلات لا ينظرون إلى الأشياء نظرة ثاقبة. ومن ذلك فهم ينطلقون من أساس أن الإعلام شأنه شأن أي "فن" أو "حرفة" يمكن استخدامه في أغراض إنسانية نبيلة لخدمة الإنسان وسعادته، ويمكن استخدامه في أغراض عكس ذلك تماما. ومعنى ذلك أن يصبح تعليم الإعلام كفن أو كحرفة منفصلا (ميكانيكيا) عن تعليم الهدف الذي يستخدم من أجله والغاية التي يخدمها.

إن أصحاب هذه التساؤلات يطرحون نقاشا قديما طرح في الغرب (أواخر القرن 19) عندما كانت النظرة إلى الإعلام نظرة تقنية بحتة، ولكن هذه النظرة تطورت في الغرب فيما بعد، حيث أصبح الإعلام ابتداء من العشرينيات من القرن العشرين يتضمن وحدات نظرية، وتعددت حديثا الأطر التي يتم فيها التكوين المتخصص بتعدد اهتمامات المؤسسات الصناعية الكبرى وتكنولوجيا

الدعوة والإعلام: التباعد والتقارب ..... د. نصير بوعلي  
الاتصال ومحتوياتها بحيث أصبح هناك كما يقول عزري عبد الرحمن تداخل بين الوسيلة والرسالة،  
وتقليص تلك الفجوة المتمثلة في «التلاغي» بينهما<sup>1</sup>.

أ- الإعلام ومهنة التحكم في الوسيلة: إننا نتفق مع أصحاب هذه التساؤلات على أن  
حرفية الفنون الإعلامية وتقنياتها قد لا تختلف بين كوبا مثلا (بلد شيوعي) وأمريكا (بلد ليبرالي)  
والجزائر (بلد انتقالي) وأن الخطوات التي يتبناها صحفي كوبي عند تنفيذ تحقيق صحفي هي نفس  
الخطوات والإجراءات التي يتبناها صحفي أمريكي أو جزائري. ونفس الطريقة التي تصور بها  
فيلما وثائقيا عن أفغانستان. ولكننا نقول إن الخلاف الرئيسي والأساس والمهم هو مضمون  
الرسالة التي نقدم- بصرف النظر عن حرفية التنفيذ- والهدف الذي تخدّمه الرسالة وتسعى إلى  
تحقيقه، ثم ما هو المسموح به وما هو غير المسموح به في كل هذا سواء بالنسبة للشكل أو  
المضمون أو الطريقة التي يتم بها التنفيذ. من هنا يكمن الفارق بين ما هو إسلامي وما هو غير  
إسلامي في الهدف والغاية من التنفيذ.

ب- الإعلام والهدف من الرسالة: إن رجل الإعلام ليس مخبرا يحسن الكتابة والكلام عن  
الوقائع الحاصلة خاصة في الفضاء السياسي أو أنه تقني صحفي (Technicien de presse)  
فحسب بل هو رجل ثقافة بالدرجة الأولى يملك مرجعية ويستند إلى تصور حضاري معين وهو  
على حد تعبير ابن خلدون يتموقع مع المقاصد (الغايات). ومن هذا المنطلق فهو يكيّف رسالته  
الإعلامية من بعد قيمي ومرجعية ومركز ومركز رؤية. ولكي يكون الأمر أكثر جلاءً وأشد  
وضوحاً نستشهد هنا بقول كرم شلبي الذي تساءل بخصوص هذه القضية قائلاً: «هل تبيح لنا  
شريعة الله أن نسترق السمع أو نتجسس أو نلتصص للحصول على خبر نسعى به للسبق  
الصحفي (scoop) والتفرد قبل الآخرين؟ وهل يبيح لنا الإسلام أن ننشر أخبار الجنس والأسرار

---

1 - عزري عبد الرحمن، التكوين الإعلامي التلاقي والتلاغي بين الوسيلة والرسالة، المجلة الجزائرية للاتصال،  
م.ع.إ.، العدد 4، خريف 1990، ص. 7-41.

الدعوة والإعلام: التباعد والتقارب ..... د. نصير بوعللي  
الخاصة والفضائح؟ ثم يتساءل من ناحية أخرى هل تقدم الأخبار والمعلومات وتوجيه وسائل الإعلام لخدمة أهداف الروس (سابقا) في الشيشان يتساوى مع تقدم الأخبار والمعلومات وتوجيه وسائل الإعلام لتحقيق أهداف المسلمين هناك؟ أليس هناك فوارق واضحة شاسعة بين المهدفين، والغرضين والإعلاميين»<sup>1</sup>.

من هذا التساؤل المحوري نقول نحن أن مادة الإعلام الإسلامي أساسية وتصبح دراستها أمرا واجبا، ويصبح إعداد رجل الإعلام من منطلق أطر حضارتنا واجبا لا مفر منه. فالإعلام- صحيح- لم يعد كلمة مجردة ولم يعد مجرد تقدم الأخبار والمعلومات لمجرد أنها أي أخبار وأي معلومات وإنما تقدم الأخبار والمعلومات على أساس نظريات هي خلاصة لفلسفة أنظمة سياسية واقتصادية تمثل مصالح معينة وتخدم فكرا بعينه (مثال إعلام الفكرة الصهيونية). ومن ثم فإن انتقاء هذه الأخبار والأفكار وتقديمها وأسلوب عرضها لا يأتي من فراغ ولا يتم لغير هدف أو غرض. هذا وينبغي بالإضافة إلى ذلك القضاء على بعض المفاهيم غير الصحيحة عن الإعلام ووسائله لدى البعض الآخر بحيث استقر في أذهان هؤلاء أن الإعلام مرادف للرقص والغناء والتسلية والعبث أو كمال يقول آخرون «فن الكذب». وهذه الأطروحات بقدر ما يغلب عليها الطابع الانفعالي (ردود فعل سريعة) بقدر ما هي عبارة عن نقد اختزالي، حيث يختزل الإعلام كله تحت مفهوم «سليبي» فتحصل الغفلة عن التعدد والتنوع والتطور المذهل في مجال الإعلام وفنونه ونظرياته. وطبعا هذه الأطروحات أو الأحكام المسبقة لم يعان منها الإعلام فقط، فقد عانى علم النفس هو أيضا من تلك الأطروحة التي تختزله في "فرويد والجنس"، وعلم الاجتماع عندما كان يختزل في "دوركايم والانتحار". بينما هناك مدارس فرعية عدة حتى في

---

1 - كرم شليبي، الخير الصحفي وضوابطه الإسلامية، دار الشروق، جدة، المملكة العربية السعودية، 1988، ص. 11

\* أصبح من الأمور المعلومة أن اليهود قد تمكنوا من السيطرة على مؤسسات العمل الإعلامي واستطاعوا من خلالها الهيمنة والتوجيه لمشروعهم وإقامة دولتهم دولة الفكرة الصهيونية.

الدعوة والإعلام: التباعد والتقارب ..... د. نصر بوعلوي

إطار الفرويدية نفسها، كما أن تخصصات علم الاجتماع في الغرب وحده قد وصلت إلى 50 تخصصاً. يقول عبد الرحمن عشوي أن عمر الجمعية الأمريكية لعلم النفس الآن أكثر من قرن، وأن تخصصات الفروع الاجتماعية بمجدة لخدمة الإنسان والمجتمع، وأن بعضها مجند أيضاً للتأثير في المجتمعات الإسلامية ومحاربتها وغزوها ثقافياً ونفسياً، بل ولتعميق خلافاتها وتشردمها وتركيز اهتمامها في القضايا السطحية<sup>1</sup>.

وتأسيساً على ما سبق، ينبغي النظر إلى الإعلام على أساس أنه وسيلة ورسالة في نفس الوقت. وهذه الأخيرة تستطيع أن تبني أو تهدم حسب الهدف المسطر لها والغاية من بثها. كما لا يفوت هنا القول أن الدعوة إلى تأصيل الإعلام لا يقصد منها أن نجعل الصحفيين سجناء التراث أو تكييلهم به، فيتحولون إلى فقهاء أو رجال فتوى ويتحول تدريس الإعلام إلى علم أصول الفقه أو أصول الدين أو تاريخ إسلامي... فالعلوم الشرعية لها طبيعتها الخاصة والعلوم الإعلامية لها طبيعتها الخاصة أيضاً ولها متطلباتها وأهدافها وفنونها المختلفة.

4- نحو منهج للتكامل المتفاعل: يتعين الآن لتفادي هذه المآزق تقديم تصور واضح لهذا التخصص «الدعوة والإعلام» يخرج من جحر الضب ويحميه من متاهات الخرافة والدجل التي ألصقت به لفترة من الوقت. وإذ نحن نستخدم هذا المصطلح "التكامل" أو "التجاور المتفاعل"، فذلك لأننا نريد في نهاية المطاف وضع الدعوة والإعلام في سكة واحدة يكون الإعلام في خدمة الدعوة وتكون هذه الأخيرة هدفاً سامياً للإعلام ويحدث التفاعل بينهما من حيث الشكل والمضمون والغاية والهدف.

إن تلاقي الدعوة بالإعلام لا ينحصر في محتوى الرسالة وحدها فحسب بل يتعداها إلى المرسل، فالوسيلة، فالمتلقي فالأثر وضمن نظام اجتماعي وبعد حضاري.

---

1 - عبد الرحمن عشوي، نحو تكامل العلوم الاجتماعية والعلوم الشرعية، مجلة التحديد، العدد الثاني، السنة الأولى، الجامعة الإسلامية العالمية، ماليزيا، يوليو 1997، ص. 55-81.

الدعوة والإعلام: التباعد والتقارب ..... د. نصير بوعلي

وقد اتضح بأن الإسلام يقدم أ نموذجاً إعلامياً يقوم كما يقول عزري عبد الرحمن على فلسفة مغايرة لتلك التي تميز الإعلام الحالي ويوفر نظرة عن كل مكون من مكونات الإعلام التي أشرت إليها. فالرسالة الإعلامية في الإسلام تهدف إلى تكوين الإنسان معرفياً، كما تتصف بالصدق والإنصاف. فالصدق في القول هو قوام الاتصال والتعامل والتعارف والتناصح، وقد نهي الإسلام عن الكذب بكل صوره وأشكاله. قال تعالى: ﴿إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكُذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ﴾<sup>1</sup>. وقال تعالى: ﴿وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ﴾<sup>2</sup>. وفي قوله تعالى أيضاً: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾<sup>3</sup>. ولما كان الإعلام في كل صوره يقوم على الرسالة، فلا بد أن تكون هذه الرسالة في المجتمع المسلم خاصة هي الصدق كل الصدق، أي لا بد أن تكون صادقة المنبت نابعة عن رؤية صادقة صحيحة، بحيث تهدف إلى تحقيق الخير والنفع. وحين تأتي إلى مجال التطبيق الإعلامي، فإن صفة الصدق في الإعلام تستلزم ما يلي:

صدق الخبر: وهو ما يعنى الالتزام بالحقيقة بغير زيادة ولا نقصان والابتعاد عن الإشاعات والدعايات المفرضة حتى لا يصبح المجتمع في ريبة وشكوك وهما أساس الفتنة. قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾<sup>4</sup>.

صدق الصياغة: فالإعلام في صياغته للخبر ملتزم بأمانة الكلمة، فلا يعتمد إلى ما يعتمد إليه غيره من التهويل أو استخدام أسلوب الإثارة أو الإيحاء بغير الحقيقة المجردة. قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِغِ

1 - سورة النحل، الآية: 105.

2 - سورة الحج، الآية: 30.

3 - سورة التوبة، الآية: 119.

4 - سورة الحجرات، الآية: 06.

الدعوة والإعلام: التباعد والتقارب ..... د. نصير بوعلبي

اللَّهُ وَرَسُولُهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا<sup>1</sup>. والقول السديد حسب، حامد عبد الواحد، هو ذلك القول الذي يتوفر له جانباً الصدق والخير معاً، وسداد القول يحتم - كما يقول - التفكير والتعقل والروية قبل إصدار القول، إلى جانب أن يكون القول صادراً عن صدق وإيمان<sup>2</sup>. أما في باب الوسيلة في الإسلام، فإن الدين الإسلامي يدعو إلى اكتساب كل الوسائل الحديثة التي تمكن من إيصال الرسالة دون عوائق زمكانية. وينبغي في هذا الإطار دمج الوسيلة (التقنية) في المنظور الثقافي القيمي للمجتمع، أي إدخال الثقافة في التقنية وليس تحويل الثقافة إلى تقنيات. فهذه العملية تعطي حسب قول عزى عبد الرحمن الأولوية الفائقة للتحويل الثقافي وتضمن الإشراف أو توجيه الثقافي القيمي للتقنية والتكنولوجيا<sup>3</sup>. ومن هذه الزاوية نستطيع القول أن الدعوة تصبح موجهة للإعلام عند إدخالها في التقنية، بشرط، أيضاً دمج الإعلام (كثقنية) في المنظور القيمي للمجتمع. أما على مستوى المرسل، فينبغي عليه مراعاة ميول الجمهور وحوافزه النفسية ومستوى ثقافته والظروف الاجتماعية التي يحياها والرسالة تكون فعالة عندما تكون مبنية على معرفة الجمهور المتلقي. والمعادلة الصحيحة في هذا الإطار تتركز على السؤال الآتي: ليس فحسب ماذا يحب الناس أن يقرؤوا ويسمعوا ويشاهدوا، وإنما أيضاً، ماذا يجب أن يقرأ الناس ويسمعوا ويشاهدوا؟ ولا شك أن تحقيق هذه المعادلة أو هذا المطلب يستلزم بالضرورة معرفة الجمهور حق المعرفة من خلال سير آرائه وما أحوجنا إلى هذا النوع من الدراسات التي تنتقل إلى الميدان، أما على مستوى الأثر فيكون إيجابياً كلما اقترن المحتوى الإعلامي بقيم المجتمع وثقافته ومساحته الحضارية.

1 - سورة الأحزاب، الآية: 80-81.

2 - حامد عبد الواحد، الإعلام في المجتمع الإسلامي، مطبعة رابطة العالم الإسلامي، السنة الثالثة، العدد: 33، سبتمبر 1984، ص. 72.

3 - عزى عبد الرحمن، الكفاءة القيمية في عصر المعلومات. مقال دون تاريخ.

الدعوة والإعلام: التباعد والتقارب ..... د. نصير بوعلوي

إن التكامل بين الدعوة والإعلام لا ينحصر في المواضيع الدينية فحسب، بل التكامل الناجح بينهما ينبغي أن يكون في شتى المجالات، السياسية والثقافية والاجتماعية والرياضية الخ. وحتى على مستوى المنهج (من الناحية الأكاديمية) فتستفيد الدعوة من مناهج علوم الإعلام والاتصال وهي مناهج في أغلبها استقرائية ويستفيد الإعلام من مناهج الدعوة وهي في أغلبها استنباطية. فمن أمثلة التكامل الناجح بين العلوم الاجتماعية والعلوم الشرعية هو موضوع الاقتصاد. فعلم الاقتصاد مثلا مهما استعمل من مناهج علمية وتقنيات إحصائية لا ينبغي أن يفصل عن إطار نظري عقيدتي. ولذا فإن علم الاقتصاد ضمن الإطار القيمي الإسلامي لا يمكن أن يفصل عن التصور الإسلامي للملكية ودور الإنسان في التصرف في الملكية، بل لا يمكنه أن يفصل عن المبادئ الإسلامية العامة في تداول الأموال، بحيث لا يسمح الإسلام مثلا بالبيع والشراء دون قيود وشروط ترتبط في معظمها بمفهومَي الحلال والحرام.

وفي الختام، لا نريد من خلال هذا الموضوع الوصول إلى الكمال فذلك مستحيل، وإنما نطمح إلى تكوين رجال إعلام يجاورون على الأقل بشكل متفاعل بين الدعوة والإعلام. يقول عبد الرحمن بن مهدي نحن لا نرغب في رجل إمام في الحديث وليس بإمام في السنة، كما لا نرغب في رجل إمام في السنة وليس بإمام في الحديث. ولكن مهما تكن فلن نصل إلى رجل كمالك بن أنس الذي هو إمام فيهما جميعا.