

Al-Farq Bayn Al-I'lam Al-Islamiy Wa Al-I'lam Al-Da'waiy

ABD. ELAH HASOONAH BADIWI TAHAT
MUHAMAD FAISAL ASHAARI

الملخص

إن مصطلح الإعلام الإسلامي يتداول كثيرا على ألسنة العامة والخاصة يعبر عن الوسيلة الحديثة في نشر المعلومات تتعلق بمصالح الإسلام والمسلمين، إلا أن البعض منهم لا يكاد يفرق بينه وبين الإعلام الدعوي بالرغم من وجود الفرق الكثير بينهما. فهذه المقالة تتناول هذه القضية من خلال مؤلفات العلماء حول موضوع الإعلام الإسلامي. فقد أفادت هذه المقالة بأن للإعلام الدعوي مفهوما أوسع من الإعلام الإسلامي يتناول كل محاولة فنية تهدف إلى تبليغ دين الله للناس.

التمهيد

إنّ الإعلام بكافة أنواعه وسيلة من وسائل الدعوة، وهو ذو أهمية كبيرة لما فيه من نقل للأخبار والمعلومات، إلا أنّ العلماء انقسموا في تعريفهم للإعلام إلى قسمين، قسم عرفه بأنّه الدعوة، فخصّ الإعلام عن الله تعالى بالدعوة ووسائلها والدعاة وأساليبهم، وقسم عرفه بأنّه الالتزام بالدين والاتصاف بصفاته وأخلاقه، فلم يقتصر الإعلام على أحد أو جهة وإتّما شمل به كلّ المسلمين، لذا فقد

جاءت هذه الدراسة لبيان الفرق بين الإعلام الدعويّ والإعلام الإسلامي من خلال تعريفات العلماء للإعلام.

مفهوم الإعلام

تشابك التعريفات وتختلط المفاهيم عند البحث في مصطلح الإعلام، إذ أنه كما أفاد ذلك سعد الدين بأنه "ليس هناك تعريف محدد لمفهوم الإعلام، وذلك لاتساع هذا المفهوم وتداخله في كثير من مجالات الأنشطة والعلاقات الإنسانية، ثم تباين وجهات نظر ومذاهب الباحثين فيه" (محمد منير ١٩٩٥: ١٠) كذلك إن الإعلام لفظ حديث العهد تواتر على الألسنة في أيامنا هذه. ولم يكن متداولاً بيننا قبل ذلك (عبد اللطيف ١٩٦٥: ٣).

إنّ أغلب العلماء دخل إلى تعريف الإعلام من مدخل التعريف اللغوي البحث، والقليل منهم عزّفه من ناحية المعنى الإصطلاحي، بما أن لغتنا العربية علّمتنا أن أصل كلمة إعلام مأخوذ من ترك العلامة، فإن الواجب علينا أن ننحو هذا المنحى في صياغتنا للتعريف الإصطلاحي من باب رد الكلمة إلى أصلها اللغوي، وهذا ما فعله أصحاب الاتجاه الأول، كما أنّه لا مانع من التطرق إلى الجانب الدلالي كما فعل أصحاب الاتجاه الثاني من باب أنّ المراد صياغة تعريف اصطلاحى.

وبهذا التمهيد؛ أدخل الآن إلى التفريق بين تعريفات العلماء للإعلام الإسلامي لأوضح أنّ بعضهم صاغ تعريفه من الباب اللغوي البحث والبعض

الآخر توسّع في تعريفه فتطرّق إلى الجوانب البلاغية والدلالية، وإليك تفصيل ذلك.

مفهوم الإعلام الإسلامي والفرق بينه وبين الإعلام الدعوي.

إنّ الإنسان عندما يقرأ مصطلحاً، فإنّه يدركه إدراكاً سطحياً للوهلة الأولى، أما الفهم العميق فإنه لا يتأتّى مع بلاغة الكلمات والعبارات، وإنما يكون مع سلاسة الكلام المختار وبساطته، لذا فإنّنا إذا نظرنا في التعريفات القديمة للإعلام الإسلامي فسنجدّها "تتأثر بتعريفات الإعلام بالمعنى العام والتي هي في الغالب مترجمة عن أساتذة الاتصال وأساتذة الإعلام الأمريكيين والأوروبيين والعرب، ويرجع ذلك كله إلى حداثة العهد بالكتابة عن الإعلام الإسلامي" (عبد الوهاب ١٩٨٥: ٥٧)

وتختلف تعريفات العلماء للإعلام الإسلامي، والسبب في هذا يعود إلى عدم الاتفاق على محددات واضحة لتعريف هذا المصطلح، والخطوة الأولى في ارتياد البحث العلمي بهذا المجال تحتاج بالدرجة الأولى إلى تأكيد المعالم والمحددات الخاصة بالتعريفات لتهدّي الباحثين إلى الأطر الخاصة بالمشكلات العلمية في هذا المجال، وكذلك إلى القواعد الأصلية للحقائق والمعلومات التي تسهم في تحديد إطار النتائج التي تفيّد في تأهيل المعرفة العلمية.

ولا بدّ قبل البدء ببيان الفرق بين الإعلام الإسلامي والإعلام الدعوي أن نؤكّد على وجود اتجاهين لتحديد المعالم الخاصة بتعريف الإعلام الإسلامي هما:

الأول: اعتبار الإعلام الإسلامي عملية اجتماعية تمس الحاجة إليها في المجتمع المسلم لتلبية الحاجات الاجتماعية والفردية، والتي تتمثل في الوظائف التي يقوم بها الإعلام الإسلامي من خلال التفاعل المستمر بين عناصر هذه العملية.

الثاني: اعتبار الإعلام الإسلامي نظاماً دعويّاً يضم عناصر متعددة تحدد معالم هذا النظام، وتتفاعل مع بعضها في سبيل إرساء مبادئه وقواعده، ويتفاعل أيضاً مع النظم الاجتماعية الأخرى في المجتمع الإسلامي، بحيث يؤثر ويتأثر بها.

وبما أنّ الإعلام إخبارٌ بالأشياء والأنباء في أيّ زمان ومكان وبأيّ وسيلة كانت، فالإعلام الإسلامي إخبارٌ بالإسلام وتعريف به، بأيّ وسيلة كانت خُلُقاً أو قولاً أو عملاً، أمّا الإعلام الدعوي فهو نشر الدعوة للإسلام ودعوتهم الناس لآدابه وشروطه وأركانه وسننه، بالوسائل الدعوية.

إذن؛ فالفرق بسيط ينحصر في جزأين من أجزاء العملية الاتصالية _ المرسل والمستقبل والوسيلة والرسالة _ هما المرسل والوسيلة، فإذا كان المرسل والوسيلة مُنْدرَجين تحت اسم الدعوة إلى الله مُنْحصِرِينَ بها فهو إعلام دعويّ، وأمّا ما كان من عموم المسلمين وواضحاً في أخلاقهم وأقوالهم وأعمالهم وتصرفاتهم فهو إعلام إسلاميّ.

وبهذه الكلمات أكون قد بيّنت الفرق بين كلا التعريفين، وعليه فقابل الكلام سيكون لسوق تعريفات العلماء وتوضيحها وتقسيمها إلى قسمين؛ قسم عرف الإعلام بأنه إسلاميّ وآخر عرّفه بأنه دعويّ، وحتى أؤكد على ما بيّنته من فرق بين التعريفين، فسأستدلّ بأقوال تسعة من علماء الإعلام في جانب

تعريف الإعلام بأنه "دعوي"، و بأقوال خمسة من علماء الإعلام في جانب تعريف الإعلام بأنه "إسلامي" وإليك بيان ذلك.

أولاً : بعض العلماء ممّن عرّفوا الإعلام بأنه إعلام دعوي:

عرّفه محي الدين عبد الحليم بأنه: "تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم بصورة مباشرة أو غير مباشرة، ومن خلال وسيلة إعلامية عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في مضمون الرسالة التي يتناولها، وذلك بُغية تكوين رأي عامّ صائب يعي الحقائق الدينية ويترجمها إلى واقع في سلوكه ومعاملاته" (محي الدين ١٩٩٢: ٥٤).

وبما أنّنا مهّدنا الكلام بأنّ المرسل والوسيلة هما من يحدّدان توجهات العلماء في تعريف الإعلام، نقول بأنّ الدليل على أنّ محي الدين عرّف الإعلام بأنه إعلام دعوي أنّه اشترط الوسيلة الناجحة والمرسل المتقن، وذلك جليّ في قوله: "... ومن خلال وسيلة إعلامية عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في مضمون الرسالة التي يتناولها".

وعرّفه نجيب عمارة بأنه "بيان الحق وتزيينه للناس بكل الطرق والأساليب والوسائل العلمية المشروعة، مع كشف وجوه الباطل وتقييحه بالطرق المشروعة، بقصد جلب العقول إلى الحق، وإشراك الناس في خير الإسلام وهديه وإبعادهم عن الباطل وإقامة الحجة عليهم" (نجيب عمارة ١٩٨٠: ١١).
والدليل هنا واضح كسابقه، وهو أنّ عمارة اشترط وجود الوسيلة ووصفها

بـ"العلم والمشروعية"، وهذا دليل واضح على أنه عزّف الإعلام الإسلامي بأنّه دعويّ.

وقد عزّفه فيصل حسونه بأنّه إعلام ذو مبادئ أخلاقية وأحكام سلوكية، وقواعد وضوابط لا يجيد عنها، مستمدة من دين الإسلام، وهو إعلام واضح صريح عفيف الأسلوب نظيف الوسيلة شريف القصد، عنوانه الصدق وشعاره الصراحة وغايته الحق، لا يضلّ ولا يُضللّ، بل يهدي إلى الحق وإلى التي هي أقوم، ولا يعلن إلّا ما يبطن، ولا يتبع الأساليب الملتوية، ولا سبل التعجير والخداع والميكيفيلية (محمود كرم ١٩٨٨: ٦١).

أمّا الدليل هنا؛ فهو أنّ حسونه اشترط وجود الوسيلة واشترط لها خصالاً وصفات، وذلك في قوله: "...عفيف الأسلوب نظيف الوسيلة شريف القصد...".

وعزّفه محمود كرم سليمان بأنّه "عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي، وتؤدي جميع وظائفه المثلى، الإخبارية والإرشادية والترويحية على المستوى الوطني والدولي والعالمي، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها، وفيما يصدر عنها من وسائل ومواد إعلامية وثقافية وترويحية، وتعتمد على الملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً، وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامة" (محمود كرم ١٩٨٨: ٦٢).

وفي كلام سليمان دليل واضح على أنّه لم يقصد العمليّة الاجتماعيّة العامّة بين الناس، وإّما قصد العمليّة الدعويّة البحتة، فاشترط في تعريفه وجود الوسيلة الناجحة، وذلك واضح في قوله: "وفيما يصدر عنها من وسائل ومواد

إعلامية وثقافية وترويجية"، والدليل الآخر أنه لم يقبل بأيّ وسيلة وإنما اشترط الوسيلة المدروسة المتقدمة وهذا واضح عندما اشترط للعملية الاتصالية أن تؤدي "جميع وظائف الإعلام المثلى، الإخبارية والإرشادية والترويجية" وعقب على اشتراطه لوجودها بأن تكون قوية تعمل "على المستوى الوطني والدولي والعالمي".

وعرّفه عبد الوهاب كحيل بأنه "استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني، يقوم به مسلمون عالمون عاملون بدينهم، متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة، مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم الأخلاقية والمبادئ المثلى، للمسلمين ولغير المسلمين من كل زمان ومكان في إطار الموضوعية التامة، بهدف التأثير والتوعية والإرشاد لإحداث التغيير المطلوب" (عبد الوهاب ١٩٨٥: ٢٩). والدليل في تعريف كحيل هو أنه كسابقه؛ اشترط وجود الوسيلة وذلك بقوله: "استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني"، كما اشترط المرسل الناجح وذلك بقوله: "يقوم به مسلمون عالمون عاملون بدينهم، متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة"، وكلّها أدلة على أنه عرّف الإعلام بالتعريف الدعوي.

وعرّفه محمد خير يوسف بأنه "محلّ مضامين الوحي الإلهي ووقائع الحياة البشرية المحكومة بشرع الله إلى كافة الناس، بأساليب ووسائل تتفق في سموها وحسنها ونقائها وتنوعها مع المضامين الحقّة التي تعرض من خلالها، وهو محكومٌ غايةً ووسيلةً بمقاصد الشرع الحنيف وأحكامه" (خير يوسف ١٩٩٣: ٥).

وعرّفه برغوث الطيّب بأنّه الجهد المنهجي المنظم الهادف إلى تعريف الناس بحقيقة الإسلام، وإحداث تغيير جذري شامل متوازن في حياتهم على طريق الوفاء بواجبات الاستخلاف، ابتغاء مرضاة الله تعالى والفوز بما آخره لعباده الصالحين في عالم الآخرة (برغوث الطيب ١٩٩٦: ٦٧). واشترط الطيّب بوجود التنظيم والهدف في الوسيلة، خير دليل على أنّه عرّفها على الأساس الدعويّ، وهذا واضح في قوله: "الجهد المنهجي المنظم الهادف".

ثانياً: بعض العلماء ممّن عرّفوا الإعلام على أنّه إعلام إسلاميّ:

عرّفه عبد اللطيف حمزة بأنّه "الجهود التي يبذلها الناس لتأييد الأفكار الجديدة أو العقائد الجديدة أو المذاهب الجديدة، وهو يختلف عن الدعوة التي تعبر عن جهود وأصحاب العقائد الجديدة التي يبذلونها لشرعقائدهم" (عبد اللطيف ١٩٧١: ١٠١). وكما أسلفت؛ بما أنّ العالم لم يشترط شيئاً في الوسيلة والمرسل، فهو دليل على أنّه إنّما عرّف الإعلام بأنّه إعلام إسلاميّ. وبما أنّ حمزة في تعريفه هذا لم يتطرّق إلى الوسيلة ولم يشترط لها أيّ شرط، ووصف المرسل "بالناس" أي عموم الناس عوامّ ومختصين، وهذا دليل واضح على أنّه لم يقصد الإعلام الدعويّ.

كما عرّفه إبراهيم إمام بأنّه "لفظ جديد يعبر عنه القرآن بلفظ آخر بديل هو الدعوة التي يقصد بها دين الإسلام ووسائل تبليغه، وطرق الاتصال بالناس وأساليب مخاطبتهم" (إبراهيم إمام ١٩٨٠: ٢٨). أمّا الدليل في تعريف

إمام أنّه كسابقه لم يشترط أيّ شرط في المرسل والوسيلة، ومع أنّه صرّح بأنّ الإعلام هو "الدعوة" إلّا أنّ هذا لا يعدّ دليلاً على أنّه أراد بتعريفه الإعلام الدعويّ، ذلك أنّ الإلتزام بأسس الإسلام وأخلاقه يعدّ دعوة بحدّ ذاتها، وبما أنّ إبراهيم إمام لم يحدد وسيلة معينة ولم يشترط في المرسل شيئاً فقد قصد من تعريفه الإعلام الإسلامي الذي أسلفنا بأنّه التزم بالإسلام وأخلاقه.

كما عرّفه يحيى أبو بكر بأنّه: نشاط يعتمد على أساليب العلاقات العامة في تصحيح صورة الإسلام والمسلمين في أعين أنفسهم (أي إمام جمهور داخلي)، وفي أعين غيرهم (أي إمام جمهور خارجي)، وهو مجموع العمل الإعلامي الذي تقوم به وسائل الاتصال الجماهيرية، وكذلك الاتصال المباشر في الدول الإسلامية" يحيى أبو بكر (١٩٩٢: ٤٠٧). والدليل في تعريف يحيى أنّه قصد بالمرسل عموم الناس وذلك عندما وصف العملية الإعلامية بأنّها العلاقات العامة بين الناس، وأنّه وصف الوسيلة بأنّها علاقة الناس مع بعضهم وذلك بقوله: "الاتصال المباشر"، فهذا دليل على أنّه لم يقصد الإعلام الدعويّ.

أمّا زين العابدين الركابي فقد عرّفه بأنّه "أسلوب عصرنا الحديث لتبليغ رسالة الإسلام، ويدخل في مضمونه البشارة والندارة والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والصدع بالحق، فالتبشير إعلام بالخير، والإنذار إعلام بالخطر، والصدع بالحق إعلام للناس بالحق الذي ينبغي أن يلتزموا به، وإعلام بالباطل الذي ينبغي أن يفارقوه" (محمود كرم ١٩٨٨: ٦١). والدليل في تعريف الركابي أنّه أيضاً لم يشترط شيئاً في الوسيلة والمرسل، وأنّ الواضح من تعريفه أنّه أراد الإعلام عن الإسلام بأي وسيلة كانت ومن جميع المسلمين.

وعرّفه محمد منير حجاب بأنه "الإعلام الذي يعكس الروح والمبادئ والقيم الإسلامية ويمارس في مجتمع إسلامي، ويتناول كافة المعلومات والحقائق والأخبار المتعلقة بنواحي الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية والدينية والأخلاقية" حجاب . (محمد منير ٢٠٠٣:٢٤). والدليل من كلام حجاب هو أنه كسابقيه لم يتطرق إلى الوسيلة أو المرسل بأيّ شرطٍ من الشروط، ويبيّن بأنّ الإعلام عن الإسلام مطلوب من جميع المسلمين.

الخاتمة

تقوم العمليات الاتصالية بين الناس على أربعة أجزاء رئيسه، هي الرسالة الإعلامية والمرسل والمستقبل والوسيلة، وهذه الأجزاء الأربعة هي التي تحدّد معالم صياغة تعريف العمليات الاتصالية، والإعلام الإسلامي عملية اتصالية بين الناس، وبما أنّ رسالته واضحة هي الإسلام ومستقبله واحد هو عموم الناس، فإنّ المؤثر في تعريفه ما بقي من أجزاء العملية الاتصالية وهما المرسل والوسيلة. وقد أثبتت دراستنا أنّ الفرق في تعريف الإعلام الإسلامي والإعلام الدعوي مبنيّ على مرسل الرسالة الإسلامية ووسيلتها، فإذا اشترط في التعريف أن يكون المرسل دعاة أو مؤهلين أو اشترط أن تكون الوسيلة دعوية محضّة كالصحف والمساجد وغيرها من مؤسسات الدعوة إلى الله فهو الإعلام الدعوي، وإن كان التعريف حالياً من هذه الشروط فإنّه يُقصد بالمرسل عموم المسلمين وبالوسيلة أخلاقهم والتزامهم بدينهم وبالتالي فهو الإعلام الإسلامي.

بعد هذا الجهد المتواضع في بيان بعض من جهود علمائنا لمصطلح الإعلام بشكليه الإسلامي والدعوي، سأقوم بتعريف كل منهما على حدة، فأقول:

الإعلام الدعوي: هو علم من علوم الدعوة الإسلامية ووسيلة من وسائلها، تنقذ فيه كل محاولة فنية تهدف إلى تبليغ دين الله للناس، وهو إعلام نوعي متخصص، جميع توجهاته إسلامية، يتبني ببرامجه كل ما يخدم الدعوة الإسلامية، ويقصد جمهوراً مستهدفاً داخل وخارج القطر الإسلامي، ويجاول استخدام أدوات ووسائل الإعلام العالمي الحديثة والمتطورة، مع العمل على صبغ مضامينه بالصبغة الإسلامية، خدمة للإسلام.

أما الإعلام الإسلامي: هو إعلام مُرسله المسلمون ووسيلته أخلاقهم، أساسه فكر عميق الجذور، يدعو إلى العبودية الخالصة لله تعالى، بنشر عقيدة التوحيد ونصرة الدين وإعلانه، وإشاعة الثقافة الإسلامية والإهتمام بشؤون المسلمين وتنقية الإسلام من الشوائب العالقة به، ومعالجة القضايا الدينية، ويعمل على إيجاد رأي عام إسلامي من خلال ترقية اهتمامات المسلم والسمو بعقله ووجدانه وسلوكه، ومحو أميته الفكرية، ويسعى إلى توحيد الأمة فكراً ووجداناً وولاءً وتطبيقاً بتمكينها من حبل الله تعالى وتقريبها من الدين بالطرق والوسائل المختلفة، ويسعى بانطلاقه من القرآن الكريم إلى تحقيق كرامة الإنسان "ولقد كرمنا بني آدم" (القرآن: ١٧: ٧٠) وحررته وعزته "ولله العزة ولرسوله وللمؤمنين" (القرآن: ٦٣: ٨).

وملخص الكلام أنّ أخلاق الناس وتصرفاتهم وعباداتهم تمثل إعلاماً إسلامياً عن دينهم، وأنّ الجهود التي يبذلها من انبرى للدعوة إلى الله وبوسائل دعوية خالصة يمثل إعلاماً دعوياً محضاً.

المراجع

- القرءان الكريم. برواية حفص
- إمام، ابراهيم. ١٩٨٠. الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- برغوث الطيب. ١٩٩٦. منهج النبي في حماية الدعوة المحافظة على منجزاتها خلال الفترة المكية. الولايات المتحدة الأمريكية: المعهد العالمي للفكر الإسلامي.
- حجاب . محمد منير. ٢٠٠٣ . الإعلام الاسلامي المبادئ، النظرية، التطبيق. القاهرة : دار الفجر.
- حمزة، عبد اللطيف. ١٩٦٥. الإعلام له تاريخه ومذاهبه. القاهرة: دار الفكر العربي.
- حمزة، عبد اللطيف. ١٩٧١. الإعلام في صدر الإسلام. القاهرة: دار الفكر العربي.
- سعد الدين، محمد منير. ١٩٩٥. دراسات في التربية الإعلامية. بيروت: الدار النموذجية.

سليمان، محمود كرم. ١٩٨٨. التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام. المنصورة: دار الوفاء.

عبد الحليم، محيي الدين. ١٩٩٢. الإعلام الإسلامي الأصول والقواعد والأهداف. ندوة الإعلام الإسلامي بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل. القاهرة: الأوفست.

عمارة، نجيب. ١٩٨٠. الإعلام في ضوء الإسلام. الرياض: مكتبة المعارف.

كحيل، عبد الوهاب. ١٩٨٥. الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي. بيروت: عالم الكتب.

محمد خير يوسف. ١٩٩٣. الإعلام الإسلامي بيلوجرافيا بالكتب والرسائل والبحوث الجامعية الرياض: دار طويق.

يجي أبو بكر. ١٩٩٢. الإعلام الإسلامي والنظام العالمي الجديد. "التنقيح". ندوة الإعلام الإسلامي بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل. ٤٢٢-٤٠٣. القاهرة: الأوفست.