

## EDITORIAL

### الخطاب الدعوي في منظور الإعلام الاسلامي

د. محمد بشير منصور صالح \*

#### المخلص

من أهداف هذا البحث مراجعة الخطاب الدعوي المعاصر وتلمس المسببات والعلل التي حلت به ، وتباين الرؤى بين الدعاة في الأساليب التي يقدم بها خطاب الدعوة عبر وسائل الاتصال الحديثة بين الإباحة والحظر، علماً بأنّ الوسائل أوعيه تقبل الخير والشر، وقد نهج الباحث في بحثه هذا المنهج الوصفي التحليلي لإظهار الإيجاب والسلب في خطابنا الدعوي وكيفية الخروج بشيءٍ متفقٍ عليه في الرسالة الإعلامية الدعوية التي يسعى الدعاة بها لإقناع المدعوين بالإسلام كعقيدة وشرعة ومنهاجاً للحياة. وقد توصل البحث إلى العديد من النتائج الهامة و التي أدرجها الباحث في خاتمة بحثه.

---

\* أستاذ الإعلام المساعد ، جامعة الجزيرة ،كلية علوم الاتصال.

## EDITORIAL

## مقدمة

الإعلام الإسلامي هو اللسان المعبر عن حال مضمون الدعوة إلى الله في تقديم الدعوة بالأسلوب الذي وضع له القرآن والسنة، الإطار المنهجي في مخاطبة البشر، في مصطلحات تحمل في ثناياها الحكمة والموعظة الحسنة والتيسير لا التعسير والرفق لا التعتت ، مع تجنب تقديم الإسلام لغير المسلمين من خلال المسائل الخلافية ، وإن الناظر لخطابنا الدعوي المعاصر يلاحظ فيه عللاً لا تخفى على عاقل فمن الدعاة من يغلب جانب الترهيب على الترغيب والندارة على البشارة، والحماس في مخاطبة المتلقي وإثارته بدون حجة مقنعة ، ولهذا كان لابد من العودة إلى الجذور لنرى كيف كان خطاب الدعوة في الصدر الأول للإسلام كي ينهج الدعاة نهجه ، والداعية لا يدعو الطيبين فقط دون غيرهم على أساس هم الأسهل في إجابة الدعوة والانتقاد للمرسل الذي يستهدفهم ، بينما يترك أمر العصاة وهم أشد حاجة للدعوة لإخراجهم من نفق المعصية إلى نور الهداية .

لقد نصح الرسول صلى الله عليه وسلم رجلاً أراد أن يعتزل الناس فقال له: " لا تفعل فإن مقام أحدكم في سبيل الله أفضل من صلواته في بيته سبعين عاماً ألا تحبون أن يغفر الله لكم ويدخلكم الجنة؟"<sup>1</sup>

لقد أوصى الرسول صلى الله عليه وسلم بالرفق والرفق كله خير تلين به القلوب، وتدعن لصاحبه الرقاب ، وتنقاد به النفوس إلى صنع الخيرات وإتباع سبل الهدى والرشاد قال صلى الله عليه وسلم: " ما كان الرفق في شيء إلا زانه وما نزع من شيء إلا شانه " <sup>2</sup> ومما جاء في هديه في الدعوة " إن الله لم يبعثني معتاً ولكن بعثني معلماً ميسراً "<sup>3</sup>

قال الشيخ محمد الغزالي : " إن الخلق في منابع الإسلام الأولى من كتاب وسنة هو الدين كله وهو الدنيا كلها ، فإن نقصت أمة حظاً من رفقها بالله أو في مكانتها بين الناس فبقدر نقصان فضائلها وانهازم خلقها "<sup>4</sup>

إن الواجب الرباني يملئ على الدعاة والعلماء المسلمين نشر الإسلام بأسلوب رقيق وصحيح وتطبيق عملي داخلياً وخارجياً لكل العالم ، وطمأنة الناس أن الإسلام لهم لا عليهم لإسعادهم لا لشقائهم ، فأسلوب النبي صلى الله عليه وسلم وصحابته العمل على التغيير نحو المجتمع الصالح ونقل الناس من أسفل لا من أعلى ، ومن سنن الله في الكون لا يغير الله واقع الأمم سيئة الخلق والسلوك حتى يغيروا ما بأنفسهم

1. فتح الباري ، باب أفضل الناس مؤمن مجاهد بنفسه ، ج 8 ، ص 372 ، حديث رقم 2578.

2. اخرج في كتاب كشف الخفاء ، ج 2 ، ب 2 ، ص 303 ، حديث رقم 2740.

3. أخرجه مسلم ، باب بيان عن تخيير أمره لا يكون ، ج 7 ، ص 429 ، حديث رقم 2703.

4. محمد الغزالي ، خلق المسلم ، الطبعة السابعة منقحة دار الدعوة ، مصر الإسكندرية 2008م ، ص 35.

**EDITORIAL**

ويتحولون إلى خاتنة الإصلاح والتي هي أقوم . يقول الشيخ محمد كريم أحمد "إنّ أولى مقومات فقه الواقع معرفة اكتمال السنة على نهج السلف الصالح ، تطبيقاً وعملاً لا إءعاءً وأمانى - إذن - فقه الواقع باختصار هو معرفة حكم الله تبارك وتعالى في كتابه وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم وتطبيق ذلك في الواقع الحاضر والمسائل المعاصرة"<sup>5</sup>.

لقد نشأ علم الاتصال في صورته الحديثة في بيئة غير مسلمة تسمى استخدام هذه النعمة ، وتروج به للباطل ، وقهر الشعوب ، وأساليب إرهاب المسلمين ، واتهام الإسلام نفسه كدين أنّه يربي الكراهية في نفوس بني البشر، ولليهود حظ وافر في هذه التشوهات لدين الله القويم ، فأقناع المدعويين يتطلب مهارة وصياغة الرسالة الإعلامية في مضامين يسهل استيعابها وفهمها لدى المتلقي ببسر ، والإقناع بالفكرة يحتاج لمهاد طويل وصبر حتى تؤتي الدّعوة إلى الله أكلها فما لم يأخذ الدّعاة نفوسهم بالعزائم والإخلاص في توصيل رسالتهم لهداية الناس ، لن يحصدوا ثمرات جهودهم "إنّ الدّعوة إنما هي الاتصال الذي يهدف إلى الإقناع أي أنه اتصال يستهدف تحقيق مهمته باستخدام أدوات المنطق والاحتجاج في سبيل الإقناع بالفكرة وبذلك فإنها لا تختلف عن أي اتصال غايته ومنتهاه الإقناع سواء كان ذلك اتصلاً سياسياً Political Communication أم تجارياً Business Communication أم إعلاناً Advertising"<sup>6</sup>.

ويمكن أن نجمل القول في نهاية هذه المقدمة بما يلي :-

إنّ المتأمل لقول الحق عز وجل [وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ] <sup>7</sup> يتضح له بجلاء أهمية اختيار اللسان المناسب لكل قوم أو جماعة ، فليس ما يصلح تعليماً وتربية لأمة الإجابة صالحاً بالضرورة داعياً وهادياً لأمة الدّعوة وما يصلح للطبقات المثقفة (النخبة) من أهل الفلسفة والفكر والرأي والسلطان يصلح خطاباً إعلامياً دعواً لجمهور العامة .

**هدف البحث :**

يهدف هذا البحث لإيضاح البعد الإعلامي في الأساليب الدّعوية التي استخدمها القرآن الكريم في خطاب البشر لهدايتهم وردهم إلى ربهم راشدين كما يسعى الباحث لشرح أسلوب الرسول صلى الله عليه وسلم في تقديم الدّعوة من خلال المنهاج الإسلامي الذي يحمل في مضامينه أسلوب الرفق في الدّعوة

5 . محمد كريم أحمد، أصول الخطاب الدعوي السودان، مدني، مطبعة ولاية الجزيرة 2010م، ص 13.

6 . محمود قلندر ومحمد باكر العوض، اتجاهات البحث في علم الاتصال، سوريا دمشق، مكتبة دار الفكر، 2009م، ص 50.

7. سورة إبراهيم، الآية 4.

**EDITORIAL**

والحكمة والموعظة الحسنة وتقديم الأهم على المهم وعرض الأدلة العقلية والنقلية للمتلقى سعياً لإقناعه بقبول الإسلام كعقيدة تقوم على توحيد الله تعالى والإيمان بالغيب.

**المشكل:-**

هنالك خلط عند بعض دعاة الإسلام بين منهج الدعوة المستند على الكتاب والسنة وبين الأساليب والوسائل التي يمكن أن تقدم الدعوة من خلالها ، فالإعلام الإسلامي شرح المفردات التي تحمل مضامين البشارة والندارة في الدعوة والإطار الدلالي للخطاب الدعوي بين المرسل والمتلقي والذي قال به القرآن منذ نوح عليه السلام ، قال تعالى : [ وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلُّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ ]<sup>98</sup>. فالخلط يقع من بعض الدعاة والعلماء بين الثابت في الدعوة والمتغير ، فالثابت المنهاج والمتغير الأسلوب والوسائل إذ لكل عصر ذهنية عند البشر تخالف التي سبقتها واستخدام الإستمالات عاطفية كانت أو عقلية قد تروق لقوم في عصر لإقناعهم ولا تروق لآخرين في عصر آخر ، والإسلام دين سرمدى، يساير الحياة في كل العصور ولهذه الطبيعة الربانية التي يحملها جاء فيه الثابت والمتغير دون خروج على نص شرعي ورد في الكتاب والسنة .

**تعريف الإعلام**

لخبراء الإعلام تعريفات شتى لمعنى الإعلام ، فالإعلام ما اختص بما يكون بإخبار سريع ، بينما التعليم ما اختص بتذكير وتكثير وهو كلام دقيق شرح حقيقة الفرق بين مصطلح إعلام ومصطلح تعليم، إلا أنّ لسان الحال يقول أنّ الإعلام هو كل نشاط بشري أو كل ممارسة اتصالية سواء كانت لغوية أو بالإشارة كان اتصالاً فردياً أو جمعياً أو جماهيرياً ، وكل كتب الإعلام الإسلامي تبني الجزئية الأخيرة لتعريف الإعلام بوجه عام .

يقول الدكتور سعيد إسماعيل صيني "إنّ الإعلام بهذا المفهوم للقواعد التي يقوم عليها يمكن القول أنه كان موجوداً في العهد النبوي وفي عصور الأنبياء السابقين عليهم السلام ، كما أنّ الذين ألفوا في الإعلام يميزون بين الإعلام والاتصال باعتبار أنّ كلمة اتصال أكثر شمولاً ، فالاتصال قد يكون بين الإنسان وأخيه الإنسان أو بينه والحيوانات والجمادات وقد يكون بين هذه الأصناف الثلاثة - كما أنّ هنالك شبه بين كلمة

8. سورة إبراهيم، الآية 4.

9. سورة طه، الآيات 117-119.

**EDITORIAL**

إعلام ومعلومات أو (استعلامات) التي يقابلها في اللغات الأوروبية بما في ذلك الألمانية والفرنسية والانجليزية (Information)<sup>10</sup>.

وفى تعريف الإعلام أيضاً يقول الدكتور إبراهيم إمام "الإعلام في اللغة التبليغ ويقال بلغت القوم إبلاغاً أي أوصلتهم الشيء المطلوب" وقد جاء في القرآن الكريم [وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ] <sup>11</sup>.  
والبلاغ يبلغك ويصلك ففي الحديث الشريف "بلغوا عنى ولو آية" <sup>12</sup> ، فأبلغ وبين وأوصل تعنى إشاعة المعلومات وتعميمها ونشرها وإذا عتها على الناس <sup>13</sup> .  
**ماهية الإعلام الإسلامي:**

الإعلام الإسلامي ليس بدعاً من الإعلام العام المتعارف عليه في العالم في إيصال المعلومة من المرسل إلى المتلقي ليحرك فيه الوجدان والعاطفة والعقل لإخباره بحدث ما أو إقناعه بفكرة أو نقله من موروثات ثقافيه إلى ثقافة أخرى

إلا أنّ للإعلام الإسلامي ضابط ومنهاج لا يخرج عليه يتمثل في الصدق في القول والعمل والأمانة القوليه والعملية والرفق والدعوة بالحسنى وخلو خطابه للناس من اللغو والبذاءة والكذب ويمكن أنّ نعرف الإعلام الإسلامي من واقع المسلمين المعاصر على أنّ نفرق بين أصل الإعلام الإسلامي كموضوع في حقيقته وجوهره وبين صورته التي هو عليها في الواقع المعيش ذلك أنّ المجتمع الإسلامي الذي يطبق المنهاج الرباني في حياته اليومية يعد مجتمعاً شمولياً من حيث العقيدة والتكامل ومن حيث التنظيم وبالضرورة أنّ يعكس إعلامه تكامل البناء الاجتماعي وشمول العقيدة ليصبح كل شئ فيه يتسم بقيم الإسلام بما في ذلك الترويج للأشياء والتسلية، فالإسلام منهاج للحياة كلها تضيق فيه مساحه المباح وتتسع حسب الضرورة ويؤخذ بالمفضل مع وجود الفاضل إنّ اقتضى الحال وذلك حسب الضوابط الشرعية .

يقول الدكتور سعيد إسماعيل صيني في تعريف الإعلام الإسلامي "عند مراجعة الكُتُب التي استعملت كلمة (إسلامي) نفسها مع ميادين أخرى من المعرفة والفنون نجد أنّ الاستعمال مقترن بشرط الاستنباط من الكتاب والسنة في حالة التشريع الإسلامي والاقتصاد الإسلامي أما في الحالات الأخرى مثل الفن المعماري

10. سعيد إسماعيل صيني، المدخل إلى الإعلام الإسلامي، مصر القاهرة، دار الحقيقة للإعلام الدولي، 1991م، ص 34-35.

11. سورة القصص، الآية 51.

12. فتح الباري، البخاري ب، كتاب أحاديث الأنبياء، باب 48 حديث رقم 2709.

13. إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، القاهرة، دار الفكر العربي 1985م، ص 13.

**EDITORIAL**

الإسلامي والأدب الإسلامي فهي مقترنة بشرط الانضباط أو عدم المخالفة للإسلام ، والناس مشتركون في أمور الفطرة ومن أمور الفطرة الممارسات الاتصالية والإنسان إذا تحول من الكفر إلي الإسلام ، يصبح نوعاً جديداً من المخلوقات تختلف تكويناته العضوية والنفسية والروحية والإخلاقية في كل شي ، فإن إضافة كلمة إسلامي إلى الإعلام " تستمد جذورها من الفقه الإسلامي وليس من (الحضارة الإسلامية) بمعناها الواسع"<sup>14</sup> .

إنّ الأسلوب الإعلامي متعدد الوجوه والطرق المستخدمة في خطاب البشر والتأثير على أذهانهم وعقائدهم وتغيير قناعاتهم بل وإحداث رأي عام حول قضية ما، يقول محمد محمود الطلابي "الأسلوب في اللغة بضم الهمزة هو الطريق والفن" وهو أسلوب من أساليب القوم أي على طريق من طرقهم ، والأسلوب في اصطلاح الأدباء هو الصورة اللفظية التي يعبر بها عن المعاني أو نظم الكلام وتأليفه لأداء الأفكار وعرض الخيال أو هو العبارة اللفظية المنسقة لأداء المعاني"<sup>15</sup>.

ويقول محمد أبو الفتح البيانوني "الأساليب جمع أسلوب وهو في اللغة الطريق، ويقال سلكت أسلوب فلان في كذا ، طريقته ومذهبه . وأسلوب الكاتب طريقته في كتاباته ، ويقال أخذ فلان في أساليب القول أي (أفانين) ويمكننا أن نعرف أسلوب الدّعوة في الاصطلاح أنه طريقة الداعي في دعوته وكيفية تطبيق مناهج الدّعوة ، فالأسلوب هو " الطريق التي سلكها الداعي في دعوته أو كيفية تطبيق مناهج الدّعوة"<sup>16</sup> .

**مضمون الدّعوة:**

" الدّعوة هي العلم الذي تعرف به كافة المحاولات الفنية المتعددة الرامية إلى تبليغ الناس ما حوي الإسلام من عقيدة وشريعة وأخلاق"<sup>17</sup> .

ويعرف ابن منظور الدّعوة بقوله " دعوة الحق " قال الزجاج إنها "شهادة ألا اله إلا الله" ودعا الرجل دعواً ودعاءً ناداه والاسم الدّعوة ، ودعوت فلاناً أي صحت به و في كتابه صلى الله عليه وسلم إلى هرقل أدعوك بدعاية (الإسلام ) أي بدعوته وهي كلمة الشهادة التي يدعى إليها أهل الملل الكافرة " وداعياً إلى الله بإذنه وسراجاً منيراً" معناها داعياً لتوحيد الله تعالى وما يقرب منه ، والدّعاة قوم يدعون إلى "بينة وهدى أو ضلالة ، واحدهم داع ورجل داعية ، إذا كان يدعو الناس إلى بدعة أو دين ، أدخلت الهاء فيها للمبالغة ،

14. سعيد إسماعيل صيني ،مدخل إلى الإعلام الإسلامي ،مرجع سابق.

15. حمد محمود سيد: آياتي الطلابي ،الأسلوب الإعلامي في القرآن ،الطبعة الأولى مطبعة البلاغ 1991م ،المملكة العربية السعودية جدة ،ص 5.

16. محمد أبو الفتح البيانوني ،المدخل إلى علم الدعوة ،مؤسسة الرسالة ،بيروت لبنان ،الطبعة الأولى 1991م ،ص 47.

17. محمد ابو الفتح البيانوني ،المدخل إلى علم الدعوة ،مرجع سابق.

**EDITORIAL**

والنبي صلى الله عليه وسلم داعي الأمة إلى توحيد الله وطاعته وقالت الجن " وولوا إلى قومهم منذرين قالوا يا قومنا أحببوا داعي الله وآمنوا به" 18.

إنّ الخطاب الإسلامي لا بد أن يستند إلى مرجعية إسلامية من أصول القرآن والسنة أو من الفروع الإسلامية الأخرى ، سواءً كان منتج ذلك الخطاب جماعة أو مؤسسة دعوية رسمية أو شعبية ، والخطاب الدعوي المعاصر يجب أن يجمع بين مصادر المعرفة الشرعية والطبيعية أي بين كتاب الله المسطور وكتاب الله المنظور (الكون وما فيه من مشاهد) والذي هو في الخلاصة النهائية جمع بين علوم الشريعة التي بها يستقيم الدين ، وبين علوم الحياة التي تستقيم بها الدنيا ، ولا بد من إقامة كليهما ، لأنهما من مشكاة واحدة ، وقد أمرنا الله تعالى بأن نقيم الوزن بالقسط ولا نخسر الميزان ، وبهذا التوازن يكون تحقيق الأمرين معاً، كما أنّ منهجية الخطاب الإسلامي المعاصر نابعة من منهج الإعلام الإسلامي في أصله الذي قرره السلف الصالح والالتزام سبق الأمة ، أصل القرون الفاضلة المشهود لهم بحب الخير والتريث في الوصول إلى نشدان الحق . إنّ الذي يتأمل قول الله تعالى [وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ] 19 . يتضح له أهمية تخير اللسان ولغة التخاطب بين المرسل والمستقبل للرسالة الإعلامية كأساس لتوصيل المعلومة فكل قوم لهم ما يناسبهم من الخطاب الدعوي .

**تأثير الإعلام Miscommunication Effect :**

الإعلام هو المنهج أو المادة التي يصيغها المرسل بعناية في قالب يستطيع المتلقي من خلال مضمونها أن يستوعب معاني تلك الرسالة الإعلامية كي يحدث عنده التفاعل العقلي والنفسي مع الرسالة الموجهة ، إلا أنّ الإعلام الإسلامي مازال يواجه عقبات شتى حتى يحدث الأثر الفكري والاجتماعي على المستوى العالمي ، إذ سبقته أمم بتقنياتها الحديثة وبراعتها في تدريب الكوادر البشرية التي تقوم بالعملية الاتصالية بالجمهور المخاطب ، كما تقوم بإعداد البرامج الإعلامية وصياغتها وإخراجها ومزجها وعمل (الدبلجة) حسب ما تقتضيه الحاجة الفنية لاستيعاب المتلقي.

إنّ الإعلام الإسلامي كي يلحق بغيره في المسائل الفنية وأسس التأثير على ذهنية المستقبل لرسائله الإعلامية الدعوية لا بد له من أطر أساسية يعمل حولها منها:-

18. ابن منظور ، لسان العرب ، المجلد الرابع ، دار إحياء التراث العربي ، لبنان بيروت 1997م ، ص 360-361.

19. ورة إبراهيم ، الآية 4.

**EDITORIAL**

1. ضرورة ارتباط الإعلام الإسلامي بقضايا أساسية ترتبط بالأمة وما تعانيه من علل واستهداف ، بل عوامل استئصال يسعى إليها اليهود والصليبيون الجدد في الغرب وليس ما يجري في فلسطين والعراق وأفغانستان وباكستان عن الأذهان ببعيد .

2. قضية الصراع بين الكفر والإيمان وأبعادها وآثارها على الممارسة العملية للإعلام الإسلامي والحرر في تناول الموضوعات والتفريق بين الكافر المجاهر بعدائه للإسلام والمسالم حتى لا نستعدي علينا من ليس معاد لنا أو نوظف نائماً لا يأبه بما يجري في العالم .

3. إن قوة الإعلام الإسلامي تكمن في الحق الذي يحويه مضمونه الرباني، وتأثيره على المتلقي ينبع من هذه القوة، قال تعالى: [ قُلْ لَّيْنِ اجْتَمَعَتِ الْإِنْسُ وَالْجِنُّ عَلَىٰ أَنْ يَأْتُوا بِمِثْلِ هَذَا الْقُرْآنِ لَا يَأْتُونَ بِمِثْلِهِ وَلَوْ كَانَ بَعْضُهُمْ لِبَعْضٍ ظَهِيراً ]<sup>20</sup>.

4. ملاحظة الفروق الأساسية في الإعلام الإسلامي بين (أمة الدعوة) (وأمة الإجابة) في عمليات الإنتاج والرسائل الإعلامية الموجهة والتوزيع الإعلامي لتحقيق الأهداف والمقاصد التي ينشدها الداعية أو القائم بالاتصال .

5. تمييز الإعلام الإسلامي الموجه للمؤمنين (كفئة من فئات الجمهور المستقبل ) من حيث المضمون والأساليب والآثار، فالمسلم ليس في حاجة للإقناع بالإسلام كدين ولكنه يحتاج للمادة الإعلامية التي تحمل عنصر التشويق كي تكون أبلغ في ذهنه وتنسجم بالقيم التي يحض عليها المنهاج الرباني .

يقول الدكتور محمد عبد المجيد " لقد برع اختصاصيو الإعلام في وصف الاتصال أحادي الاتجاه من فرد إلى آخر أو آخرين ، ولذلك كانت إسهامات علم النفس تعريف الاتصال من خلال العلاقة بين المنبه والاستجابة التي تشير إلى الاتصال الهادف أو المقصود ، فالاتصال هو القضية التي يقوم بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال بإرسال مثير عادة ما يكون لفظياً كي يعدل من سلوك الآخرين."<sup>21</sup>.

**فن الحوار والتخاطب**

إن الأحاديث التي تدور بين الأفراد عادة ما تحمل الكثير من المعاني، وقد تحمل في طياتها بعض الاختلافات وهذا يرجع إلي أن الفرد لا يصبر ليصوغ أفكاراً تتقنع من يخاطبه بفكرته أو أرائه بل يستعجل للكلام كي يؤثر في من يخاطبه بانفعالاته إزاء موضوع معين هو يفعل به ، فالعبارات اللفظية هي في

20. ورة الإسراء، الآية 88.

21. محمد عبد المجيد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، الطبعة الثامنة 2000م، مصر القاهرة، ص، 18-19.

## EDITORIAL

الواقع ذات قيم انفعالية معينة ، وهذا الشأن ملازم للفرد في شتى المواقف التي يقابلها في حياته ، فالجملة الواحدة يمكن أن تتميز بالعديد من انفعالات الفرد تجاه موقف ما ، فقد يحاور المرء أبويه بأسلوب وجداني وقول لطيف حميم تراعى فيه الصلة الوثقى بين الولد والوالد كما جاء على لسان إبراهيم عليه السلام رغم أن أباه عدو لله رب العالمين قال تعالى: [ يَا أَبَتِ إِنِّي قَدْ جَاءَنِي مِنَ الْعِلْمِ مَا لَمْ يَأْتِكَ فَاتَّبِعْنِي أَهْدِكَ صِرَاطًا سَوِيًّا \* يَا أَبَتِ لَا تَعْبُدِ الشَّيْطَانَ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلرَّحْمَنِ عَصِيًّا \* يَا أَبَتِ إِنِّي أَخَافُ أَنْ يَمَسَّكَ عَذَابٌ مِنَ الرَّحْمَنِ فَتَكُونَ لِلشَّيْطَانِ وَلِيًّا ]<sup>22</sup> . وقد جعل الله إبراهيم والذين معه أسوة للمؤمنين في البراءة من المشركين الذين يعبدون آلهة من دون الله إلا أن خطابه مع أبيه كان رقيقاً لطيفاً يحمل هذه المعاني الوجدانية عسى أن يلين لها قلب أبيه فيكون من الراشدين فإن أبي فإن الله غني عن العالمين ، فالله تعالى أرشد المسلم باستخدام أسلوب الحكمة في الأمر والنهي إلى أصل الاتصال والكيفية التي يجب أن يتم بها بين المرسل والمتلقي لتحقيق الأهداف والغايات المخطط لها ، فكل اتصال بين المخلوقات يحمل هدفاً ومعنى . والمطلوب في المفاوضات أن يكون مستوى خطابه الفني رقيقاً ومتنوعاً ومرضياً وذكياً حسب طبيعة ومقدرات المتلقي العقلية ونوع الموضوع المطروح للنقاش والمعد إعداداً جيداً كي يؤثر على المستقبلين وهناك نوعان من الحوار:

**النوع الأول:** عفوي وتلقائي ، يحدث من خلال التعامل اليومي ، ولم يتم نتيجةً لتخطيط مسبق ، ويعتمد على الكفاءة الذاتية من فن الاتصال والخبرة المكتسبة والطبع الذي فطر عليه صاحب الخطاب الدعوي .  
**والنوع الثاني :** حوار مخطط له يكون فيه المحاور قد اعدّ نفسه وحدّد أهدافه وأولوياته ورسم خطته المقترحة واختار الأسلوب الذي يناسب المتلقين كي يأتي بأفضل النتائج وهذا هو الحوار المدروس الذي يجب أن يتقن فنو الإعلام الإسلامي صناعته .

إنّ العمل العشوائي الذي يتم بغير رؤى ناضجة لن تكون له ثمرات، والمسلمون يحملون خير منهاج شهدته البشرية في تاريخها الطويل وعامل الزمن يحملها على أن توظفه لخير البشرية البائسة التي جلبت لها المناهج العلمانية كل صور الشقاء وعوامل الفناء قال تعالى : [ وَهُوَ الَّذِي جَعَلَ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ خِلْفَةً لِمَنْ أَرَادَ أَنْ يَذَّكَّرَ أَوْ أَرَادَ شُكُورًا ]<sup>23</sup>، الأمة التي لا تعرف قيمة الوقت لن تفلح ولن تقدم للدعوة التي كلفت بإيصالها لكل الوري شيئاً تحمد عليه عند الله أو عند الناس .

22. سورة مريم، الآية 43-45.

23. سورة الفرقان، الآية 62.

## EDITORIAL

يقول الدكتور عوض إبراهيم عوض " منذ زمان بعيد برزت الدعوة الإسلامية على أنها شكل منفرد ومهم من أشكال الاتصال البشري ، وهو اتصال إعلامي بمعنى الكلمة أتى أكله وحقق تميزاً واضحاً على مر السنوات وذلك بما له من خصائص ومميزات جعلته مثار انتباه الكثير من علماء الاتصال الحديث ، وبما أنّ الاتصال في صورته العامة هو عملية نقل وتبادل للمعلومات والحقائق والخبرات والآراء والمفاهيم والأفكار والشعور والإحساس والاتجاهات فإنّ الدعوة الإسلامية قد سعت طيلة تاريخها لتحقيق هذا الشكل الاتصالي الإنساني الرفيع وهي في ذلك قد استتبطت عدة أساليب فيها ما كان مؤثراً بشكل واضح في جمهور المتلقين"<sup>24</sup> .

كما أنّ الخطبة تعد من أقدم وسائل الإعلام في المجتمعات الإنسانية ، وقد كانت وسيلة الإعلام والإقناع في عصور البداوة الأولى و في مثل تلك البيئات كانت تظهر الموهبة اللسانية ، وقد ظهر ذلك واضحاً في تاريخ العرب ، ويحفل تاريخ الأدب الجاهلي بالأمثلة العديدة ، على صحة هذا الكلام ومن أوضح الأمثلة عن ذلك سوق عكاظ في مكة والمربد في البصرة ، وقد عُرف من الخطباء قس بن ساعدة وزيد بن عمر بن نفيل ولبيد الشاعر ، وتتميز الخطبة عن المحاضرة في أنها تتوجه إلى العواطف في أغلب الأحيان ، وتثير الانفعالات في نفوس الجماهير وتحرك مشاعرهم الحماسية معتمدة على مقدرة الخطيب الكلامية ونبرات صوته ولهذا فهي أصح وسيلة لمخاطبة الفئات الشعبية والطوائف التي لم تحصل على نصيب كاف من التعليم ، " لقد أثبتت الأبحاث العلمية أنّ الجماهير أكثر تأثراً بقيادة الرأي من وسائل الاتصال المختلفة وقائد الرأي هو الذي يقوم بدور الوسيط بين أجهزة الاتصال الجماهيرية وبين الناس في عملية الإعلام على مراحل Multi Steps flow of in formation ذلك أنّ قادة الرأي بصفة عامة يميلون إلى أنّ يكون مستواهم التعليمي مرتفعاً قليلاً عن غيرهم من الناس الذين يستمعون إلى أحاديثهم وآرائهم"<sup>25</sup> .

إنّ الخطبة المباشرة هي أكثر وسائل الاتصال تأثيراً على المتلقي إذ يعيش حركات الخطيب وإشاراته ، ويعايش نبرات صوته ترتفع وتنخفض إلى أنّ الخطاب المنبري لدينا مازال متخلفاً وتقليدياً وفي معظم الحالات لا ينبري له العلماء والدعاة أصحاب الكفاءة والمقدرات الخطابية . فسوء الخطاب يصد عن سبيل الله تعالى كما أنّ تقديم الدعوة من خلال المسائل الخلافية يشوش على المستقبل للرسالة ونحن في زمان نحتاج للداعية الملم بأحداث العصر ومكر أعداء الإسلام الذين يخططون لاستئصال هذا الدين من جذوره تحت ذرائع شتى باسم محاربة الإرهاب وحقوق الإنسان والديمقراطية ، فإذا كان الأمر كذلك فمن المسلمات

24 . عوض إبراهيم عوض ، أصول الفكر الاتصالي الإسلامي ، سوريا دمشق ، دار الفكر للطباعة الأولى 2009م ، ص 31.

25. محي الدين عبد الحلیم، فنون الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، مصر القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 2000م، ص 176.

**EDITORIAL**

أنّ يلم الداعية إماماً كافيّاً بمضمون الرسالة التي يدعو الناس إليها وأنّ يكون متمكناً فيما يدعو إليه عالمياً بما يقول من البشارة والندارة متبصراً بواقع الحال ، مستخدماً للحكمة في الأسلوب وحسن الخلق وجميل المعاملة وهي إحدى وسائل الإقناع بما يدعو إليه الداعية .

**قلة العلم وتأثيراته السالبة:**

لا نعني بذلك أنّ يتبحر الداعية في العلوم الشرعية فتلك لها رجالها من أصحاب الاختصاص ،إنما المقصود بالعلم للدعاة وكل مسلم ومسلمة مطلوب منه أنّ يكون داعية كل على قدر استطاعته فالإمام بالمعلومات الصحيحة ضرورة للداعية حتى لا ينقل للمتلقي مفاهيم خاطئة أو ناقصة عن الله تعالى والإسلام، ومن أهم هذه المفاهيم أصول الحياة وعلاقة الإسلام بها ، فأحياناً قد ينقل الداعية عن سوء فهم للمدعوين ما قد يصدهم عن ربهم ودينهم، ولقد حذر الرسول صلى الله عليه وسلم من هذا عندما علم أنّ أناساً أفتوا رجلاً مجروحاً بضرورة غسل عضو مصاب في جسده بالماء حتى يمكنه الصلاة ولم يكونوا يعلموا بالتيمم فغسله فمات فقال صلى الله عليه وسلم : " قتلوه قتلهم الله ، ألا سألوا إذا لم يعلموا "26.

إنّ الداعية قد يسوق للناس مثلاً ليعدهم عن الدنيا ويصرفهم جملة واحدة عنها إلى الآخرة مما يخيف الإنسان الذي له دنياه من مال ومتاع وزوجة في حين أنّ الدنيا مطية للآخرة ، تُصنع فيها صنائع المعروف التي تقي مصارع السوء ومن إكرام الله تعالى لعباده جعل كل الحياة لهم قال تعالى : [ وَسَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعاً مِنْهُ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ]27، وله تعالى : [ وَلكُمْ فِي الْأَرْضِ مُسْتَقَرٌّ وَمَتَاعٌ إِلَى حِينٍ ]28 ثم قوله عز وجل: [ هُوَ أَنشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا ]29، أي أعطاهم لكم ، هبة للمنفعة وهي معه لا ضده تؤتية كل ما عندها من نعم ، فهي للانتفاع بالحلال إلى حين يأخذه عنده في مستقر رحمته حيث السعادة الخالدة إنّ أحسن وربط كل أعماله الدنيوية برضا ربه .

فالإسلام لم يأت كي يشقى الإنسان في الدنيا بل جاء لسعادته لأنه يبين له أين الصواب من الخطأ؟ وأين المصلحة من الضرر؟ وأين الخير من الشر في كل موقف من مواقف حياته؟.

**سوء القدوة:**

سلوك الداعية جزء أصيل من خطابه الدعوي ودعوة الناس لقبول الإسلام أو انتهاج منهج القويم والله تعالى يقول محذراً : [ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ \*كَبُرَ مَقْتاً عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا

26. خرجه أبو داود.

27. سورة الجاثية، الآية 13.

28. سورة الأعراف، الآية 24.

29. سورة هود، الآية 61.

**EDITORIAL**

تَفْعُلُونَ<sup>30</sup> ، فقد يصدّم الداعية مدعويه ويكون سبباً في إبعادهم عن الله تعالى والإسلام بأن يقول قولاً ويفعل فعلاً آخر، كمن يطلب منهم الحلم وهو أحق عسبي ، أو حفظ اللسان وهو يطلقه في أعراض المسلمين ، أو التعفف وهو يذل نفسه بسؤال الناس ، أو الرفق وهو غليظ، أو بالتبسم وهو عبوس، فهذه من الصفات السيئة التي تضعف ثقة المدعو في الدّاعية وتجعل بينهما حاجزاً يصعب كسره أو قد تجعله يشكك في مصداقية الإسلام ذاته في إصلاح الحياة وإسعادها، فإذا كان هذا الدين لم يتمكن من تغيير سلوك أقرب الناس إليه وهو الداعية فكيف يغير المدعو الذي لا زال بعيداً .

إنّ نهج بعض الدّعاة وانزوائهم بعيداً عن دعوة عامة البسطاء من الناس كان لها آثار سلبية أضرت بالإسلام ومجتمع الإجابة ، لقد أتاح هذا النهج فرصة واسعة لتيارات الفساد المعادية للإسلام من العلمنة والتغريب وغيرها أنّ تنتشر بين عامة الناس . لأنّ طائفة غير قليلة من الدّعاة تفرغت لمخاطبة الفئات المثقفة كطلاب معاهد العلم ، بينما تركوا العمال والمزارعين وكبار السن والمرأة والطفل نهياً للتيارات المفسدة ، وهي تيارات لها جذور راسخة في المجتمعات المسلمة ولها أدوات ووسائل جاذبة للفئات التي ذكرت آنفاً ، فتلك التيارات العلمانية تمتلك ناصية الكلمة من خلال أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الحديثة ذات المقدرة في نقل البشر من قناعاتهم بل من عقائدهم إلى موروثات المرسل الذي يستهدفهم بثقافته عبر الرسائل الإعلامية ذات الأهداف والمقاصد التي يعدها فلاسفتها بعناية ودقة متناهية لاختراق أفكار المستقبلين لتلك الرسائل ، وغسل أدمغتهم وإماتة قلوبهم والتأثير في سلوكهم وابعادهم عن هذا الدين ، بل وتسعى لغرس أفكار تجعلهم يكرهون هذا الدين، لأنّ فيه عوامل خطر تصادم أهواءهم وما ألفوا من سفاسف تعلقوا بها خلال ارتباطهم بأجهزة الإعلام التي يديرها المفسدون ودعاة إشاعة الرذائل بين الناس في العالم ، فالفئات التي ذكرناها إنّ لم تتداركها مؤسسات الدّعوة المعاصرة بمنهاج مدروس ومخطط له بصورة جيدة ويقدم عبر وسائل معلومة فسوف تنقطع صلتهم بالإسلام فلا يبقى لهم إلا الانتساب الاسمي ، والإعلام الصهيوني الذي له القدر المعلى في الانتشار في العالم يستهدف الشباب المسلم بوجه خاص لطمس هويته وإشاعة الفواحش بينهم عن طريق تخصيص قنوات تلفزيونية تقدم ما يدغدغ الغرائز ويثير الشهوات ويدعو للزينة وذلك بوضع برامج تعرض الصور الفاضحة والممارسات الجنسية المكشوفة التي تجد هوى عند الشباب المسلم الذي لم يحظ بتربوية ربانية أصلاً تكون واقياً له من الانحراف.

30. سورة الصف، الآية 2،3.

**EDITORIAL**

يقول الدكتور عوض إبراهيم عوض " إنَّ الإعلام الجماهيري لا بد له من وسيط Medium وهذا المدلول في المفهوم الاتصالي هو القناة Channel والقناة حسب تعريفها العلمي هي أي وسيلة أو أداة تقوم بتوصيل الرسالة من المرسل إلى المتلقي وعلى المستوى الدلالي وعبر علماء الاتصال (اللغة وسيط ناقل للفكرة والمعلومة) ومن ذلك كان التركيز المكثف على اللغة عندما بدأ علماء الاتصال دراسة ظاهرة الاتصال الإنساني في طوال تطور حركة التأمل الفلسفي في الظواهر الاجتماعية وهي في نطاق الاتصال الجماهيري تشمل جميع الأجهزة المرئية والمطبوعة والمسموعة أما في حالة منبر المسجد فإنَّ معالم القناة تتضح بشكل أكبر من قنوات الاتصال الأخرى بحكم أن المرسل الذي غالباً ما يكون هو (الإمام) يقدم رسالته إلى المتلقين وهو جمهور المصلين والمنبر مثل بقية وسائل الاتصال يتداخل فيه مفهوم التعريف بين القناة والمرسل"<sup>31</sup>.

ومن أساليب النذارة في الاتصال الدعوي قال تعالى على لسان مؤمن آل فرعون وهو يخاطبه وشيعته : [ فَسَتَذَكَّرُونَ مَا أَقُولُ لَكُمْ وَأَفَوضُ أَمْرِي إِلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بَصِيرٌ بِالْعِبَادِ ]<sup>32</sup>. وهذا الترهيب ينطوي على إحياء لمن خاطبهم القرآن بأن مآل المكذبين سيكون أليماً ولهم عاقبة السوء، إذ أنَّ من البشر من لا ينتبه إلا لوخز الأشواك، إنَّ الذي يتبنى الحقائق في تصوراتهِ وهي أو هام سرعان ما تأكله نيران تلك الحقائق أما الإحياء كأسلوب من أساليب الإقناع، فيه دور كبير في تحويل الاتجاهات وتكوين اتجاهات جديدة قد تكون متناقضة تماماً مع نقطة أساسية وهي أنَّ هناك استعداداً لدى الإنسان لتقبل أفعاله أو أفكار معينة تصدر من أفراد آخرين والتأثر بها، وقد استمر الإحياء في تحويل أُمم كثيرة في الأرض لاتجاهاتها وتغيير أفكارها وقيمها، كما أنَّ دور الإحياء في نشر الأفكار المادية أكبر منه في نشر الأفكار الأصلية التي تنبع من الداخل لأنه في حالة نشر الأفكار المادية تستغل كل الظروف الأخلاقية واللا أخلاقية في تحرير هذه الأفكار.

**وحدة الموضوع في الخطاب الدعوي:**

كم من الخطباء يعتلون المنابر دون إعداد جيد للخطبة مما يفقدها عنصر وحدة الموضوع فهو يتناول موضوعاً من هنا وآخر من هناك مما يسبب الملل للسامع الذي يستمتع لهذه الخطبة بكل حواسه إلا أنَّه لا يجد فيها ما يريد فيصيبه الملل وبعض خطباء الجمعة يهملون في خطبهم أحداث الساعة التي تمس واقع

31. عوض إبراهيم عوض، مجلة تفكر، معهد إسلام المعرفة، السودان، جامعة الجزيرة، المجلد 4، العدد 2، 2002م، ص 53-54.

32. سورة غافر، الآية 44.

**EDITORIAL**

المسلمين ووجودهم ومستقبلهم فلا يجد الجمهور المسلم في خطبته متنفساً لمشاعره العارمة وآلامه الغائرة فهو يستمع إلى خطبة دون أن يفعل معها، إنَّ الخطبة لها مقوماتها وخصائصها الفنية ، وهي تختلف عن المحاضرة التي تلقى في قاعة هادئة على جمهور منتخب من أهل الاختصاص في الغالب الأعم، فالخطبة هي فن نقل الكلمة إلى المستمع بحرارتها وإيصالها إليه حية مفعمة بالعاطفة التي تناسبه وفي هذه الحالة يستحسن أن يستخدم الخطيب الإستمالات العاطفية والعقلية حتى يحفظ التوازن في الطرح ، فالحماس والإثارة في الخطبة تفقدها معناها فالخطاب الهادئ الرزين الذي يحمل في ثناياه اللباب الملى أكثر تأثيراً على ذهنية المستمع لكل موضوع يحتاج إلى موهبة خاصة ومران طويل وخلفية ثقافية واسعة تسعف صاحبها في الوقت المناسب وتمده بما يحتاج إليه من قول أو توضيح ، ومع ذلك حتى الخطيب البارع قد يقع في أزمة أثناء خطبته عندما تخونه الذاكرة فتضن عليه بالمعلومات والكلمات الرصينة التي تربط الموضوع بالصورة المثلى ، إنَّ الدُّعاة إذا لم يعدوا أنفسهم للتأثير على المصلي الذي جاء إلى المسجد دون دعوة مسبقة من أحد ويكسبوا ولاءه للدين القيم فماذا ينتظر منهم الإسلام أن يقدموا لمن هم لا يرتادون المساجد أصلاً ؟ إنَّ عملية الخطبة عملية ثنائية يشترك فيها الخطيب والجمهور ، فالجمهور عنصر مهم ، وقد يكون الأهم في هذه العملية ، فإذا لم يتأثر بالخطبة وجدانياً وفكرياً، لم تتحقق الغاية المرجوة منها، وحتى يتم ذلك يجب على الخطيب أن يكون خبيراً بأنماط الناس الذين يرتادون مسجده ، ويستمعون له ، كي يختار الموضوع المناسب ويستخدم اللغة المناسبة ، فجمهور الجمعة، جمهور عام تجد فيه الكبير والصغير ، والغني والفقير ، والمتقف والأمي ، والعالم والجاهل ، والعامل والموظف ، وغير ذلك من الأنماط الفكرية والاجتماعية ، والخطيب البارع هو الذي يعرف جمهوره جيداً ويعرف كيف يخاطبه ، كما أن الخطابة المتوازنة لا تقتضي الإطالة المملة ولا الاختصار المخل . يقول الشيخ محمد الغزالي نقلاً عن ابن مسعود " لا يزال الناس بخير ما أخذوا من أكابرهم ، فإذا أخذوا من أصاغرهم وشرارهم هلكوا " فقول الغزالي أنَّ الأكابر ليس أصحاب الجثث الضخمة ولا الثروات العريضة ولا الوظائف المهيبية ، إنَّ الأكابر في فهم ابن مسعود هم أصحاب الهمم البعيدة والمروءات العالية ، والعفة الظاهرة والأبصار السديدة ، والأفئدة الزاكية ، وقد يكونون أمراء أو لا

**EDITORIAL**

يكونوا، وقد يكونوا أغنياء أو لا يكونوا ، فتلك أعراض لا تمس قيمتهم الخاصة ولا تؤثر فيهم علواً أو هبوطاً<sup>33</sup> .

يجب أن يكون مضمون الخطاب الإسلامي مبنياً على التأصيل المنهجي المعتمد لدى أهل العلم على أن يقدم بأسلوب يناسب الأحوال والأشخاص الذين يتلقونه مباشرة ، على ألا يضيع جمال الوصف والأسلوب حقيقة المعنى والمضمون فالأصل في الرسالة الإعلامية الدعوية فتح القلوب وتحريك المشاعر نحو الحق ومطلوب في الخطاب الدعوى المعاصر أن يخاطب الروح والعقل جميعاً، بالتركيز على القيم الجمالية في الإسلام وربطها بالعقيدة وتبيان مظاهر الجمال والزينة في كل أرجاء الكون ، من سماء ذات أبراج وأرض ذات فجاج ، ونباتات ذات بهجة ، فخالق الكون جميل يحب الجمال ، نظيف يحب النظافة ، جواد يحب الجود .

ومن المسلمات لا بد للخطاب الدعوي أن يكون نافذاً ويتصف في أسلوبه بالوضوح في رؤاه والشمول في نهجه والرفق في رسالته الإعلامية الدعوية حتى يحقق هدفه مع الاستجابة لمستجدات العصر والتحدث بلغته دون أن يتضمن شيئاً يتعارض والمنهج الرباني في الدعوة، وطرح الإسلام كفكر وعقيدة ومنهاج للحياة ، فكل وسيلة هي إناء قابل أن يستخدم في تقديم الخير والشر ، فالتعنت في عدم استخدامها يضر برسالة الإسلام ، التي فتح الله لها آفاقاً من وسائل الاتصال في العصر الحديث لنشرها بين الناس مثل الصحافة والإنترنت والقنوات الفضائية والصحافة الالكترونية وغيرها من وسائط الاتصال ، فعصر العولمة أزال الحواجز، وثورة الإعلام والاتصالات أفرزت في عالم اليوم قضايا ثقافية وسياسية أصبحت مطروحة في كل المجتمعات العالمية ، ومن ثم ينبغي أن يتناولها الإعلام الإسلامي في خطابه الدعوي من المنظور الإسلامي ، ومن المحتوم إن لم يلب الخطاب الإسلامي هذه المتطلبات فإنه سوف يكون ضعيفاً وغير مقتع ولعل هذه من أبرز علل الخطاب الدعوي في الواقع المعاصر . وإذا أردنا أن ندخل إصلاحاً أساسياً على الخطاب الدعوي كي يواكب متغيرات الزمان الحادثة ، يجب أن نخرج به إلى مفهوم أرحب يتمثل فيما يلي:-

33.محمد الغزالي، مجلة هذا سبيلي، العدد الأول 1407هـ، المملكة العربية السعودية الرياض، ص 379-380.

## EDITORIAL

1. الأصالة المنهجية الإسلامية ، وذلك بالاعتماد على ما قال به الكتاب والسنة والاستدلال به والتحاكم إلى ما جاء في الشرع الإسلامي وحسن عرض مفهوم الدعوة بالأسلوب المقنع والمبين لحقائق الإسلام ومقاصده لإسعاد الناس وإشاعة السلام بين المسلمين وغيرهم فالله تعالى رب كل الناس فهو بهم رحيم وإنّ أقسموا بالله جهد أيمانهم لا يبعث الله من يموت ، إنّ الدعوة مطلوب منهم إنزال مطلوب القرآن والسنة إلى واقع الناس والتأكيد أنما تناوله الإعلام الإسلامي في خطابه الدعوي الأصيل والنابع من مضامين أساليب الأنبياء عليهم السلام في الدعوة إذ ما من نبي إلا وقال لقومه ( اعبدوا الله ) ولن يجد داعية أعظم ولا أحكم ولا أشمل ولا أكمل من نصوص الوحي لتكون هي أساس التصور والأسلوب الأمثل والافق في العرض والحوار .
2. الشمول التكاملي المؤثر بحيث تشمل الرسالة الإعلامية الدعوية كل عناصر الإقناع المؤيدة بالأدلة والبراهين بحيث يظهر إعجازها وتخاطب العقول والنفوس والعواطف الوجدانية.
3. التوازن النفسي ، فلا تهتم الرسالة الإعلامية الدعوية بجانب وتهمل جانباً بل يوفي كل جانب حقه ويعطيه قدره ويوجهه إلى المجتمع الذي ينتمي إليه وإلى البيئة التي تفتقر لمثل هذا الخطاب الدعوي الملائم لواقع الناس .
4. الإقناع العقلي ونعني إقامة الحجة والبراهين العقلية باستخدام الأسلوب الواعي الذي يلائم كل بيئة اجتماعية حسب الأسس الفكرية والثقافية السائدة لديهم والمناهج الشائعة ، ويخاطب الناس بقدر عقولهم وهذا أصل في مبادئ الدعوة إلى الله تعالى التي تقوم على أساس قبول الإنسان هذا الدين بإرادته ( لا إكراه في الدين " (إنك لا تهدي من أحببت" ومن المسلمات أنّ الحوار مطلب أساسي في الأساليب الدعوية ومنهج القرآن الكريم ، فقد ورد الحوار في القرآن مع إبليس ، ومع الملائكة ، ومع الكافرين من البشر ومع الطغاة . ولكن لا بد لكل هذا أنّ تكون للحوار مبادئ منهجية ومرجعية متفق عليها وهو السعي للوصول إلى الحق .

**EDITORIAL**

5. إستعمال الأسلوب الدعوي المرغوب للمتلقي ( يسروا ولا تعسروا) فاستعمال البشارة والندارة في الدّعوة يحتمها أسلوب القرآن والسنة في الدّعوة والوسطية في الخطاب الدعوي المعاصر واحدة من معطيات النجاح لترقية هذا الخطاب المعاصر دون أنّ تصادم هذه الوسطية نصاً شرعياً ، والمتتبع لواقع المسلمين وغيرهم يقف على حقيقة لا مرأى فيها إذ غلبت عليهم الأهواء لا الأديان ، والفردية لا الجماعية ، ورد الناس إلى طريق الحق يحتاج إلى مهاد طويل حتى يؤتي أكله ويثمر .

6. الواقعية التي تعني ماهو مطلوب تحقيقه والانطلاق من فقه شامل لواقع المجتمعات بحيث تكون هنالك آليات متصلة ، بهذا الواقع وتلمس تغيراته وتضطلع على مستجداته علماً بأن تستوعب ذلك إدراكاً بالتصور ، وتقديراً للموقف وقدرة على التعامل ومبادرة إلى التأثير الايجابي واستغلال النافع وتوظيفه ومواجهة الضار وتحجيمه بالحق والمنطق والحوار الهادئ دون إثارة أو استفزاز والتوجيه إلى الأمثل والأفضل .

7. استخدام الأسلوب واللغة الراقية في الخطاب الدعوي في مواجهة المتلقين، فإحداث الصداقة والحميمية بين المرسل والمتلقي ضرورة لإنجاح الرسالة الإعلامية الدعوية ولا يتأتى ذلك إلا باستخدام التشويق لإقناع المتلقي كي يكون اذناً صاغية لرسالة ما أو لبرنامج أو موضوع على صحيفة أو لموقع على الشبكة العنكبوتية... الخ ولهذا يتطلب الأمر أنّ يقدم الخطاب الدعوي بلغة سامية تترفع عن الصغائر إذ أنّ للدعوة أدبها وأخلاقها التي قال بها القرآن والسنة قال تعالى : [ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ بَيْتِكَ بِالْحُكْمَةِ وَامُوعِظَةَ الْحَسَنَةَ وَجَادِلْهُمْ بِالتِّي هِيَ أَحْسَنُ ]<sup>34</sup>.

وقد خاطب الرسول صلى الله عليه وسلم ملوك زمانه كل حسب مايليق به ، ولا بد أنّ يستفيد الدّعاة إلى الله من خبرات دعاة آخرين مضوا أو معاصرين بقوا، فللناس تجارب في الدّعوة الاستفادة منها ذات بعد نافع والتفكير قبل تقديم الدّعوة ضرورة شرعية حتى لا يدخل الداعية معترك الدّعوة بزاد قليل أو ببضاعة مزجة تصد عن سبيل الله تعالى بدلاً من هدايتهم وردهم إلى ربهم راشدين ، أنّ الخطاب الإسلامي

34.سورة النحل، 125.

**EDITORIAL**

يجد في عصرنا الحاضر نقداً لاذعاً من أناس لهم أغراض يهدفون لتشويه صورة الإسلام الوضيئة والتشويش على المتلقين، سنة الله في خلقه ولن تجد لسنة الله تبديلاً ، وهو ذات الذي قالت به قریش قال تعالى : [وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَا تَسْمَعُوا لِهَذَا الْقُرْآنِ وَالْغَوْا فِيهِ لَعَلَّكُمْ تَعْلَمُونَ] <sup>35</sup>. وكثير من الخلق كرهوا ما أنزل الله تعالى إذ أنه يصطدم مع أهوائهم ، فهذا الدين القيم يفقه الإنسان في دينه ويبصره بعقيدته ويضيء له الطريق كي يسير في دروب الحياة على بصيرة ، إنَّ الخلاف على الوسائل والأساليب ، يثري عملية التنوع ويؤدي إلى المنافسة في سبيل الخير ولكن الخطورة في عدم الاتفاق على الثوابت وهو مما ينافي وجود الأمة التي تقوم بإعمار الأرض، بمنهاج واحد وهو الذي جاءت به الشريعة وإنَّ صادم أهواء الناس أجمعين.

**النتائج :**

1. يعاني الخطاب الإسلامي من علل أصلية وهي عدم اتفاق الدعاة على منهجية، المرجعية فيها للكتاب والسنة .
2. الإعلام الإسلامي أصله رباني ومنشأه الشريعة وهي حجة ولكن ضعف الطرح للمتلقى يضعف عنده الاقتناع لما يسمع أو يشاهد أو يقرأ.
3. تنسيق المواقف بين الدعاة يضيِّق فرص الخلاف التي تضر بمستقبل الدعوة .
4. كلما كان للداعية له زاد وافر من العلم والتجارب كلما قدم الأهم على المهم ودعا للتوسع لا للتشدد .
5. الخطابة وسيلة ذات تأثير بالغ على المتلقي ولكن عندنا فيها قصور وعيوب فالخطيب لا يقدم مادة يقنع بها الذين أتوا للجمعة طوعاً و عفواً دون دعوة فماذا عساه أن يقنع من لا يرتادون المساجد أصلاً ؟ .
6. من سلبيات الخطاب الدعوي المعاصر أنه لا يقوم بدراسة البيئة الاجتماعية لمعرفة حاجتها إلى أي خطاب يقال وهذه من المعضلات التي تحتاج لعلاج من الأصل .

## EDITORIAL

7. الخطابة ، فن وأسلوب ، وعلم ، وخبرة وتطوير موهبة ودراسة أكاديمية تؤخذ فيها المؤهلات في البلدان التي تعرف خطر الخطابة ودورها في التأثير على الرأي العام والدعاية لمنهج أو ثقافة أو سياسة أو دين فلا بد أن يهتم بها المسلمون كوسيلة من وسائل الدّعوة .
8. الإعلام الإسلامي وضع الموجهات للخطاب الدعوي وعناصر النجاح وأسلوب الرفق والتيسير وترك للدعاية اختيار الوسائل والأساليب التي تناسب المتلقين وجواز استخدام العقل والنقل والحوار والإقناع بإتباع الحق وسبل الرشاد .

## المراجع

- القرآن الكريم .
1. الحافظ بن حجر: فتح الباري ، ج 8 ، حديث رقم 2578.
2. الإمام مسلم : صحيح مسلم ، كتاب العلم، ج 7، حديث رقم 2703.
3. العجلوني: كشف الخفاء ، ج 2، حديث رقم 2740.
4. إبراهيم إمام ، أصول الإعلام الإسلامي ، مصر القاهرة ، دار الفكر العربي 1985م .
5. سعيد إسماعيل صيني ، المدخل إلى الإعلام الإسلامي ، مصر، القاهرة ، دار الحقيقة ، 1991م.
6. عوض إبراهيم عوض: أصول الفكر الاتصالي الإسلامي ، سوريا، دمشق ، دار الفكر ، الطبعة الأولى 2009م .
7. عوض إبراهيم عوض ، مجلة تفكر ، معهد إسلام المعرفة ، السودان ، جامعة الجزيرة المجلد الرابع ، العدد الرابع .
8. محمد محمود سيد أباتي الطلابي ، الأسلوب الإعلامي في القرآن ، الطبعة الأولى، مطبعة البلاغ ، المملكة العربية السعودية جدة 1991م .
9. محمد أبو الفتح البياني ، المدخل إلى علم الدّعوة ، مؤسسة الرسالة بيروت ، لبنان، الطبعة الأولى 1991م .
10. محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، الطبعة الثانية، مصر القاهر 2000م .

## EDITORIAL

11. محمد الغزالي : **قل هذا سبيلي** ، العدد الأول ، المملكة العربية السعودية 1407 هـ.
12. محمد الغزالي : **خلق المسلم** ، الطبعة السابعة ، دار الدعوة ، مصر ، الإسكندرية 2008 م.
13. محمد كريم أحمد كريم : **أصول الخطاب الدعوي** ، السودان مدني ، مطبعة الجزيرة 2010 م.
14. محمود قلندر : **ومحمد بابكر العوض ، اتجاهات البحث في علم الاتصال** ، سوريا، دمشق ، دار الفكر ، 2009 م .
15. ابن منظور ، **لسان العرب** ، المجلد الرابع ، دار إحياء التراث العربي ، لبنان بيروت 1997 م.
16. محي الدين عبد الحليم ، **فنون الإعلام وتكنولوجيا الاتصال** ، مصر القاهرة، مكتبة لأنجلو المصرية 2000 م.