

## الدعوة والدعاية الإسلامية بين النظرية والتطبيق

أ.م.د. هاشم احمد نعيمش  
كلية الاداب / جامعة الانبار

م.د.ر. عد حميد توفيق صالح  
كلية اصول الدين/الجامعة العراقية

### الملخص:

يعد موضوع الدعاية والعلاقة بينه وبين الدعوة الإسلامية من المواضيع ذات الاهتمام المحدود لدى فقهاء الإعلام الإسلامي بسبب عدم الوقوف على تأصيل واضح لهذا المفهوم فضلا عن عدم الوثوق باستخدامه في هذا العصر مع العلم وعلى ما قدم الباحثان من أدلة تثبت أنها مفهوم إسلامي دعوي محبب الى القلوب والعقول لكثرة ما استخدمت في الدعوة الى الله تعالى وكثرة ما استعملت كمستقطب لعقول المبتعديين عن الإسلام ومفاهيم الدين الإسلامي وان الدعاية في تعريفات الادبيات الغربية تتواءم مع تعريف الدعاية في الادبيات العربية.

وان الاشكالية التي جاءت بها الدعاية واستخدامها الاستخدام الخاطيء هو بسبب الترجمة غير المقبولة وغير الصحيحة وربطها بالحرب النفسية.

المقدمة:

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى اله وصحبه وسلم. فبعد خضوع معظم المعارف والعلوم الى تمحيص وتنظير في عصر النهضة الاوربية، وتراجع فعالية الحضارة العربية الاسلامية بسبب الاستعمار الذي قيد المعارف والعلوم، ظهرت مصطلحات ومفاهيم علمية عدة، ومنها الدعاية التي تلقاها العالم بوجه واحد دون الوجه الاخر مع العلم انها أُستخدمت في حقب التاريخ المختلفة وكانت تعد النمط الاسلامي الذي استخدمه الرسول صلى الله عليه وسلم في كتبه الى ملوك العالم حينه كما عدت الاداة السرية الرئيسة في الحروب حيث اطلق عليها الانجليز (الحرب السياسية) والالمان (الحرب الثقافية) وعند الامريكيين (الحرب السيكلوجية) وبهذا نتجت اشكالية وجدلية في ماهية هذا المفهوم وتقلبات استخدامه على مر التاريخ وهو ما دعا الباحثان الى كتابة هذا البحث.

**مشكلة البحث:** ان السمة الرئيسة التي تميز البحث العلمي وجود مشكلة تحتاج لمن يتصدى لها بالدراسة والتحليل من جوانبها المتجددة فمشكلة البحث عبارة عن موقف او قضية او فكرة او مفهوم يحتاج الى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية ثم اعادة صياغتها عن طريق نتائج الدراسة ووضعها في الاطار العلمي السليم<sup>(1)</sup>، ومن هنا حدد الباحثان مشكلة بحثهما في السؤال الاتي: ماوجه التشابه والاختلاف بين الدعوة والدعاية في الحضارتين الاسلامية والغربية، وماالمفاهيم التي وصلت اليها كلمة الدعاية وجدلية تنوع الدلالة؟.

**فرضية البحث:** تعتمد صياغة الفرضيات بشكل عام على تحديد المشكلة التي يقدمها الباحث وما ان يبدأ الباحث بتحديد المشكلة المراد دراستها ومعالجتها بدقة وبوضوح يبدأ الباحث بتطوير الفرضيات، وهي بشكل دقيق توضيحات وتفسيرات محتملة ومقترحة بين عاملين احدهما العامل المستقل (هو السبب) والآخر العامل التابع (وهو النتيجة) فالفرضية عبارة عن جملة او جمل عدة تعبر عن امكانية وجود علاقة بين عامل مستقل

وعامل آخر تابع<sup>(2)</sup>، او (هي عبارة عن تخمين او استنتاج ذكي يتوصل اليه الباحث ويتمسك به بشكل مؤقت فهو اشبه برأي الباحث المبدئي لحل المشكلة)<sup>3</sup>، وعليه فان فرضية البحث هي: ان لمفهوم الدعاية ارتباطا وثيق الصلة بمفهوم الدعوة الى الله تعالى بعد تاصيل تعريفها الغربي والاسلامي لمفردة الدعاية والدعوة واستنادا على الادبيات العربية الاسلامية، ويمكن ارجاع العمل بها اذا اجاد العاملون في مجال الدعوة الى الله تعالى استخدامها.

**اهداف البحث:** يهدف البحث الى بيان اوجه التشابه والاختلاف بين مفهومي الدعوة والدعاية عن طريق اجراء دراسة نظرية تأصيلية تكشف عما يأتي:

1- للمفهوم العربي والغربي لكلمة دعاية ومدى تطابقه مع مفهوم الدعاية في وسائل الاتصال المعاصرة؟

2- بيان المفاهيم المتداولة لكلمة الدعاية في الادبيات العربية الحديثة.

3- استحداث مفاهيم لها علاقة بالدعاية البيضاء (الوجه الحسن للدعاية) من اجل دعم هدف الدعوة الإسلامية.

4- بيان أن الإسلام لا يعترض على استخدام الدعاية البيضاء الهادفة بغاية الدعوة الإسلامية فضلا عن شرف وسيلة الدعاية.

**منهجية البحث:** اتخذ الباحثان منهج التحليل الوصفي والمقارن في معالجته للنصوص وتحليل المصادر.

**هيكلية البحث:** يتكون البحث من مقدمة وثلاثة مباحث وخاتمة:

المبحث الاول: الدعاية وعلاقتها بمفاهيم مقارنة

المبحث الثاني: مفهوم الدعاية في الادبيات الغربية والعربية.

المبحث الثالث: اشكالية مفهوم الدعاية في العصر الحديث.

## المبحث الاول: الدعاية وعلاقتها بمفاهيم مقاربة

تختلط لدى البعض مفاهيم بعض المصطلحات كالدعوة والاعلان والاعلام والتحرير ، وهي ما تحتاج الى توضيح لكي يتجلى معنى الدعاية بصورة مفهومة. الدعوة لغة: مصدر للفعل الثلاثي دعا ، تقول: دعا يدعو دعوة ودعاية<sup>(4)</sup> ، وهي مأخوذة من الدعاء وهو النداء لجمع الناس على أمر ما وحثهم على العمل به كما هي الدعوة الى قضية يراد اثباتها او الدفاع عنها حقا كانت ام باطلاً، ف جاء استعماله بالحق كما في قوله تعالى {لَهُ دَعْوَةُ الْحَقِّ وَالَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِهِ لَا يَسْتَجِيبُونَ لَهُمْ بِشَيْءٍ} <sup>(5)</sup>، وقوله تعالى {وَادْعُ إِلَى رَبِّكَ إِنَّكَ لَعَلَىٰ هُدًى مُسْتَقِيمٍ} <sup>(6)</sup> وقول الرسول ﷺ في كتابه لهرقل (( ادعوك بدعاية الاسلام)) <sup>(7)</sup>.

اما مجيء الدعوة في الباطل قوله تعالى { قَالَ رَبِّ السُّجُنُ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ } <sup>(8)</sup>

وقوله تعالى { أُولَئِكَ يَدْعُونَ إِلَى النَّارِ وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى الْجَنَّةِ وَالْمَغْفِرَةِ بِإِذْنِهِ } <sup>(9)</sup>، وقول النبي ﷺ (( مَا بَالُ دَعْوَى أَهْلِ الْجَاهِلِيَّةِ )) <sup>(10)</sup>.

كما جمع الاستعمالين في قوله تعالى { وَيَا قَوْمِ مَا لِي أَدْعُكُمْ إِلَى النَّجَاةِ وَتَدْعُونَنِي إِلَى النَّارِ } <sup>(11)</sup>، وقول الرسول ﷺ (( وَيَحْ عَمَّارٍ تَفْتُلُهُ الْفِتْنَةُ الْبَاغِيَةُ يَدْعُوهُمْ إِلَى الْجَنَّةِ وَيَدْعُونَهُ إِلَى النَّارِ )) <sup>(12)</sup>.

**اصطلاحاً:** عند علماء المسلمين هي: "الايمان بالله وبما جاء عن الله من تصديق رسله وتوحيد العقيدة بالايمان بالشهادتين واقامة الصلاة وايتاء الزكاة وصوم رمضان وحج البيت، وكذلك الدعوة الى الايمان بالله وملائكته ورسله وكتبه والبعث بعد الموت والايمان بالقدر خيره وشره وتوحيد العبادة لله" <sup>(13)</sup>.

اما الدعوة عند علماء الاتصال فهي: " عمل اعلامي بكل ما تحمله هذه العبارة من معنى في اذهان واساتذة وخبراء الاعلام والاتصال الجماهيري ، لذلك فالدعوة ما هي الا عمل اعلامي يخاطب العقل ويستند الى المنطق والبرهان " <sup>(14)</sup>؛ لهذا فان كل من علماء الشريعة وعلماء الاتصال قد عرّف الدعوة بانها عملية تفاعلية منطقية تعتمد على

العقل في مدى نجاحها وعلى هذا فإذا اراد الباحثان تعريفها بصورة تشمل كلا المعرفين، يقال: ان الدعوة هي استمالة عقلية باستخدام اساليب ووسائل اتصال من القائم بالاتصال فردا كان ام جماعة ، تهدف الى دعوة المغاير الى تبني فكرة المشابه عن طريق الحجج والبراهين لاقتناعهم بها، وعليه تكون الدعوة مرادفة للدعاية من حيث الاشتقاق اللغوي والتعريف الاجرائي الاسلامي عند اهل الاتصال والاعلام.

اما الاعلان فيعرف لغة: هو من اعلن يعلن اعلاناً جهر واشهر وقيل هو خلاف الكتمان وهو اظهار المعنى للنفس<sup>(15)</sup>.

**اصطلاحاً:** هو في اصطلاح علماء الاتصال والاعلام كما عرفته دائرة المعارف الفرنسية " مجموعة الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بنشأة تجارية او صناعية واقناعه بامتياز منتجاتها"<sup>(16)</sup>، وهو "وسيلة غير شخصية لتقديم الافكار والترويج عن السلع بوساطة جهة معلومة مقابل اجر مدفوع"، وهذا التعريف ابتعد عن مفهوم الدعاية لان الاعلان بصورة عامة مجموعة الطرق التي تستخدم لتعريف الجمهور ببعض المنتجات وحثه على شرائها.

اما الدعاية بمفهومها<sup>(17)</sup> الاسلامي لا تمت للاعلان بصلة الا من حيث ترغيب الناس بامر لكن يختلف هدف الدعاية من هدف الاعلان التجاري ، فالدعاية هدفها ديني او اجتماعي او سياسي ونتيجتها استمالة المستهدفين واقناعهم بمواقف وافكار الداعي والوقوف بصفه.

اما الاعلان فيهدف الى تسويق منتج او فكرة ويؤدي الى ان يقوم الجمهور بشراء المنتجات، وعليه فالاعلان هدفه تجاري ونتيجته تسويق السلعة المعلن عنها.

اما الاعلام بصورة مختصرة وكما عرفه الباحثون فهو قديم قدم المجتمع البشري ومنذ ان وجد الانسان على هذا الكوكب استخدم بعض الحركات والاصوات كشكل بدائي للاعلام قبل ان يتعدى الى لغة فصلت قوانين الاعلام الحالية، فهو من حيث اللغة يعني اطلاع او اخبار الاخرين ويحوي معنى التعليم وهو يعني Information أي المعلومات<sup>(18)</sup>.

جاء في معجم محيط المحيط لبطرس البستاني " الاعلام في اللغة اعلم واعلمت ويقال استعلم لي خبر فلان واعلمنيه حتى اعلمه واستعلمني الخبر واعلم الفارس جعل لنفسه علامة الشجعان واعلم الفرس علق عليه صوفا احمر او ابيض في الحرب واعلم نفسه وسمها بسيما الحرب" (19)، ويأتي بمعان عدة كالتبليغ والاخبار، وهو غير التعليم؛ لان الاعلام اختص بما كان من اخبار سريع وينطوي على الكشف عن المعلومات والمعارف والاتجاهات وابرازها للناس (20) اما التعليم فينطوي على التكرار والتكثير (21). تبين من خلال ما تم التطرق له من تعريفات للاعلام انه اعلام عام اما الاعلام الاسلامي فعُرف بانه: تزويد الجماهير بحقائق الدين الاسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله بصفة مباشرة أو غير مباشر من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة، أو عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها وذلك بغية تكوين رأي صائب يعي الحقائق الدينية، ويدركها، ويتأثر بها في معتقداته، وعبادته ومعاملاته (22)، ومن خلال ما مر يلاحظ الباحثان ان الاعلام وان كان اسلامي فانه خلاف الدعوة او الدعاية والتي سبق وأرجعت من خلال البحث الى مفهوم الدعوة ؛ لان الدعوة تكون موجهة لغير المسلمين بدلائل منها:

1. ان الفعل دعا ومشتقاته وتصريفاته التي اوردت في البحث جاءت في القران الكريم والحديث الشريف وكانت متجهة الى غير المسلمين ، قال تعالى { وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ } (23).

2. ان الدعوة الى دين الله تعالى التي قام بها الرسول ﷺ والمسلمون اتجهت الى غير المسلمين.

3. ان المعنى اللغوي لكلمة الدعوة يحمل المعنى الآنف الذكر.

4. التعريفات التي ذكرت للدعوة تؤكد هذا المعنى.

والإعلام يكون موجه الى المسلمين والأمة الإسلامية لانه يؤدي غرض التاكيد على التكاليف الاسلامية، كما يؤدي دور المصلح الاجتماعي للشعوب الاسلامية والحث على زيادة التمسك بالاسلام؛ لهذا يحث سبحانه وتعالى الرسول ﷺ على الاستمرارية في

تذكير المؤمنين؛ لان بها رسوخ الايمان وتاكيداً على ثبات اليقين في القلب، قال تعالى  
 ﴿وَذَكَرْ فَإِنَّ الذُّكْرَى تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ﴾<sup>(24)</sup>. ومن خلال ما سبق تبين ان الدعاية غير  
 الاعلام اذ هي احد انماط الاتصال كما هو حال الاعلام .

اما ما يتعلق بالتحريض فهو التحريض قال تعالى } يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ حَرِّضِ  
 الْمُؤْمِنِينَ عَلَى الْقِتَالِ<sup>(25)</sup> أي ان تحث الناس حثا يعلم منه انه حارص والحارص الذي  
 قارب الهلاك<sup>(26)</sup>؛ لذا فالتحريض له معنى لا يقارب الدعاية باي صورة بمعناها الحقيقي،  
 وبهذا يصل الباحثان الى ان الدعاية مفهوم يخالف بمعناه الاصلي الذي وضع له في  
 اللغة العربية والغربية عن معنى الاعلان والاعلام والتحريض بل هو مشابه للدعوة  
 بمعناها الحقيقي الذي وُضعت له.

## المبحث الثاني: مفهوم الدعاية في الأدبيات الغربية والعربية

## أولاً: مفهوم الدعاية في الأدبيات الغربية

هناك عدة طروحات نظرت الى مفهوم الدعاية وعرفته بحسب استعماله وكيفية استخدامه. فتترجم الدعاية الى اللغة الانكليزية بـ Propaganda وهو ما انفقتا عليه دائرتا المعارف البريطانية والامريكية<sup>(27)</sup>. وهي بحسب الموسوعة الانكليزية: (Information and opinions (esp . prejud ones)spread to influence people in faror of or against some doctrin oridea)<sup>(28)</sup> وترجمتها الى العربية: (تبادل بيانات او اراء لشخص يتحيز لها وتنتشر لتؤثر على الناس مؤيدة او معارضة لبعض الافكار او المذاهب او العقائد او التعاليم)، وهذا التبادل والنشر هو في الحقيقة عملية تفاعلية لكسب مجموعة من الناس الى تبني فكر او عقيدة ان كانت حقا او باطلاً.

هذا المفهوم في الحقيقة اصل ما جاءت به الموسوعة الانكليزية لوصف التنصير، اما ما هو موجود في القواميس الحديثة فتابع لما تناقله المترجمون لهذه المفردة واختلاف الدلالة على المراد من هذه الكلمة فقد عرفها قاموس اكسفورد بانه: (usually disapproving) ideas or statements that may be false or exaggerated and that are used order to gain support for apolitical leadr party.etc)<sup>(29)</sup>

وترجمتها الى العربية: الاستهجان والاستنكار وهي افكار او بيانات قد تكون خاطئة او مبالغاً فيها والتي تكون مستخدمة للحصول على بيانات او ادلة لقائد سياسي او حزب الخ.

لهذا فكلمة بروبوجاندا هي في الحقيقة كلمة تدل على كسب الغير بهدف الحصول على الدعم المعنوي واعتناق فكر او اراء القائم بهذه الدعوة ويسمى في اللغة الانكليزية بـ Propagandist وفي العربية يسمى داعية.



أيدت هذا المفهوم الموسوعة البريطانية حينما عرفت الدعاية بأنها " جهد منظم للسيطرة على معتقدات الآخرين وسلوكياتهم وأفعالهم بوساطة الرموز والكلمات " (30). وهو ما يتطابق مع تعريف الموسوعة البريطانية الانف الذكر. عرفت الدعاية بأنها عملية ترويجية جاذبة للنفوس بطرق عدة لكن الهدف واحد ولأناس معينين (31).

لقد نبت هذا المفهوم أصلاً وترعرع في مناخ فكري ذي منظور غربي ينطلق من تصورات مغايرة تحاول اللغة العربية استيعابها من أجل توطينها وتعريبها. لكن عملية التوطين هذه ليست عملية هينة ولا ميسرة، فهي قد تمت بالنسبة لهذه النوعية من المصطلحات عن طريق النقل والترجمة، وعملية الترجمة تقتضي الالتزام بمنهجية صارمة تساعد على الحد مما يعتري المفاهيم المنقولة من جنوح أو خلل ، وعليه يلاحظ الباحثان ان من عرف propaganda اختلف في تعريفها بحسب البيئة التي تحيط به فالتعريف الموجود في الموسوعة الانكليزية قد وضح المصطلح من حيث الوضع الغربي لهذا المصطلح، وعليه تم الاصطلاح عليه لدى واضعي اللغة الانكليزية، اما التعريف الآخر فقد عرفه ايضا بحسب البيئة المحيطة به فهو لم يراع اصل الوضع الانكليزي بل ترجمه بحسب ما اشتهر ودلت الدلالة عليه بعد دخول الاختلاف في مفهومه.

## ثانياً: الدعاية في الادبيات العربية

ان مصطلح الدعاية لدى أهل اللغة العربية، (الدعاية بكسر الدال) هي مصدر دعوة كالرماية والشكاية<sup>(32)</sup>، وهي من (دعا يدعو دعاية ودعوى).

عزز هذه التعريف القول الذي يذكر ان الدعاية يجوز ان تكون بمعنى الدعوة استنادا لقوله تعالى {لَيْسَ لَهَا مِنْ دُونِ اللَّهِ كَاشِفَةٌ}<sup>(33)</sup>، أي كشف<sup>(34)</sup>، فضلا عن ذلك يرى صاحب لسان العرب ان الدعاية والدعوة مترادفتان بدليل محتوى رسالة رسول الله ﷺ الى هرقل ((ادعوك بدعاية الاسلام))<sup>(35)</sup>، أي: بدعوته، ودعا الرجل دعوا ودعاء ناداه والاسم الدعوة ودعوت فلاناً أي صحت به واستدعيته.

بعد تحديد مفهوم الدعاية لغة، تبين من خلال ما مر ان الدعاية هي مصدر للفعل دعا وهي اصل على من قال ان المصدر اصل الكلمات لان جميع الافعال تصدر منه<sup>(36)</sup>.

ان مفهوم الدعاية من اهم المفاهيم المطروحة في الدراسات الحديثة وذلك بسبب التعقيد الذي يكمن في مفهوم هذه المفردة وما هي انعكاساتها على من عرفها واستخدمها على اختلاف تعاريفها ، لهذا فحين يعرفها الباحثان هنا فانهما يقصدان به التعريف الاجرائي الذي يوافق مجريات البحث كمفهوم له علاقة او لا من منظور الدعوة، وعليه فهي عند اهل الاتصال والاعلام الاسلامي " الدعوة الى مذهب او راي او غيرهما بالكتابة والخطابة ونحوهما" <sup>(37)</sup>، كما عرفت ايضا بمعنى الاعلام الاسلامي والدعوة ووظفت كوسيلة مهمة لنشر الدين الاسلامي<sup>(38)</sup>، وبهذا تعد الدعاية عملية دعوية تهدف الى جذب الاخرين لاتباع معتقد الداعي وفكره.

لكن جاءت بعض الاشارات كما وجد في الموسوعة البريطانية ان لكلمة الدعاية دلالات كنسية لاهوتية؛ لكونها ولدت في كنف الكنيسة الكاثوليكية<sup>(39)</sup>، اي ان الكنيسة هي من استحدثت معنى الدعوة من مفهوم الدعاية، وهذا خطأ من نواح عدة اهمها:

1. ان التعريف اللغوي يُثبت ان الدعاية هي مصدر فعل دعا الذي استخدمه المسلمون من اول يوم انزل القرآن الكريم على سيدنا محمد ﷺ .

2. مصطلح الدعاية استخدمه المسلمون قبل ان يستخدمه بابوات الكنيسة الكاثوليكية عام 1662م في زمن البابا غريغوري الخامس عشر بأثناء بعثات تنصيرية (40)، والتي كانت باسم (الجمعية المقدسة للدعاية والتبشير في الخارج) (41)، ويستدل الباحثان على هذا بحديث الرسول ﷺ الى هرقل ك ما رواه البخاري في صحيحه (42) عن عبد الله بن عباس (رضي الله عنهما)، أنّ الرسول صلى الله عليه وسلم أرسل كتاباً إلى هرقل عظيم الروم، جاء فيه: (من محمد عبد الله ورسوله إلى هرقل عظيم الروم، سلامٌ على من اتَّبَعَ الهدى، أمّا بعد: فأني أدعوك بدعاية الإسلام، أسلمٌ تسلم، يؤتك الله أجرك مرتين، فإن توليت فإنّ عليك إثم الأريسيين (43)(44)، وهكذا نجد أنّ كلمة "الدعاية" تتكرر في رسائل النبي ﷺ في حملته الإعلامية الكبرى إلى العالم في السنة السادسة للهجرة النبوية، وفي هذا دليل على ان الاسلام هو من اصطلح على استخدام الدعاية بمعنى الدعوة الى الدين .

3. المعنى الذي تحمله كلمة الدعاية كما يراها الباحثان هو: دعوة المغاير للانجذاب نحو المشابه، وعليه فالمسلمون يطبقون هذا الامر في عملية الدعوة الى الله تعالى ، بينما استخدام الكنيسة لها يخالف ما جاءت به كلمة الدعاية ، بل اتجهوا الى التحريض على من ابتعد عن إتباع تعاليم الكنيسة.

تبين للباحث من خلال ما سبق من مفاهيم ومن خلال المناقشة لها ان تعريف مفهوم الدعاية : هي عملية تفاعلية ترويجية لمعلومات وارااء وافكار منتخبة تابعة لتخطيط المرسل او القائم بعملية الدعوة بقصد التأثير والاقناع لتبني موقف او راي او عقيدة تعود لمجموعة معينة من البشر وفي الغالب تكون مجموعة المرسل نفسه، وهذا قد تأصل من خلال ما ذكر في البحث (45).

## المبحث الثالث

## إشكالية مفهوم الدعاية في العصر الحديث

ان أهم القضايا التي تواجه الوضع الثقافي للأمة العربية، حالياً، الموقف من التفاعل اللغوي مع الحياة العصرية بكل ملبساتها التكنولوجية المعقدة وكيف تستطيع الأداة اللسانية العربية أداء وظيفتها العصرية ومحاورة العلوم والمعارف الحديثة بلغة علمية مواكبة، قوامها للمصطلح الدقيق والعبارة الدالة .

لم تعد اللغة العربية تعطي بنفس الزخم والثراء اللذين عرفتهما أيام النهضة العلمية في تاريخها الأثيل، فهي الآن تأخذ كثيراً وتكاد لا تعطي إلا النزر اليسير، وإذا كان الرصيد العلمي الذي تسعى إلى تكوينه قد حصل بفعل الاستعارة من لغات أخرى وعن طريق النقل منها، فلا غرابة أن ينصب البحث على إشكالية إيجاد المعادل المصطلحي للكلم الأجنبي حيث يغزر الإنتاج في مجال العلوم الحديثة ومن ضمنها ميدان الإعلام والمعلوماتية ومفاهيم الاتصال التي منها الدعوة<sup>46</sup>.

فالعربية ما فتئت تأخذ عن غيرها مثل سائر اللغات الحية التي تأخذ وتعطي بناء على مبدأ التأثير والتأثر الجاري به العمل في سائر الثقافات، والعربية حالياً في أمس الحاجة للانفتاح على غيرها من اللغات، فهي مجبرة على استقبال أرتال من الكلمات الوافدة، فتعمل على تكييفها واستيعابها، فتتعرب ويكتب لها مقام طيب برحاب لغة الضاد.

اذ تتحدد اشكالية الدعاية في دلالتها على المعنى المراد منها وهو تحريك مشاعر وقناعات الناس الى اعتناق توجه وعقيدة ما، فدعاية الإسلام هي الكلمة الدّاعية إلى الإسلام، وهي شهادة أن لا إله إلا الله، وأنّ محمداً رسول الله<sup>(47)</sup>. لكن هذه النظرة الاولية للدعاية اختلفت تحت مسميات عديدة أحدثت إشكالية انسحبت على القائمين على الدعوة الاسلامية فظهر من شكك في شرعية استخدام الدعاية في العمل الدعوي بسبب النظرة السلبية التي وجدها قد غلفت هذا المصطلح فرأى ان الدعاية لا تتعلق بمفهوم الدعوة الاسلامية وعدها من المفاهيم البعيدة عن الدعوة وذلك لان الدعاية

تختص بتثبيت أهواء وعواطف لأفكار موجودة على الواقع ولكن الدعاية تقوم بتدعيم الأخذ بهذه الآراء عن طريق انتهاج الدعاية سبيلا لذلك، فنتج عن ذلك من رأى ان العمل بها لا يجوز ويجب الرجوع الى مفهوم الدعوة فقط؛ لدلالته الواضحة على المراد، وهنا تأتي اشكالية الدعاية التي عدت وسيلة مقرونة بالسلع التجارية وترويجها فقط، او مقرونة بالسياسات الدولية والحرب النفسية، فأخذت معنى الجانب المظلم من انماط الاتصال.

لا تعنيها الحقيقة قدر ما تعنيها الغاية، فأى وسيلة للاستهواء هي المثلى. وقد يُلْفُها الطمع والنفع، فالناس ينكرون ويؤيدون تبعاً لما يجُرُّه عليهم التأييد أو الإنكار من منفعةٍ أو مضرّة<sup>(48)</sup>، وهذه النظرة جاءت بسبب الدلالة التي جاء بها الواقع اليومي، ولكثرة من تبنى هذا التوجه بحيث ينظر الى الدعاية كجاذب للعقول عن طريق العواطف باي وسيلة وان كانت غير مشروعة وباي اسلوب بهدف التسلط على افكار الشعوب وعدم اتاحة الفرصة لمراجعة افكارهم.

لو رجع القارئ الى سبب هذا الخلط ليرى ان الدعاية ترجمت الى اللغة العربية ترجمات منها ما ابتعد عن جوهر المفهوم، ولأسباب عدة منها ان المترجمين ليسوا من ذوي الاختصاص في العلوم التي ترجموها فابتعدوا عن اصابة كبد الحقيقة في ذمة الترجمة، كما ان لبعض المصطلحات العلمية مفاهيم تختلف بين البيئتين، البيئة الغربية الاوربية، والبيئة العربية الاسلامية التي تلقتها من اقلام وافواه المترجمين، ومن تلك المفاهيم التي يعتقد الباحثان عدم دقة ترجمتها الى العربية مفهوم الدعاية الذي ترجم عن الكلمة الغربية بروبوجاندا (Propaganda).

وبناء على ما تقدم فان مفهوم الدعاية بمعنى الدعوة لا يختلف عن المفهوم الحديث للدعاية او البروباجاندا<sup>(49)</sup>، لكن في الوقت الحالي اختلفت غايات الدعاية واصطبغت بصبغات الأكاذيب لتلميع الأفكار والآراء، ومن هنا انحط مفهوم الدعاية القائمة على الاقناع والوضوح لمادتها الى مفهوم السيطرة على السلوك والظفر بتأييد الجماهير باي ثمن وباي وسيلة، ولعل الصورة اكتملت بعد الحرب العالمية الثانية عندما استعملت

الولايات المتحدة الامريكية هذا المفهوم بجانبه المظلم كالحرب النفسية او الحرب الثقافية او الحرب السيكولوجية، وعدت الحرب النفسية كإحدى بنات الدعاية او اشد انواعها بحيث قسمت الدعاية الى انواع بيضاء ورمادية وسوداء، وذلك بسبب مديات استخدام الاغراء فيها من عدمه ومدى استخدام الخداع والكذب او الحقيقة<sup>(50)</sup> وجميع ما تقدم هو بجانب لاصل هذا المفهوم بمعناه الاسلامي وخلاف دلالاته اللغوية العربية او الانكليزية<sup>(51)</sup> على ما قدمنا من خلال التاصيل له.

## الخاتمة:

يعد موضوع الدعاية و العلاقة بينه وبين الدعوة الاسلامية من المواضيع ذات الاهتمام المحدود لدى فقهاء الاعلام الاسلامي بسبب عدم الوقوف على تأصيل واضح لهذا المفهوم فضلا عن عدم الوثوق باستخدامه في هذا العصر حيث اضحت الدعاية السوداء او رفيقتها الحرب النفسية يسيران جنبا الى جنب مما ادى الى اصطبأغهما بصبغة الخداع والكذب ومما عاد على الدعاية بعدم الوثوق بها ولا الاقتراب منها ولا سيما في العمل الدعوي ، حتى أصبحت الدعاية السوداء علما له قوانينه خلال الحرب العالمية الأولى مع اختلاف المسميات في كل دولة واعترف بها كعمل منظم ودائم في زمن السلم والحرب لنشر الشائعات والاكاذيب .

بناءً على ما قدم الباحثان من ادلة تثبت انها مفهوم اسلامي دعوي محبب الى القلوب والعقول لكثرة ما استخدمت في الدعوة الى الله تعالى وكثرة ما استعملت كمستقطب لعقول المبتعدين عن الاسلام ومفاهيم الدين الاسلامي. وعليه فقد توصل الباحثان الى بعض الاستنتاجات هي:

1. ان الدعاية في مفهوم الادبيات الغربية تتطابق مع مفهوم الدعاية في الادبيات العربية.
2. ان الاشكالية التي جاءت بها الدعاية واستخدامها الاستخدام الخاطيء هو بسبب الترجمة غير المقبولة وغير الصحيحة وربطها بالحرب النفسية.
3. تعاني الدعاية في هذا العصر من انتهاك لحقوقها كمفهوم اسلامي محبب للعقول لكثرة ما ارتبطت بعمليات الحروب والاعلانات ولقلة من ارجعها الى اصلها الحقيقي والى المفهوم الاسلامي.
4. يمكن ارجاع الدعاية ومفهومها المحبب الى عقول رجال الدعوة وقلوبهم الى الله اذا وجد من يصح مسار استخدامها بالاستخدام الصحيح الا وهو الدعوة الاسلامية.

**Abstract:**

The subject of propaganda and the relationship between him and the Islamic call of subjects with limited attention to the scholars of Islamic media for not standing on the rooting and clear of this concept as well as the lack of reliable use in this day and age with science and what he did the researchers of the evidence to prove the concept of an Islamic lawsuit endeared to the hearts and minds to what was used in the call to God and to what was used to Kmstqtab Alambtaadin minds about Islam and the concepts of the Islamic religion and propaganda in the Western definitions of literature are compatible with the definition of propaganda in Arab literature.

And the dilemma that came in the advertising and utilization is the wrong translation due to the unacceptable and incorrect and linked to psychological warfare.



## الهوامش:

- (1) محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية (القاهرة ، عالم الكتب ، 2000) ص70.
- (2) ينظر: محمد عبيدات، محمد ابو نصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي "القواعد والمراحل والتطبيقات"، (ط2، عمان دار وائل للنشر، 1999م) ص 27.
- (3) عامر ابراهيم قنديلجي، البحث العملي واستخدام مصادر المعلومات، (ط 1، عمان، دار البازوري العلمية، 1999م) ص73.
- (4) محمد بن مكرم بن منظور الأفريقي المصري (ت711هـ)، لسان العرب، ج 15 (بيروت، دار صادر). 987/2.
- (5) سورة الرعد: من الآية 14
- (6) سورة الحج: من الآية 67
- (7) محمد بن إسماعيل أبو عبدالله البخاري الجعفي (ت256هـ)، الجامع الصحيح المختصر، تحقيق: مصطفى ديب البغا، (ط3، بيروت، دار ابن كثير ، اليمامة، 1407، 1987) -7 / 445 رقم الحديث 2941.
- (8) سورة يوسف: من الآية 33
- (9) سورة البقرة: من الآية 221
- (10) صحيح البخاري ت - (9 / 35) رقم الحديث: 3518.
- (11) ( سورة غافر: 41
- (12) صحيح البخاري ت - (1 / 457) رقم الحديث: 447.
- (13) ابن تيمية ، فتاوى ابن تيمية ( الرياض ، دار الافتاء والدعوة والارشاد، بلا ت) 15/ 557.

- (14) محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية (ط2)، مطبعة المدني، القاهرة، 1984م)، ص147.
- (15) ينظر: لسان العرب 288/13. وينظر: مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز ابادي (ت 817 هـ ) ، القاموس المحيط، المجلد الرابع ( القاهرة، مؤسسة الحلبي وشركائه، بلا ت 230/6).
- (16) منى الحديدي ، الإعلان ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة - الطبعة الأولى 1990م ص16.
- (17) المفهوم: من فهم: الصورة الذهنية للالفاظ.
- المعنى المستفاد من اللفظ تلميحا لا تصريحاً... Meaning وهو على أنواع:
- 1) مفهوم الاولى: ثبوت حكم الاصل في الفرع لكون العلة فيه أظهر.
  - 2) مفهوم الموافقة: أن يكون المسكوت عنه موافقا للمنطوق في الحكم، ويسمى ب " فحوى الخطاب ".
  - 3) مفهوم المخالفة: أن يكون المسكوت عنه مخالفا للمنطوق في الحكم ويسمى ب " دليل الخطاب ".
  - 4) مفهوم العدد: أن يقترب بعام عدد نحو (لا تحرم المصاة ولا المصتان).
  - 5) مفهوم الصفة: أن يقترب بعام صفة خاصة.
  - 6) مفهوم الشرط: أن يقترب بعام شرط خاص.
  - 7) مفهوم اللقب: تخصيص اسم غير مشتق بحكم.

- (8) مفهوم الغاية: أن يقترن بعام ما يدل على الغاية نحو \* (ثم أتموا الصيام إلى الليل) \* .  
 (18) رشاد احمد عبد اللطيف، تنمية المجتمع وقضايا العالم التربوية (دار المعرفة الجامعية) ص 135.
- (19) يُنظر: ابو الحسن محمد الاصبهاني(ت 502هـ)، المفردات في غريب القرآن، تحقيق:محمد سيد كيلاني، (بيروت، دار المعارف، للطباعة بلا ت ) ص 33.
- (20) إبراهيم امام، الإعلام الإسلامي،المرحلة الشفوية، (القاهرة،مكتبة الانجلو المصرية 1980 م)ص14.
- (21)محمد مرتضى الحسيني الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، تحقيق: مجموعة من المحققين(بيروت، دار الهداية)ص 305.
- (22) يُنظر: محي الدين عبد الحلیم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مرجع سبق ذكره، ص 144.
- (23) سورة فصلت:33
- (24) سورة الذريات:55
- (25) سورة أنفال: من الآية65
- (26) ( تاج العروس 290/18.وينظر: لسان العرب 133/7.
- (27) ينظر: سعد سلمان عبد الله المشهداني، النشاط الدعائي لليهود في العراق(ط1، مكتبة مدبولي ، القاهرة، 999م)ص29.
- (28) NEW WEBSTERS DICTIONARY AND THES AURUS OF THE ENGLISH LANGUAGE LEX ICON PUBLICATIONS, INC UNITED STATES OF AMERICA 1992, P;801.
- (29) SALLY WEHMEIER OXFORD ADVANCED LEARNERS DICTIONARY OF CURRENT ENGLISH , 7TH ED, OXFORD UNIVERSIT PRESS 2005,P;1210.

(30) NEW WEBSTERS DICTIONARY AND THES AURUS OF THE ENGLISH LANGUAGE LEX ICON PUBLICATIONS, INC UNITED STATES OF AMERICA 1992,p37

(31) ينظر: ميشال لوسيش ، دولة التسويق كيف تباع الافكار ورجالات السياسة ، ترجمة:

ابو عقل للترجمة والنشر بيروت مؤسسة ابي عقل 1980م ص 3.

(32) القاضي أبو الفضل عياض اليحصبي 544 هـ إكمال المعلم شرح صحيح مسلم

(63/6)

(33) سورة النجم:58

(34) النووي، صحيح مسلم بشرح النووي (دار الفكر، بيروت)110/12

(35)صحيح البخاري (7 / 445)

(36) وهو قول البصريين لان مفهومه (المصدر) واحد ومفهوم الفعل متعدد، ينظر:بدر الدين

محمود بن احمد العيني (855هـ)، شرح المراح في التصريف ، تحقيق: عبد الستار

جواد،(ط1، مؤسسة المختار للنشر، القاهرة، 2007م) ص 33.

(37)إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط ( استانبول، دار الدعوة، 1989م)،مادة دعا

287/1

(38) ينظر: النشاط الدعائي لليهود في العراق ص 29.

(39) ينظر: النشاط الدعائي ص30.

(40) يُنظر:عبد الله مصطفى الخزرجي، تحليل لغة الدعاية (العراق،مطبعة التوجيه

السياسي 1984 م ) ص 11.وينظر: محمد عبد القادر حاتم،الإعلام ودوره في التنمية،

مرجع سبق ذكره، ص 100.وينظر:خليل صابات، الإعلان، تاريخه أسسه قواعده

فنونه وأخلاقياته (القاهرة،مكتبة الانجلو المصرية، 1969م ) ص 80.

(41) ينظر: النشاط الدعائي ص29.

(42) عصام سليمان موسى: المدخل في الاتصال الجماهيري، مكتبة الكتاني للنشر والتوزيع، إربد، المملكة الأردنية الهاشمية، ط/4، 1998م.

(43) المراد بالأريسيين: الفلاحين

(44) صحيح البخاري ت - رقم الحديث 2941 (7 / 445).

(45) ينظر: المعجم الوسيط مادة دعا 287/1 ، وينظر:

NEW WEBSTERS DICTIONARY AND THES AURUS OF THE ENGLISH  
LANGUAGE LEX ICON PUBLICATIONS, INC UNITED STATES OF  
AMERICA 1992, P;801.

(46) ينظر: عباس محمد الصوري، مفاهيم مصطلحية في مجال الإعلام والاتصال (مجلة مجمع اللغة العربية بالقاهرة / ع 2001، 94م) ص35.

(47) محمد بن مخلف بن صالح المخلف: الحرب النفسية في صدر الإسلام (العهد

المدني)، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، الرياض، المملكة العربية السعودية، ط/1، 1413هـ، 1992م ص 44.

(48) ينظر: حسين فوزي النجار: الإعلام المعاصر، دار المعارف، القاهرة، 1984م، ص 35.34.

(49) ينظر: محمد عبد القادر حاتم - الرأي العام وتأثيره بالاعلام والدعاية (مكتبة لبنان، بيروت 1973م) ص 135

(50) ينظر: ابراهيم امام، الاعلام والاتصال الجماهيري، ( مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1984) ص ص 299-300

(51) ينظر: فهمي النجار، الحرب النفسية (اضواء اسلامية) دار الفضيلة الرياض السعودية، ص ص 156-158

## قائمة المصادر والمراجع

بعد القرآن الكريم

1. إبراهيم امام، الإعلام الإسلامي، المرحلة الشفوية، (القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية 1980 م)
2. ابراهيم امام، الاعلام والاتصال الجماهيري، (القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1984)
3. إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط ( استانبول، دار الدعوة، 1989م)، مادة دعا
4. ابن تيمية ، فتاوى ابن تيمية ( الرياض ، دار الافتاء والدعوة والارشاد، بلا ت)
5. ابو الحسن محمد الاصبهاني (ت 502هـ) ، المفردات في غريب القرآن، تحقيق: محمد سيد كيلاني، (بيروت، دار المعارف، للطباعة بلا ت ) .
6. بدر الدين محمود بن احمد العيني ( 855هـ)، شرح المراح في التصريف ، تحقيق: عبد الستار جواد،(ط1، مؤسسة المختار للنشر، القاهرة، 2007م).
7. حسين فوزي النجار: الإعلام المعاصر، دار المعارف، القاهرة، 1984م.
8. خليل صابات، الإعلان، تاريخه أسسه قواعده فنونه وأخلاقياته (القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1969 م )
9. رشاد احمد عبد اللطيف، تنمية المجتمع وقضايا العالم التربوية( دار المعرفة الجامعية).
10. سعد سلمان عبد الله المشهداني، النشاط الدعائي لليهود في العراق( ط 1 ، مكتبة مدبولي ، القاهرة، 999م).
11. عامر ابراهيم قنديلجي، البحث العملي واستخدام مصادر المعلومات،(ط 1 ، عمان، دار البازوري العلمية، 1999م).
12. عباس محمد الصوري ، مفاهيم مصطلحية في مجال الإعلام والاتصال (مجلة مجمع اللغة العربية بالقاهرة / ع 2001، 94م)
13. عصام سليمان موسى: المدخل في الاتصال الجماهيري، (مكتبة الكتاني للنشر والتوزيع، إربد، المملكة الأردنية الهاشمية، ط/4، 1998م).
14. فهمي النجار، الحرب النفسية (اضواء اسلامية) دار الفضيلة الرياض السعودية
15. القاضي أبو الفضل عياض اليحصبي (ت 544 هـ) إكمال المعلم شرح صحيح مسلم

16. عبد الله مصطفى الخزرجي، تحليل لغة الدعاية ( العراق، مطبعة التوجيه السياسي 1984 م )
17. مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز ابادي( ت 817 هـ ) ، القاموس المحيط، المجلد الرابع ( القاهرة، مؤسسة الحلبي وشركائه، بلا ت )
18. محمد بن إسماعيل أبو عبدالله البخاري الجعفي( ت 256 هـ)، الجامع الصحيح المختصر، تحقيق: مصطفى ديب البغا، (ط3، بيروت، دار ابن كثير ، اليمامة، 1407، 1987)
19. محمد بن مخلف بن صالح المخلف: الحرب النفسية في صدر الإسلام (العهد المدني)، (دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، الرياض، المملكة العربية السعودية، (ط/ 1، 1413 هـ، 1992 م).
20. محمد بن مكرم بن منظور الأفرقي المصري(ت 711 هـ)، لسان العرب، (بيروت، دار صادر).
21. محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية (القاهرة ، عالم الكتب ، 2000) .
22. محمد عبد القادر حاتم – الرأي العام وتأثيره بالاعلام والدعاية (مكتبة لبنان،بيروت 1973 م)
23. محمد عبيدات، محمد ابو نصار، عقلة مبييضين، منهجية البحث العلمي "القواعد والمراحل والتطبيقات،(ط2، عمان دار وائل للنشر، 1999 م).
24. محمد مرتضى الحسيني الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، تحقيق: مجموعة من المحققين(بيروت، دار الهداية).
25. محي الدين عبد الحلیم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية ( ط 2، مطبعة المدني، القاهرة، 1984 م).
26. منى الحديدي ، الإعلان ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة - الطبعة الأولى 1990 م
27. ميشال لوسيش ، دولة التسويق كيف تباع الافكار ورجالات السياسة ، ترجمة: ابو عقل للترجمة والنشر ( بيروت مؤسسة ابي عقل 1980 م ).
28. النووي، صحيح مسلم بشرح النووي (دار الفكر، بيروت)

29. NEW WEBSTERS DICTIONARY AND THES AURUS OF THE ENGLISH LANGUAGE LEX ICON PUBLICATIONS, INC UNITED STATES OF AMERICA 1992.
30. SALLY WEHMEIER OXFORD ADVANCED LEARNERS DICTIONARY OF CURRENT ENGLISH , 7TH ED, OXFORD UNIVERSIT PRESS 2005.