



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
معهد العلوم الإسلامية
قسم أصول الدين



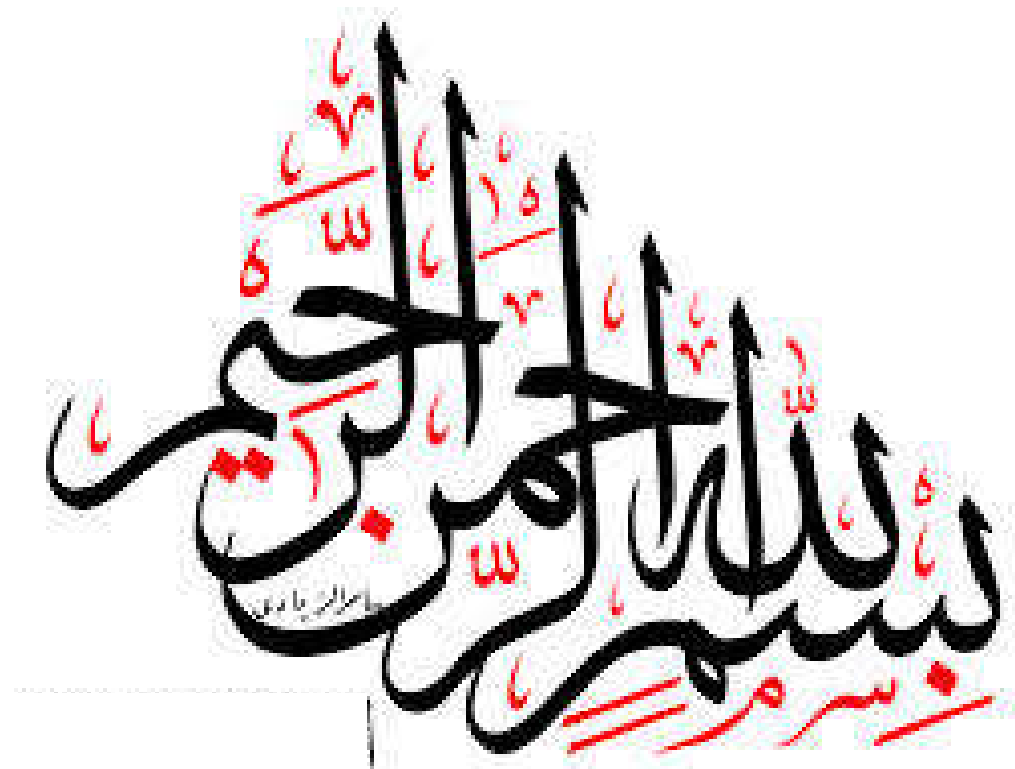
المنهج النبوي في توجيه الإعلام المعاصر (دراسة تحليلية على ضوء السيرة النبوية)

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر
في العلوم الإسلامية تخصص: دعوة وإعلام واتصال

الأستاذ المشرف:
عبد الرحمن طيبي

الطالبة:
فطيمة سبقاق

السنة الجامعية: 1436-1437هـ / 2015-2016م



ملخص الدراسة

تناولت في هذه الدراسة: المنهج النبوي في توجيه الإعلام المعاصر (دراسة تحليلية على ضوء السيرة النبوية)، في محاولة لإيجاد إعلام إسلامي عالمي في ظل الغياب الفعلي والفاعل له، وفي ظل ما تعانيه البشرية من الإعلام الهادم.

وهي تهدف إلى: تعريف المسلمين بالإعلام النبوي ليدركوا حجم ومكان الخلل في الإعلام المتواجد على الساحة اليوم، وتوجيهه نحو الاستفادة من السيرة النبوية الشريفة، في خدمة الدين، والأمة والإنسانية، وإيجاد إعلام إنساني عالمي، وفق أسس قوية، قادرة على التأثير والتغيير وقد قسمت الدراسة إلى : مقدمة وثلاثة فصول

الفصل الأول: الإعلام.. مقارنة إسلامية: وتناولت فيه الإعلام عامة ببعض التفصيل بالإضافة الإعلام الإسلامي

أما في الفصل الثاني: السلوك الإعلامي في السيرة النبوية تفصيت فيه مظاهر الإعلام فيها وخصائص الإعلام النبوي

والفصل الثالث: الرؤية النبوية للإعلام المعاصر حاولت أن أربط الإعلام وعناصره بالهدي النبوي وأن أستخلص الإعلام الإسلامي ببعده الإنساني وختمت دراستي بمجموعة من النتائج والإقتراحات، من أهم النتائج:

- أن الرسول اتسم بأهم الصفات الإعلامية المطلوبة، وأن المنهج النبوي في الإعلام إذا اتبع وطبق كفيل بصنع إعلام إسلامي كامل الأبعاد من حيث الإنسانية والعالمية

Abstract

I addressed in this study Prophet's approach in directing media guide it aims Known to muslims Prophet's approach to realize size and place of bugs in the media today and take advantage of the biography of the Prophet to serve religion and the nation and humanity and finding a global human media according to Strong foundations able to change.

The study was divided into: introduction, three chapters

Chapter One: the media .. Islamic approach: and dealt with in a public media in some detail with Islamic media.

In the second chapter: media behavior in the biography of the Prophet according to the aspects of the media and media properties prophetic.

Chapter III: prophetic vision of the contemporary media I tried to fasten the media and elements of the Prophet with guidance I conclude that the Islamic media and humanitarian dimension.

I concluded my studies with a set of findings and suggestions

The most important results:

That the Prophet was characterized by the most important media attributes required, and that the approach of the Prophet in the media if follow the dish sponsor making the entire Islamic media dimensions in terms of humanity and the world.

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى الأمي الذي أحب العلم حتى

النّخاع

إلى كلّ أبوابي إلى الجنّة في هاته الدّنيا

إلى كلّ إنسان في هذا الوجود

شكر وعرفان

الحمد لله ذو الجلال والإكرام، والصلاة والسلام على خير الأنام، ورضوان الله على صحابته الكرام، أما بعد:

الحمد لله الذي منّ عليّ بأن وصلت إلى هذا المقام ، وبأن أنهيت هذا البحث بخير ما أوتيت من إتقان، وله الحمد من قبل ومن بعد .

وكل الشكر موصول، مع أطيب الدّعوات محمول، لكل من أعانني على إتمامه من قريب أو بعيد.

وأخصّ بالشكر وبكل الثناء والتبجيل الأستاذ الكريم : عبد الرحمن طيبي الذي تولّى الإشراف على هذه الرسالة بكل صدر رحب كما عوّدنا، رفعه الله مقاماً عليّاً في الدارين، وجزاه الله عنّا خير الجزاء.

كما أشكر أفراد عائلتي الذين دعموني، وساندوني، حفظهم الله و أسعدهم في الدنيا والآخرة.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿قُلْ يَتَايَهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ

إِلَيْكُمْ جَمِيعًا الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَوَاتِ

وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِي وَيُمِيتُ فَآمِنُوا

بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ النَّبِيِّ الْأُمِّيِّ الَّذِي يُؤْمِنُ

بِاللَّهِ وَكَلِمَاتِهِ وَأَتَّبِعُوهُ لَعَلَّكُمْ

تَهْتَدُونَ﴾

المقدّمة:

– الافتتاحيّة.

أوّلا: الإشكاليّة والتّساؤلات.

ثانيا: أهميّة الموضوع و أسباب اختياره.

ثالثا: أهداف البحث.

رابعا: الدّراسات السّابقة.

خامسا: المنهج المتّبع في البحث.

سادسا: – تحديد مفاهيم الدّراسة.

سابعا: خطّة البحث.

المقدمة

﴿الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَجَعَلَ الظُّلُمَاتِ وَالنُّورَ﴾ [الأنعام:1]، ﴿إِنَّ اللَّهَ وَمَلَائِكَتَهُ يُصَلُّونَ عَلَى النَّبِيِّ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا صَلُّوا عَلَيْهِ وَسَلِّمُوا تَسْلِيمًا﴾ [الأحزاب:56].
أما بعد:

﴿كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ﴾ [آل عمران:110]، الأمة الإسلامية أمةٌ خيريةٌ وهي صاحبة الريادة، و الأفضلية على باقي الأمم، وذلك بفضل هذا الدين الذي يدعو إلى كل خير وفلاح، وينهى عن كل شر وضلال، ولن تتم خيريتها أو تتحقق إلا إذا دعت إلى كل معروف، ونهت عن كل منكر. هذا الدين الذي جاء به النبي الخاتم ﷺ الذي كَانَ خُلُقُهُ الْقُرْآنَ، فأقامه و أسسه على منهج قويم، يسعى لخير البشرية جمعاء، والذي هو كما وصفه ربّه في قوله سبحانه: ﴿لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ﴾ [التوبة:128]، وحتى بغير المسلمين، كيف لا وهو القلب المحب لكل الناس، وكان همّه ومبلغ سعادته عليه الصلاة والسلام؛ أن يُدخل الناس إلى الجنة، ويستنقذهم من النار، وقد أدبه ربّه فأحسن تأديبه، ورعاه بالوحي والعناية الإلهية، فكان تمام القدوة لنا في كل مجالات الحياة، حتى أنّ الرواة ما تركوا صغيرة ولا كبيرة في حياته إلا أحصوها، كما أنّه ﷺ وأصحابه ما تركوا سبيلاً لرفع راية الإسلام وإصلاح العباد إلا وسلّكوه. وتفاعل البشر عامّة أساسه التواصل بينهم، سواء كان بالكلام، أو الكتابة، أو بلغة الجسد، وأوّل تواصل كان منذ خلق الله آدم، فكلمه، وعلمّه الأسماء كلّها، وأمره بأن يخبر بها الملائكة ففعل.

ولدعوة الناس إلى الإسلام لابدّ من إعلامهم به، وبما يحمله، ولهذا كان الإعلام من صميم الدعوة، وأحد أهمّ روافدها، وإلا كيف كان لصوتها أن يُسمع، وقد كان النبي ﷺ يعي ذلك جيّدا بعلمه، وحكمته، ويسعى جاهدا لاستغلال الإعلام أحسن استغلال - وإن لم يكن هذا المصطلح يُستعمل حينها - فحُسن استقبال الرسالة من حُسن إيصالها.

والسيرة النبوية تتضح بالأحاديث الصريحة، والصّور الواضحة على تعاظم الرسول ﷺ للإعلام، وكونه شخصية ضليعة و فريدة في ذلك.

أولاً - الإشكالية و التساؤلات:

الأمة اليوم ترزأ تحت أعباء الإعلام الهادم، سواء من الدّاخل أو الخارج، ممّا يُحيل دوره المحوريّ في نشر الدّين، وإنقاذ البشريّة، إلى معول شرورٍ، وسيُف يستأصل شأفته، ويطمس كلّ فطرة إنسانية سويّة، ونظراً للدّور الكبير للإعلام، أردت أن أستقرئ السيرة النبوية الشريفة لأستخرج منها أساس ومبادئ الإعلام القويم، بصفتها ثاني مصادر التشريع، والمفسرة للوحي، ولأنّ النّبي ﷺ هو من يأخذ منه ولا يُردّ، لعلّي أخرج برؤية تصوّريّة، لإعلام سويّ بناءً يجذب الفطرة الإنسانيّة، ويقوّم ما اعوجّ منها، وأستخلص منها إعلاماً برؤية نبويّة. .

- فلو كان الرسول ﷺ بيننا كيف كان سيوجّه هذا الإعلام لخدمة الدّين والأمة، بل والبشريّة جمعاء؟، وبالتّالي:

- كيف كان الإعلام النّبوي، وما هي مواصفاته؟، واستخداماته؟.
- وكيف يمكن أن نطبّق منهج النّبي ﷺ في الإعلام على الإعلام المعاصر، لتحقيق النّفع المطلوب؟.

ثانياً - أهميّة الموضوع وأسباب اختياره: تكمن أهميّة الموضوع في النقاط التّالية:

- 1- أهميّة نشر الدّين الإسلامي، وإيصاله إلى كلّ أنحاء الدّنيا، من أجل ضمان فلاح الدّارين، والسبيل الأمثل لذلك لا يتأتّى إلّا بالدّعوة إلى الله وإلى الإسلام.
- 2- ارتباط هذا الموضوع بمنهج نبي الأمة ﷺ، وهو الدّاعي الأوّل والأسوة والقُدوة، وبسيرته المفسّرة والموضّحة للقرآن الكريم، والتي تعدّ التّطبيق العملي له.
- 3- السّنة والسيرة النبويّة وحي ثانٍ، وهي زاخرة بالأمثال النّظريّة، والعمليّة، في كلّ المجالات، مما يتطلّب استخدامها، وإسقاطها على الواقع، من أجل خير البلاد والعباد.
- 4- فائدة هذا البحث في توضيح المعالم التي سار عليها النّبي ﷺ، في استخدامه للإعلام، فإنّه وإن اختلفت العصور فالإنسان موضوع الدّعوة هو نفسه، ولا بدّ من إتقان كلّ الأساليب الممكنة والمناسبة لجذبه إلى الدّين.

5- الدور الكبير الذي يلعبه الإعلام في توصيل الدين الإسلامي من منابعه الأصلية، في أنصع صورة، والذي يجب أن يُستغلّ أحسن استغلال، خاصة في ظلّ التسارع التكنولوجي والمعلوماتي الحاصل.

إنّ ما سبق ذكره من إيضاح لأهميّة هذا الموضوع، كان من أسباب اختياره الرئيسة، بالإضافة إلى الأسباب الآتية:

1- حبّ يجيش في الصّدر لأعظم وأرحم إنسان، واعتراف بالجميل، ذاك الحبيب ﷺ الذي اشتاق إلينا دون أن يرانا، فيا لإحساسه المرهف، ويا لنقاء روحه، الذي تُعجب له الأبواب، وهبّ نفسه وحياته لأجلنا، استنفاذا للبشريّة، فما أحدٌ حملَ همّ غيره مثله، حتّى لأمه ربه فقال سبحانه: ﴿فَلَا نَذْهَبْ نَفْسَكَ عَلَيْهِمْ حَسْرَتٍ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ بِمَا يَصْنَعُونَ﴾ [فاطر:8]، و﴿فَلَمَّا كَبُخَ نَفْسَكَ عَلَىٰ آثَرِهِمْ إِنْ لَمْ يُؤْمِنُوا بِهِذَا الْحَدِيثِ أَسَفًا﴾ [الكهف:6]، و﴿لَعَلَّكَ بَخِيعٌ نَفْسِكَ إِلَّا يَكُونُوا مُؤْمِنِينَ﴾ [الشعراء:3]، نسأل الله له الفضيلة و الوسيلة و المقام المحمود.

2- ملائمة السّنة النبويّة لكلّ العصور، لكنها تتطلّب استنباط الوقائع، وإسقاطها على الواقع.

3- جدّة الموضوع، حيث أنّه من المواضيع المعاصرة.

4- اهتمام الرّسول ﷺ بالتّواصل مع النّاس، وإدراكه لأهميّة الجانب الإعلامي وإعطائه أولويّة كبيرة خلال مسيرته.

5- الأهميّة الملحة لهذا الموضوع، وما وجدته في نفسي من رغبة في تقديم خدمة للأمة والدين، والباحثين.

لذلك وجدت أنّه من الضّروري الكتابة في هذا الموضوع، سائلة المولى عزّ وجلّ التّوفيق والسّداد، وأن يجعل هذا العمل خالصا لوجهه الكريم، وأن ينفع به الإسلام والمسلمين.

ثالثا-أهداف البحث:

1- المساهمة في التّأصيل الشرعي للإعلام، وصبغه بصبغة محمّديّة يستبين بها خطاه جليّا.

2- توجيه الإعلام نحو الاستفادة من السّيرة النبويّة الشّريفة، في خدمة الدين، والأمة والإنسانيّة، والمساهمة في حلّ الكثير من المشاكل التي تواجهه، وتغليب حدّه الإيجابي

على حدّ السّلبي.

3- إيضاح حجم الخلل، والهوّة في الإعلام الإسلامي، بسبب قصّره على الجانب الدّيني دون مختلف مجالات الحياة الأخرى.

4- أن يتعرّف المسلمون على الإعلام النّبوي: مبادئه، خصائصه، وسائله...، ويعلموا أنّه كان الأسبق إلى المناداة برساليّة الإعلام و نزاهته.

5- الاستفادة الواقعيّة والعمليّة من منهج النّبي الإعلاميّ بمختلف أوجهه.

6- بناء أو إيجاد إعلام إنساني عالمي، وفق أسس صلبة راسخة، قادرة على التّأثير والتّغيير.

7- أن يكون الإعلام الإسلامي المعاصر بمثابة العالم الواعظ، والمجاهد الفاتح، لنشر الدّين و إعلاء كلمّته.

رابعاً: الدّراسات السّابقة:

أولاً- كتاب: أضواء على الإعلام في صدر الإسلام: خصائصه، ودعائمه، ووسائله لمحمّد عجاج الخطيب⁽¹⁾، حيث تحدّث بدايّة في الفصل الأوّل: عن خصائص الإعلام الإسلامي، ثم تناول في الفصل الثّاني: دعائم الإعلام زمن الرّسول ﷺ، ووسائله وفي الفصل الثّالث: مراكز الإعلام في صدر الإسلام، كما تناول ظاهرة الإعلام والوضع وتقنيّد العلماء للشّبهات.

وقد عدّد الكاتب في الفصل الثّاني دعائم الإعلام الإسلامي فذكر: نشاط الرّسول، طبيعة الإسلام، نشاط أمّهات المؤمنين والصّحابة، البيت العتيق، الأسواق والمواسم والأعياد، المسجد ومجالس الرّسول، رسل النّبي ﷺ وكتبه، الوفود، صلح الحديبيّة، عمرة القضاء، الفتح، وحجّة الوداع.

وعرّج في فصله الثّالث على المراكز الإعلاميّة للإسلام، بدءاً بمكّة المكرّمة والمدينة المنورة، إلى باقي أهم المدن الإسلاميّة كالבصرة والشّام، وغيرهما. . .

(1)- محمّد عجاج الخطيب ، أضواء على الإعلام في صدر الإسلام خصائصه، دعائمه، وسائله، مناسباته، مراكزه، (ط:2؛ بيروت: مؤسسة الرسالة، 1987م).

وبالتّالي فقد تناول أغلب التّصرّفات والأحداث الإعلاميّة المصاحبة والمزامنة للرّسول ﷺ، ممّا يخدم بحثي.

ثانياً- كتاب: الإعلام في صدر الإسلام لعبد اللّطيف حمزة⁽¹⁾، حيث تناول صور الإعلام في صدر الإسلام في القرآن والحديث والسيرة، وبعض الغزوات النّبويّة من زاويّة إعلاميّة، ووسائل النّبي الإعلاميّة: كالبعوث والخطب والشّعْر، كما استمر في تناول الإعلام حتّى عهد الخلفاء الرّاشدين، وقد قسّمه إلى ثلاثة أبواب:

1- الباب الأوّل: يتحدّث عن وسائل الإعلام الّتي عرفها العرب في الجاهليّة، كالّتجارة والبعثات الدّينيّة، والخطب والأشعار، والمناداة والأسواق، ثم ما استجدّ مع الإسلام، وعلى رأسها القرآن الكريم، كأكبر وسيلة إعلاميّة، والحديث الشّريف، واعتماد النّبي ﷺ على الاتّصال الفردي، وكذا الاتّصال الجمعي الّذي يمثّل الإعلام والدّعاييّة، إضافة إلى القصص القرآني، والمواسم والتجمّعات، وقد جاء الباب الأوّل عرضاً شاملاً للوسائل الإعلاميّة، الّتي عرفها العرب في الجاهليّة، ثم في الإسلام.

2- الباب الثّاني: ويتحدّث عن الدّعوة في عهد الرّسول ﷺ، فرّق فيه الكاتب بين الدّعوة والإعلام والدّعاييّة، - ولا أتفق معه في هذا التقسيم- حيث اعتبر:

- الدّعوة: جهود الرّسول ﷺ في نشر رسائله، بكلّ الوسائل الّتي استخدمها.

- الإعلام: جهود الخلفاء الرّاشدين طبقاً لنهج الرّسول ﷺ.

- الدّعاييّة: جهود الحكّام المسلمين.

3- الفصل الثّالث: تحدّث عن الإعلام في عهد الخلفاء.

وفي الباب الأوّل والثّاني كثير من النّقاط الّتي تخدم بحثي.

وودت أن أشير هنا إلى الاقتراح الّذي اقترحه الكاتب لِمَا سَمّاه: " مشروع التّاريخ للدّعاييّة والإعلام في الإسلام"، والمتعلّق بتكوين لجنة علميّة تبحث هذا التّاريخ بدقّة متناهية، وتصنّفه لنحصل على مجموعات غنيّة من الكتب الإعلاميّة الإسلاميّة، لتزخر المكتبة الإسلاميّة والتّراث الإسلامي بروافد الإعلام.

(1) - عبد اللّطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام. (لاط؛ القاهرة: دار الفكر العربي، 1989م).

ثالثاً- رسالة ماجستير: الإعلام في السنة النبوية - دراسة حديثة موضوعية- لعوض محمد علي⁽¹⁾، تحدّث عن النظريّة الإعلامية من خلال مصطلح الحديث، وعلاقته بالإعلام، من حيث النقد ومن حيث أدوات التحمل والأداء، ومواصفات ناقل الخبر المقبول وعلاقته بالإعلام.

وفي الفصل الثاني: تناول الإعلام النبوي مبادئه، وخصائصه، وأشكاله، وهيئة النبي ﷺ إعلامياً من حيث المظهر والصوت وعوامل التعبير، ولغة الخطاب الإعلامي، وأثر التجارب العملية معه ﷺ، كما تناول بعض أشكال الإعلام في العهد النبوي كالإعلام المسجدي والحربي والمستقبلي، وفي الفصل الثالث: تحدّث عن الفعاليات الإعلامية في الخطاب النبوي، ووسائل الاتصال الإعلامي في العهد النبوي مثل الخطب والأشعار، والرسائل والبعوث، وتناول الحرب النفسية، والشائعات ماهيتها وأساليبها ضدّ الرسول ﷺ، وكيف واجهها واستخدمها، مما يخدم عدّة نقاط في بحثي المتواضع.

رابعاً- رسالة ماجستير: الوفود في العهد المكي وأثره الإعلامي لعلي رضوان أحمد الأسطل⁽²⁾، تكلم بداية عن وفود مكة الداخلية، وآثارها الإعلامية ومميّزات الإعلام الإسلامي في النمط والرسالة، وكذا الوفود الخارجية ووفود يثرب، وآثارهم الإعلامية، وتناول في الباب الثالث الإعلام الإسلامي، وقواعده وميزاته، وفق هدي الرسول ﷺ، وقد اشتملت هاته الدراسة على ثلاثة أبواب:

1- الباب الأول: وفود مكة الداخلية القرشية وآثارها الإعلامية.

2- الباب الثاني: وفود مكة الخارجية من المسلمين وغير المسلمين، وآثارها الإعلامية.

3- الباب الثالث: الإعلام الإسلامي في ضوء الوفود.

وكنقاط مهمة في هاته الرسالة: فقد تحدّثت عن الإعلام الإسلامي في عهد الرسول ﷺ، وبصفة عامّة أيضاً، وبيّنت مصادره وقواعده، وأساليبه ومميّزاته، وأهدافه، وإعداد النبي لرجل الإعلام، وكذا التصديّ للدعايات والشائعات.

(1) - محمد علي عوض، الإعلام في السنة النبوية. (رسالة ماجستير في الحديث الشريف وعلومه، كلية: أصول الدين، الجامعة الإسلامية: غزة، 2009م.

(2) - علي الأسطل، الوفود في العهد المكي وآثارها الإعلامية. (رسالة ماجستير في الإعلام الإسلامي، جامعة: الإمام محمد بن سعود، المعهد العالي للدعوة الإسلامية، السعودية، 1401هـ).

خامسا: المنهج المتبع في البحث

المنهج العام: تحليلي استقرائي.

- المنهج التحليلي: «يقوم هذا المنهج على عمليّات ثلاث: التفسير، والنقد، والاستنباط، وقد تجتمع هذه العمليّات كلّها في سياق بحثٍ معيّن، أو قد يُكتفى ببعضها عنها، وذلك بحسب طبيعة البحث»⁽¹⁾.

- المنهج الاستقرائي: «والمقصود به استقراء الحقائق الجزئية، واستنباط الحقائق الكلية والقضايا العامة، والاستقراء يكون بجمع الجزئيات، ودراستها واستخلاص خصائصها، ولا بدّ أن يكون شاملا حتّى تكون الأحكام سليمة، وحتّى يصبح الاستنباط صحيحا قد زُوّد بالأدلة الكافية من الأمثلة والبراهين»⁽²⁾.

فقدت باستقراء النصوص، والأحاديث، والأفعال النبوية، للإحاطة بالموضوع، بالاستفادة ممّا كتبه علماء الأمّة، ودُعائها وطلبة العلم، وجمع المعلومات وتنظيمها واستخراج الفوائد منها.

سادسا - تحديد مفاهيم الدراسة:

مفهوم المنهج:

1- المنهج لغة: «الطريق الواضح، ونَهَجَ الطريق: أبانه أو سلكه، وفلان يستنهج سبيل فلان، أي: يسلك مسلكه، والنّهج: الطريق المستقيم»⁽³⁾، وقد وردت كلمة المنهاج في آية واحدة في القرآن الكريم، وهي قوله تعالى: ﴿لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا﴾ [المائدة: 48]. وممّا ورد في تفسيرها: «الطريق الواضح البين: قال الطبري⁽¹⁾: يُستعمل في كلّ شيء كان واضحا، بيّنا، سهلا»⁽²⁾، «السبيل والسنة: والسبيل: الطريق وما وضح منه»⁽³⁾، والسنة: ممّا ورد في معناها: «الطريقة والجهة والقصد»⁽⁴⁾، وبالتالي فالمنهج طريق واضح بيّن.

(1) - فريد الأنصاري، أبجديات البحث في العلوم الشرعية. (لا. ط؛ الدار البيضاء: منشورات الفرقان، 1997م)، ص 96.
(2) - شوقي ضيف، البحث الأدبي طبيعته مناهجه أصوله، مصادره. (ط: 7؛ القاهرة: دار المعارف، د. ت)، ص 37 - 38.

(3) - أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور (ت: 711 هـ)، معجم لسان العرب، تنسيق علي شيري، ج: 2. (ط: 1؛ بيروت: دار إحياء التراث العربي، 1998م)، مادة نهج: ص 383.

2- المنهج عند علماء البحث العلمي:

هو: «الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيم على سير العقل، وتحدّد عملياته، حتّى يصل إلى نتيجة معلومة»⁽⁵⁾.

3- المنهج اصطلاحاً: «النّظام والخطّة المرسومة للشّيء، والمناهج متعدّدة لأنّها أحكام وأوامر ونواهي»⁽⁶⁾.

4- التّعريف الإجرائي: المنهج النبوي هو: الكيفيّات العمليّة المنظّمة، التي كان النبي يعرض بها الإسلام على النّاس، ويواجه بها مشكلات الواقع والدّعوة. مفهوم الإعلام: سأتطرق إليه في هذا الموضع مختصراً، وسأتناوله بالتّفصيل في الفصل الأوّل.

1- لغة:

«أعلمته بالأمر: بلّغته إيّاه وأطلّعته إيّاه، والعلم نقيض الجهل، ويقال: استعلّم لي خبر فلان وأعلمنيه حتّى أعلمه، واستعلّمني الخبر فأعلمته إيّاه»⁽⁷⁾، فهي تحمل معنى الإخبار.

2- اصطلاحاً:

«إيصال معلومة معيّنة إلى المتلقّي، لهدف معيّن، بأسلوب يخدم ذلك الهدف، ويُتوقع منه أن يؤثّر في المتلقّي، ويغيّر من ردود فعله»⁸.

مفهوم الإعلام الإسلامي:

(1) - هو: أبو جعفر محمّد بن جرير بن يزيد بن غالب الطّبري (224-310هـ)، إمام المفسّرين. ولد بطبرستان، ثم رحل إلى بغداد واستقر فيها، ثقة عالم، أحد أئمة أهل السّنة الكبار، له مؤلّفات أبرزها تفسيره الكبير جامع البيان عن تأويل آي القرآن المشهور بتفسير الطّبري، تاريخ الأمم والملوك، تهذيب الآثار وغير ذلك، توفي في بغداد، انظر: طبقات المفسّرين، الحافظ شمس الدين محمّد بن علي بن أحمد الدّاودي، ج2. (ط:1؛ بيروت: دار الكتب العلميّة، 1983م)، ص 110.

(2) - الطّبري، جامع البيان في تفسير القرآن، ج6. (لا. ط؛ بيروت: دار المعرفة، 1406هـ)، ص174.

(3) - انظر: لسان العرب لابن منظور، ج3، مرجع سابق، مادة سبل ص193.

(4) - انظر: لسان العرب لابن منظور، ج3، مرجع سابق، مادة سنن، ص2124-2125.

(5) - عبد الرّحمن بدوي، مناهج البحث العلمي. (ط:3؛ الكويت: وكالة المطبوعات، 1977م)، ص5.

(6) - محمّد أبو الفتح البيانوني، المدخل إلى علم الدّعوة. (ط:3؛ بيروت: مؤسّسة الرّسالة، 1995م)، ص245.

(7) - ابن منظور، باب: العين واللام والميم، ص371.

(8) - سمير بن جميل راضي، الإعلام الإسلامي رسالة وهدف. (لا.ط؛ مكّة المكرّمة: مطابع رابطة العالم الإسلامي، 1417هـ)، ص29.

-«الإعلام الذي يعكس الرّوح والمبادئ والقيم الإسلاميّة، ويمارس في مجتمع إسلامي، ويتناول كافة المعلومات والحقائق والأخبار المتعلقة بكافة نواحي الحياة السياسيّة، والاقتصاديّة والاجتماعيّة والقانونيّة والدينيّة...الخ»¹.

سابعا - خطة البحث: ينقسم البحث إلى:

المقدّمة

الفصل الأوّل: الإعلام.. مقارنة إسلاميّة

المبحث الأوّل: الإعلام واجهة عصر

المطلب الأوّل: تعريف الإعلام

المطلب الثّاني: سمات الإعلام ووظائفه

المطلب الثّالث: نشأة الإعلام وتطوّره

المبحث الثّاني: الإعلام الإسلامي

المطلب الأوّل: ماهيّة الإعلام الإسلامي

المطلب الثّاني: غاية الإعلام الإسلامي وخصائصه

المطلب الثّالث: مكانة الإعلام الإسلامي في المنظومة الإعلامية العالميّة

الفصل الثّاني: السّلك الإعلامي في السّيرة النّبوية

المبحث الأوّل: هيئة النّبيّ الإعلاميّة

المطلب الأوّل: الكلام ولغة الجسد عند النّبيّ وآثارهما الإعلاميّة

المطلب الثّاني: أخلاق النّبيّ الإعلاميّة

المطلب الثّالث: خصائص الإعلام النّبوي

المبحث الثّاني: تصرّفات النّبيّ الإعلاميّة

(1) - محمّد منير حجاب، الإعلام الإسلامي المبادئ النظرية التطبيق. (ط:1؛ القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002م)، ص24.

المطلب الأول: استخدامات النبي للإعلام في الدعوة

المطلب الثاني: استخدام النبي للإعلام في التعامل مع المسلمين

المطلب الثالث: استخدام النبي للإعلام مع غير المسلمين

الفصل الثالث: الرؤية النبوية للإعلام المعاصر

المبحث الأول: العملية الإعلامية في الرؤية النبوية

المطلب الأول: المرسل (رجل الإعلام الإسلامي)

المطلب الثاني: الرسالة الإعلامية وخصائصها

المطلب الثالث: الوسائل الإعلامية

المطلب الرابع: المستقبل (الجمهور)

المبحث الثاني: التوجيهات النبوية للإعلام المعاصر

المطلب الأول: بناء الإعلام الإسلامي

المطلب الثاني: ملامح إنسانية لإعلام إسلامي

المطلب الثالث: مقومات الإعلام الإنساني المنشود

الخاتمة

الفهارس العامة

الفصل الأول: الإعلام.. مقارنة إسلامية

- المبحث الأول: الإعلام واجهة عصر
- المطلب الأول: تعريف الإعلام
- المطلب الثاني: سمات الإعلام ووظائفه
- المطلب الثالث: نشأة الإعلام وتطوره
- المبحث الثاني: الإعلام الإسلامي
- المطلب الأول: ماهية الإعلام الإسلامي
- المطلب الثاني: غاية الإعلام الإسلامي وخصائصه
- المطلب الثالث: مكانة الإعلام الإسلامي في المنظومة الإعلامية العالمية

الفصل الأول: الإعلام.. مقارنةً إسلامية

عُرف القرن العشرون بأنه عصر السرعة، لما صاحبه من تطورات هائلة في ميدان الاتصال والإعلام، إنها « ثورة انتقال المعلومات، أو ثورة الإعلام التي شهدها هذا القرن، بحيث جاز لنا أن نطلق عليه عصر انتقال المعلومات أو عصر الصورة والخبر، تماما كما أطلق عليه غيرنا ألقابا مثل عصر التقنية، وعصر الكمبيوتر، وعصر الذرة، إنه - باختصار - عصر المعجزات»⁽¹⁾، مما جعل العالم كله كأنه قرية كونية صغيرة، أُختزل فيها الزمان والمكان.

المبحث الأول: الإعلام وأجهته العصر

يعتبر الإعلام الصفة البارزة لهذا العصر، والطاغية على كل مجال من مجالاته، وهو من أهم الوسائل المستخدمة في العولمة، التي «هي مفهوم أو مصطلح انتشر في السنوات الأخيرة، فكرته الأساسية انتشار المعلومات والأفكار، وسرعة تدفقها، أو تأثر أمة بأفكار، وعادات، وتقاليده، وقواعد غيرها من الأمم، وواكب العولمة الانتشار السريع للمعلومات والسماوات المفتوحة، وانتشار الفضائيات»⁽²⁾، وهو إعلام محتكر في أيدي الدول المتقدمة، لما للكلمة والصورة من أهمية في التأثير على العقول، ولندرك ونعرف ما هو هذا الإعلام؟، وما هي وسائله؟، وجب أن نتطرق إلى تعريفاته التي تناولها الباحثون والعلماء.

(1) - مصطفى المصمودي، النظام الإعلامي الجديد. (لا.ط؛ الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1985م)، ص80،

(2) - إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، معجم مصطلحات عصر العولمة. (لا.ط، لا.م: الدار الثقافية للنشر، 2006م)، ص334.

المطلب الأول: تعريف الإعلام

«بالعودة إلى قواميس اللغة العربية بحثاً عن معنى كلمة: (الإعلام)، بهذا التركيب اللفظي المستعمل الشائع لمدلول خاص معاصر، نجد عناء في الحصول على ذلك، خاصة في مادة (ع ل م)»⁽¹⁾، بسبب جذّة المصطلح، فقد برز في عصرنا الحالي فارضاً نفسه على الساحة، ممّا يفرض تعريفه، ومحاولة الحصول على التعريفات والاستخدامات الأقرب للمصطلح.

تعريف الإعلام لغة:

- (ع ل م): العين واللام والميم أصل صحيح واحد: يدلّ على أثر بالشّيء يتميّز به عن غيره، من ذلك العلامة وهي معروفة، يقال: علّمت على الشّيء علامة، ويقال: أعلم الفارس إذا كانت له علامة في الحرب، والعلم: الرّاية»⁽²⁾، فهي تحمل معنى الإظهار.

- «والعالم الذي يعمل بما يعلم، والعلم: نقيض الجهل، وعلمت الشيء: عرفتّه، وعلمت كأذنت، وأعلمت كأذنت، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه، وعلم الرجل: خبره، ورجل معلم إذا علم مكانه في الحرب بعلامة أعلمها، وأعلم الفرس: علقّ عليه صوفاً أحمر أو أبيض في الحرب، والعلامة: السّمة، ومن صفات الله سبحانه أنّه: العليم والعالم والعلّام، قال ﷺ: ﴿بَلَىٰ وَهُوَ الْخَلْقُ الْعَلِيمُ﴾ [يس: 81]، وقال ﷺ: ﴿عَلِيمُ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ﴾ [الأنعام: 73]، وقال ﷺ: ﴿أَلَمْ يَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ سِرَّهُمْ وَنَجْوَاهُمْ وَأَنَّ اللَّهَ عَلَّامُ الْغُيُوبِ﴾ [التوبة: 78]»⁽³⁾.

- «(ع ل م): على ثلاثة أوجه: الرّؤية، العلم بالشّيء والظهور عليه، والإذن، -وفيها تفصيلات-»⁽⁴⁾، وكلّها تشتمل على معنى الظهور والبيان.

(1) - عبد الله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة. (ط: 2؛ طنطا: دار البشير للنقافة والعلوم الإسلامية، 1993م)، ص 09.

(2) - أحمد بن فارس (ت: 395 هـ)، معجم مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام محمد هارون، ج: 4. (لا. ط: القاهرة: دار الفكر العربي، 1979م)، باب: العين واللام والميم، ص 109.

(3) - ابن منظور، معجم لسان العرب، ج: 12، مرجع سابق، باب: العين واللام والميم، ص 416.

(4) - الحسين بن محمد الدامغاني (ت: 478 هـ)، إصلاح الوجوه والنظائر في القرآن الكريم، تحقيق: عبد العزيز سيد الأهل. (ط: 3؛ بيروت: دار العلم للملايين، 1980م)، ص 330.

«والإعلام في اللغة التبليغ...، ويُقال: بلغت القوم بلاغاً، أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، ففي الحديث، قال رسول الله ﷺ: "بلغوا عني ولو آية" (1) (2)، والتبليغ أو التوصيل يتطلّبان النقل الحرفي دون تحريف.

ويلاحظ من خلال التعريفات اللغوية أنّ: العلم إمّا أنّه أثر لشيء يدلّ عليه، أو أنّه طريقة لمعرفة، والإعلام هو إخبار بمجهول، أو تمييز لشيء عن غيره، فهو لا يخرج عن معنى التوضيح والإظهار والتبيين.

فكأنما الإعلام لغة: هو إظهار أمر ما، وتوضيحه وتبيينه للمتلقّي.

تعريف الإعلام اصطلاحاً:

تعدّدت تعريفات الباحثين والمفكرين للإعلام كلّ حسب زاوية رؤيته، أو مجال عمله، أو ثقافته، ومن أبرز هذه التعريفات:

- 1- «تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من المواقع، أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولاتهم» (3).
- 2- «نشر للأخبار والحقائق والأفكار التي يتمّ التعبير عنها بطريقة مباشرة، أو غير مباشرة، في إطار موضوعي بعيد عن الهوى والغرض، من خلال أدوات ووسائل محايدة، بهدف إتاحة الفرصة للإنسان للوقوف على الأخبار والحقائق والأفكار..» (4).
- 3- «إيصال معلومة معيّنة إلى المتلقّي، لهدف معيّن، بأسلوب يخدم ذلك الهدف، ويتّوقع منه أن يؤثر في المتلقّي، ويغيّر من ردود فعله» (5).

(1) - محمّد بن إسماعيل البخاري (ت: 256هـ)، صحيح البخاري، ج: 4. (ط: 1؛ بيروت: دار ابن كثير، 2002م)، كتاب: أحاديث الأنبياء، باب: ما ذكر عن بني إسرائيل، ص 170، رقم: 3461.

(2) - سفر محمود محمّد، الإعلام موقف، (ط: 1؛ جدّة: الكتاب العربي السعودي، 1982م)، ص 21.

(3) - عبد اللّطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه. (لا.ط؛ القاهرة: : الهيئة المصريّة العامّة للكتاب، 2002م)، ص 75، عن: طه أحمد الزيّدي، المرجعيّة الإعلاميّة في الإسلام تأصيل وتشكيل. (ط: 1؛ بغداد: دار الفجر للطباعة والنشر، 2010م)، ص 42.

(4) - سفر محمود محمّد، الإعلام موقف، مرجع سابق، ص 24.

(5) - سمير بن جميل راضي، الإعلام الإسلامي رسالة وهدف. (لا.ط؛ مكّة المكرّمة: مطابع رابطة العالم الإسلامي،

4- « كلّ عملية يتفاعل بمقتضاها مرسل ومتلقي الرسالة في مفاهيم مشتركة، يتمّ خلالها نقل أفكار ومعلومات، سواء تمّ هذا التفاعل والنقل عبر إعلام شخصي، أجماعي، أو جماهيري⁽¹⁾ »

5- «عملية تزويد الناس بالأخبار، والحقائق والمعلومات الصادقة عن طريق وسائل»⁽²⁾.
ومن خلال ما سبق نجد أنّ: تعريفات الإعلام اختلفت وتفاوتت، بين من اهتمّ بالرسالة -
«والتي تتكوّن من وحدات ثلاث أساسية هي: المعلومات والحقائق، والأفكار، وعناصر الأحداث»⁽³⁾ - ومضمونها، وبين من اهتمّ بدور المرسل في إيصال المعلومة، وطريقة إيصالها، لكنهم اتفقوا على عدّة أمور منها:

- الإعلام عملية اتصال بعناصره المعروفة.
- لا بدّ من التزام الموضوعيّة والصدق كمعيار أساسي له.
- مراعاة اهتمامات الجمهور وميولاتهم، لإحداث التأثير والإقناع المرغوب.
- ومما ألاحظه على أغلب التعريفات التي بحثت عنها أنّها: تضع تعريفا للإعلام المفترض أو المطلوب، أو كأنّها صياغة للدور الذي يجب على الإعلام أن يلعبه، وفق شروط مؤمّلة تضعه في مستوى الكمال المنشود - والذي لم يتحقّق بعد-، ولم أجد تعريفا يشمل الإعلام كما هو واقع، أو كما هو مُطبّق في كلّ دول العالم.
- وفي نظري: الإعلام هو عملية تواصلية، تبغي إيصال معلومات معيّنة ومقصودة إلى الجمهور، لتبليغه وإعلامه بها، عبر مختلف الوسائل المتاحة، قصد إحداث الأثر الذي يرجوه القائم بالاتصال أو المرسل، سواء وقع التأثير المرغوب أم لم يقع.
- فلا يُشترط فيه حتّى يُعدّ إعلاما:
- صدق الرسالة أو المعلومات.
- نزاهة وصدق القائم بالاتصال.

(1) - محمّد عبد الملك المتوكّل، مدخل إلى الإعلام والرأي العام. (ط:2؛ صنعاء: لا.م، 2005م)، ص18.

(2) - طه أحمد الزيّدي، معجم مصطلحات الدعوة والإعلام-عربي انجليزي-. (ط:1؛ العراق: دار الفجر للنشر والتوزيع،

2010م)، ص41.

(3) - عبد العزيز شرف، الأساليب الفنيّة في التحرير الصحفي. (لا.ط؛ القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 2000م)،

– وسائل إعلامية بعينها.

– حدوث الأثر المطلوب حتما.

والأفماذا يُسمّى الإعلام غير النزيه، أو الخيالي؟، أليس إعلاما؟!، حتّى إن قلنا أنّ غير النزيه دعاية، فالدعاية جزء من الإعلام، وكلّ ما تبثّه وسائل الإعلام لا يمكن عدّه إلا إعلاما على وجه العموم.

وأكاد أُحرّف التعريف المنسوب إلى الإعلام إجمالا – بأنّه تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة، والحقائق الثابتة، والأخبار الصادقة- إلى تعريف الإعلام الإسلامي فهو إلى حقيقته أقرب، وأنسب من ذاك.

وتعريف الإعلام يقودنا إلى ضرورة محاولة التعرف على السمات التي يتميّز بها شكلا ومضمونا.

المطلب الثاني: سمات الإعلام ووظائفه

يشتمل الإعلام على عدّة عناصر متشابكة وهي « عناصر أساسية لا بد من توافرها للقيام بأي عمل إعلامي، ولا يمكن أن تتم العملية الإعلامية ما لم تتوفر⁽¹⁾ وهي: المرسل للرسالة الإعلامية، الرسالة، الوسيلة التي تقوم بنقلها، المستقبل لها، الاستجابة، وقد لخص هارولد لاسويل⁽²⁾ هاته العملية في عبارة: من؟، يقول ماذا؟، بأي وسيلة؟، إلى من؟، وبأي تأثير؟.

«وتكاد هذه العناصر أن تتساوى في أهميتها لأن غياب أحدها يعطل العملية الإعلامية»⁽³⁾، فهي شديدة الترابط والتداخل فيما بينها، كما أن هناك عدّة ألفاظ ذات صلة بالإعلام تتقاطع معه، وجب توضيحها للتمييز بينها وبينه:

1- الاتصال:

«الاتصال بالمفهوم العام للعلم: هو انتقال المعلومات والحقائق، والأفكار والمشاعر، وهو نشاط إنساني حيوي، وأن الحاجة إليه في ازدياد مستمر، كما يشير مفهوم الاتصال إلى العملية التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس، داخل نسق اجتماعي معيّن»⁽⁴⁾، وقد عرفه البشر منذ بداية الخليفة.

2- الدعاية:

«الجهود الاتصالية المقصودة والمديرة التي يقوم بها الداعية مستهدفا نقل معلومات، ونشر أفكار واتجاهات معينة، تم صياغتها من حيث المضمون والشكل، وطريقة العرض بأسلوب

(1) - محمد عبد الملك المتوكّل، مدخل إلى الإعلام والرأي العام، مرجع سابق، ص19

(2) - هو: هارولد دوايت لاسويل، (1902 - 1978م)، عالم سياسي، ومُنظّر إعلامي أمريكي، درس تأثير أجهزة الإعلام

على تكوين الرأي العام، وهو صاحب "صيغة لاسويل" الشهيرة في تصميم الرسائل الاعلامية المستنبطة من طرح الأسئلة التالية، (من يقول، ماذا يقول، بأية وسيلة، لمن، وبأي قصد؟)، كان أستاذ قانون في جامعة يل، من موقع: <http://www.marefa.org>، تاريخ التصفح: 2016/2/29، توقيت التصفح: 21:56.

(3) - محمد عبد الملك المتوكّل، مدخل إلى الإعلام والرأي العام، مرجع سابق، ص19

(4) - منال طلعت محمود، مدخل الى علم الاتصال. (لا.ط؛ الاسكندرية، لان، 2001م)، ص18.

يؤدي إلى إحداث تأثير مقصود ومستهدف، بغرض السيطرة على الرأي العام»⁽¹⁾، فالدعاية تسعى بشدة لتحقيق غايات معينة.

3- الإعلان:

«هو مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية، المرئية أو المسموعة على الجمهور، لغرض حثه على شراء سلع أو خدمات، أو من أجل التقبّل الطيّب لأفكار أو أشخاص، ووظيفته: حثّ المستهلكين على اقتناء السلع أو شراء الخدمات، وتهيئتهم لتقبّلها»⁽²⁾، والدعاية والإعلان يتفقان مع الإعلام في كونهما عملية اتصالية، وبوسائل إعلامية، وإن اختلفت أهداف وطرق كلّ منهما

4- الصحافة:

«هي مهنة تحرير أو إصدار المطبوعات والموادّ الصحفية، وأداة للتعبير عن حرية الفرد»⁽³⁾، ومنها اشتقت كلمة صحفي، والصحافة فرع هام من فروع الإعلام.

الإعلام وعلاقته بالمصطلحات السابقة:

تتّضح الفروق جلية بين الدعاية والإعلان، وبين الإعلام الذي يهدف إلى تزويد الجماهير بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة - بعكسهما، إذ يهدفان لتزويد الجماهير بالمعلومات التي تخدمهما، وتحدث التأثير المطلوب بغضّ النظر عن مدى صحتها، بينما يُعتبر الاتصال قاعدة عامّة، ينطلق منها كلّ من الإعلام والدعاية والإعلان.

5- وظائف الاعلام: يعمل الإعلام عامّة على الاضطلاع بخمس وظائف أساسية⁽⁴⁾:

- أ - وظيفة اجتماعية: تهتمّ بالمجتمع، والتّماسك الاجتماعي وتنميّة العلاقات البيئية.
- ب - وظيفة تربوية: تتضمّن تعليم القيم، والمهارات والتّثقيف.
- ت - وظيفة ترويجية تساعد على التّرفيه لتحقيق التوازن بين جوانب الحياة المختلفة
- ث - وظيفة تسويقية وخدمائية، كالإعلان والدعاية.

(1) - منى سعيد الحديدي وشريف درويش اللّبان، فنون الإعلام والاتّصال المتخصّص. (ط:1؛ القاهرة: الدّار المصريّة اللبنانية،

2006م)، (عن مجموعة من الباحثين)، ص28، بتصرّف.

(2) - منال طلعت محمود، مدخل الى علم الاتّصال، مرجع سابق، ص181، بتصرّف.

(3) - فاروق محمّد أبو زيد، مدخل إلى علم الصّحافة. (لاط: القاهرة: عالم الكتب، 1986م)، ص39-40، بتصرّف.

(4) - محمود كرم سليمان، التّخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام. (ط:1؛ مصر: دار الوفاء، 1988م)، ص91.

ج- وظيفة إقناعية تهدف إلى التوجيه، أو تغيير أو تأكيد الاتجاهات والمواقف.
وتتم تلك الوظائف المتنوعة عبر وسائل إعلامية متعددة: مكتوبة أو سمعية أو بصرية، أو
سمعية بصرية.

المطلب الثالث: نشأة الإعلام وتطوره

إنَّ النَّاطِرَ إلى هذا العصر وما فيه من تطوّرات، يجد أنَّ أبرزها الإعلام، بمختلف وسائله من صحف، وإذاعات وفضائيات، وشبكات إنترنت، لكن عند التدقيق في تاريخ الإعلام يُدرك المرء أنَّه كان موجوداً منذ القدم، فهو أسلوب اتّصالي بين البشر، والإنسان كائن اجتماعي بطبعه، لا مناص له من التّواصل مع غيره، قال ﷺ: ﴿يَأْتِيهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْتُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾ [الحجرات: 13]، «فالإعلام كمضمون وكوسيلة ناقلة لذلك المضمون وُجد بوجود هذا الإنسان، ونشأ معه، وارتبط باستخلافه في هذه الأرض»⁽¹⁾، قال ﷺ: ﴿وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾ [البقرة: 30]، «فالإنسان مارس الإعلام بطريقة فطريّة ملهمة، وفي ظلّ الرُّسل تطوّر الإعلام مضمونا ومحتوى وأسلوباً بوحى الله إليهم»⁽²⁾، ويرجع الفضل في بداية تطوّر وسائل الإعلام وتقنياته في العصر الحديث إلى ثلاثة علماء هم:

- غوتنبرغ⁽³⁾ الذي كان أوّل من فكّر في اختراع الطّباعة بالحروف المعدنيّة.
- ماركوني⁽⁴⁾ الذي صنع جهاز الاستقبال والإرسال تفصل بينهما مسافة كيلومترين.
- جون بيرد⁽⁵⁾ الذي اخترع أوّل تلفزيون في العالم.

(1) – عبد الله قاسم الوشلي، الإعلام الاسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، مرجع سابق، ص16.

(2) – المرجع نفسه، ص18.

(3) – هو: يوهان غوتنبرغ، مخترع ألماني، (1898م-1968م)، قام في سنة 1947 بتطوير قوالب الحروف التي توضع بجوار بعضها البعض، مطوّراً بذلك علم الطّباعة، ويعتبر مخترع الطّباعة الحديثة، موقع:

www.ar. wikipedia. org ، تاريخ التّصفح: 2016/2/29، 23:04.

(4) – هو: غوليلمو ماركوني (1874م-1937م)، مخترع إيطالي، ساهم في اكتشاف الموجات الكهرومغناطيسيّة للراديو، وهو مخترع الإبراق اللاسلكي، سنة 1909م حصل على جائزة نوبل في الفيزياء عن اختراعه الرّاديو، موقع:

www. mawhopon. net ، تاريخ التّصفح: 2016/2/29، 23:15.

(5) – هو: جون لوجي بيرد (1888م-1946م)، مهندس كهرباء اسكتلندي اخترع أوّل آلة لبث الصّوت والصّورة في عام

1925، تاريخ التّصفح: 2016/2/29، 23:50، www.ar. wikipedia. org.

«أما التلفزيون فإنّه وإن كان أقلّ من الصحافة والإذاعة المسموعة انتشارا بداية، إلّا أنّ استخدامه للصوّت والصّورة واللّون معا جعله من أكثر الوسائل تأثيرا على العقول»⁽¹⁾، ولقد تضاعف دور الإعلام في الحياة الاجتماعيّة مع انتشار وسائل الإعلام الجماهيري، وتطوّرها على نطاق واسع، ممّا يؤكّد أنّ وسائل الإعلام قويّة جدا، وأنّها قادرة على تغيير وتجديد الفكر، ودفع الأفراد إلى التصرف وفقا لأهدافها الإعلاميّة.

«فقد عمل الاقتصاد الصناعي الحديث على دمج الوحدات الإعلاميّة الصغيرة في مجموعات أكبر، كما عمل على بقاء الوحدات القويّة القادرة فقط في المجال الوطني والدّولي، وأدّى ذلك إلى اندماج وسائل الإعلام في شركات ضخمة لها أوجه نشاط أخرى في مجال غير مجال الإعلام»⁽²⁾، والأصل في وسائل الإعلام أن تكون حياديّة، وأن تقدّم صورة صادقة عن الواقع دون تحريف، لكنّ هذه الغاية النّبيلة لم تتحقّق، وكان الهدف الأساسي للغرب هو السيطرة على الإعلام ووسائله، والدّليل على ذلك أنّ «غالبية وكالات الأنباء والمؤسّسات والمواد الإعلاميّة أمريكيّة، ورأس المال البالغ 89 مليار دولار الذي يتحكّم في سوق التّقنية الإعلاميّة غاليبته أمريكي»⁽³⁾، ومفاد ذلك أنّ الإعلام أصبح صناعة ضخمة تقوم على تكنولوجيا متقدّمة وأموال طائلة، ممّا يجعل الدّول المتقدّمة في وضع المسيطر، لأنّه كان لها فضل السبق والريادة في ذلك المجال، وسخّروه في سيطرتهم على العقول، وتوجيه الرّأي العام العالمي بما يخدم مصالحهم.

ولا ريب أن للإعلام آثاره العميقة على المجتمعات، إذ يقوم بأداء دور إيجابي أو سلبي، يؤثّر بشكل مباشر على تشكيل الحياة المعاصرة بكلّ عناصرها ومؤسّساتها، «كما أثبتت دراسات لجمهور وسائل الإعلام أنّ: لهذه الوسائل تأثيرات واضحة على سلوك الجمهور، وتصرفاتهم والكثير من عاداتهم، وأنّها تساهم بصورة أو بأخرى في إحداث تغييرات معيّنة فيها، لكنّ الجانب الأكبر والمهمّ في تأثيرات وسائل الإعلام هو المتعلّق بالمضمون الفكري الذي يُبثّ

(1) - سفر محمود محمّد، الإعلام موقف. مرجع سابق، ص 19.

(2) - جيهان أحمد رشتي، الإعلام الدّولي. (لا. ط؛ القاهرة: دار الفكر العربي، 1986م)، ص 337.

(3) - سعد العبيدي، الحرب النفسيّة في النّظام الإعلامي الجديد، موقع مجلّة النّبأ المصريّة،

www. annabaa. org/nba55/harbnafsia. html، تاريخ التّصفح: 2001/03/06 م، 00:02، بتصرّف.

من خلالها»⁽¹⁾، ممّا يتطلّب ضرورة التّحرك والمواجهة لصالح البشرية بصفتنا أمة الرّسالة.

(1) - محمّد عبد الله الخرعان، ملكيّة وسائل الإعلام، وعلاقتها بالوظائف الإعلاميّة في ضوء الإسلام. (ط:1؛ الرّياض: دار عالم الكتب للطباعة والنّشر، 1996م)، ص 239 - 240، بتصرّف.

المبحث الثاني: الإعلام الإسلامي

دين الإسلام هو الدين الحق لكل مسلم ومسلمة، والذي أكمله الله، وأتمه ورضيه لنا ديناً، قال ﷺ: ﴿الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتِمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا﴾ [المائدة: 3]، فهذا الدين كما أخبر الله دين كامل شامل، نظم أمور الدين والدنيا للفرد المسلم، ولعموم الخلق، في كل شأن من شئون الحياة، وجاء بما يكفل للبشرية على وجه العموم، وللمسلمين بوجه الخصوص السعادة بامتدادها الدنيوي والأخروي.

والإعلام بالإسلام عبادة جليلة مرتبطة بتوحيد الله والإخلاص له،، واتباع نهجه، قال ﷺ: ﴿قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ لَا شَرِيكَ لَهُ، وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ﴾ [الأنعام: 162-163]، وإذا كان الإعلاميون المعاصرون يُعبّرون عن الإعلام بأئبه «تزويد الجماهير بالمعلومات الدقيقة، والأخبار الصحيحة، لتكوين رأي صائب، فإن الإعلام الإسلامي هو تبليغ الوحي المعصوم، ليبين ويساعد الجماهير على تبني الرأي الأنسب فعلاً، لأئبه لا يحتمل أي خطأ، من أجل حياة كريمة، وهو إعلام يشمل الناس كافة على اختلاف أديانهم ومذاهبهم، وتتوَّع ثقافتهم وحضاراتهم، وينطلق في ذلك من عالمية الإسلام ودعوته، إذ يقول ﷺ: ﴿تَبَارَكَ الَّذِي نَزَّلَ الْفُرْقَانَ عَلَى عَبْدِهِ لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا﴾ [الفرقان: 1].

المطلب الأول: ماهية الإعلام الإسلامي

أ- الإعلام في القرآن: لم يرد لفظ الإعلام صريحا في القرآن، وإنما ورد ما يقاربه من مفردات مثل:

1- أذن: « تأذن: فلان أعلم وأقسم، وفي الناس: نادى فيهم بتهديد أو نهي، وبالشّر: أنذر به، واستأذنه: في كذا طلب إذنه فيه، وعلى فلان: طلب إذن الدّخول عليه، والأذان: النّداء للصلاة »⁽¹⁾، و«نقول العرب قد أذنت بهذا الأمر أي علمت، وأذنتني فلان أعلمني، والمصدر الإذن والإيذان، وفعله بإذني: أي بعلمي»⁽²⁾، وقد جاءت في القرآن الكريم لتدلّ على الإعلام في سياقات منها: قال ﷺ: ﴿فَلَمَّا جَهَّزَهُم بِجَهَّازِهِمْ جَعَلَ السَّقَايَةَ فِي رَحْلِ أَخِيهِ ثُمَّ أَذَّنَ مُؤَذِّنٌ أَيَّتُهَا الْعِيرُ إِنَّكُمْ لَسَارِقُونَ﴾ [يوسف: 70]، كما قال ﷺ: ﴿وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَى كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ﴾ [الحج: 27]، وكلاهما بمعنى نادى وأعلم.

2- اصّدع: «وأصلها صدع، يقال: صدع الثّبات الأرض صدعا: شقّها وظهر منها، وصدع الأمر وبه بينه وجهر به»⁽³⁾، قال ﷺ: ﴿فَأَصْدَعُ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضُ عَنِ الْمَشْرِكِينَ﴾ [الحجر: 94]، «والصدّع بالحقّ متضمّنة معنى الإعلام، وفيه إعلام النّاس بالحقّ الذي يجب أن يلتزموا به، وإعلامٌ بالباطل الذي يجب أن يبتعدوا عنه»⁽⁴⁾، وإظهار للأمر على حقيقتها.

3- بلّغ: «أدرك وبلّغ الأمر: وصل إلى غايته، وبلغ بلاغة: فصح وحسّن بيانه، وأبلغ الشّيء: أوصله، والبلاغ: التّبليغ، والبلاغة: حُسْنُ البَيَان وقوّة التّأثير، وعند علماء البلاغة: مطابقة الكلام لمقتضى الحال مع فصاحته»⁽⁵⁾، وقد ورد بهذا المعنى في قوله ﷺ: ﴿هَذَا بَلَّغٌ

(1) - مجمع اللغة العربيّة، المعجم الوسيط. (لاط؛ القاهرة: لا. م، لا. ت)، ص 24.

(2) - ابن فارس، معجم مقاييس اللغة، مرجع سابق. ج: 1، ص 77.

(3) - مجمع اللغة العربيّة، المعجم الوسيط. مرجع سابق، ص 510.

(4) - عبد الله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، مرجع سابق، ص 14 .

(5) - ابن منظور، لسان العرب، ج: 2، مرجع سابق، مادة بلغ، ص 144.

لِلنَّاسِ وَلِيُنذِرُوهُمْ وَلِيَعْلَمُوا أَنَّمَا هُوَ إِلَهٌُ وَاحِدٌ وَلِيَذْكُرُوا الْأَلْبَابَ ﴿إِبْرَاهِيمَ: 52﴾، كما ورد في قول الحبيب المصطفى ﷺ: "بلغوا عني ولو آية"⁽¹⁾.

4- نبأ: ومشتقاتها والتي وردت في القرآن في مرّات عدّة، ومنها قوله ﷺ: ﴿قَالَ يَتَدُمُّ أَنْبِئُهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ﴾ [البقرة: 33]، فالإنباء هو الإخبار.

5- أذاع: إظهار الشيء وإفشاؤه وانتشاره، قال ﷺ: ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْ لَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا﴾ [النساء: 83]، ومنه اشتق مصطلح الإذاعة.

ومن هنا يتبيّن لنا أنّ لفظ الإعلام يحمل عدّة معانٍ، وهو بمفهومه المعاصر يعني: الاستعلام عن الحوادث والأخبار، كما يشير إلى التوجيه والإرشاد والدعاية.

ب- تعريفه اصطلاحاً⁽²⁾: يُعرّف الإعلام الإسلامي بأنه:

1- «تزويد الجماهير بصفة عامّة بحقائق الدين الإسلامي، المستمدّة من كتاب الله وسنة رسوله، بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلاميّة دينيّة متخصصة أو عامّة، بواسطة قائم بالاتصال، لديه خلفيّة واسعة ومتعمّقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بُغية تكوين رأي عام صائب، يعي الحقائق الدّينية ويدركها، ويتأثّر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته»⁽³⁾.

(1) - سبق تخريجه: ص 4.

(2) - للإشارة أهمّ المراجع التي تتناول الإعلام الإسلامي باستفاضة مثل كتب عمارة نجيب ومحي الدين عبد الحليم، وعبد الوهاب كحيل، عبد اللطيف حمزة وغيرهم، غير متوفّرة على النّت، لذا أوصي كل طالب مختصّ في هذا المجال باقتنائها - وإن كنت لا أبرّر ذلك لنفسي - كما أتساءل لماذا نجد باقي المراجع العامّة في الإعلام متوفّرة وبغزارة، بينما المختصّة في الإعلام الإسلامي حكر على البعض فقط، ممّا قد يناقض مبدأ تزويد الجماهير بالحقائق عن الدين الذي يتنادون به! .

(3) - محي الدين عبدالحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العمليّة. (ط: 2؛ القاهرة: مكتبة الخانجي، والرياض: دار الرفاعي، 1984م)، ص 147، عن محمد خير رمضان يوسف، من خصائص الإعلام الإسلامي. (لا. ط؛ مكّة: رابطة العالم الإسلامي، 1989م)، ص 12.

2- «الذي يعرف بالله الواحد ودينه الحق، ويرسم صورة صادقة لرسالة محمد لا زيادة فيها ولا نقصان»⁽¹⁾

3- «الإعلام الذي يعكس الروح والمبادئ والقيم الإسلامية، ويمارس في مجتمع إسلامي، ويتناول كافة المعلومات والحقائق والأخبار المتعلقة بكافة نواحي الحياة السياسية، والاقتصادية والاجتماعية والقانونية والدينية... الخ»⁽²⁾

وما ألاحظه أن التعريفات السابقة تركز على الناحية الدينية فقط في الإعلام الإسلامي، أو تقصره على المجتمع المسلم.

ولكن عندما نسميه بالإعلام الإسلامي، فقد أضفناه لدين الإسلام، هذا الدين الذي جاء للبشرية كافة: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ﴾ [الأنبياء: 107]، كما أنه يمس كل مجالات الحياة، ولا يخص المجال الديني أو الإقليمي فقط، ولعل هذا هو سبب عجز القنوات الفضائية الدينية الإسلامية، إذ تقصر الإسلام في جانب العبادات والأخلاق فقط، ولا تحاول أن تغطي كل ما من شأنه أن يرفع من قيمة الإنسان - ولا أقول المسلم فقط- وأن يضمن له العيش الرزقي الكريم، ولكنها بذلك الطرح تكاد تقصره على المتدينين فقط إذ هم أكثر متابعي تلك القنوات.

وأرى أن صبغ الإعلام بصبغة الإنسانية والشمولية ذاك ما يجعل منه إعلاما ناجحا في توصيل رسالته، سواء لتحسين واقع المسلمين أو لجذب غير المسلمين لهذا الدين، وتوجيههم لما فيه صلاح حياتهم وإن تمسكوا بدينهم. فعندما يعمل الإعلام على توجيه الجمهور، ومساعدتهم ليعيشوا أفضل حياة، وبذل كل ما يمكن في إعمار الأرض والعيش الكريم (بغض النظر عن توجهاتهم ودياناتهم)، وعندما يسعى ليوصل ويوضح للجمهور ما يضمن لهم أхраهم وفردوس الجنان، سواء بتوجيه وإرشاد المسلمين أو غير المسلمين، حينها يصح أن نقول أنه إعلام إسلامي - إلهي إنساني شمولي -.

(1) - محمد الغزالي، النظرية الإعلامية في الإسلام والعلاقات الإنسانية، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، ص 281، عن عبد

الله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، مرجع سابق، ص 11.

(2) - محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي المبادئ النظرية التطبيق. (ط: 1؛ القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع،

إذاً استنتج أن الإعلام الإسلامي هو: تعريف الجماهير في العالم أجمع بحقيقة الإسلام، ومضامينه، وتوجيههم لما فيه صلاح دنياهم في كل المجالات، ولما فيه النجاة في آخرهم، باستخدام كل السبل والوسائل الإعلامية المتاحة - وهو باختصار الدليل الذي يُعلم الإنسان كيف يحيا كما يحب له خالقه -.

والإعلام الإسلامي لا يختلف في وسائله ومواضيعه عن الإعلام المعاصر، لكنه ذو صبغة خاصة مستمدة من روح الشريعة، لتنبثق عنه شكلاً ومضموناً، وبذلك تهدف رسالة الإعلامية إلى تحقيق أهداف واضحة، شاملة كل المجالات انطلاقاً من منهج إسلامي متكامل.

فالحبيب المصطفى ﷺ لم يقتصر على تبليغ تعاليم الدين كما جاءت فقط، بل استمد منها كل ما يرتبط بمجالات الحياة المختلفة، قال ﷺ: "إن قامت الساعة وفي يد أحدكم فسيلة، فإن استطاع أن لا تقوم حتى يغرسها فليغرسها"⁽¹⁾، وقال ﷺ: "التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء"⁽²⁾، وقال ﷺ: "إذا حكم الحاكم فاجتهد ثم أصاب فله أجران، وإذا حكم فاجتهد ثم أخطأ فله أجر"⁽³⁾.

ج- مشروعية الإعلام الإسلامي:

يُعتبر الإعلام أحد أسباب القوة في العصر الحديث، وينبغي لمن يقوم على الإعلام أن يكون له دور في تشكيل رأي عام مستنير، التزاماً بأداء الأمانة، لقوله ﷺ: ﴿إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا﴾ [الأحزاب:

(1) - أبو بكر أحمد بن عمرو العنكي المعروف بالبرزاري (ت: 292هـ)، مسند البرزاري المنشور باسم البحر الزخار، تحقيق: محفوظ الرحمن زين الله، وعادل بن سعد وصبري عبد الخالق الشافعي، ج: 14. (ط: 1؛ المدينة المنورة: مكتبة العلوم والحكم، 2009م)، ص 1، رقم: 7408.

(2) - أبو عيسى محمد بن الضحاك الترمذي، (ت: 279هـ)، الجامع الكبير سنن الترمذي، تحقيق: بشار عواد معروف، ج: 2. (لا.ط؛ بيروت: دار الغرب الإسلامي، 1998 م)، أبواب: البيوع، باب: ما جاء في النجار وتسمية النبي صلى الله عليه وسلم إياهم، ص 505، رقم: 1209.

(3) - صحيح البخاري، ج: 9، كتاب الاعتصام بالكتاب والسنة، باب: الحجة على من قال: إن أحكام النبي ﷺ كانت ظاهرة، وما كان يغيب بعضهم من مشاهد النبي ﷺ وأمور الإسلام، ص 108، رقم: 7352.

[72]، وللإعلام في الإسلام دور رئيسي في التأثير على حياة الأمم، وتشكيل ثقافتها، وصياغة فكرها، وتتبع مشروعيتها من منطلقات أساسية ترتكز عليها الشريعة الإسلامية الخالدة، أهمها:

- 1- أن الإسلام دين الله للعالمين، -ومتى كان إسلام الناس إلّا بمجيئه وليس قبله- وبالتالي وجب تبليغه للجميع، لقوله ﷺ: ﴿قُلْ يَأَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِي وَيُمِيتُ﴾ [الأعراف: 158].
- 2- «كل من اعتنق الدين مسئول عن تبليغه للغير، وجوبا عينيا للتبليغ على إطلاقه، وكفايا بالنسبة للتفقه في الدين، باعتباره الوسيلة المثلى للتبليغ»⁽¹⁾، قال ﷺ: ﴿وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾ [آل عمران: 104]، وقال ﷺ: ﴿هَذَا بَلَّغٌ لِلنَّاسِ وَلِيُنذَرُوا بِهِ، وَلِيَعْلَمُوا أَنَّمَا هُوَ إِلَهُ وَاحِدٌ وَلِيَذَكَّرَ أُولُوا الْأَلْبَابِ﴾ [إبراهيم: 52]، وقال رسول الله ﷺ: "نضر الله امرؤا سمع مقالتي فوعاها، وبلغها، كما سمعها فربّ مُبلِّغ أوعى من سامع"⁽²⁾.

- 3- «مهمة الرسل والدعاة منحصرة في الإعلام دون الهداية، قال ﷺ: ﴿إِنَّكَ لَا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾ [القصص: 56]، وقال ﷺ: ﴿وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأَحْذَرُوا فَإِنْ تَوَلَّيْتُمْ فَأَعْلَمُوا أَنَّمَا عَلَى رَسُولِنَا الْبَلَّغُ الْمُبِينُ﴾ [المائدة: 92]»⁽³⁾، والمسلم مطالب بتبليغ الدين للناس، وإعلامهم به، وليس ملزم بهدايتهم، والصحابه رضوان الله عليهم خير، وأصدق مثال على ذلك، ومن قبلهم الرسول الأكرم ﷺ، و الرسل السابقون عليهم السلام.

(1) - محمد غياث مكتبي، الإعلام الإسلامي ماهيته، خصائصه، أدواته، واقعه، وإشكالياته الراهنة. (لاط؛ لام، لان، د.ت)، ص 61، بتصرف.

(2) - سراج الدين أبو حفص عمر ابن الملّق (ت: 804هـ)، البدر المنير في تخريج الأحاديث، والآثار الواقعة في الشرح الكبير، تحقيق: مصطفى أبو الغيط وعبد الله بن سليمان وياسر بن كمال، ج: 1. (ط: 1؛ الرياض: دار الهجرة للنشر والتوزيع، 2004م) ص 257.

(3) - محمد غياث مكتبي، الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 63.

المطلب الثاني: غاية الإعلام الإسلامي وخصائصه

الإعلام الإسلامي محكوم في غايته ووسيلته بأحكام الشريعة ومقاصدها، وهو ذو طابع رياديّ متميّز في وجهته وأهدافه ومبادئه، ومقاصده وعرضه وأسلوبه، ذلك أنه يستمدّ رسالته من معجزتين جمعتا كلّ معاني الإعجاز، خاصة في البيان والتبليغ، متمثلتان في القرآن الكريم، والسنة الشريفة..

1- غاية الإعلام الإسلامي:

إنّ غاية الإعلام الإسلامي الأسمى تنبثق من غاية الإسلام ذاته، و هي تعبيد الإنسان لخالقه ومُوجده جلّ في علاه ، قال ﷻ: ﴿وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ مَا أُرِيدُ مِنْهُمْ مِنْ رِزْقٍ وَمَا أُرِيدُ أَنْ يُطْعَمُوا إِنَّ اللَّهَ هُوَ الرَّزَّاقُ ذُو الْقُوَّةِ الْمَتِينُ﴾ [الذاريات: 56-58]، وقال ﷻ: ﴿وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ﴾ [البينة: 5]، ولتحقيق هذه الغاية وتبيينها أرسل الله الرّسل، وأنزل الكتب لهداية البشر لكلّ ما فيه صلاح دنياهم وأخراهم، «وليست غاية الإعلام في الإسلام غسيل رؤوس العباد حتّى تتّسع لكلّ التقلّبات، ولا عملية تخدير حتّى تتقبّل الأمة أمرًا خطيرًا ما كانت لتقبّله لولا هذا التّخدير»⁽¹⁾، إنّما هو توضيح وإرشاد على الخيار.

2- خصائص الإعلام الإسلامي:

هناك عدد كبير من الخصائص و المواصفات التي يختصّ بها منها:

- «الإطار العام للإعلام الإسلامي من عند الله سبحانه، أوحى به إل نبيّه ﷺ في كثير من الآيات التي حدّدت معالم الدّعوة وطرق الإقناع والتأثير»⁽²⁾، وليس من وضع البشر

(1) - محمود محمّد سفر، الإعلام موقف، مرجع سابق، ص 62.

(2) - محمّد منير حجاب، الإعلام الإسلامي المبادئ النظرية التطبيق. (ط1؛ القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002م)،

- «عقيدي مسلكي: قائم على العقيدة والإيمان، مرتبط بأحكام الإسلام وتعاليمه وأخلاقه»⁽¹⁾ في كل شأن من شؤون الحياة، ملتزم لمنهجه الذي هو المسلك القويم والصراط المستقيم.

- « واجب على الأمة الإسلامية لأتته نوع من البلاغ، وباب للأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، لقوله تعالى: ﴿وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾ [آل عمران: 104] »⁽²⁾، كما تميّزت بأنها خير أمة أخرجت للناس.

- «الإرتباط الحي بين المبادئ العامة للإعلام الإسلامي وبين الممارسة الفعلية لها، فقد استوعب المصطفى هاته المبادئ ودافع عنها وقدّم لنا المعالجة الحقيقية لمشكل التطبيق الإعلامي»⁽³⁾، في منهج إعلامي فريد التزمه الصحابة من بعده.

- العمومية: فهو إعلام شمولي يسع كافة الناس، على اختلاف أديانهم وثقافتهم وأجناسهم، أساسه في ذلك عالمية الإسلام الذي جاء للعالمين من رب العالمين، وعمومية في الأحكام والجزاء للجميع⁽⁴⁾ فكيف لملك عادل أن يُحسن لقوم دون قوم، قال ﷺ: ﴿تَبَارَكَ الَّذِي نَزَلَ الْفُرْقَانُ عَلَى عَبْدِهِ لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا﴾ [الفرقان: 1]، وكما قال جعفر

الطيار ﷺ⁽⁵⁾: "إِنَّ اللَّهَ ابْتَعَثَنَا لَنُخْرِجَ النَّاسَ مِنْ عِبَادَةِ الْعِبَادِ إِلَى عِبَادَةِ اللَّهِ، وَمَنْ ضَيَّقَ الدُّنْيَا إِلَى سَعَةِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَمَنْ جَوَّرَ الْأَدْيَانَ إِلَى عَدْلِ الْإِسْلَامِ"⁽⁶⁾.

(1) - محمد عجاج الخطيب، أضواء على الإعلام في صدر الإسلام. (لا. ط؛ بيروت: مؤسسة الرسالة، 1984م)، ص 13.

(2) - المرجع نفسه، ص 14.

(3) - محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي المبادئ النظرية التطبيق، مرجع سابق، ص 25.

(4) - انظر: محمد خير رمضان يوسف، من خصائص الإعلام الإسلامي. (لا. ط؛ مكة: رابطة العالم الإسلامي، 1989م)،

ص 23. بتصرف

(5) - هو جعفر بن أبي طالب بن عبد المطلب القرشي الهاشمي، ابن عم رسول الله، وأمه فاطمة بنت أسد بن هاشم، أسلم قديماً، وهاجر الهجرتين، ولد في مكة سنة 34 ق. هـ، كان أشبه الناس بالرسول ﷺ خلقاً وخلُقاً، شهد غزوة مؤتة سنة 8 هـ بين المسلمين والروم، ولما قُتل زيد، أخذ جعفر اللواء بيديه ففُطعتا، حتى قُتل وهو ابن إحدى وأربعين سنة، ودُفن في مؤتة في الشام، انظر: محمد بن أحمد بن عثمان الذهبي (ت: 456هـ)، سير أعلام النبلاء، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا، ج3، (ط: 1، بيروت: دار الكتب العلمية، 1425هـ)، ص 130.

(6) - أبو محمد عبد الملك بن هشام، سيرة النبي، تحقيق: مجدي فتحي السيد، ج: 2. (ط: 1؛ طنطا: دار الصحابة للتراث،

1995م)، ص 423.

- «القوة الذاتية للإعلام الإسلامي في سرعة الانتشار، وعلمية العمل الإعلامي وسلامة التخطيط، ودقة التنفيذ، وقياس الأثر فيه لا تضارع بأي إعلام آخر»⁽¹⁾، قال تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾ [يوسف: 108].

- «وهو إعلام حرّ ومسؤول: فقد احترم الإسلام حرية الرأي والتعبير وأقرّها بالنص، قال تعالى: ﴿لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ﴾» [البقرة: 256]، وحتى يحافظ على حرية إعلامه قرّنها بالمسؤولية التي أساسها الرقابة الذاتية»⁽²⁾ وتقوى الله، يُعَاشِرُ قُضَايَا الْأُمِّةِ بِلِ الْبَشَرِيَّةِ جَمْعَاءَ، وَيَسْتَشْعِرُ مَسْئُولِيَّتَهُ تَجَاهَهَا.

- إعلام موضوعي هادف: «الإعلام الإسلامي يعتمد على الأسلوب الموضوعي، القائم على التحليل والتأمل، واتخاذ كافة الوسائل التي تنمي ملكة التفكير لدى الإنسان، الذي يجب أن تتوجه إليه بالإقناع، لا أن تجرّه جراً بوساطة الغرائز، والعواطف، والانفعالات»⁽³⁾ وهو يركّز بشكل أساسي على الحقيقة، «وقد أشار القرآن في أكثر من آية إلى أن الكافرين مخطئون في منهج تفكيرهم، وهو اتخاذهم الظن مصدراً إعلامياً للتصديق والاتباع»⁽⁴⁾، قال ﷺ: ﴿وَمَا لَهُمْ بِهِ مِنْ عِلْمٍ إِنْ يَتَّبِعُونَ إِلَّا الظَّنَّ وَإِنَّ الظَّنَّ لَا يُغْنِي مِنَ الْحَقِّ شَيْئًا﴾ [النجم: 28].

- وهو إعلام ثابت بثبات مصدره «قادر على جلب ثقة المستقبلين وإقناعهم بأنّ مصدر المعلومات التي عندهم صحيحة وقوية، لأنّ المنهج الذي يتبعه إنّما ينبع من مصدر ثابت خالد»⁽⁵⁾، يتمثل في الكتاب والسنة واجتهاد علماء الأمة المتجدد، ولا يتعارض مع العقل السليم والفطرة السوية و السنن الكونية، وهذا ينفي عن الدين كلّ شبهة، بأنّه جامد أو قديم أو عاجز، بل هو دائم التجدد.

(1) - محمّد منير حجاب، الإعلام الإسلامي: المبادئ، النظرية، التطبيق، مرجع سابق، ص 26.

(2) - طه أحمد الزيّدي، المرجعية الإعلامية في الإسلام تأصيل وتشكيل، مرجع سابق، ص 89، بتصرف.

(3) - منير حجاب: نظريات الإعلام الإسلامي. (لاط: الإسكندرية: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1982م)، ص 39.

(4) - محمّد خير رمضان يوسف، مرجع سابق، ص 80.

(5) - المرجع نفسه، ص 112.

المطلب الثالث: مكانة الإعلام الإسلامي في المنظومة الإعلامية العالمية

«الإعلام الموجود في السّاحة اليوم إعلام عشوائي قائم على غير أصول تجمعته فتقوّي شوكته في الواقع»⁽¹⁾، والنّاظر إلى واقع الإعلام الإسلامي المعاصر في البلدان الإسلاميّة، يجده يتمثّل في الإعلام الديني، «وأوّل ملامح المشكلة فيه هو الضّعف، سواء من حيث الشّكل أو من حيث المضمون، هذا الضّعف الذي نجده على المستوى المحلي، ثمّ على المستوى العالمي، هو انعكاس لظروف التّخلف التي تعيشها المجتمعات الإسلاميّة في واقعها الإقليمي، وباعتبارها كيانات متفرّقة في جملتها، من عدم التّنسيق أو التّعاون أو الفاعليّة»⁽²⁾، والإعلام الإسلامي المنشود يواجه تحديّات صعبة، وقوى جبّارة تسعى لفرض سيطرتها على السّاحة الإعلاميّة، ممّا يؤكّد على ضرورة اتّباع أساليب متطورة تقوم على أسس علميّة، وتخصيص جهاز إعلامي متمكّن لنقل رسالته.

و تكمن هذه التّحديات في إشكاليّات عدّة منها:

1 - «سيطرة الدّول المتقدّمة على السّوق العالمي للإعلام، ممّا ينعكس سلبيا على الدّول الإسلاميّة، نظرا للعجز المالي والاقتصادي الذي تعانيه ممّا يُخفّض مستوى أجهزتها الإعلاميّة»⁽³⁾، و يجعلها تعتمد على وكالات الأنباء العالميّة الاحتكاريّة في نقل المعلومات التي ترغب تلك الوكالات في تمريرها لأغراض معيّنة.

2- الغزو الثقافي: «فالبثّ عبر الأقمار الصناعيّة شكّل غزوا جديدا لن تفلح إجراءات الرّقابة والمنع في مواجهته المباشرة، ممّا يزيد الدّول المتقدّمة من الإحتكار الإعلاميّ والفكري، كما أنّ الدّول الإسلاميّة لم تنجح في وضع سياسة إعلاميّة تترجم هويّتها

(1) - حسن عبدالحى، " إشكاليّات الإعلام الإسلامي المعاصر"، شبكة الألوكة، www.alukah.net/culture/0/79528 تاريخ النّصفح: 2016/2/25، 14:52.

(2) - محمّد سيد محمّد، "الإعلام الإسلامي والتّحدي الحضاري المعاصر"، موقع إسلام ويب: www.library.islamweb.net/ تاريخ النّصفح: 2016/02/28، 17:16.

(3) - محمّد فريد محمود عزّت، وكالات الأنباء في العالم العربي. (ط:1؛ بيروت: دار الشّروق، 1980م)، ص14، بتصرّف.

الثَّقَافِيَّة والحَضَارِيَّة»⁽¹⁾، وأغلبها غرق في ما هو فقهي، وبدل من أن تؤثر في العالم أصبحت هي المتأثرة به، فمن أبرز أخطار الإعلام الغربي تأثيره على أخلاقيات وسلوكيات الجماهير المستقبلية له، ومواجهته لن تتجح إلا بطرح البديل الأفضل من شبكات ووكالات إعلامية خاصة بعالمنا الإسلامي، مزودة بالكوادر الكفأة والمدرّبة، وبالتقنية اللازمة كبديل قوي ومؤثر.

3- الاختلال الإعلامي وانعدام التوازن في تدفق المعلومات، وذلك لانعدام العدالة في تبادل المعلومات بين الدول المتقدمة والدول الإسلامية، مما جعل هذه الأخيرة مجرد مستهلكة للمعلومات التي تصلها، بما تحتويه من أفكار وقيم هدامة⁽²⁾.

الإعلام الموجود اليوم للأسف لم يرق لمستوى الإعلام الإسلامي الحق، ولا يقوم بالدور المرجو منه بأبعاده العالمية، «ولا يتصدى لما يُحاك للأمة من قبل أعدائها بالقدر الكافي، ولذا فإن مهمته تتجاوز التثقيف والتوعية وفتح القنوات المعرفية أمام الأجيال المسلمة، إلى التحفز ووضع الخطط المناسبة للتصدي للغزو الفكري والثقافي والأخلاقي الذي تتعرض له الأمة»⁽³⁾، ليس الإسلامية فقط بل ما يتعرض له العالم والبشرية جمعاء، من محاولات كائنة لتحويل البشر إلى كائنات حيوانية، لا تعرف غير الملذات والمحرمات، ولشغلهم عن كل ما فيه رقيهم وصلاح عيشتهم في الدارين، وهذا المستوى والواقع الذي يعيشه العالم الإسلامي يؤثر حتما على مدى استجابة وتأثر الجماهير الإسلامية وغير الإسلامية بالمادة المعروضة عليها، بل وبالدين كله.

لذلك سأحاول تتبع السيرة النبوية ومنهج الرسول في استخدامه واستغلاله للإعلام في توصيل رسالته لعموم البشر، واستخلاص الإعلام الإسلامي المأمول.

(1) - المرجع نفسه، ص15، بتصرف.

(2) - انظر: جيهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي، مرجع سابق، ص337-338.

(3) - خالد سعد النجار: "الإعلام الإسلامي بين الواقع والمأمول"، موقع صيد الفوائد، www.saaaid.net/doat/alnaggar.

تاريخ التصفح: 2016/03/1، 23: 16.

ملخص الفصل الأول

تناولت في هذا الفصل نظرة عامة حول الإعلام تعريفه، سماته، نشأته، وتطوره، وكذا الإعلام الإسلامي الذي يمثل الإعلام المعاصر بصبغة إسلامية، ماهيته، خصائصه، وموقعه من الإعلام المعاصر.

فطرحنا عدة تعريفات للإعلام وضعها العلماء والباحثون، واستنتجت من خلال هذا الطرح تعريفنا الخاص للإعلام، والعملية الإعلامية تتكوّن من العناصر الآتية: المرسل، الرسالة، الوسيلة التي تقوم بنقلها، المستقبل لها، الاستجابة الناتجة عن ذلك.

كما أنّ هناك عدة مصطلحات ذات صلة بالإعلام لكنّها تختلف عنه في بعض الأوجه هي: الاتصال، الدعاية، الإعلان، الصحافة، والرأي العام.

ويقوم الإعلام بخمس وظائف أساسية تتم عبر وسائل الإعلام المختلفة بين المكتوبة والسمعية والبصرية: إجتماعية، تربوية، ترويجية، خدماتية، إقناعية.

والإعلام قديم النشأة قدم الاتصال الإنساني وقد كانت بداية تطوّر وسائل الإعلام على يد مخترعين غربيين باختراعات أولية للطباعة والراديو والتلفاز ثمّ تطويرها لاحقاً، فأصبح صناعة ضخمة تقوم على تكنولوجيا متطورة وأموال طائلة، وواقعة بذلك تحت سيطرة الدول المتقدمة لتوجّه من خلاله الجماهير وفق توجّهاتها وأهدافها الخاصة

كما تناولت الإعلام في الإسلام وهو وسيلة تبليغ لرسالته، ونقل مضامين الوحي، وقد قدّمت عدة تعريفات له من طرف الباحثين، يكاد أغلبها يحصره في الإعلام الديني أو الدّعوي، غير أنّه يمس كلّ مجالات الحياة، وقد وضعت له تعريفنا الخاص.

وتنبثق مشروعيتها من مرتكزات الشريعة الإسلامية، وهو إعلام غايته تعبيد النّاس لخالقهم وتحقيق الاستخلاف في الأرض، ويتميّز بحرية التعبير والمسؤولية النّابعة من الرّقابة الذاتية لدى الإعلامي وهو إعلام موضوعي وهادف ثابت بثبات مصدره، والإعلام الإسلامي الحقّ مفقود على السّاحة الإسلامية والعالمية، أمّا المتواجد فهو لا يرقى إلى المستوى المطلوب

فقمنا في الفصل الثاني بتتبّع بعض السّلوّكيّات الإعلامية في السّيرة النبوية الشريفة لاستخلاص معالم ومقومات الإعلام الإنساني المعاصر المنشود وفق الهدي النبوي.

الفصل الثاني: السلوك الإعلامي في السيرة النبوية

- المبحث الأول: هيئة النبي الإعلامية
- المطلب الأول: الكلام ولغة الجسد عند النبي وآثارهما الإعلامية
- المطلب الثاني: أخلاق النبي الإعلامية
- المطلب الثالث: خصائص الإعلام النبوي
- المبحث الثاني: تصرفات النبي الإعلامية
- المطلب الأول: استخدامات النبي للإعلام في الدعوة
- المطلب الثاني: استخدام النبي للإعلام في التعامل مع المسلمين
- المطلب الثالث: استخدام النبي للإعلام مع غير المسلمين

الفصل الثاني: السلوك الإعلامي في السيرة النبوية

لقد أرسل الله الرّسل مبشرين ومنذرين، لئلا يكون للناس على الله حجة بعد الرّسل، وختم هذه الثّلة المباركة من الأنبياء والمرسلين بسيدنا محمد ﷺ، وجعل دينه خاتم الرّسالات السّماوية، والقرآن آخر الكتب المنزلة، «وهذه ميزة ميّز بها الله نبيّه ﷺ ودينه على سائر الأديان لأنّ رسول الله ﷺ، جمع كلّ المحامد، فكانت سيرته أجمل وأنبّل السيّر، وأنّ الله ختم وحي السّماء برسالته»⁽¹⁾، وتجمع السيرة عدّة مزايا تجعل دراستها ضروريّة لعلماء الشريعة، والدّعاة إلى الله، والمهتمين بالإصلاح الاجتماعي منها⁽²⁾:

1- أنّها أصحّ سيرة لنبيّ مرسل، وعظيم مصلح، فقد وصلت إلينا من أصحّ الطرق العلميّة، وأقواها ثبوتاً.

2- أن حياة الرّسول ﷺ واضحة كلّ الوضوح في جميع مراحلها، وبأدقّ تفاصيلها.

3- أن السيرة تحكي إنساناً أكرمه الله بالرّسالة، ولم تخرجه عن إنسانيّته، أو تنسج حوله الأساطير.

4- أنّ سيرته شاملة لكلّ نواحي الإنسان في الإنسان، كشابّ ورسول، ورئيس ومرّي .

وقصارى القول أنّ سيرة الرّسول ﷺ شاملة لجميع النّواحي الإنسانيّة في المجتمع، ممّا يجعله القدوة الصّالحة للجميع.

والسيرة النبوية إعلام عن الله ورسالاته، وتبليغ لدين الإسلام، على يدي رسوله الكريم ﷺ ومنها يمكن استخلاص كل التوجيهات الإعلامية التي تخدم إعلامنا المعاصر ليرقى إلى مصافّ إعلام بصبغة إسلاميّة صحيحة، وبأبعاد إنسانيّة عالميّة.

(1) - محمّد أبو زهرة، خاتم النّبیین. (لا.ط، الدّوحة: المؤتمر العالمي الثّالث للسيرة النبوية، 1400 هـ)، ص3، بتصرّف.

(2) - مصطفى السّباعي، السيرة النبوية دروس وعبر. (ط:8؛ بيروت: المكتب الإسلامي، 1985م)، ص15-19، بتصرّف.

المبحث الأول: هيئة الرسول ﷺ الإعلامية

عن عبد الله ابن مسعود ⁽¹⁾ أن رجلاً قال للنبي ﷺ: «إنَّ الرجل يحبُّ أن يكون ثوبه حسناً، ونعله حسنة، قال: إنَّ الله جميل يحبُّ الجمال» ⁽²⁾، ورسول الله ﷺ كان يحثُّ المسلمين على حسن المظهر، وحسن التصرف، كما كان صلى الله عليه و سلم يتَّصف بصفاتٍ تُمكنه من إيصال رسالته على النحو الذي يريد، ومن ذلك اهتمامه بمظهره العام، وباستغال لغة الجسد والكلام المؤثر في التعامل مع المتلقين، فقد كان ﷺ حسن المظهر، طيب المبسم، طلق المحيا، «فالمظهر اللائق يُنبئ عن شخصيّة ذات حسّ جماليّ، ويؤثّر في مدى تقبُّل المستمع للكلام، ويشير إلى احترام مقامه» ⁽³⁾، وذاك عامل مهمّ في إيصال الرّسالة، وتحقيق التأثير المرجوّ.

(1) - هو: أبو عبد الرحمن عبد الله بن مسعود بن مخزوم الهذلي، الإمام الحبر، فقيه الأمّة، من السابقين الأوّلين، شهد بدرا والمشاهد كلّها، وهاجر الهجرتين، روى علما كثيرا، حدّث عنه أبو هريرة، وابن عباس، وابن عمر، وطائفة من الصحابة، اتّفقا له في الصّحاحين على أربعة وستين، وانفرد له البخاري بأحد وعشرين حديثا، ومسلم بخمسة وثلاثين حديثا، وكان صاحب سرّ رسول الله ﷺ، مات بالمدينة سنة اثنتين وثلاثين، ودُفن بالبقيع وهو ابن بضع وستين، أنظر: سير أعلام النبلاء، للإمام الذهبي، ج:4، مرجع سابق، ص462.

(2) - صحيح مسلم، مسلم بن الحجاج النيسابوري (ت261هـ)، تحقيق محمّد فؤاد عبد الباقي. (لاط؛ بيروت: دار إحياء التراث العربي، د.ت)، كتاب: الايمان، باب: تحريم الكبر وبيانه، ص66 - 67.

(3) - راشد علي عيسى، مهارات الاتصال. (ط:1؛ قطر: كتاب الأمّة وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، 1425هـ)، ص96.

المطلب الأول: الكلام ولغة الجسد عند الرسول ﷺ وآثارهما الإعلامية

أ- كلام رسول الله ﷺ وصوته ﷺ:

تميّز الحبيب المصطفى ﷺ بسلامة اللفظ، وبلاغته وحلاوته، وكان كلامه عذبا نديا، موجزا فلا إسهاب ولا إخلال، وهذا أمر طبيعي من إنسان اصطفاه الله ليكون خاتما للأنبياء، ورسولا للعالمين، فعن عائشة (1) قالت: « كان كلام رسول الله ﷺ كلاما فصلا، يفهمه كل من سمعه » (2)، كما أوتي ﷺ جوامع الكلم، وعن عائشة (3) أيضا: « أن النبي ﷺ كان يحدث حديثا لو عده العاد لأحصاه » (3)، حرصا منه ﷺ على سهولة الفهم والحفظ، ولا شك أن للإيجاز الجامع دورا هاما في قبول الرسالة، وفي إحداثها الأثر الحسن لدى جمهور المتلقين، فكان رسول الله ﷺ أفصح الناس منطلقا وحكما، «وقد اجتمع له ﷺ مع سلامة المعاني حسن اختيار الألفاظ المناسبة في الحالة المناسبة، في أسلوب مسترسل متأن، مما يجعل السامع يتابعه، بل ويحفظه بكل يسر، وكان منطقه ﷺ خال من كل عيوب النطق والكلام، في صوت هادئ يوجه إلى الحق فيفهمهم» (4)، «وأما فصاحة اللسان وبلاغة القول، فقد كان ﷺ من ذلك بالمحل الأفضل، سلامة طبع وإيجاز مقطع، وجزالة قول وصحة معان، وقلة تكلف، فكان يخاطب كل أمة بلسانها،

(1) هي عائشة بنت أبي بكر الصديق القرشي التيمي، خليفة رسول الله ﷺ، أم المؤمنين، وأمها أم رومان بنت عمير، ولدت بعد المبعث بأربع سنين أو خمس. تزوجها ودخل بها الرسول ﷺ وهي بنت تسع، وقبض وهي بنت ثمانين سنة، احتلت منزلة رفيعة بين العلماء من الصحابة، وكانت مرجعا لهم، وأفقه نساء الأمة، تُوفيت سنة 57هـ ودفنت بالبقيع. أنظر: ابن سعد أبو عبد الله محمد بن سعد بن منيع البغدادي (ت: 230هـ)، الطبقات الكبرى، تحقيق: محمد عبد القادر عطا، ج: 8. (ط: 1؛ بيروت: دار الكتب العلمية، 1990م)، ص 58.

(2) أبو عبد الرحمن أحمد بن شعيب النسائي (ت: 303هـ)، السنن الكبرى، تحقيق: حسن عبد المنعم شلبي، ج: 6. (ط: 1؛ بيروت: مؤسسة الرسالة، 2001 م)، كتاب: عمل اليوم والليلة، باب: سرد الحديث، ص 9-10، رقم: 10245، وأبو داود سليمان الأزدي السجستاني (ت: 275هـ)، سنن أبي داود، تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد، ج: 3. (لاط، بيروت: المكتبة العصرية، 1421هـ)، كتاب: الأدب، باب: الهدى في الكلام، ص 272، رقم: 4839.

(3) صحيح البخاري، كتاب: المناقب، باب: صفة النبي ﷺ، ص 589، رقم: 3567، سنن أبي داود، ج: 5، كتاب العلم باب سرد الحديث، ص 64، رقم 3654. ومسلم، كتاب: الزهد والرقائق، باب: التثبت في الحديث وحكم كتابة الحديث، رقم: 2493، والحسين بن مسعود البغوي (ت: 516هـ)، الأنوار في شمائل النبي المختار. تحقيق إبراهيم اليعقوبي، ج: 1. (ط: 1؛ دمشق: دار المكتبي للطباعة والنشر، 1995م)، ص 265.

(4) محمد أبو زهرة، مرجع سابق، ص 226-229، بتصرف.

ويُحاورها بلُغتها ويُبَارِيها في منزع بلاغتها»⁽¹⁾، ولذلك فإنّه على الإعلاميّ أيضًا تعلّم بعض لغات الشّعوب وآدابها وثقافتها، حتّى يكون إليهم أقرب، ويكونون له أسمع، كما تميّزت الخطب النبوية بالايجاز والوضوح، بحيث تُعطي المعنى المطلوب دون إرهاق للسّامع بكثرة الكلام، حتّى لا يملّ وينصرف عن استماعها، «ولذلك يجب على الإعلام الإسلامي أن يعرض الرّسالة الموجهة للمستقبلين على هيئة جُمْل واضحة، شاملة للمعاني في أسلوب سهل»⁽²⁾، «كما كان الرّسول ﷺ يستخدم الخطبة وسيلة للدّعوة، واتّخذ لها المنبر ليسمع النّاس كلامه وليروّوه»⁽³⁾، متناولا الأحداث والوقائع في وقتها للإعلام والإصلاح والتّنبية، « وضرب ﷺ الأمثال وقصّ للنّاس القصص والعبر، كما كان الأذان للإعلام بالصّلاة بأمره ﷺ، وأقرّ ﷺ لبعض أصحابه إنشاد الشّعير للدّعوة»⁽⁴⁾، منوعاً ﷺ بذلك الوسائل الإعلاميّة حسب متطلّبات الأوضاع.

وكان رسول الله ﷺ إذا خطب رفع صوته، ليصل إلى المستمعين بانفعال وتفاعل متبادل، كما أنّه ﷺ « إذا خطب احمرّت وجنتاه، وعلا صوته واشتدّ غضبه، حتّى كأنّه منذر جيش يقول صبحكم ومساكم»⁽⁵⁾، وارتفاع صوت رسول الله ﷺ ليس مزعجا - وحاشاه ﷺ من ذلك روعي فداه-، بل كان محبّبا إلى النفوس مؤثرا فيها، ويُسْتَدَلّ من ذلك أنّه يُسْتَحَبُّ للخطيب أو الإعلاميّ المتحدّث أن يُظهر أهميّة ما يقول أو ما يتحدّث عنه، بالتّفاعل معه والتّأثّر الصادق به، وأن يكون المقال مطابقا للمقام، ممّا يجعل الرّسالة تصل بصورة قويّة، وإخراجها بنبرات الصّوت الملائمة لكلّ فقرة منه، وعن عبد الله ابن عمرو⁽⁶⁾ قال: " تخلف عنا رسول الله ﷺ

(1) - أبو الفضل عياض بن موسى اليحصبي القاضي (ت: 544هـ)، الشّفا بتعريف حقوق المصطفى. (ط: 1؛ بيروت: دار

ابن حزم للطباعة والنّشر، 2002م)، ص48.

(2) - محمّد إبراهيم محمّد، الجانب الإعلاميّ في خطب الرّسول. (ط: 1؛ بيروت: مكتب الإسلامي، 1986م)، ص383.

(3) - محمّد أزهرى حاتم، الوسائل المشروعة والممنوعة في الدّعوة إلى الله تعالى. (رسالة ماجستير في الدّعوة والاحتساب،

جامعة الإمام محمّد بن سعود كلية الدّعوة والإعلام، السّعودية، 1420 هـ / 1421 هـ)، ص194.

(4) - المرجع نفسه، ص194.

(5) - صحيح مسلم، كتاب: الجمعة، باب: تخفيف الصّلاة والخطبة، ص592، رقم: 867.

(6) - هو: أبو محمّد عبد الله بن عمرو بن العاص، الإمام الحبر العابد، صاحب رسول الله ﷺ، أمّيه: رائطة بنت الحجاج السّهميّة، أسلم قبل أبيه، وله مناقب وفضائل، ومقام راسخ في العلم، حمل عن النّبي ﷺ علما جمّا، بلغ ما أسند سبعمائة حديث، اتّفقا له على سبعة أحاديث، وانفرد البخاري بثمانية، ومسلم بعشرين، وكتب الكثير بإذن النّبي، روى عن أبي بكر،

في سفرة سافرها، فأدركنا وقد أُرهِقَتَا الصَّلَاةَ ونحن نتوضأ، فجعلنا نمسح على أرجلنا، فنأدى بأعلى صوته ويل للأعقاب من النار، مرتين أو ثلاث⁽¹⁾، والخطابة اليوم علم يُدرّس في الدّول الغربيّة تُقام له المراكز والمعاهد، وفق أصول وأسس منهجيّة وطابع متجدّد، يتخرّج منها الخطيب وقد طوّع لسانه لإيصال رسالته إلى القلوب والعقول، فتصيبها كما يصيب السّهم الرّميّة، وقد طوّع جسده ليجاريه فيما يقول برسالة أخرى قويّة موازيّة، بينما يغيب عندنا هذا البعد للأسف فحتّى خطباء المساجد الذين هم أقرب وأكثر استعمالاً للخطابة ترى أحدهم يتلعثم من ورقة بين يديه تحوي خطبا من قرون غابرة، لا يستشعرها أو يتناغم معها، وحركات جسده لا تعبّر عن شيء ممّا يقول، وترى جماهير المستمعين بين من أصابه الملل ومن أصابه النّعاس، وكلّ في واد يهيمون، فأنتى يُستجاب له.

«وكما يبدو أنّ أشكال اتّصال رسول الله ﷺ كانت تعتمد على الاتّصال الشّفهي، بحُكم أنّه ما كان له ليقراً أو ليكتب ﷺ، وهو جوهر معجزته، باستثناء الرّسائل التي بعثها للملوك والحكّام، والمواثيق والعهود، والتي كُتبت بإذنه ﷺ وليس بيده»⁽²⁾، وأداؤه ﷺ فيه كلّ عناصر الأداء النّاجح المؤثّر، فهو مثّل فريد يجد الإعلاميّ فيه زاده وقدوته، كيف لا وهو صفوة الله من خلقه وقُدوتهم ﷺ.

ب - لغة الجسد عند الرّسول ﷺ و آثارها الإعلاميّة:

إنّ لغة الجسد أحيانا أقدر وأقوى في التعبير عن المشاعر والأفكار من الكلام، وهي مكّلة ومؤكّدة له، وقد كان رسول الله ﷺ يهتمّ بمظهره العام الذي هو مدعاة للقبول بدايةً، فكان ﷺ جميل

وعمر، ومعاذ، وأبيه، وعبد الرحمن بن عوف. . . ، قرأ الكتابين: التّوّارة والفرقان، توفّي بمصر وقيل بمكة، سنة خمس وستين، أنظر: سير أعلام النّبلاء، للإمام الذهبي، ج:3، مرجع سابق، ص80.

(1) - صحيح البخاري، ج:1، كتاب: العلم، باب: من رفع صوته بالعلم، ص22، رقم: 60.

(2) - خديجة حسيني، استراتيجية الاتّصال في العلاقات الدبلوماسية لدولة الإسلام الأولى -دراسة تحليليّة- (رسالة ماجستير

في علوم الإعلام والاتّصال، جامعة: الجزائر، كليّة العلوم السّياسيّة والإعلام، الجزائر، 2005/2004م)، ص79.

المظهر، ونظيف الثياب بسّام المُحيّا، ويحثّ أتباعه على ذلك، فالإسلام دين الجمال والإعتدال في كلّ شيء، والإعلام عنه يجب أن يكون كذلك، فعن جابر بن سمرة⁽¹⁾ قال: «كان رسول الله ﷺ قد شَمِطَ⁽²⁾ مقدّم رأسه ولحيته، وكان إذا ادّهن لم يتبيّن وإذا شعث⁽³⁾ رأسه تبيّن، وكان كثير شعر اللحية فقال رجل: وجهه مثل السيّف؟، قال: لا بل كان مثل الشّمس والقمر، وكان مستديرا⁽⁴⁾»، والرّسول ﷺ إذا رأى منظرا منفرا في المحيطين به أشار بتحسينه وتهذيبه، حتّى يعطي الصّورة الجماليّة اللائقة عن المسلمين ودينهم فتكون تلك رسالة إعلاميّة صامتة أبلغ من ألف قول، وقد كان رسول الله ﷺ يتّجه لمن يتحدّث معه بكامل جسده، ويُعيره كامل اهتمامه، حتّى يطبع - بصفته شخصيّة إعلاميّة - لدى المتلقّي شعورا بأنّه محطّ اهتمام وتقدير.

«ومن المعروف أنّ كلّ ما يصدر عن الإعلاميّ يكون تحت محطّ الأنظار من متابعيه، ممّا يؤكّد ضرورة الاهتمام بذلك، والانتباه لما من شأنه إعطاء صورة ايجابية، ومقبولة عنه، وينبغي أن يكون الوقوف أو الجلوس في أثناء الكلام مناسبا، يدلّ على اهتمام الإعلاميّ بالمتلقّي: كالإقبال بالوجه واعتدال القامة، والاستخدام السّليم لملامح الوجه وإشارات اليد، ومواجهة المستمعين من المكان المناسب»⁽⁵⁾، وقد كان رسول الله ﷺ يتّخذ لكلّ مقام ما يناسبه حسب أهميّته، وحسب متطلّبات الوضع، ولفت انتباه المتلقّين لأهمية ما يقول، فعن أبي بكرة⁽⁶⁾ قال: قال رسول الله ﷺ: "ألا أنبئكم بأكبر الكبائر، قلنا: بلى يا رسول الله، قال الإشراك بالله وعقوق الوالدين، وكان متكئا فجلس فقال: ألا وقول الزّور وشهادة الزّور، ألا

(1) - هو: جابر بن سمرة أبو عبد الله بن جنادة السّوّائي، كان حليف بني زهرة، له ولأبيه صحبة، نزل الكوفة، وتوفّي في ولاية بشر على العراق سنة 74 هـ، وروي له في كتب الحديث 146 حديثا، أنظر: سير أعلام النّبلاء، للإمام الذهبي، ج: 3، ص 187.

(2) - شَمِطَ: اختلط سواده ببياضه، انظر: المعجم الوسيط، مرجع سابق، ص 494.

(3) - شعث الشّعْر: تغيّر وتلبّد، انظر: المعجم الوسيط، مرجع سابق، ص 484.

(4) - صحيح مسلم، ج: 4، كتاب: الفضائل، باب: شبيهه ﷺ، ص 1823، رقم: 2344.

(5) - راشد على عيسى، مهارات الاتّصال، مرجع سابق، ص 96.

(6) - هو: نافع أبو بكرة وقيل: مسروح، وقيل: نافع بن الحارث بن كلفة، وأمه سميّة أمة للحارث، صاحب رسول الله ﷺ، روى عنه مائة واثنين وثلاثين حديثا، اتّفق الشّيخان على ثمانية، وانفرد البخاري بخمسة، ومسلم بحديث، اعتزل الفتن في البصرة، وتوفّي سنة اثنتين وخمسين، انظر: أبو الحسن عزّ الدّين بن الأثير (ت: 630 هـ)، أسد الغابة في معرفة الصّحابة، تحقيق: علي محمّد معوض، عادل أحمد عبد الموجود، ج: 6. (ط: 1؛ بيروت: دار الكتب العلميّة، 1994م)، ص 35، رقم: 5738.

وقول الزور وشهادة الزور»⁽¹⁾، اعتداله بعد اتكاء يدٍ على عِظَم أهميّة ما سيخبر به، وفي الحديث أيضاً: التكرار لقول أو عبارة معيّنة دليل على أهميّتها، ومكانتها، وكثيراً ما يقوم الرسول ﷺ باستعمال أسلوب التكرار في أحاديثه، كما اتخذ ﷺ المنبر للخطبة حتّى يكون مسموعاً ومشاهداً كما يُحبّ، وكما يجب.

وكان الرسول ﷺ يقرن في حديثه بين إشارات اليد، تأكيداً لما يقول، أو توجيهها للمستمعين إلى أمر معلوم ومحسوس، يجعل قوله أبلغ وأوصل للمعنى، ففي حجة الوداع قال رسول الله ﷺ: «قد تركت فيكم ما لن تضلّوا بعده إن اعتصمتم به، كتاب الله، وأنتم تسألون عني فما أنتم قائلون؟ قالوا: نشهد أنك قد بلغت وأديت ونصحت، فقال ﷺ: بأصبعه السبابة يرفعها إلى السماء وينكتها إلى الناس: اللهم اشهد، اللهم اشهد، ثلاث مرات»⁽²⁾، وعن أنس ابن مالك⁽³⁾ قال: "خرجت مع رسول الله ﷺ إلى خيبر أخدمه، فلما قدم النبيّ راجعاً وبدا له أخذ قال: هذا جبل يحبنا ونحبه، ثم أشار بيده إلى المدينة، وقال: اللهم إني أحرم ما بين لابتيها كتحريم إبراهيم مكة"⁽⁴⁾، ومن أهم ما كان يُميّز النبيّ ﷺ ابتسامته التي تزيد وجهه الوضاء نورا على نور، والتي كانت مفتاحاً لمغاليق الصدور، وقد كان ﷺ يبتسم ويهشّ في وجه من يلقاه، «والابتسامة لها دور في إزالة الحواجز الاتصالية بين المرسل والمستقبل، حيث تنتفذ إلى شغاف القلوب فتصبح قابلة للتوجيه والإرشاد»⁽⁵⁾، حتّى أنّه ﷺ حثنا عليها، واعتبرها واعتبرها باباً للأجر والثواب، والمشاهد للقنوات الإعلامية يفضّل الإعلامي أو الداعية المبتسم طلق الوجه على العابس القنوط، الذي يعطي انطباعاً عنه بالتكبر أو بتصنّع الوقار المبالغ فيه.

(1) - صحيح البخاري، ج:3، كتاب: الشهادات، باب: ما قيل في شهادة الزور، ص172، رقم: 2654.

(2) - صحيح مسلم، ج:2، كتاب: الحجّ، باب: حجة النبيّ، ص891، رقم: 1218.

(3) - هو: أنس بن مالك بن النضر، واسمه: تيم الله بن ثعلبة من بني عدي، خادم رسول الله ﷺ، وأمّه أمّ سليم بنت ملحان.

وهو من المكثرين في الرواية عن رسول الله، روى عنه: ابن سيرين، وقتادة، والحسن البصري، والزهري، وخلق كثير. قيل: توفي سنة إحدى وتسعين، وهو آخر من توفي بالبصرة من الصحابة، انظر: أبو الحسن عزّ الدين بن الأثير، أسد الغابة في معرفة الصحابة، ج:1، مرجع سابق، ص 294، رقم: 258.

(4) - صحيح البخاري، ج: 4، كتاب: الجهاد والسير، باب: فضل الخدمة في الغزو، ص35، رقم: 2889.

(5) - حسين علي حسين عبيد الهاجري، الاتصال الإنساني في الحديث النبوي -دراسة تأصيليّة- (رسالة ماجستير في

الحديث الشريف وعلومه، الجامعة الأردنية، كلية: الدراسات العليا، الأردن، 2005م)، ص77.

و عموماً قد أمد الله نبيه ﷺ بصفات جسميّة وشخصيّة، كانت من عوامل تمكين رسول الله ﷺ من الإعلام بدين الله وإعلان رسالته، وعلى البشر أن يستفيدوا من سيرته ﷺ، وقد ضرب الله لهم الأمثلة اللازمة لهم في حياتهم ب رسول الله نفسه ﷺ، فهو القدوة المثاليّة والأصلح لكلّ مجالات الحياة.

المطلب الثاني: أخلاق الرسول ﷺ الإعلامية

لقد اتَّصف سيِّدنا محمدٌ ﷺ بتمام صفات الكمال والجلال، وقد كان قرآنا يمشي على الأرض بحُسن أخلاقه، وقد مدحه ربّه وأثنى عليه، فقال ﷺ: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾ [الفلم: 4]، فحُسن الأخلاق مدعاة لجلب اهتمام النَّاس لدعوته، وحسن استقبالهم لرسالته، ولطالما دخل في الإسلام أناس وتأثَّروا به، فقط من حسن تعامل الرسول ﷺ وصحابته الكرام ﷺ معهم، فالقلوب والنَّفوس مجبولة على حبِّ الإحسان في الأمور كلها، وأخلاق رسول الله ﷺ «من دواعي السَّعادة و قوانين الرِّسالة، وقد تكاملت فيه فُكْمَل لما يوازِيها، واستحقَّ ما يقتضيها»⁽¹⁾ وأشهر ما اتَّصف وعُرف به ﷺ حتَّى قبل بعثته: صدقه وأمانته، إذ لُقِّب في الجاهليَّة بالصادق الأمين، فكيف به بعد أن حمل رسالة الإسلام، وكُلِّف بتبليغها، وهو لقب لا يتصَّف به إلا من بلغ منتهى الصِّدق والأمانة، وغيرهما من الصِّفات الحسنة، فعن ابن عباس⁽²⁾ قال: " لَمَّا نزلت: ﴿وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ﴾ [الشعراء: 214]، خرج رسول الله ﷺ حتَّى صعد الصِّفا⁽³⁾، فهتف يا صباحاه، فقالوا: من هذا فاجتمعوا إليه، فقال: أرايتم إن أخبرتكم أنّ خيلا بالوادي تريد أن تُغيّر عليكم، فهل كنتم مصدقي؟، قالوا: نعم ما جرّنا عليك إلا صدقا، قال: فإنّي نذير لكم بين يدي عذاب شديد"⁽⁴⁾، فقد شهدوا له بالصِّدق لتيقنهم من ذلك، ولكنهم جحدوا بالحقّ لَمَّا جاءهم، كما قال ﷺ: ﴿وَمَا الْحَيَوةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهْوٌ وَلَلْآخِرَةُ خَيْرٌ لِّلَّذِينَ يَتَّقُونَ

(1) - أبو الحسن علي بن محمد الماوردي (ت: 450هـ)، أعلام النبوة. (ط: 1؛ بيروت: دار ومكتبة الهلال، 1409هـ)، ص 158.

(2) - هو: عبد الله بن عباس بن عبد المطلب، أبو العباس القرشي الهاشمي، ابن عمّ رسول الله ﷺ، وأمّه لبابة الكبرى بنت الحارث الهلاليّة، وكان يسمّى البحر، لسعة علمه، وحبر الأُمّة، ولد قبل الهجرة بثلاث سنين، روى عن النّبي ﷺ وعن عمر، وعلي، ومعاذ بن جبل، وأبي ذر. . . حدّث عنه: عبد الله بن عمر، وأنس بن مالك، وخلق كثير. وكان له لما توفّي النّبي ثلاث عشرة سنة، وتوفّي سنة ثمان وستين بالطائف، وهو ابن سبعين سنة، وكان قد عمي في آخر عمره، انظر: ابن الأثير، أسد الغابة في معرفة الصحابة، ج: 1، مرجع سابق، ص 291، رقم 3037.

(3) - الصِّفا: جبل بمكة.

(4) - صحيح البخاري، ج: 6، كتاب: التفسير، باب: ﴿وَأَخْفِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ﴾ [الشعراء: 215]، ألن جانبك، ص 111، رقم: 4770.

﴿أَفَلَا تَعْقِلُونَ﴾ [الأنعام: 32]، و«إِنَّ أثر الصدق يظهر على وجه الدّاعية وصوته، فقد كانت صورة نبيّنا وهيئته وسمته، تدلّ العقلاء على صدقه»⁽¹⁾، لذلك فإن أهمّ صفة يجب أن يتّصف بها الإعلام والإعلاميّ النّاجح هي: الصدق، فالصدق كما قال المصطفى ﷺ يهدي إلى البرّ الذي هو الخير كله، في الدّنيا والآخرة، وأنّ الرّجل ليصدق حتّى يكتب عند الله صديقاً، وهو عنصر هام في عامل الثقة المتبادلة بين الإعلام والجمهور.

«ومن أمانته ﷺ أنّ مشركي قريش مع كفرهم به وتكذيبهم له شهدوا له بالأمانة والصدق، فكانوا يضعون عنده ودائعهم، ويستأمنونه ﷺ عليها، وفي حادثة بناء الكعبة، حين ما اختلفوا فيمن يضع الحجر الأسود مكانه، وحكموا أوّل داخل عليهم، وكان أوّل داخل عليهم رسول الله ﷺ، فلمّا رأوه قالوا: هذا الأمين رضينا هذا محمّد»⁽²⁾، وأعظم أمانة تحمّلها الرّسول ﷺ، وأداها أحسن أداء هي أمانة تبليغ الرّسالة، التي كلّف الله سبحانه بها، فبلّغها خير تبليغ.

ومن الأخلاق الأخرى التي اتّصف بها الحبيب المصطفى ﷺ، والتي كانت مدعاة لتوصيل الرّسالة على خير ما يحبّ الله ورسوله، وسببا للتأثير في جماهير المتلقّين:

- الصّبر: فقد كان الحبيب المصطفى ﷺ صابراً محتسباً فيما قسم الله له، وبما جرت به المقادير من حياة اليتم، وفقد الأحبة، ومعاناة الفقر والحرمان، ممّا أكسبه جُلداً وصبراً في الدّعوة إلى الله، وتبليغ الرّسالة بعزيمة جادّة لا تعرف الكلل، كما «تحمل بعد بعثته كل أنواع الأذى من قومه، فقد حاولوا النّيل منه بالسّخرية والاستهزاء، فقالوا عنه أنّه مجنون وساحر وشاعر وكاهن، وأنّه يفرّق بين المرء وأبيه، أو أخيه، أو زوجته»⁽³⁾، وناله الأذى في بدنه، وتوعّده بالقتل، وآذوه في أصحابه، و بالدّعاية ضدّ دعوته، وغير ذلك من صور الإبتلاء والأذى حتّى قال ﷺ في ذلك: "قد أوذيت في الله وما يؤذى أحد، وأُخفت في الله وما يخاف أحد"⁽⁴⁾، وقد أمره الله بالصّبر جرّاء ما يلقاه في سبيله، فقال ﷺ: ﴿فَاصْبِرْ كَمَا صَبَرَأُولُوا الْعِزْرِ مِنْ

(1) - محمّد خير رمضان يوسف، صفات مقدّمي البرامج الإسلاميّة في الإذاعة والتلفزيون. (ط:1؛ الرياض: مطابع الفرزدق النّجارية، 1986م)، ص26.

(2) - أنظر: أبو محمّد عبد الملك بن هشام، سيرة النّبي، ج:1، مرجع سابق، ص 197.

(3) - المرجع نفسه، ص283.

(4) - أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل العسقلاني، فتح الباري شرح صحيح البخاري، ج:7. (لا.ط؛ بيروت: دار المعرفة، 1379م)، ص166.

الرُّسُلِ وَلَا تَسْتَعْجِلْ لَهُمْ ﴿[الأحقاف: 35]﴾، وقال ﷺ: ﴿فَاصْبِرْ عَلَى مَا يَقُولُونَ وَسَبِّحْ بِحَمْدِ رَبِّكَ قَبْلَ طُلُوعِ الشَّمْسِ وَقَبْلَ الْغُرُوبِ﴾ [ق: 39]، فالصَّبر هو زاد المسلمين عموماً، والدَّعاة والإعلاميين خصوصاً، لأنَّ مهمَّتهم ليست سهلة، فالسَّعي لما فيه صلاح البشرية، ومواجهة الأعداء والأهواء من كل جانب، ومجاهدة النفس للمضي قدماً وعدم الاستسلام، يحتاجان صبراً جميلاً، حتَّى يُأتِيَ العمل أُكْلُهُ، والآيات التي تحتَّ على الصَّبر في القرآن كثيرة جداً.

وإجمالاً فقد اتَّصف المصطفى ﷺ بأكمل الصِّفات وأنسبها كإعلاميٍّ محنَّك، وفي كلِّ مجالات الحياة، « ومن دراسة سيرته، وقراءة الأحاديث النَّبويَّة في صفاته الخُلُقية، تطالعنا صور التَّواضع المقترن بالمهابة، والحياء المقترن بالشَّجاعة، والكرم والأمانة، والصِّدق في القول والعمل، والزَّهد في الدُّنيا، والإخلاص لله، والرَّحمة للكبير والصَّغير، ولين الجانب والصَّبر، وحبِّ الصِّفح والعفو، والبُعد عن القسوة، والجُرأة في قول الحقَّ»⁽¹⁾، فدمائة أخلاقه ﷺ كانت أحد أهمِّ الأسباب المباشرة في الإقناع، والتَّأثير على المستقبلين لرسائله، وقبولهم لدعوته، بل ومشاركته إيَّاهَا وتحمُّل التَّبليغ معه وعنه ﷺ.

(1) - أكرم ضياء العمري، السِّيرة النَّبويَّة الصَّحيحة، ج: 1. (لاط؛ قطر: مركز بحوث السَّنة والسِّيرة، 1991م)، ص 89.

المطلب الثالث: خصائص الإعلام النبوي

يتسم الإعلام النبوي بالخصائص الآتية:

- الإعلام النبوي «يشتقّ معاييرَه وقيمَه من العقيدة الإسلامية، فهو يقوم على العقيدة والإيمان، مرتبط بأحكام الإسلام وتعاليمه، وهديه وأخلاقه»⁽¹⁾، يقول رسول الله ﷺ: " قال الله تبارك وتعالى: " أنا أغنى الشركاء عن الشرك، من عمل عملاً أشرك فيه معي غيري تركته وشركه"⁽²⁾، فالإعلام النبوي بدأ من اليوم الأوّل الذي جاء فيه جبريل عليه السّلام إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم وأمره بالقراءة في غار حراء، فالقراءة سبيل العلم، ومن أهمّ وسائل التبليغ والإعلام.

- الإعلام النبوي «حسبةٌ لله ﷻ، يقوم به المسلم كما قام به رسول الله ﷺ محتسباً أجره عند الله ﷻ، لا يريد من العباد جزاء ولا شكوراً»⁽³⁾، يقول ﷺ: ﴿إِنَّمَا نَطْعِمُكُمْ لَوَجْهِ اللَّهِ لَا نُرِيدُ مِنْكُمْ جَزَاءً وَلَا شُكْرًا﴾ [الإنسان:9].

- الإعلام النبوي عامّ وشامل «يعبر عن العقيدة والأحكام والآداب والأخلاق، ويتناول أمور الدّين والدّنيا والحياة الآخرة، وكلّ ما يتعلّق بالفرد والجماعة مادام له صلة بالإسلام من قريب أو بعيد»⁽⁴⁾، وحرية الإعلام جزء من حرية الاعتقاد، فالإسلام لا يكره النّاس على اعتناق الإسلام، قال ﷺ: ﴿لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنْ بِاللَّهِ فَقَدْ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَى لَا انْفِصَامَ لَهَا وَاللَّهُ سَيَّعٌ عَلِيمٌ﴾ [البقرة: 265]، فالحرية من أهمّ صفات الإنسان ومتطلّباته.

- الإعلام النبوي يهدف إلى تزويد النّاس بالمعلومات الصّحيحة والحقائق الثّابتة والأخبار الصّادقة، «فهو يحرص على الصّدق وقول الحقيقة، ويبتعد عن الكذب والغشّ

(1) - محمّد عجاج الخطيب، أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، مرجع سابق، ص13بتصرف.

(2) - صحيح مسلم، ج:4، كتاب: الزّهد، باب: من أشرك في عمله غير الله، ص2289، رقم:2985.

(3) - إسماعيل سعيد محمد رضوان، الإعلام النبوي ودوره في خدمة الدعوة الإسلامية، مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات

العصر، الجامعة الإسلامية بغزة : كلية أصول الدين، 16-17 أبريل 2005 م، ص486، بتصرف.

(4) - المرجع نفسه، ص17.

والتعزير، لأنَّ الإسلام يحرم ذلك، ولا يتسرّع في نشر الخبر ابتغاء سبق صحفي، فهو يتوخى الدقة والموضوعية الأمانة، ويحرص على التأكد من صحة الأنباء، والتثبت من دقتها ⁽¹⁾، قال ﷺ: ﴿يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصْحِرُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾ [الحجرات:6]، وقال الرسول ﷺ: " من كذب عليّ فليتبوأ مقعده من النار " ⁽²⁾. وقال ﷺ: " تجد من شرّ الناس يوم القيامة عند الله ذا الوجهين، الذي يأتي هؤلاء بوجه وهؤلاء بوجه " ⁽³⁾.

- الإعلام النبوي إعلام العقيدة والتعبّد والأخلاق: فعن أبي بكرة ﷺ أن رسول الله ﷺ قال: "أيّ يوم هذا؟، فسكتنا حتّى ظننّا أنّه سيسمّيه سوى اسمه، قال: أليس يوم النحر؟، قلنا: بلى، قال: فأيّ شهر هذا؟، فسكتنا حتّى ظننّا أنّه سيسمّيه بغير اسمه، فقال: أليس بذي الحجة؟، قلنا: بلى، قال: فإنّ دماءكم، وأموالكم، وأعراضكم، بينكم حرام، كحرمة يومكم هذا، في شهركم هذا، في بلدكم هذا، ليلبّغ الشاهد الغائب، فإنّ الشاهد عسى أن يلبّغ من هو أوعى له منه " ⁽⁴⁾، «وهذه قاعدة إعلاميّة هامّة، فعلى المبلّغ والمبلّغ أن يكونا مستوعبين للأحاديث والأخبار، ولأنّ مدارك النّاس تختلف، مؤكّدا على أنّ الإسلام إيمان بعقيدة وما يتبعها من العمل، دون التعدي السّالب لأي نوع من أنواع الحريّات» ⁽⁵⁾، والحديث يؤسّس لطبيعة التّواصل اللطيف مع النّاس، ولا يتركهم خياراً لأسئلة قد لا يجدون مجيباً عليها.

- الإعلام النبوي تميّز بلغة الخطاب الإعلاميّ القويّة، والتي «تميّزت باستغلال الدلالات اللفظيّة المناسبة في مكانها المناسب وزمانها، والإيجاز في الإجابات مع الدقّة والإيفاء بالمطلوب» ⁽⁶⁾، عن أنس بن مالك ⁽⁷⁾ قال: " بينما نحن جلوس مع النّبي ﷺ في المسجد، دخل رجل على جمل فأناخه في المسجد ثمّ عقله، ثمّ قال لهم: أيكم محمّد؟، والنّبي ﷺ متكىّ

(1) - إسماعيل سعيد محمد رضوان، الإعلام النبوي ودوره في خدمة الدعوة الإسلامية، مرجع سابق، ص488.

(2) - صحيح مسلم، ج:1، مقدّمة مسلم، باب: في التحذير من الكذب على رسول الله ﷺ، ص10، رقم:3.

(3) - صحيح البخاري، ج:8، كتاب: الأدب، باب: ما قيل في ذي الوجهين، ص18، رقم:6058.

(4) - صحيح البخاري، ج:1، كتاب: العلم، باب: قول النّبي ﷺ: " رُبّ مبلّغ أوعى من سامع"، ص24، رقم:67.

(5) - محمّد علي عوض، الإعلام في السنّة النبويّة. (رسالة ماجستير في الحديث الشريف وعلومه، كليّة: أصول الدّين،

الجامعة الإسلاميّة: غزّة، 2009م)، ص102-103، بتصرّف.

(6) - المرجع نفسه، ص113، بتصرّف.

(7) - سبق ترجمته، ص42.

بين ظهرانهم فقلنا: هذا الرجل الأبيض المتكى، فقال الرجل: ابن عبد المطلب؟، فقال النبي ﷺ: قد أجبتك، فقال الرجل للنبي ﷺ: إني سائلك فمشدد عليك في المسألة فلا تجد علي في نفسك، فقال ﷺ: سل عما بدا لك، فقال: أسالك بربك ورب من قبلك الله أرسلك إلى الناس كلهم؟، فقال: اللهم نعم، قال: أنشدك بالله الله أمرك أن نصلي الصلوات الخمس في اليوم والليلة؟، قال: اللهم نعم، قال: أنشدك بالله الله أمرك أن نصوم هذا الشهر من السنة؟، قال: اللهم نعم، قال: أنشدك بالله الله أمرك أن تأخذ هذه الصدقة من أغنيائنا فنقسمها على فقرائنا؟ فقال النبي ﷺ: اللهم نعم، فقال الرجل: أمنت بما جئت به، وأنا رسول من ورائي من قومي، وأنا ضمّام بن ثعلبة أخو بني سعد بن بكر⁽¹⁾، فقد كان موقف الرجل يريد أجوبة شافية لأسئلته، فقال له المصطفى ﷺ: "سل عما بدا لك" ما يعني أنه على أتم استعداد لأي استفسار.

- استخدم رسول الله ﷺ أساليب ووسائل الإعلام المختلفة لتبليغ الرسالة الإلهية للناس، «وهذا التبليغ له أثره العظيم في الاتصال الشخصي، وتأثيره في سلوكهم والاتصال الجمعي أو الجماهيري، وهذان النوعان من الاتصال يُعدّان ركني علم الاتصال أحد علوم الإعلام ووسائله في العصر الحديث»⁽²⁾، وحتى الاتصال المستقبلي - كما أسميته - فقد قال ﷺ يوما: "وددت أنا قد رأينا إخواننا"، قالوا: أولسنا إخوانك؟ يا رسول الله، قال: "أنتم أصحابي، وإخواننا الذين لم يأتوا بعد"⁽³⁾، فما أروع أن تعرف أن شخصا كان يحبك منذ مئات السنين، ويشتاق إليك، مخبرا الكل بذلك (وإن هذا وحده كاف لحبه واتباعه)، والأروع أن يكون ذلك الشخص خير خلق الله أجمعين، إنه تواصل كامل لم يدع قريبا ولا بعيدا في الزمان والمكان إلا شمله، وإنه لتواصل متواصل غير منقطع، وقد قال ﷺ: "ما من أحد يسلم عليّ إلا رد الله عليّ روحي حتى أَرُدَّ عليه السلام"⁽⁴⁾، ذلك ليبقى حياً ﷺ في قلوبنا، ونستشعر رفقته لنا، والأعظم من ذلك: الاتصال الاتصال الرباني الدائم لله مع عباده، فهو سبحانه مع عبده في كل لحظة من حركاته

(1) - صحيح البخاري، ج: 1، كتاب: العلم، باب: ما جاء في العلم، وقوله تعالى: ﴿وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا﴾ طه: 114، ص: 23،

رقم: 63.

(2) - محمد عجاج الخطيب، أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، مرجع سابق، ص: 338.

(3) - صحيح مسلم، ج: 1، كتاب: الطهارة، باب: استحباب إطالة الغرة، والتَّحجيل، ص: 218، رقم: 249.

(4) - سنن أبي داود، ج: 2، كتاب: المناسك، باب: زيارة القبور، ص: 218، رقم: 2041.

وسكناته، يعلم جهره وسرّه، همسه وحديث نفسه، وهو أقرب إليه من حبل الوريد، أليس ذلك من أعظم النعم على الخلق، ومن أعظم الدلالات على روعة وكمال هذا الدين.

المبحث الثاني: تصرفات الرسول ﷺ الإعلامية

لقد أنزل الله الإسلام على نبيه ﷺ ليكون للعالمين بشيرا ونذيرا، وهاديا إلى الله بإذنه وسراجا منيرا، وهاته الغاية السامية لها آفاق رسالية كبرى، الاهتمام الأول لها هو توحيد الله ﷻ توحيد ربوبية وألوهية، وهي تتمثل في «عناية الإسلام بالوجود الإنساني وظيفة ومصيرا، وبوظيفة الاستخلاف في عالم الشهادة»⁽¹⁾، «والرسول ﷺ بعد ما جاءه البيان بالتكليف الرّسالي، وحُدِّت له الخطوط العريضة للدّعوة، بدأ يتحرّك وفق إستراتيجية محدّدة، استلهم فيها واقع البيئة من جهة، وأهداف الرّسالة وطبيعة المرحلة من جهة أخرى، والإمكانات المتاحة له من جهة ثالثة»⁽²⁾، فكانت مهمّة ناجحة، رغم صعوبتها واختلافها عن ما عهده العالم أجمع في تلك الفترة، ورغم كونه كُلف وبدأ وحيدا بتلك المهمة الجسيمة، لكنه كان بعين العناية الإلهية محروسا مؤيدا.

« ولقد شهدت السيرة النبوية إعجازا إلهيا تجلّى في تكثيف كلّ الأحداث -التي من الممكن أن تواجه المسلمين في أيّ زمان وأيّ مكان- في حياة الرسول ﷺ، حتّى يتحقّق قوله تعالى: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ﴾ [الأحزاب: 21]، ولقد تعامل الرسول ﷺ مع تلك الأحداث بطريقة فذّة، مثبتا أنّ كلّ القواعد الواردة في كتاب الله عملية وقابلة للتطبيق، وصالحة لتنظيم حياة كلّ البشر»⁽³⁾، وليس كما يحتجّ البعض بأن محمدا ﷺ نبيّ مرسل لا يمكن تقليده، وإلا لماذا بعث الله بشرا رسولا إذا لم تكن هناك إمكانية للتأسي والافتداء به، فإنّ الله لا يُكَلِّف نفسا إلا وسعها.

(1) - الطيّب برغوث، منهج النّبيّ في حماية الدّعوة، والمحافظة على منجزاتها خلال الفترة المكيّة. (ط:1؛ فرجينيا: المعهد

العالمي للفكر الإسلامي، 1996م)، ص8.

(2) - المرجع نفسه، ص 234.

(3) - راغب السرجاني، فنّ التّعامل النّبوي مع غير المسلمين. (لا.ط؛ القاهرة: دار أقلام للنّشر والتّوزيع والتّرجمة، 2010م)، ص7-8، بتصرّف.

المطلب الأول: استخدامات الرسول ﷺ للإعلام في الدعوة

إنَّ سيِّدنا محمد ﷺ -وهو خاتم الأنبياء والمرسلين- جاء ليواصل المهمة المقدَّسة لكلِّ الأنبياء والرَّسل، وهي إنارة الدِّرب للبشريَّة، وإخراجهم من ظلمات الشُّرك والبعد عن خالقهم، إلى نور الحقِّ، لضمان العيش الكريم لهم في الدُّنيا والآخرة.

وقد جاء هذا الرِّسول الكريم ﷺ برسالة الله الخالدة إلى عباده، قال تعالى ﴿وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا نُوحِيَ إِلَيْهِ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا أَنَا فَاعْبُدُونِ﴾ [الأنبياء: 25]، فكان أوَّل ما قام به ﷺ: الإعلام برسالة التَّوحيد سرًّا ثمَّ جهراً، والدِّين الإسلامي دين إعلامي بطبيعته، لأنَّه يقوم على البيان والتبليغ «والإعلام أداة هذا الدِّين ودعامته الرِّئيسيَّة، لأنَّ الدَّعوة عمل إعلامي بكلِّ ما تحمله هذه العبارة من معنى، حيث تخاطب العقل وتستند إلى المنطق والبرهان والحقيقة»⁽¹⁾، وحتَّى نوضِّح مكانة الإعلام وعلاقته بالدَّعوة، نقف مع الحقائق التَّالِيَّة⁽²⁾:

- 1- المنجزات التي حقَّقتها الرِّسول ﷺ في حقل الدَّعوة، وهي مهمَّة إعلاميَّة، فقد بلَّغ النَّاس وأعلمهم بالرسالة، منتهاجاً منهاجاً إعلامياً خاصاً.
- 2- مهمَّة الدَّعوة ليست قاصرة على رسول الله ﷺ وحده، بل تشمل الأُمَّة بأسرها، وهذا تأكيد على مكانة العمل الإعلاميِّ في الإسلام، وهدفه الأوَّل إبلاغ هذه الرِّسالة للنَّاس كافَّة.
- 3- أنَّ إدراك رسول الله ﷺ لأهميَّة وسائل الإعلام المعروفة في زمانه، وتوجيهها لصالح الإسلام، يؤكِّد على مكانة هذا الفنِّ في التبليغ.

كل ذلك يؤكِّد العلاقة الوطيدة بين الإعلام والدَّعوة المحمَّدية الشَّريفة.

البعوث والرَّسائل:

وهي وسيلة قديمة معهودة، استخدمها رسول الله ﷺ لنشر الدِّين وتبليغه على نطاق أوسع، «فمن المدينة المنورة انطلق رسل النَّبيِّ إلى القبائل القريبة والنَّائية، يدعونهم إلى الإسلام، ويعلمونهم أحكامه وتشريعاته، وقد كانت رسله ﷺ وبعوثه وولاته خير من يحمل الرِّسالة، ويقوم

(1) - الشَّريف حمدان راجح المهدي الهجاري، قواعد الدَّعوة الإسلاميَّة. (لاط؛ المدينة المنورة: موسوعة الدَّعوة الإسلاميَّة،

1413هـ)، ص 60.

(2) - أنظر: المرجع نفسه: ص 60-65.

بالدور الإعلامي المناسب لذلك، ويجمع خصائص الإعلام الإسلامي من أمانة النقل وصدق الحديث، والنزاهة والموضوعية العلمية»⁽¹⁾ كما أرسل ﷺ الرسائل والكتب إلى الملوك والأمراء، يدعوهم فيها إلى الإسلام، ويُعلمهم برسالاته الخالدة المصلحة، وكان ذلك «لما رجع رسول الله ﷺ من الحديبية في ذي الحجة سنة ست، أرسل الرسل إلى الملوك يدعوهم إلى الإسلام، وكتب إليهم كتباً، فقل يا رسول الله إن الملوك لا يقرؤون كتاباً إلاّ مختوماً، فاتخذ رسول الله ﷺ يومئذ خاتماً من فضة، نقشه ثلاثة أسطر: محمد رسول الله، وختم به الكتب»⁽²⁾، وحمل الحكام مسؤولية جماهيرهم تجاه ذلك، والذين سيستجيبون تلقائياً إذا اهتدى قاداتهم، «فأرسل الرسول ﷺ بذلك مبدأ عالمية الدعوة، ووضع منهاجاً لمخاطبة العالم ملوكه وشعوبه، متجاوزاً كل الحدود السياسية، والعوائق الطبيعية»⁽³⁾، ففي خطاب رسول الله ﷺ إلى إمبراطور الفرس، قال ﷺ: "بسم الله الرحمن الرحيم، من محمد، رسول الله إلى كسرى عظيم فارس، سلام على من اتبع الهدى، وآمن بالله ورسوله، وشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له، وأنّ محمداً عبده ورسوله، أدعوك بدعاية الله، فإنّي رسول الله إلى الناس كافة، لينذر من كان حياً، ويحقّ القول على الكافرين، أسلم تسلم، فإن أبيت فعليك إثم المجوس"⁽⁴⁾، ونستج من هذا أيضاً ضرورة مخاطبة الناس بحسب مقاماتهم، ومكانتهم في المجتمع، وما لقادة الرأي من تأثير على الجماهير.

وبفضل تلك البعوث والرسائل «غطى البثّ الإعلامي الإسلامي العالم: من عرب ورومان، وفرس ومجوس وأقباط وأحباش، وغيرهم من أجناس مختلفة»⁽⁵⁾، ترتّب عنه إسلام الكثير منهم ومن أتباعهم، وتدلّ هاته الممارسات الإعلامية لرسول الإسلام ﷺ على «أنّ النبي محمداً ﷺ منذ بدأ دعوته في مكة، لم ينس التوجه إلى العالم وإبلاغهم بالأمانة التي حملها، وطلب منه

(1) - محمد عجاج الخطيب، أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، مرجع سابق، ص 48-49، بتصرف.

(2) - محمد بن سعد، الطبقات، ج: 1، مرجع سابق، ص 228.

(3) - محي الدين عبد الحليم، الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي. (لا.ط؛ القاهرة: دار الفكر العربي، د.ت)، ص 65.

(4) - شمس الدين محمد بن طولون الحنفي (ت 953هـ)، إعلام السائلين عن كتب سيد المرسلين، تحقيق محمود الأرنؤوط، ج: 1. (ط: 2؛ بيروت: مؤسسة الرسالة، 1987م)، ص 66.

(5) - أحمد محمد العقيلي، الأثر والدلالات الإعلامية لرسائل النبي ﷺ إلى الملوك والقادة. (ط: 2؛ الرياض: مطابع الشرق الأوسط، 1997م)، ص 162.

تعميمها لكلّ النَّاس، رغم إدراكه ﷺ لمدى ضعف قوّته العسكريّة والماديّة مقارنة بهم، ممّا قد يجرّ عليه مشاكل عدّة، وأنّ احتمال دخول هؤلاء الجبابرة إلى الإسلام كان ضعيفا، إلّا أنّ ذلك لم يمنعه من إعلامهم برسالته»⁽¹⁾، وتوسيع نطاق الدّعوة إلى الإسلام تعبير عملي عن عالميّة الرّسالة الإسلاميّة، التي أساسها تحقيق حاجات الإنسانيّة، وإعلام للبشريّة بأن محمّداً ﷺ رسول الله إلى النَّاس جميعا، وشهادة على الأمم بإبلاغ الرّسالة وإقامة الحجّة عليهم، وعموما لم يكن رسول الله ﷺ يلزم حالة واحدة في الدّعوة، بل كان يدعو في كل أحواله ﷺ.

(1) - محي الدين عبد الحليم، الدّعوة الإسلاميّة والإعلام الدّولي، مرجع سابق، ص 68، بتصرّف.

المطلب الثاني: استخدام الرسول ﷺ للإعلام في التعامل مع المسلمين

كل قارئٍ متتبعٍ للسيرة النبوية، يلحظ مدى العناية الفائقة التي يوليها رسول الله ﷺ للمسلمين في توجيههم ونصحهم، وتبليغهم كلام ربهم، وإرشادهم إلى طريق الحق، بكل ما أوتي ﷺ من حكمة ومحبة.

«وهو منهج يرسمه ﷺ للدعاة بعده ليكونوا رسل خير، يقودون الناس إلى حظيرة الإيمان بالرفق والمحبة، وبهذا تنمو دوافع الاستجابة في نفوسهم، ويقبلون على الداعية بنفوس متلهفة»⁽¹⁾، ولقد أشاد الله ﷻ بحرص الرسول ﷺ، فقال ﷺ: ﴿لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ﴾ [التوبة: 128]، أي: «هو في غاية النصح لكم، والسعي في مصالحكم، ويشق عليه الأمر الذي يشق عليكم، يحب لكم الخير ويسعى جاهدا لإيصاله لكم»⁽²⁾، «حريص على إيمانكم وهداكم»⁽³⁾ فقد كان رسول الله ﷺ يحمل في قلبه حبا جما للمسلمين وللبشرية جمعاء، فاق حب الآباء لأبنائهم، رغبة منه في هدايتهم واستنقاذهم من نار تلظى، مما أرق نومه وأقضى مضجعه، فلامه ربه في ذلك ليخفف عن نفسه تلك الحسرة، فقال تعالى: ﴿لَعَلَّكَ بَخْعٌ نَفْسَكَ أَلَّا يَكُونُوا مُؤْمِنِينَ﴾ [الشعراء: 3]، «أي: لا تبخع نفسك لعدم إيمانهم به، والباخع المهلك أي مهلك نفسك من شدة الأسف على عدم إيمانهم»⁽⁴⁾. يلوم نفسه وما هو بمُلام ﷺ.

وفي بداية البعثة آمن بالرسول ﷺ نفر قليل، علّمهم القرآن وغرس فيهم عقيدة التوحيد، «فربى رجل الدعوة والإعلام تربية إيمانية خاصة، هي أحد الشروط الأساسية لرجل الإعلام،

(1) - سعد بن عبد الرحمن الجريد، دوافع الاستجابة للدعوة في الكتاب والسنة، (رسالة دكتوراه في الدعوة والاحتساب، جامعة الإمام محمد بن سعود، كلية: الدعوة والإعلام، السعودية، 1419هـ)، ص 178.

(2) - عبد الرحمن بن ناصر السعدي، تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، تحقيق: عبد الرحمن بن معلا اللويحق، ج: 11. (ط: 2؛ الرياض: دار السلام للنشر والتوزيع، 2002م)، ص 409.

(3) - أبو محمد عبد الحق بن غالب بن عطية الأندلسي (ت: 542)، المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز، تحقيق: عبد الله الأنصاري وعبد العال السيد إبراهيم، ج: 7. (ط: 1؛ الدوحة: لا. د، 1404هـ)، ص 90.

(4) - أنظر: محمد الأمين الشنقيطي، تفسير القرآن بالقرآن من أضواء البيان. (ط: 1؛ الرياض: دار الفضيحة، 2005م)، تفسير سورة الكهف، ص 514-515.

المطلوبة في جميع النظريات الإعلامية اليوم، فالإيمان بالقضية يبعث على قوة الشخصية، وصدق القول والعزيمة، بحيث لا يخشى رجل الإعلام الإسلامي الباطل، ويهتم بالمتلقي ويحسّ به، وينقل رسالته إليه ببساطة وتأثير فعّال⁽¹⁾، وقد كان رسول الله ﷺ حريصاً على إعلام المسلمين بما يتنزل عليه من الوحي حتّى يبلغ القاصي والداني، ويشرح لهم ما استشكل منه، ويوضح لهم الأحكام الواردة فيه، ويبين لهم الصفات التي يجب أن يتحلوا بها، في تكرر للعبارات مقصود حتّى تكون أكثر فهماً أو أشدّ وقعا، فعن أنس⁽²⁾ "عن رسول الله ﷺ أنّه كان إذا تكلم بكلمة أعادها ثلاثاً حتّى تفهم عنه، وإذا أتى على قوم فسلم عليهم سلم ثلاثاً"⁽³⁾، ومن بين أهمّ تلك الصفات المطلوبة: الصدق فهو باب القبول والنّجاة والخيرات، ويهدي إلى الجنّة، وهو من خصائص الإعلام الإسلامي، وأهمّ صفة يجب على القائم بالاتصال أن يتحلّى بها، كما حث رسول الله ﷺ أصحابه على الإعلام عنه فقال: "تضرّ الله امرؤا سمع ممّا شيئا فبلّغه كما سمع، فزُبّ مُبلّغ أوعى من سامع"⁽⁴⁾، وحذّر ﷺ من نقل أحاديث مكنوبة باسمه فقال: "من كذب عليّ متعمداً فليتبوأ مقعده من النار"⁽⁵⁾، «فالإسلام ينادي المؤمن بوجوب الصدق في القول، وينادي المجتمع بوجوب التّثبت والتّأكد من صدق الخبر، وإذا تأملنا السّاحة الإعلامية الآن في شتّى الميادين، نجد كم من فاسق قدّم أنباء كانت سببا في إشعال الفتنة بين المسلمين، كما أن وسائل إعلامنا تستقي أخبارها من وكالات الأنباء الغربيّة، مع العلم بأنّ معظم هذه الوكالات يسيطر عليها رأس المال الصّهيوني ويوجهها»⁽⁶⁾، فالإعلام الكاذب والمضلل أخطر من الأسلحة الفتّانة أذى وتدميرا.

(1) - علي الأسطل، الوفود في العهد المكي وآثارها الإعلامية. (رسالة ماجستير في الإعلام الإسلامي، جامعة: الإمام محمد بن سعود، المعهد العالي للدعوة الإسلامية، السعودية، 1401هـ)، ص 27.

(2) - سبق ترجمته، ص 42.

(3) - صحيح البخاري، ج: 1، كتاب: العلم، باب: من أعاد الحديث ثلاثاً ليفهم عنه فقال ألا وقول الزور فما زال يكررها ، ص 30، رقم: 95.

(4) - سنن الترمذي، ج: 4، كتاب: العلم، باب: ما جاء في الحثّ على تبليغ السّماع، ص 331 رقم: 2657.

(5) - صحيح البخاري، ج: 1، كتاب: العلم، باب: كتابة العلم، ص 33، رقم: 107.

(6) - حسن علي العنيس، الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ. (مجلة الأزهر، العدد: 3، 1986/8م، ص 912-914)، عن إسماعيل سعيد محمد رضوان، الإعلام النبوي ودوره في خدمة الدّعوة الإسلامية، ص 491.

وقال رسول الله ﷺ: "لا تحاسدوا، ولا تتاجشوا، ولا تباغضوا، ولا تدابروا، ولا يبيع بعضكم على بيع بعض، وكونوا عباد الله إخوانا، المسلم أخو المسلم، لا يظلمه، ولا يخذله، ولا يكذبه، ولا يحقره، التقوى هاهنا - ويشير إلى صدره ﷺ ثلاث مرّات - بحسب امرئ من الشر أن يحقر أخاه المسلم، كلّ المسلم على المسلم حرام: دمه وماله وعرضه"⁽¹⁾، وفي هذا الحديث الجامع يُعَلِّمُ الرَّسُولُ ﷺ المسلمين بالأخلاق التي يجب أن يلتزموها، ويتحلّوا بها مع إخوانهم، فلا ضرر ولا ضرار.

كما حرص الرسول ﷺ على إعلام كلّ مسلم بدوره في المجتمع، ومسؤوليّته فيمن حوله ونحوهم، إذ يَقُولُ ﷺ: "كلّكم راع ومسئول عن رعيّته، فالإمام راع ومسئول عن رعيّته، والرّجل في أهله راع وهو مسئول عن رعيّته، والمرأة في بيت زوجها راعيّة وهي مسئولة عن رعيّتها، والخادم في مال سيّده راع وهو مسئول عن رعيّته، والرّجل في مال أبيه راع ومسئول عن رعيّته، فكلّكم راع وكلّكم مسئول عن رعيّته"⁽²⁾، وفي الحديث إعلام بكون كلّ راع مسئول عن رعيّته مسؤوليّة إعلاميّة وعمليّة، قولاً وفعلًا، وتبليغهم وتوجيههم لكلّ ما فيه الخير والصّلاح، ولو تتبّعنا السّيرة العطرة للنّبي ﷺ لوجدناها لا تخلو من المواقف النّبويّة الإعلاميّة، القوليّة منها والفعليّة.

(1) - صحيح مسلم، ج:4، كتاب: البرّ والصّلة والآداب، باب: تحريم ظلم المسلم، وخذله واحتقاره، ودمه وعرضه وماله، ص1987، رقم: 2564.

(2) - صحيح البخاري، ج:3، كتاب: العتق، باب: العبد راع في مال سيّده، ص150، رقم: 2558.

المطلب الثالث: استخدام الرسول ﷺ للإعلام مع غير المسلمين

جاء الإسلام دينا عالميا لكلّ الناس على اختلاف أجناسهم وعقائدهم، قال تعالى: ﴿قُلْ يَتَايَهُا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِي وَيُمِيتُ فَتَمِثُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ النَّبِيِّ الْأُمِّيِّ الَّذِي يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَكَلِمَتِهِ وَاتَّبِعُوهُ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ﴾ [الأعراف: 158]، وانطلاقا من هذا المبدأ الإلهي القرآني، وقياما بهذه المهمة المنوطة به، صدع رسول الله ﷺ بالحقّ كما أمر، من خلال منهج حكيم رحيم متوازن لا يفرّق بين إنسان وآخر، ولقد كان رسول الله ﷺ وعاش يسعى جاهدا لنشر الإسلام في الناس بأمثل الطرق، ولعرضه عقيدة وفكرا ونظام حياة، وكانت محاولة إعلام الناس بالإسلام، وهدايتهم إلى طريق السعادة الدنيويّة والأخرويّة شغله الشاغل ﷺ.

«إلا أنّه وبرغم المسالمة الكاملة من ناحية النبي ﷺ ولمدّة سنوات طويلة، فإنّ المشركين رفضوا الاعتراف به كليّة، وتناولوا عليه ﷺ وعلى أصحابه، وحتى عندما هاجر إلى المدينة المنورة فإنّه تعامل بمنتهى الرّفق مع مشركيها، ولم يُكره أحدا منهم على الدّخول في الإسلام»⁽¹⁾، فالاعتراف بالآخرين وبحريّة المعتقد من صلب العقيدة الإسلاميّة، فلا إكراه في الدين، والإنسان بصفة عامّة مخلوق مكرّم سواء كان مسلما أم لا، قال تعالى: ﴿وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنْ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا﴾ [الإسراء: 70]، «والأصل في منهج الدّعوة للإسلام يقوم على السّلم وطيب المعاشرة، والعدل والإنصاف والبرّ، والإصلاح وحسن المقال، قال ﷺ: ﴿وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا﴾ [البقرة: 83]»⁽²⁾، وقد انعكست هذه الرّؤية الشّاملة لكلّ البشر على كلّ قول وفعل لرسولنا ﷺ، وهذا يفسّر لنا الطّريقة التي تعامل بها الرسول العظيم مع المخالفين والمنكرين له، والتي تحمّل كلّ معاني الاستيعاب والتواصليّة الممكنين.

(1) - راغب السّرجاني، فنّ التّعامل النّبوي مع غير المسلمين، مرجع سابق، ص 67.

(2) - محمّد سعد علي شعيّب، دراسات في منهج الدّعوة إلى الله. (لا.ط؛ طنطا، لا.د، 2004م)، ص 129.

وكان أول إعلام ورسالة إعلامية وجهها الرسول ﷺ إلى قومه، بعد أن أمر بالجهر بالدعوة، ونزل قوله تعالى: ﴿وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ﴾ [الشعراء: 214]، إذ صعد رسول الله ﷺ على الصفا، فجعل ينادي: "يا بني فهر، يا بني عدي، يا بني فلان"، لبطن قريش، حتى اجتمعوا، فجعل الرجل إذا لم يستطع أن يخرج أرسل رسولا ينظر، وجاء أبو لهب، وقريش فاجتمعوا، فقال: "أرأيتم لو أخبرتكم أنّ خيلا بالوادي تريد أن تغير عليكم أكنتم مصدقي؟"، قالوا: نعم، ما جربنا عليك إلا صدقا، قال: فإنّي نذير لكم بين يدي عذاب شديد"، قال أبو لهب: تبّا لك سائر اليوم، ألهذا جمعتنا؟ فنزلت: ﴿تَبَّتْ يَدَا أَبِي لَهَبٍ وَتَبَّ﴾ [المسد: 1] ⁽¹⁾، وقد اعتلى ﷺ الصفا كمنبر إعلامي يسمح بوضوح الصوت والصورة لسائر المجتمعين حوله، وخصّ بطون قريش بخطابه كلّ بإسمه، حتّى يكون ذلك أدعى لجذب انتباههم، كما جعلهم يحكمون بصدقه بداية من تلقاء أنفسهم، حتّى إذا أخبرهم الخبر لم يملكوا أن يكذبوه، وأيضا زيادة في إقناعهم بصدق دعواه ﷺ، وهذا دليل على أنّ مصدر الأخبار الصادق الموثوق لا يمكن تكذيبه، وإن رُفِضت رسائله وأخباره.

ومن أوجه التبليغ والإعلام «ما كلف به رسول الله ﷺ عليّا بن أبي طالب بتلاوة صدر سورة التوبة على مسامع المشركين وغيرهم في يوم الحج الأكبر، والتي أعلن الله فيها براءته وبراءة نبيه من الشرك والمشركين، وضرب لهم أجلا ليبينوا موقفهم من الإسلام، وقد كان لهذا الإعلان العام القوي أثر كبير في إسلام مجموعات كبيرة من القبائل المشركة» ⁽²⁾، وقد استخدم رسول الله ﷺ أساليباً متعدّدة مع الكافرين في دعوتهم للدخول في الإسلام، وشملت دعوته، الدعوة باللسان حيث أقام الأدلة القاطعة على أنّه مرسل لهم، وكان يُرغّبهم في الإسلام ويبيّن لهم محاسنه، ويُعرّفهم موافقة القرآن لما في كتبهم قبل تحريفها، وأوصى بهم خيرا، مُرسيا بذلك مبدأ التعايش السلمي مع الآخر، وقبوله، وقد حدّث أسامة بن زيد ⁽³⁾ أنّ الرسول ﷺ بعثه ضمن

(1) - صحيح البخاري، ج: 4، كتاب: التفسير، باب: ﴿وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ﴾ [الشعراء: 214]، ص 1887، رقم: 4492،

وأنظر: سيرة ابن هشام، ج 1، مرجع سابق، ص 262-263.

(2) - جعفر السبحاني، شخصيّة النّبيّ الأكرم وحياته في القرآن. (لاط؛ لا.م، مؤسّسة الإمام الصادق، 1992م)، ص 56.

(3) - هو: أسامة بن زيد بن حارثة، الحبّ ابن الحبّ، قاد جيش المسلمين وهو دون الثامنة عشر من عمره، وكان عمر بن الخطّاب يُجلّه وفضّله في العطاء على ولده عبد الله، وقد اعتزل الفتن بعد قتل عثمان، توفي سنة ثمان أو تسع وخمسن. انظر: ابن الأثير: أسد الغابة ج 1، مرجع سابق، ص: 91.

سريّة لحرب أناس من جُهينة فلما استطاع هو وأنصاريّ معه النّيل من رجل من الأعداء، قال: لا إله إلا الله، قال فكفّ عنه الأنصاري، قطعته برمحي حتّى قتلتَه، قال فلما قدّمنا بلغ ذلك النّبي ﷺ فقال لي: يا أسامة، أقتلته بعد أن قال لا إله إلا الله؟، قال: قلت يا رسول الله إنّما كان متعوّذاً، قال: فما زال يكرّرها عليّ حتّى تمنّيت أنّي لم أكن أسلمت قبل ذلك اليوم⁽¹⁾، ودعوة الكافر إلى الله بحكمة ورفق، وتبليغه حقيقة الإسلام من أعظم الإحسان، وهي قُرْبَة إلى الله، لقوله ﷺ: "لأن يهدي الله بك رجلاً خير لك من أن يكون لك حمر النعم"⁽²⁾، ولما بعث رسول الله معاذ بن جبل⁽³⁾ إلى أهل اليمن قال له: "إنّك تقدّم على قوم من أهل الكتاب، فليكن أول ما تدعوهم إلى أن يوحدوا الله تعالى، فإذا عرفوا ذلك فأخبرهم أنّ الله قد فرض عليهم خمس صلوات في يومهم وليلتهم، فإذا صلّوا فأخبرهم أنّ الله افترض عليهم زكاة في أموالهم، تؤخذ من غنيّهم فتدّ على فقيرهم، فإذا أفروا بذلك فخذ منهم، وتوقّ كرائم أموال النّاس"⁽⁴⁾، فكان رسول الله ﷺ يأمر بإعلام النّاس بتوحيد الله قبل كلّ شيء، وتعريفهم بأهميّة وضرورة ذلك، ثم إخبارهم بما يترتّب عليهم بعدها بأسلوب تدريجيّ سلس، يبدأ بالأهمّ ثم المهم.

ومع أن الهداية بيد الله إلا أنّ المصطفى ﷺ كان يأمر أصحابه بإبلاغ هذا الدّين فيقول: "بلّغوا عني ولو آية، وحدثوا عن بني إسرائيل ولا حرج، ومن كذب عليّ متعمّداً فليتبوّأ مقعده من النّار"⁽⁵⁾، إذ لا بدّ من حملة للرسالة معه وبعده، ولا يمكنه بمفرده ﷺ أن يقوم بهذه المهمّة الإعلامية العظيمة والصعبة في آن واحد، خاصّة وأنها أمر جديد على البشرية من البديهي

(1) - أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل العسقلاني، فتح الباري شرح صحيح البخاري، ج:12، مرجع سابق، ص191، رقم: 6872.

(2) - صحيح البخاري، ج:3، كتاب: الجهاد والسير، باب: فضل من أسلم على يديه رجل، ص141، رقم: 2847.

(3) - هو: أبو عبد الرحمن معاذ بن جبل بن عمرو الخزرجي الأنصاري، إمام فقيه، وعالم، أسلم وهو ابن ثمانين سنة، شهد بدرًا والمشاهد كلّها مع الرّسول ﷺ، وبعثه قاضيًا إلى الجند من اليمن بعد غزوة تبوك، وهو ابن ثمان وعشرين سنة، ليعلّم النّاس القرآن وشرائع الإسلام، وله عدّة أحاديث روى عنه ابن عمر، وابن عباس، وجابر، وأنس، وآخرون، توفي وهو ابن ثمان وثلاثين سنة، سنة ثمان عشرة، أنظر: سير أعلام النّبلاء، للإمام الذهبي، ج:1، مرجع سابق، ص444.

(4) - صحيح البخاري، ج:6، كتاب التّوحيد، باب: ما جاء في دُعاء النّبي أمّته إلى توحيد الله تبارك وتعالى، ص2685، رقم: 6938.

(5) - صحيح البخاري، ج:3، كتاب: الأنبياء، باب: ما ذكر عن بني إسرائيل، ص1275، رقم: 3274.

أن يواجه بالرفض والمقاومة بداية، محدّراً عليه الصلّاة والسّلام من الكذب عليه، لأنّ في ذلك تحريف للمصدر المعصوم الموثوق الذي يعتمد عليه النّاس دون تشكيك فيه، وكذا تحويل لمضامين رسالته عن مسارها الأصلي والمفروض.

وقد بلّغ صلوات الله وسلامه عليه رسالة ربّه وأدّى ونصّح أمّته أفضل أداء وأجمله. وقد سأل أصحابه عن ذلك واستشهدهم، وسأل الله أن يشهد على قولهم. ففي حجة الوداع في آخر خطبته قال ﷺ مخاطباً أصحابه: ". . وأنتم تُسألون عني فما أنتم قائلون؟"، قالوا: نشهد أنك قد بلّغت وأدّيت ونصحت، فقال بإصبعه السّبابة يرفعها إلى السّماء وينكتها إلى النّاس: اللّهم اشهد، اللّهم اشهد. ثلاث مرات⁽¹⁾،

وعن أنس⁽²⁾ قال: "ما سئل رسول الله ﷺ على الإسلام شيئاً إلّا أعطاه، قال: فجاءه رجل فأعطاه غنماً بين جبلين، فرجع إلى قومه فقال: يا قوم أسلموا فإن محمّداً يعطي عطاء من لا يخشى الفاقة"⁽³⁾، وفيه تأليف لقلوب غير المسلمين لتقبّل دعوته، إذ جُبلت النفوس على حبّ الإحسان وحبّ الأموال، فكانت تلك رسالة إعلاميّة رائعة كان لها من رجع الصّدى وشدة التأثير، ما جعل الرّجل داعية للإسلام إلى قومه، ويملك دليلاً عملياً قوياً على روعة ما دُعي ويدعو إليه.

كما كانت غزواته ﷺ «إعلاماً كبيراً عن هذا الدّين الجديد، ودعاية إلهيّة واسعة النّطاق لرسول هذا الدّين، وإبذانا للمشركين أنّهم لن يستطيعوا التّغلب على هذا الدّين وعلى رسوله الكريم، وسيرة الرّسول ﷺ في ذاتها كانت من أقوى وسائل الدّعاية له ولدينه الحنيف»⁽⁴⁾، وقد استخدم رسول الله ﷺ في دعوة غير المسلمين أساليب متنوّعة ووسائل كثيرة، ومضى ﷺ في تبليغ أمر الله لا يشغله عن ذلك شاغل، ولا يصرفه صارف، ولا يصدّه صادّ، رغم ما كان يلقاه.

(1) - صحيح مسلم، ج:2، كتاب الحجّ، باب: حجة النّبي، ص886، رقم: 1218.

(2) - سبق ترجمته، ص42.

(3) - صحيح مسلم، ج:4، كتاب: الفضائل، باب: ما سئل رسول الله ﷺ شيئاً قط فقال: لا، وكثرة عطائه، ص1806، رقم:

2312.

(4) - عبد اللّطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام، مرجع سابق، ص: 161

ملخص الفصل الثاني

في هذا الفصل تناولت السِّلوك الإعلامي في السَّيرة النَّبَوِيَّة: هيئة رسول الله ﷺ وكلامه وتوظيفه للغة الجسد، وأخلاقه من النَّاحِيَّة الإعلامية والتي يجب أن يتَّصف بها رجل الإعلام الإسلامي، وأظهرت بعض خصائص الإعلام النَّبوي التي تميِّز بها، وتصرفاته الإعلامية في الدَّعوة ومع المسلمين وغير المسلمين.

فتطرَّقت إلى هيئة رسول الله وأخلاقه الإعلامية فقد امتلك من الصِّبَات الخُلُقِيَّة والخُلُقِيَّة ما يؤهِّله لأن يكون رجل الإعلام الأوَّل والأَمثل، وقد اتَّصف ﷺ بحسن المظهر وقوَّة الخطاب، والتَّناغم بين الكلام و حركات الجسد كوسيلة إعلاميَّة مؤثِّرة في المتلقِّي، وتميِّز ﷺ بالأخلاق الإعلاميَّة الضَّروريَّة من: الصدِّق والإخلاص والتَّواضع، وقوَّة التَّحمُّل والمرونة في التَّصرُّف تحت أي ظرف.

كما اتَّصف الإعلام النَّبوي بصفات عدَّة أهمُّها: ارتباطه الوثيق بعقيدة الإسلام وأحكامه، وبلغة الخطاب القويَّة المؤثِّرة، خالصا لوجه الله، شاملا لكُلِّ مجالات الحياة، صادقا يسعى لخير الإنسانيَّة جمعا.

وقد كان الإعلام النَّبوي يسعى لنشر الإسلام والدَّعوة له بالاتِّصال الشخصي والجمعي والخطابة، وإرسال الرِّسائل والبعوث إلى الأمصار، وفق منهج حكيم رحيم بالإنسان المسلم وغير المسلم، موضِّحا لهم دورهم في الحياة وغاية وجودهم، ومبيِّنا لهم الأخلاق التي يجب أن يتحلَّوا بها ، وتوجيههم لكلِّ ما فيه النِّفع والصَّلاح.

الفصل الثالث: الرؤية النبوية للإعلام المعاصر

المبحث الأول: العملية الإعلامية في الرؤية النبوية

المطلب الأول: المرسل (رجل الإعلام الإسلامي)

المطلب الثاني: الرسالة الإعلامية

المطلب الثالث: الوسائل الإعلامية

المطلب الرابع: المستقبل (الجمهور)

المبحث الثاني: التوجيهات النبوية للإعلام المعاصر

المطلب الأول: بناء الإعلام الإسلامي

المطلب الثاني: ملامح إنسانية لإعلام إسلامي

المطلب الثالث: مقومات الإعلام الإنساني المنشود

الفصل الثالث: الرؤية النبوية للإعلام المعاصر

إنّ الهدف الاستراتيجي العام للإسلام وللإعلام الإسلامي هو: تعريف الإنسان بمهمته ومبعث وجوده في عالم الشهادة، ألا وهو الخلافة في الأرض، وإرشاده إلى الطرق المثلى التي يُحقّق بها هذا الاستخلاف المنشود، وتحقيق السّعادة الدنيويّة، وبما يخدم السّعادة الأعظم والأجر الأجل الذي ينتظره في جنّات عرضها السّماوات والأرض أعدت للمتّقين.

وقد رسم لنا الحبيب المصطفى ﷺ معالم هذا المنهج، وكان لنا القدوة المثاليّة قلبا وقالبا، وعلما وعملا، محاولا تطبيق مبدأ الرّسالة، في سعي حثيث لضمان الخلاص لكلّ البشر أحمرهم وأبيضهم، متّخذا في ذلك كلّ الوسائل والسّبل التي تضمن البلاغ المبين والإعلام الشّامل على أوسع نطاق، يقوده في ذلك نور الوحي، قال ﷺ: " إني قد خلّفت فيكم ما لن تضلّوا بعدهما ما أخذتم بهما، كتاب الله ، وسنّتي ، ولن يفترقا حتّى يرّدا عليّ الحوض" ⁽¹⁾ ، مؤدّيّا ﷺ تمام الرّسالة ومبيّنا لنا كلّ معالم الدّين والحياة على المحبّة البيضاء ليلها كنهارها.

المبحث الأوّل: العمليّة الإعلاميّة وفق التّوجيه النبوي

وحتّى نبني الإعلام العالمي المنشود وفق معالم الوحي الإلهي والهدي النبوي، ولكي نكون فعلا أمة الرّسالة والشّهادة، وننجح في توصيل هذا المنهاج الحيّاتي المتكامل لكلّ البشر، وجب أن نفتدي بخير البشر ونتتبّع خطواته، ونستخلص منها الكيفيّات والأساليب التي تُتيح كلّ ذلك بلبّوس معاصر يواكب الرّكب الحضاري، بل ويقوده ولا يتخلّف عنه انطلاقا من حقيقة كون رسول الله «هو القدوة البشريّة المعصومة في فهمه ﷺ لحقيقة الرّسالة واستيعاب مقاصدها في الخلق، وجهاده ﷺ من أجل تعريف النّاس بذلك، وهدايتهم، وعمله ﷺ لتغيير

(1) - أحمد بن الحسين بن علي أبو بكر البيهقي (ت: 458هـ)، السنن الكبرى، تحقيق: محمّد عبد القادر عطا، ج: 10. (ط: 3؛ بيروت: دار الكتب العلميّة، 2003 م)، كتاب: آداب القاضي، باب: ما يقضي به القاضي ويفتي به المفتي، فإنه غير جائز له أن يقلّد أحدا من أهل دهره، ولا أن يحكم أو يفتي بالاستحسان، ص 195، رقم: 20337.

أوضاعهم المناقضة لذلك، وبناء نموذج حياتي منسجم مع سنن الله في الآفاق والأنفس»⁽¹⁾، وبذلك حاولت أن أستخلص الإعلام وعناصره وفق الرؤية النبوية حتى يحقق أعلى نسبة من النتائج المرجوة.

⁽¹⁾ - الطيّب برغوث، منهج النبي في حماية الدعوة، مرجع سابق، ص472-473.

المطلب الأول: المرسل (رجل الإعلام الإسلامي)

إنَّ القائم بالاتصال أو المرسل يُعدّ العنصر الرئيسي في العملية الاتصالية الإعلامية، ويُعرّف المرسل بأذيه: « مصدر الرسالة أو النقطة التي يريد أن يؤثر في الآخرين بها، ليشاركوه في أفكاره وأحاسيسه واتجاهات معينة »⁽¹⁾، « وهو الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات، من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها، وهذا المفهوم ممتد إلى كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الإعلامية »⁽²⁾، وهو أيضا: « أي فرد داخل فريق عمل ينتمي إلى أحد المؤسسات، ويضطلع بمسؤوليات في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية، بدءا من وضع الفكرة أو السياسة العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها، وانتهاء بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير عليه »⁽³⁾، وهذا يدلّ على أنّ القائم بالاتصال مرتبط بالمؤسسة أو فريق العمل الذي يعمل معه، وبالمحيط الاجتماعي الذي يمارس فيه عمله وليس فردا منعزلا عن الآخرين.

والمرسل أو القائم بالاتصال في النموذج النبوي هو الرسول ﷺ، ثمّ العلماء والدعاة والإعلاميون والمريدون تبعوا له واقتداء به ﷺ، « ولن نكون مبالغين في القول إذا اعتقدنا أنّ رسول الله كان عبقرية إعلامية يتضاءل بجانبه جهابذة الإعلام، اكتشف أهمية الإعلام لنشر دعوته، ومارس العمل الإعلامي بفنونه المختلفة، وأعدّ له الخطط العلمية الدقيقة بصورة أذهلت الخبراء في حقل الاتصال بال جماهير، ونهج في دعوته ﷺ منهجا إعلاميا خاصا »⁽⁴⁾، شاملا لكل أنواع المتلقين.

1- المواصفات العامة لرجل الإعلام الإسلامي:

لقد اهتمت دراسات الإعلام الإسلامي بالقائم بالاتصال أو رجل الإعلام وشخصه وأهميته، وخطورة مكانته، وضرورة تميزه بعدة خصائص منها:

- (1) - عمر عبد الرحيم نصر الله، مبادئ الاتصال التربوي والإنساني. (ط:1؛ عمان: دار وائل، 2001م)، ص10.
- (2) - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. (ط:1؛ القاهرة: عالم الكتاب، 1997م)، ص25.
- (3) - نجوى الفؤال، "قراءات في دراسات القائم بالاتصال"، القاهرة: المجلة الاجتماعية القومية، العدد:3، 1995/9م، ص75.
- (4) - محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مرجع سابق، ص148.

- «قوة المصدر: وقد كانت متجلية في شخصية وسيرة الرسول ﷺ، والجانب الأهم في قوة المصدر النبوي هو الوحي»⁽¹⁾، قال ﷺ: " ألا إني أوتيت الكتاب ومثله معه"⁽²⁾، فرجل الإعلام المسلم مصدره قويّ منبعه الوحي الإلهي المعصوم عن كل خطأ أو تحريف، والذي يلائم كل مكان وزمان وكل الأجناس، فهو من ربّ أدري بما يصلح ويصلح عباده، وذلك يكسب المرسل قوة تأثير ومصادقية يدعمان ثقة المستقبلين، فالوحي الإلهي (قرآنا وسنة) مصدرا الإعلام الرئيسيين يمثلان السند المتين للإعلامي الإسلامي، يجابه به أصحاب الديانات الأخرى بكل قوة وثقة، ولعلمه أيضا أن الأديان الأخرى محرّفة وفيها من التناقض ما يدحض دعاويهم الباطلة، ويقوّي حجّته الدامغة لذلك فإنّه على مؤسسات ومؤسّسي الإعلام الإسلامي أن يسعوا لإيجاد ثلّة متخصصة في دراسة الأديان، تكون حافظة لكتبها وقادرة على إبراز مكامن الخطأ والصّواب، ممّا يسهّل عمليّة إقناع الجماهير غير المسلمة، إذ يوضّح لها بالبرهان العقلي والأدليّة القطعيّة من كتبهم قبل كتابنا صحّة أو بطلان القضايا المطروحة، ويجري من المناظرات بين علمائنا وأكفائهم من غير المسلمين ما يظهر ويقتنع بالحقائق، كما فعل الشّيخ ديدات رحمه الله، ومن بعده الشّيخ ذاكر نايك وغيرهم.

لكن الملاحظ اليوم وجود قطيعة ضمنيّة بين العلماء والمصلحين وبين الإعلام.. إذ يظلّ الإعلاميون مجرد منشيطين أو ناقلين لما يُملَى عليهم، ويظلّ العلماء مجرد ضيوف عابرين، إنّ إحداث التّزاوج الميداني بين الصّنفين من شأنه أن يساعد في إنجاح الإعلام الإسلامي فيكون على علم وفقه، كما كان الحال في العهد النبوي الكلّ مطالب بالترّام المبادئ الإسلاميّة وبالتّبليغ على السّواء، فقد حثّ الرسول ﷺ على التّبليغ عنه ولو بآية واحدة - إلّا من رُفِع عنه القلم - وكان ﷺ يختار بعناية الأجدر والأقدر لكلّ مهمّة حسب ملاحظته له، وتقديره للأمور بحكمته ﷺ، وطبعا بالنّسبة لنا يُستعاض عن تلك الحكمة التي نفتقدها بإنشاء مراكز وآليات للتّدريب الإعلاميّ الإسلامي المعاصر، وفق معايير تتلائم مع الدّين والواقع، يسيّرهما علماء أكفاء وإعلاميون متخصصّون مطّلعون

(1) - حسين علي حسين عبيد الهاجري، الاتّصال الانساني في الحديث النبوي، مرجع سابق ص22، بتصرّف.

(2) - سنن أبي داود، ج:7، كتاب: السّنة، باب: في لزوم السّنة، ص13، رقم: 4604.

على جديد التقنية والوسائل الإعلامية، وباحثون دارسون يقدمون أبحاثاً علمية حول مضامين الرسالة الإعلامية، وطرق صياغتها وتوصيلها الأكثر تأثيراً، وحول اتجاهات الجماهير وميولاتهم وسبل الإقناع المثلى

- الأمانة الإعلامية: وهي من أهم عوامل موثوقية ونجاح الرسالة الإعلامية، وقد كان رسول الله معروفاً لدى قومه قبل وبعد بعثته بأمانته، فكان المشركون يستأمنونه على ودائعهم، كيف لا وقد ائتمنه الله تعالى على رسالته الخاتمة فكان خير من أدى هذه الأمانة إلى حد الكمال، والإعلامي يجب أن يكون أميناً في نقله وتبليغه، ولا يكون همّه فقط السبق الصحفي أو كثرة المتابعين، إنّ الأخبار الزائفة والدعائية توجد اضطراباً وتشويشاً لدى الجماهير مما يجعله يفقد ثقته في إعلامييه، وهناك الكثير من القنوات الفضائية والصحف المعروفة همّها الوحيد اجتذاب أكبر نسبة من المتابعين بشتى الإغواءات، بغض النظر عن مضمون ما تقدّمه.

والأمانة الإعلامية والعلمية، تسعى لها كلّ المؤسسات والجماهير الواعية اليوم، وقد تمّ وضع وضع قوانين ردعية لأي سرقة علمية أو فنية أو أدبية، تضمن لأصحابها حقوق الملكية الفكرية، ولذلك يجب تحفيز الإعلامي المسلم على الأمانة، وتنمية الرقابة الذاتية بداخله، وكذا وضع قوانين وعقوبات لمن يخترق هذا المعيار المهم.

- الحكمة والمرونة: «وهي قدرة المرسل على التعامل مع مختلف المعطيات والظروف بنجاعة، وجعل الناس يستجيبون له، وقد كان النبي ﷺ يحمل من صفات التأثير والجذب ما لا يخفى على إنسان، بما اتّصف به من مهابة وبلاغة وحسن الخلق والخلق»⁽¹⁾، ولذلك على رجل الإعلام أن يحاول بقدر المستطاع أن يكون ذكياً في التأثير على المتلقين، وفي تطويع الأحداث لصالحه، جميل المخبر والمظهر، مع تعويد نفسه على التحلّم والتّصبر، وضبط النفس والتّصرّف بحكمة خاصة في الظروف الطّارئة، حتّى يكون أقدر على المواجهة وتوصيل الرسالة، كما عليه أن يحاول مشاركة الناس مشاعرهم وأحاسيسهم حتّى يكون إليهم أقرب، والرسول ﷺ تعامل بحكمة ومرونة مع الجميع، وكثير من المواقف التي مرّت به غضب لها الصّحابة وأرادوا أن يفتكوا بأصحابها، إلّا أنّه كان يأبى تلك المعاملة

(1) - حسين الهاجري، الاتّصال الانساني في الحديث النبوي، مرجع سابق ص23، بتصرّف.

الفضة، ويعامل غيره بالحسنى حتى يلين ويُقبل من تلقاء نفسه، والرَّسول ﷺ يَعْلَمُنا أَنَّهُ "بحسب امرئ من الشر أن يحقر أخاه المسلم" ⁽¹⁾، وهو لم يحتقر أحدا قط، مهما قلَّ شأنه ولم يفرق بين النَّاس في التَّعامل، بينما يعيش الإعلام في عالمنا الإسلامي اليوم حالة من التَّشردم والتَّصارع، بدل أن تجمعه في جهاز إعلامي واحد يوجَّه لخدمة البشريَّة، قسَّمته إلى أجهزة طائفية وعرقية وحزبية، غرست التَّافر أكثر وأكثر بين الشَّعوب، وكلَّ يرمي الآخر بأسوأ النَّواقص.

2- الموصفات الشخصية:

لابدَّ لمن يقوم بهاته المهمَّة العظيمة في تبليغ الرِّسالة - انطلاقا من مبدأ عالميَّة الإسلام وعالميَّة الدَّعوة المحمَّديَّة- أن يراعي في نفسه بعض الموقَّومات الَّتِي تعينه على أداء هذه المهمَّة على أكمل وجه وتكَمِّل شخصيَّته أمام المتلقَّين وذلك بأن يكون:

- «شخصيَّة رِياضيَّة في تفكيره وسلوكه، كما بيَّن تعالى في قوله: ﴿وَلَكِنْ كُونُوا رَبَّكُمْ نِيَمًا كُنْتُمْ تُعَلِّمُونَ الْكِتَابَ وَبِمَا كُنْتُمْ تَدْرُسُونَ﴾ [آل عمران: 79]، ممَّا ينعكس على أعماله كُلِّها وحتَّى على المتلقَّين» ⁽²⁾، ولا يتأتَّى ذلك إلا بإخلاص العمل لوجه الله الكريم وابتغاء مرضاته، بنشر شريعته بين الجماهير، والرَّسول ﷺ عندما أرسل للملوك والأمراء رسائله لم يرسلها لشيء من الدُّنيا، بل أرسلها لنشر دين الله في الأرض، ولتصل دعوة الإسلام أرجاء المعمورة، يقول تعالى على لسان نبيِّه: ﴿وَمَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَجْرِيَ إِلَّا عَلَى رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾ [الشعراء: 109]، والإخلاص يقود الإعلاميَّ إلى الورع وخشية الله ومراقبته في السرِّ والعلن، ويجعله ملتزما بالطَّاعات مجتنباً للمحرَّمات، ممَّا يُنزل الإعلاميَّ منزلة ثقة واحترام.

وكما وضع علماء الحديث شروطا صارمة في رواية ونقل الحديث النَّبوي مطبَّقة حتَّى اليوم، وجب وضع وضبط تلك الشُّروط في راوي - الإعلام الإسلامي، فهو أيضا ناقل ومبلِّغ عن الله ورسوله، فمعايير الإنتقاء تلك من: العدل والثَّقة والضَّبط..، تضمن أن لا يدخل

(1) - صحيح مسلم، ج: 4، كتاب: البرِّ والصَّلة والآداب، باب: تحريم ظلم المسلم، وخذله واحتقاره ودمه وعرضه وماله،

ص 1987، رقم: 2564.

(2) - طه أحمد الزَّيدي، المرجعيَّة الإعلاميّة في الإسلام، مرجع سابق، ص 106، بتصرّف.

التحريف والتلاعب إلى الرسالة الإعلامية، مما يتطلب أيضا وجود أجهزة رقابة تُشرف عليها لجنة متخصصة من العلماء والدعاة والإعلاميين والإداريين، تكون مستقلة عن أي سلطة عليا تفرض عليها رسائل معينة.

- «شخصية خُلِقَتْ: فحسن خلق الإعلامي يترك آثاره في نفوس جمهوره، مما يدفعهم إلى متابعته والتجاوب معه، وهذا مبتغى العملية الإعلامية»⁽¹⁾، قال ﷺ: " البر حسن الخلق"⁽²⁾، ومن أهم الأخلاق: الصدق، فقد كان رسول الله ﷺ يوصف بالصادق الأمين لأنه لم يُجرب عليه كذب قط، والله ﷻ يقول: ﴿يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾ [التوبة: 119]، وعليه أيضا أن يتَّصف بالصبر الذي هو زاده في أداء مهمته، وقال سبحانه موصيا نبيه بالاعتناظ بمن قبله من الرسل الصابرين: ﴿وَلَقَدْ كَذَّبَ رُسُلٌ مِّن قَبْلِكَ فَصَبَرُوا عَلَىٰ مَا كَذَّبُوا وَآوَدُوا حَتَّىٰ أَنهَم نَصْرًا وَلَا مُبَدِّل لِكَلِمَاتِ اللَّهِ وَلَقَدْ جَاءَكَ مِن نَّبَائِ الْمُرْسَلِينَ﴾ [الأنعام: 34]، ولقد ضرب رسول الله ﷺ أروع الأمثلة في ذلك لما احتمله من الأذى القولي والفعلية من قومه وغير قومه، فعندما دخل مكة المكرمة فاتحا منتصرا، قال لهم: " يا معشر قريش ماترون أني فاعل بكم؟ ، فيقولون: خيرا، أخ كريم وابن أخ كريم، فيقول لهم ﷺ: اذهبوا فأنتم الطلقاء"⁽³⁾، ولقد كان لصبره وصفحه أعظم الآثار الإعلامية في إنجاح الدعوة -حينها وعبر مختلف العصور- فرقت القلوب وأقبلت على دين الرحمة والمحبة.

وعلى الإعلامي المسلم أن يتَّصف أيضا بالتواضع أثناء ممارسته لوظيفته الإعلامية، فرسول الله ﷺ ما تكبر على أحد حتى أن الجارية لتأخذ بيده في حاجتها⁽⁴⁾، وقد حذر ﷺ من الكبر أي تحذير فقال ﷺ: " لا يدخل الجنة من كان في قلبه مثقال ذرة من كبر"⁽⁵⁾

(1) - المرجع نفسه، ص108، بتصرف.

(2) - صحيح مسلم، ج: 9، كتاب: البر والصلة، باب: تفسير البر والإثم، ص1980، رقم: 2553.

(3) - سيرة ابن هشام، ج: 4، مرجع سابق، ص32.

(4) - في صحيح البخاري، ج: 8، كتاب: الأدب، باب: الكبر، ص20، رقم: 6072، عن أنس قال: " إن كانت الأمة من إماء أهل المدينة، لتأخذ بيد رسول الله صلى الله عليه وسلم، فتتطلق به حيث شاءت " .

(5) - صحيح مسلم، كتاب: الإيمان، باب: تحريم الكبر وبيانها، ص66 - 67.

قال تعالى: ﴿فَمَا رَحْمَةً مِّنَ اللَّهِ لَئِنَّ لَهُمْ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ﴾ [آل عمران: 159]، وقال ﷺ: " لا يرحمُ الله من لا يرحم النَّاسَ" ⁽¹⁾، وضمان الأخلاق الإعلاميَّة المطلوبة يتطلَّب وضع أسس ومعايير إنتقاء لرجل الإعلام عبر اختبارات فقهية وإعلامية ومتخصِّصة، بعد المرور بدورات تدريب وتأهيل، وكذا بشهادة المحيطين وبشهادات رسميَّة عن أخلاقه وتحصيله العلمي، وأن يمرَّ في عمله بمستويات انتقالية تضمن له الخبرة الكافية لخوض المجال الإعلاميَّ بالكفاءة المطلوبة.

- شخصيَّة علميَّة: والرَّسول ﷺ كان يتصرَّف بحكمة وبصيرة من الوحي الإلهي، وفي دعوته كان يتحرَّك بطريقة مدروسة ويضع الخطط التي تحقق أكبر تغطية إعلامية بأقل الخسائر الممكنة، وقد أرسل ﷺ من يتعلَّم له لغة اليهود حتَّى يكون رسوله إليهم ⁽²⁾، وبقراً له كتبهم، وكان ﷺ يتحرَّى في بعوثة لكلِّ قوم من يفقه لسانهم حتَّى يفهم ويفهم، «والإعلاميَّ هو أحد الدَّعاة إلى الله ومن مقومات الدَّاعية العلم، يقول تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي﴾ [يوسف: 108]، ومن مقتضيات البصيرة العلم، فعليه إذا أن يكون عالماً بمتطلَّبات تخصَّصه» ⁽³⁾، ملماً بالعلوم الضرورية التي تخدم مجال الإعلام، فالعلم لسان العصر ولغته التي يتوصَّل بها إلى عقول النَّاس، كما أنَّه من الأفضل للإعلامي أن يكون ابن بيئته التي يعمل فيها حتَّى يكون أقرب لمعيشة واقع المتلقين وأدرى بمدخلهم ومشاكلهم، فمثلاً الغربيُّون الذين أسلموا قد مرَّوا بما مرَّ به بنو جلدتهم، ويعلمون التَّساؤلات التي يبحثون عن إجابات لها، ويعلمون ميولهم وعاداتهم، وطرق إقناعهم.

- «شخصيَّة مهنيَّة: فعلى الإعلاميَّ الإسلاميَّ -والمؤسَّسات الإعلاميَّة- أن يكون مؤمناً برسائله ومتفهِّماً لطبيعة عمله مضموناً ووسائل، حاصل على القدر الكافي من الدِّراسات

(1) - صحيح البخاري، ج: 6، كتاب: التَّوْحِيد، باب: قوله تعالى: ﴿قُلْ أَدْعُوا اللَّهَ أَوْ ادْعُوا الرَّحْمَنَ﴾ [الإسراء: 110]، ص 2686، رقم: 6941.

(2) - هو: زيد بن ثابت بن الضحاك الأنصاري أبو خارجة.

(3) - طه أحمد الزَّيدي، المرجعية الإعلاميَّة في الإسلام، مرجع سابق، ص 109، بتصرُّف.

الإعلامية المتوسعة والمتعمقة في مجال تخصّصه ⁽¹⁾، «والقدرة على الملاحظة، والابتكار في نطاق المبادئ الإسلامية، والمعرفة بالنظريات السائدة والأفكار التي تحاول توجيه الفكر البشري في مسارات معينة - ممّا يؤكد على أهمية الاطلاع والتخصّص-، وعلى القائم بالاتصال أن يمسّ الواقع الذي يعيشه الناس ⁽²⁾»، والرسول الأكرم ﷺ كان يختار من صحابته الأكفاء كلّ في مجالهم، وبما يلائم قدراتهم العقلية والجسدية. والمهنية تتطلّب احتراف صناعة الخبر والمادة الإعلامية احترافاً تطبيقياً، كما تتطلّب الإلمام بالتقنيات الإعلامية الحديثة في طريقة تسييرها واستغلالها على أعلى مستوى، وهذا ما تنقّد إليه الدراسات الإعلامية الموجودة في الواقع خاصّة في المعاهد والجامعات حيث أنّها تكاد تنحصر في المجال النظري فقط، وتُخرّج إعلاميين إذا دخلوا الميدان لم يعرفوا من أين يبدأون.

المطلب الثاني: الرسالة الإعلامية وخصائصها

(1) - المرجع نفسه، ص 110، بتصرّف.

(2) - محمد خير رمضان يوسف، مرجع سابق، ص 45-49، بتصرّف.

الرَّسالة هي المادّة المرسلّة من طرف القائم بالاتّصال عبر إحدى وسائل الإعلام، وهي « إحدى عناصر العمليّة الاتّصاليّة، وتمثّل الفكر أو المعنى، وقد وُضع في رموز متّفق عليها بين مرسل ومستقبل، وقد تكون هذه الرّموز لغة أو إشارات ذات معنى معيّن، وعلى هذا فإنّ المقالات والبرامج الإذاعيّة ومادّة الكتاب ومادّة الصّحف وما إلى ذلك تُعدّ رسائل بهذا المعنى»⁽¹⁾، «الوحدات الأساسيّة في أيّ رسالة إعلاميّة تتمثّل في: المعلومات والحقائق والأفكار التي تُصبّ في الرّموز اللّغويّة في قالب إعلامي، يمثّل شكل الرّسالة التي يستقبلها القارئ، أو المستمع، أو المشاهد»⁽²⁾، وعلى المرسل « اختيار الرّموز والمضامين التي تكون معروفة لدى المستقبل حتّى تكون رسالته واضحة، وإذا كان موضوعها جديدا فلا بدّ من التدرّج في تقديمه، وربطه بخلفيّة المستقبل وخبراته حتّى يسهل عليه التقاط المعنى»⁽³⁾، «والرّسالة الإعلاميّة في الإسلام تتبع من منطلقات الأُمّة الحضاريّة، ويرى أكثر الباحثين أن رسالة الإعلام الإسلامي هي الإسلام كلّ»⁽⁴⁾، وكلّ ما صدر عن رسول الله ﷺ من قول، أو فعل، أو تقرير يُعدّ رسالة إعلاميّة عالميّة، فالسيرة النّبويّة هي أعظم رسالة صادقة ومتجدّدة عرفها التاريخ، متضمّنة لكلّ المعاني الساميّة التي تسمو بالإنسان إلى مصافّ العبوديّة الحقّة، والتي بتطبيقها يتحقّق البعد الإنساني في أرقى صورهِ.

1- خصائص الرّسالة الإعلاميّة الإسلاميّة:

إنّ الرّسالة الإعلاميّة الإسلاميّة تستقي صفاتها وضوابطها من الإسلام نفسه، ومن نور الوحي الإلهي والهدي النّبوي، وهي تتميّز بأنّها:

- عامّة وشاملة عموم الإسلام وشموله فتتناول أمور الدّنيا والدّين، لأنّ الإعلام الإسلامي ليس إعلاما دينيّاً فقط، والرّسول ﷺ لم يكن يأمر المسلمين بإتيان الطّاعات واجتناب المحرّمات فقط، بل كان يوجّه النّاس في كلّ المجالات، فكان يحلّ المشاكل الرّوجيّة، ويبين للنّساء أمورهن الخاصّة، ويحثّ على تعليم الأولاد رياضات مختلفة، كما حثّ ﷺ على تعلّم القراءة والكتابة، إذ جعل فداء الأسرى بتعليم عشرة من المسلمين

(1) - كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلاميّة (انجليزي عربي). (ط:2؛ بيروت: دار الجيل، 1994م)، ص611.

(2) - عبد العزيز شرف، الأساليب الفنّيّة في التّحرير الصّحفي، مرجع سابق، ص144.

(3) - محمّد عبد الملك المتوكّل، مدخل إلى الإعلام والرّأي العام. (ط:2؛ صنعاء: لان، 2005م)، ص191.

(4) - طه أحمد الزّيدي، المرجعيّة الإعلاميّة في الإسلام، مرجع سابق، ص105.

القراءة والكتابة، كما يجب على الإعلام أن يبرمج البث ليصل إلى أكبر نسبة من الشَّعوب غير المسلمة، ونشر ما يهتمهم وينفعهم من مضامين إعلامية، فالأقمار الصناعية اليوم تتيح ذلك بسهولة كبيرة، ناهيك عن شبكات الانترنت.

- «المزج بين إسلامية المنهج وفنية الأسلوب الإعلامي، فهي ليست ذات صبغة وعظيمة محضة، كما أنها تستخدم الفنون الإعلامية الحديثة لجذب المتلقي»⁽¹⁾، فالعصر والتقنية متجددان على الدوام، لذا وجب الإطبّاع على جديد الإعلام دوماً من وسائل وأساليب لتطويعها في خدمة الرسالة، وأن لا يكون الإعلامي متخلفاً عن جماهيره في أدواته ومواضيعه، وطرح حلول مستقاة من الشرع للواقع المعيش، وليس زيادة تعقيد الأمور وتحريم كلّ جديد بحجة أنّ كلّ ما أُستحدث بدعة، إذ لا يستطيع إنسان اليوم أن يعيش بنمط حياة إنسان الأمس نفسه، والتجديد سمة للإسلام ذاته.

- «الصّدق في كلّ ما تنقله من مصادرها الموثوقة، وبكلّ أمانة ودقّة وتنبّيت وتبذّي الوسطية والاعتدال والبعد عن الغلوّ والتشدد، والتزام التيسير والتبشير»⁽²⁾، والرّسول ﷺ عندما أرسل صحابته للدعوة أمرهم بعدم التعسير أو تنفير المدعوّين، في إشارة منه إلى المبلّغين عنه بالتيسير على النّاس وتفهم أوضاعهم، وممّا يثير الدهشة أحياناً ما يقوم به بعض الدّعاة والعلماء (في ظلّ القطيعة الحاصلة بينهم وبين الإعلاميين) أن تجد أحدهم على المنابر لا يترك أمراً إلّا أفقّى بتحريمه أو اجتنابه، ناهيك عن التّضارب الحاصل بينهم بين محلّل ومحرمّ للقضية نفسها، ممّا يوقع الجماهير في حيرة منقّرة، ويعطي صورة نمطيّة سلبية عن العلماء والدّعاة بل والدين برمتهم، بينما الإعلاميون على طرفي نقيض فأغلب إعلامنا يحترف لهو الدّنيا ولا يبالي لغير ذلك، فينشرون التّرف واللّهو، ويستثيرون العواطف والشّهوات، بحجة تلبية مختلف الأذواق.

- «التّناغم مع الوسيلة الإعلامية المبنوثة عبرها، وصياغتها في قوالب فنيّة متنوّعة ومشوّقة دون الحياد عن الضّيّوابط الشرعيّة والاجتماعيّة العامّة»⁽³⁾، إذ يجب عرض

(1) - محمّد الطّيب زاوي، الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر، مرجع سابق، ص98.

(2) - آلاء أحمد هشام ومصباح عمّار، الإعلام: مقوماته، ضوابطه، أساليبه في ضوء القرآن. (رسالة ماجستير في علوم

القرآن، كلّية: أصول الدّين، الجامعة الإسلاميّة غزّة، فلسطين، 2009م)، ص99، بتصرّف.

(3) - المرجع نفسه، ص104، بتصرّف.

الرّسالة عبر وسيلة ذات جودة عاليّة في البث والعرض، واستعمال كلّ المؤثرات الصّوتيّة والفنيّة والإخراج ببراعة تضاهي صنعة الغرب في ذلك، مع قولبتها وفق الضّوابط الشرعيّة ولا ضير في الاستفادة من الخبرة الإعلاميّة الغربيّة في هذا المجال، واستقدام كوادِر مؤهّلة لتدريب الإعلاميّين، أو إرسالهم في بعثات وتربّصات تأهيليّة تمنحهم العلم والخبرة اللّازمين.

- «الالتزام بإصلاح المجتمع وليس عرض الخلل فقط، بتبني المنهج الإسلاميّ بأساليب ذكيّة متجدّدة، دون إهمال الجانب التّرفيهي الهادف»⁽¹⁾، ووضع برامج لطرح مختلف القضايا التي تمسّ المجتمعات من طرف مختصّين في مجال الدّين والسياسة والاقتصاد والاجتماع ومختلف العلوم، يُنتقون بعناية ويُدريّون على الميدان الإعلاميّ والمزوجة بينهم، والقيام بدراسات وأبحاث تنقّصيّ الأسباب والحلول مستقاة من نور الوحي وفقه الواقع، ولذلك يمكن القول أنّ الرّسالة الإعلاميّة الإسلاميّة هي كلّ المضامين الإعلاميّة وفق منهج الإسلام وروح العصر.

ونجاح الإعلام الإسلاميّ في توصيل رسالته العالميّة مرتبط بمدى المعرفة الدّقيقة بطبيعة مضمونها، وطبيعة الجمهور المتلقّي لها وكلّ الطّروف المحيطة به في واقعه، ويبدو لي أنّ القصور والعجز الحاصل ليس في مضمون الرّسالة فهي منبثقة من خالق الإنسان وبارئه الذي يعرف كلّ ما يصلحه، ولكنّه مرتبط بالفهم القاصر، والتّطبيق الخاطيّ لحملّة تلك الرّسالة، وللإعلاميّ المسلم الذي ينظر إلى الأمور من زاوية محدودة، كمن يقصّر الإعلام في مجال الوعظ والدّعوة إلى الدّين فقط، أو من يفصل الإنسان عن واقعه الذي يؤثّر فيه ويتأثّر به سلّبا وإيجابا، فأثّى لبّيت أن يُقام على عماد واحد، بل هي أعمدة متعدّدة متكاملة يشدّ بعضها بعضا.

« ونجاح الإعلام الإسلاميّ في تغيير الواقع يستلزم البحث في طبيعة هذا الواقع والوقوف على علله، وهذا يتطلّب استخدام مستجدّات العلوم في مجال علم النّفس والاجتماع، حتّى

(1) - محمّد الطّيب زاوي، الإعلام الإسلاميّ الإلكترونيّ المعاصر، مرجع سابق، ص101.

يكون التحليل علميًا والفهم دقيقًا، وإدراك حقيقة ما يعمر أذهان الناس من قناعات فكرية وعقدية وسلوكية⁽¹⁾، ليسهل التأثير والتوجيه.

المطلب الثالث: الوسائل الإعلامية

(1) - حمد بن ناصر عبد الرحمن العمار، أساليب الدعوة الإسلامية المعاصرة، ج:2. (رسالة دكتوراه في الدعوة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة: الإمام محمد بن سعود، السعودية، 1413-1414هـ)، ص626.

تُطلق الوسيلة في الدّراسات الإعلاميّة على «القناة التي تحمل الرّسالة إلى المتلقّي»⁽¹⁾، «وفي الاصطلاح الإعلاميّ يطلق على الوسيلة عدّة مسمّيات منها: الأداة، الوسيط، القناة، ويُراد بها كلّ ما يستعمله المرسل لنقل رسالته إلى المستقبل من لغة لفظيّة، وكتب ونشريات وإذاعة وتلفزيون وسينما. الخ»⁽²⁾، ويمكن تقسيم الوسيلة الإعلاميّة إلى قسمين: «وسيلة التّعبير: وتتمثّل في الرّموز التّعبيريّة اللفظيّة أو غير اللفظيّة (كلغة الجسد والإيماءات..)، ووسيلة النّقل: وهي المتمثّلة في الجو ووسائل الاتّصال الأخرى، كالصّحافة والإذاعة والتّلفزيون ومستلزماتها»⁽³⁾، ولكلّ وسيلة مميّزاتها وتأثيرها الخاص.

«وتأتي أهميّة وسائل الإعلام في التّغيير باعتبارها تعمل كوسائط لنقل الأفكار، والقيم الجديدة التي يُراد ترسيخها، في الوقت الذي تقوم فيه بمحاولة اقتلاع القيم والعادات المراد تغييرها، وذلك بما لها من إمكانيات في التّوصيل والإقناع والتّأثير، وقد أثبتت عدّة دراسات لجمهور وسائل الإعلام أنّ لهذه الوسائل تأثيرات واضحة على سلوك الجمهور، وتساهم في إحداث تغييرات فيها»⁽⁴⁾، وكلّ تغيير في السّلك إنّما يسبقه تغيير في الفكر، ناتج عن الرّسائل والمضامين الإعلاميّة الموجهة إلى الجمهور، والتي تنعكس عليه بالسّلب أو الإيجاب.

ولقد عرف العرب وسائل الإعلام القديمة المعروفة، وكان لبعضها شأن كبير في الإسلام، كالخطابة التي هي فنّ الإقناع حيث بلغت أوجها على يدي الرّسول ﷺ، «وإذا استعرضنا وسائل الاتّصال بال جماهير في عهد الرّسول ﷺ فس نجد أنّ أقواها تأثيرا في النّفوس وأعظمها نجاحا ما لا يقلّ عن تسعة وسائل هي: القرآن الكريم، الحديث والخطبة النّبويّة، الاتّصال الشّخصي والجمعي، مواسم الحجّ والتّجمّعات، الغزوات، القدوة الحسنة، العلاقات الإنسانيّة، والشّعر»⁽⁵⁾، «والقرآن هو الوسيلة العظمى من وسائل الإعلام منذ ظهور الإسلام إلى يومنا

(1) - عصام سليمان موسى، المدخل في الاتّصال الجماهيري. (ط:2؛ لا.م، مؤسّسة الوطن للإعلام والنّشر والتّوزيع،

1994م)، ص56.

(2) - أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام. (ط:1؛ القاهرة: دار الكتاب المصري، 1985م): الوسيلة، ص48.

(3) - محمّد عبد الله الخرعان، ملكيّة وسائل الإعلام وعلاقتها بالوظائف الإعلاميّة في ضوء الإسلام، مرجع سابق، ص25، بتصرّف.

(4) - محمّد عبد الله الخرعان، ملكيّة وسائل الإعلام وعلاقتها بالوظائف الإعلاميّة في ضوء الإسلام، مرجع سابق، ص239، بتصرّف.

(5) - عبد اللّطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام، مرجع سابق، ص:42.

هذا، وقد نصّ على أنّ الرّسول مكلف بالتبليغ للنّاس كافّة، كما بيّن الأخلاق التي يجب أن يتحلّى بها الإعلاميّ عامّة، والرّسول خاصّة⁽¹⁾، وقدّم قيم ومفاهيم جديدة تختلف عمّا كان سائداً في عصور الجاهليّة، فكان وسيلة للّرقي الإنساني الحضاري.

«كما لا يخفى ما للأحاديث والسّنة النبويّة من قوّة إعلاميّة ودعائيّة حملت طابعين في وقت معاً: طابع التّعليم والإرشاد والهداية، وطابع التّبشير والدّعوة»⁽²⁾، وعموماً لقد استخدم رسول الله ﷺ في دعوته كلّ الوسائل الإعلاميّة المتاحة في زمنه، الشّفويّة والمكتوبة، مع الأفراد والجماعات، وألقى الخطب في مختلف المواقف، كما كتب الكتب والعهود والمواثيق، وأرسل الرّسائل إلى الحكّام والقادة ومختلف القبائل، فعن أنس⁽³⁾ «أنّ نبيّ الله ﷺ كتب إلى كسرى وإلى قيصر وإلى النّجاشيّ وإلى كلّ جبار يدعوهم إلى الله تعالى»⁽⁴⁾، وهذا دليل على عالميّة الدّين، وهناك لحدّ الآن من لم يسمع بهذا الدّين، وهناك من سمع به محرّفاً مشوّهاً لما تنشره وسائل الإعلام عنه؛ أتبه دين عنف وإرهاب واضطهاد للمرأة وغير ذلك من الافتراءات لتتفرّ النّياس منه، وهناك صنف ثالث يعلم حقيقة الإسلام لكنّه يرفضه كبراً وبُغضا قد عمت أبصارهم وبصائرهم.

والهرج الإعلاميّ القائم دليل على ذلك، خاصّة في ظل ثورات الرّبيع العربي وتنظيم الدّولة الإسلاميّة المزعومة، حيث تتضارب المعلومات والأحداث ولا يستطيع المتلقّي أن يستبين الصّواب من الخطأ، وفي ظلّ إعلام موجّه لخدمة جهات معيّنة تدّعي المصداقيّة وهي منها براء، وتهاجم قوماً دون قوم هم أشدّ منهم وأفدح خطراً، والرّسول ﷺ كان يناقش أهل الكتاب واليهود، ويجيب على أسئلتهم التّعجيزيّة، ويكشف خداعهم ومكرهم ليعلم النّاس الحقيقة بيّنة، وكان يقابلهم بأساليب ردعيّة إذا إقتضى الأمر وتجاوزوا حدودهم، كما كان يكشف المنافقين في سعيهم للدّعاية المغرضة ضدّ المسلمين، ويُطفئ نار الفتنة التي يحاولون إشعالها، ولذلك على الإعلاميّ المسلم توضيح الحقائق ونشر الخبر والصّورة الصّحيحة، لتلافي إزهاق

(1) - المرجع نفسه، ص44.

(2) - المرجع نفسه، ص59.

(3) - سبق تخريجه، ص36.

(4) - صحيح مسلم، ج:2، كتاب: الجهاد والسير، باب: كتب النّبي إلى ملوك الكفار، ص1397، رقم: 1774.

الأرواح وتدمير الممتلكات وهتك الأعراض، ولتهدة الأوضاع بدل التفرقة والتّصعيد، وكشف إعلام الفرقة ومقاطعته، وإيجاد سُبُل وبرامج للتقارب والإلتقاء على النقاط المشتركة. وعلى الإعلام الإسلامي أن يتصدّى للإعلام الغربي والإسرائيلي الذي يسعى لتشويه صورة الإسلام، والتّصدي للهجمات الإستشراقية والتّبشيرية المتخفية وكشفها، وتقديم البرامج التّوعويّة للمشاهدين في الدّاخل والخارج، والبحث في كل الشّبه المطروحة وتفنيدها، ولا مناص كما قلت دائماً من التّزواج الفقهي والعلمي والإعلامي..

1- ضوابط الوسيلة الإعلامية:

أياً كان نوع الوسائل المستخدمة فهي قائمة لتحقيق أهداف معيّنة، وإيصال رسائل من خلالها، وحتى تقوم بدورها المطلوب لا بدّ من التزامها بمجموعة من الضوابط من بينها:

- «أن تكون الحكمة من عملها محدّدة، إذ هدفها بيان الحقّ وعرضه على الجمهور، ونشر القيم الهادفة للبشريّة وتقويمها مع الالتزام بالضوابط والقيم وفق المصدر الإلهي والمنهج النبوي»⁽¹⁾ وقد كان منهج رسول الله ﷺ في استخدامها واضحاً وذكياً فكان رسول الله ﷺ يتقبّل عارضا نفسه على القبائل وعلى النّاس في الأسواق والمواسم، وأرسل رسله وبعوثه إلى أبعد من ذلك ليُعلم النّاس بالدين، -موصياً أصحابه بحسن معاملتهم وعدم إيذاء المسالمين وعدم هدم الصوامع أو قلع الأشجار-، ولذلك فعلى الوسيلة الإعلامية اليوم أن تستغلّ أدوات الانتشار الرّقمي والتكنولوجي المتاحة من هواتف وانترنت وقنوات لتبثّ البرامج المختلفة التي تنشر الوعي والتّثقيف، دون المساس بغيرها من التّوجهات الإعلامية الأخرى، أو التّشهير بها.

- الرّقابة الدائمة على أعضائها ومتابعة أحوالهم، «وفرض الرّقابة على المعلومات التي تُبثّ من خلال الوسيلة فلا تحيد عن الموضوعيّة والمصداقيّة»⁽²⁾، والتزام الشّورى بينهم، ويكون ذلك بغرس وتعزيز روح الرّقابة الدّائيّة في أعضاء المؤسّسة الإعلامية -المنتقون سلفاً- وكما قال

(1) - آلاء أحمد هشام ومصباح عمّار، الإعلام في ضوء القرآن، مرجع سابق، ص109، بتصرّف.

(2) - المرجع نفسه، ص112.

رسول الله ﷺ: " أن تعبد الله كأنك تراه، فإن لم تكن تراه فإنه يراك"⁽¹⁾، ثم بإيجاد جهاز داخلي للرقابة يراقب سير العملية الإعلامية، والمضامين المبنوثة فيها، والحرص على تنفيذ الخطط المبرمجة كما يجب، وعلى أوسع نطاق يصل إليه بث الأقمار الصناعية وشبكات الانترنت والموجات الإذاعية والهواتف الذكية.

وتعاني بعض المجتمعات الإسلامية من قلة الوسائل الإعلامية المتاحة، وأغلب الموجود منها يهدم أكثر ممّا يصلح، كما أنّ الإعلام الهادف يعاني من نقص التمويل من جهة، وقصور الرؤية أو الانغلاق على مجالات بعينها من جهة أخرى، ممّا يجعله عاجزاً عن الوصول إلى مصافّ العالمية في ظلّ المنافسة الشديدة من الإعلام الغربي، وبما يمتلكه من قوة وتمويل وعتاد وكوادر مؤهلة.

وخلاصةً فإنّ جميع وسائل الإعلام على اختلاف أشكالها، إذا أحسن استخدامها وأحسن إعداد الرسائل المراد عرضها من خلالها هي ميدان خصب لقوة التأثير وسرعة الانتشار، لكونها في متناول الجميع على اختلاف فئاتهم، ولذلك فعلى رجل الإعلام أن يُحسن استغلالها بكلّ حريّة وإتقان، وبإعداد أجهزة حديثة ومؤسسات إعلامية متخصصة لإبلاغ الحقّ الذي جاء من ربّ العزة إلى العالمين.

(1) - صحيح البخاري، ج:1، كتاب: الإيمان، باب: باب سؤال جبريل النّبّي عن الإيمان، والإسلام، والإحسان، وعلم الساعة، ص19، رقم: 50 .

المطلب الرابع: المستقبل (الجمهور)

الإسلام هو الرسالة العالمية الكبرى للإنسانية، لتكون نظاماً لها في بُعديها الروحي والمادي في كلِّ زمان ومكان، والمستقبل هو «الشَّيْخُص، أو الجماعة، أو الفئة، أو القطاع الَّذِي يستقبل الرسالة الإعلامية ويحدث لديه التأثير المرجو أو المطلوب بالرسالة»⁽¹⁾، «والإنسان أيَّ إنسان كان، هو المدعو إلى الله تعالى، لأنَّ الإسلام رسالة الله الخالدة، بعث الله بها محمداً إلى النَّاس أجمعين، قال تعالى: ﴿قُلْ يَتَّيِّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِي وَيُمِيتُ﴾ [الأعراف: 158]، وقال سبحانه: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾ [سبأ: 28]، وهذا العموم لا يُستثنى منه أيُّ إنسان عاقل، مهما كان جنسه وإقليمه ومهنته، ذكراً أو أنثى، إلى غير ذلك من الفروق بين البشر»⁽²⁾، والحديث عن الجمهور هو محاولة الإجابة عن السؤال: لمن؟، أحد العناصر الأساسية في النموذج الإعلامي، ومثلما تحتاج وسائل الإعلام إلى استعمال التقنية المتطورة، ودراسة وتقديم الرسائل الأكثر تأثيراً في الجمهور، فإنها تحتاج إلى الدراسات والأبحاث التي تساعد على معرفة حاجات المتلقّي، وسلوكه وعاداته، ومدى ثقته بوسائل الإعلام وما تبثّه، وبالتالي تحقيق هدفها في تشكيل وعي المتلقّي والتأثير عليه، وما يواجه الإعلام الإسلامي أكثر من أيِّ إعلام آخر التنوّع الشّدِيد لجمهوره -بصفته إعلاماً عالمياً يحمل رسائله للعالم أجمع- من حيث تنوّع اللّغات والأديان والثّقافات والعادات، فهو ليس إعلاماً محلياً أو إقليمياً، هذا ما يجعل مهمّته ليست بالسهلة خاصّة في مقابل جمهور واع ومتعلّم ولا يُقنعه مجرد الكلام العاطفي.

«والاهتمام بالأبحاث المتعلّقة بجمهور وسائل الإعلام الجماهيرية من قراء الصّحافة المكتوبة، ومستمعي المحطّات الإذاعيّة، ومشاهدي القنوات الفضائيّة، ومستعملي الشّبكة العنكبوتية

(1) - حامد عبد الواحد، الإعلام في المجتمع الإسلامي، مرجع سابق، ص 37.

(2) - عبد الكريم زيدان، أصول الدّعوة. (ط: 3؛ بغداد: لان، 1976م)، ص 358.

العالمية، هو اهتمام حديث العهد نسبياً، ولكنّه يتزايد باضطراد، مواكبا التطوّرات المتّصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتّصال المتجدّدة»⁽¹⁾.

أ- خصائص الجمهور: ويتميّز الجمهور أو المستقبل بعدّة خصائص أهمّها:

1- «خصائص نفسية: تتعلّق بالسمات الشخصية والحاجات والاتّجاهات والعادات وغيرها من الخصائص الدّائمية، ومراعاة تلك الظروف النفسية يؤثّر في فهم واستقبال الرّسالة وعملية الاتّصال برمتها»⁽²⁾، وقد كان رسول الله ﷺ أفهم وأفرس النّاس بالنّاس، فعن عروة بن الزّبير⁽³⁾ قال: "خرج رسول الله ﷺ زمن الحديبية، فقال رجل من بني كنانة: دعوني آتية، فقالوا: انتّه، فلمّا أشرف على النّبي وأصحابه، قال رسول الله ﷺ: هذا فلان من قوم يعظّمون البدن فابعثوها له، فبعثت له، واستقبله النّاس يلّبون، فلمّ رأى ذلك قال: سبحان الله ما ينبغي لهؤلاء أن يُصدّوا عن البيت، فلمّا رجع إلى أصحابه قال: رأيت البدن وقد قُلّدت وأشعرت، فما أرى أن يُصدّوا عن البيت"⁽⁴⁾، فقد عامل رسول الله ﷺ هذا الرّجل بما يتّصف به من صفات نفسية هو وقومه، ممّا جعل ردّة فعله إيجابية تخدم الرّسالة الّتي أراد أن يوصلها الحبيب المصطفى وتصبّ في صالحه، وقد "أتى فتى شابّ للنّبي ﷺ يوماً فقال: يا رسول الله ائذن لي في الزّنا، فأقبل القوم عليه فزجروه، وقالوا: مه مه، فقال ﷺ: ادن، فدنا منه قريباً، فجلس، قال: أتحبّه لأمّك، قال: لا والله جعلني الله فداك، قال: ولا النّاس يحبّونه لأمهاتهم، قال: أفتحبّه لابنتك، قال: لا والله يا رسول الله جعلني الله فداك، قال: ولا النّاس يحبّونه لبناتهم، قال: أفتحبّه لأختك..، فوضع يده عليه وقال: اللهم اغفر ذنبه، وطهر قلبه، وحصّن فرجه، فلم يعد بعد ذلك

(1) - تسعديت قدوار، أثر تكنولوجيا الاتّصال على الإذاعة وجمهورها. (دكتوراه في علوم الإعلام والاتّصال، كلّية: العلوم

السّياسية والإعلام، جامعة الجزائر، الجزائر، 2010-2011م)، ص 43.

(2) - حسين الهاجري، الاتّصال الانساني في الحديث النّبوي، مرجع سابق ص 113، بتصرّف.

(3) - هو: عروة بن الزّبير أبو عبد الله بن الزّبير بن العوام، ولد سنة ثلاث وعشرين، الإمام، عالم المدينة، الفقيه، أحد الفقهاء السّبعة، حدّث عن أبيه، وعن أمّه أسماء بنت أبي بكر الصديق، وعن خالته أم المؤمنين عائشة، وعلي بن أبي طالب..، وكان ثقة، ثباتاً، مأموناً، كثير الحديث، لم يدخل في شيء من الفتن، توفي وهو ابن سبع وستين سنة سنة ثلاث وتسعين، انظر: سير أعلام النبلاء، الإمام الذهبي، مرجع سابق، ج: 4، ص 423.

(4) - صحيح البخاري، ج: 3، كتاب: الشّروط، باب: الشّروط في الجهاد والمصالحة مع أهل الحرب، وكتابة الشّروط،

الفتى يلتفت إلى شيء⁽¹⁾.

لقد أخرج رسول الله من دائرة الرّاغب في الرّنا، إلى المتضرّر منه وجعل يضعه موضع الآخرين، فيستقبح الأمر ويرفضه، وهو ﷺ لم ينهره أو يطرده لأنه يعلم ضعف النّفس البشريّة، وبكل حنوّ ومحبّة حاول أن يُظهر للشّاب نقاط الضّعف تلك، ويعلمه تقاديها، فيقتنع بالخطأ الذي أوشك أن يقع فيه، ويعلم أنّ هناك سبل شرعيّة أخرى لا يترتب عليها ضرر، لذلك فعلى الإعلام المنشود أن يفهم الميول النّفسية المختلفة للجماهير ويحاول توجيهها في المسار المطلوب تدريجيّاً، خاصة فئة الشّباب المسلم وغير المسلم وما يُحيط بهم من فتن أخلاقيّة وإعلام هابط، وطرح البديل الإعلاميّ من برامج هادفة وفنّ راق، يُحرّك المشاعر النّبيلة في الإنسان، وبثّ الحصص التّفاعليّة التي تدعم التّجارب الاجتماعيّة المفيدة، وتكثيف الإعلام عن الأنشطة الخيريّة والتّطوعيّة والرياضيّة..، التي تملأ الفراغ لدى الشّباب، وتستغلّ قواه الفكريّة والبدنيّة المهدرة.

2- «خصائص ديموغرافيّة واجتماعيّة: تتعلّق بالعمر والجنس والدين واللّغة، والمكانة الاجتماعيّة ومكان الإقامة، والعلاقات الاجتماعيّة..»⁽²⁾، ومن ذلك أنّ رسول الله كان يصبر على معاملة الأعراب القاسيّة لعلمه بجفاء البيئة التي نشئوا فيها وخشونتها، فعن أنس بن مالك⁽³⁾ قال: " بينما نحن جلوس مع النّبي ﷺ في المسجد، دخل رجل على جمل فأناخه في المسجد ثمّ عقله، ثمّ قال لهم: أيكم محمّد؟، والنّبي ﷺ متكىّ بين ظهرائهم، فقلنا: هذا الرّجل الأبيض المتكىّ، فقال الرّجل: يا ابن عبد المطّلب، فقال النّبي ﷺ: قد أجبتك، فقال الرّجل للنّبي إنّني سائلك فمشدّد عليك في المسألة فلا تجد عليّ في نفسك، فقال: سل عمّا بدا لك...⁽⁴⁾،

(1) - أبو عبد الرّحمن محمد ناصر الدّين الألباني (ت: 1420هـ)، سلسلة الأحاديث الصّحيحة وشيء من فقها وفوائدها، ج: 1.

(ط: 1، الرّياض: مكتبة المعارف للنّشر والتّوزيع، 2002م)، ص 712، رقم 370.

(2) - حسين الهاجري، الاتّصال الانساني في الحديث النّبوي، مرجع سابق، ص 121-123، بتصرّف.

(3) - سبق تخريجه، ص 36.

(4) - صحيح البخاري، ج: 1، كتاب: العلم، باب: القراءة والعرض على المحدث، ص 15، رقم: 63.

وعن أبي هريرة ⁽¹⁾ قال: قال ﷺ أتاكم أهل اليمن هم أرق أفئدة وألين قلوبا، الإيمان يمان والحكمة يمانية، والفخر والخيلاء في أصحاب الإبل، والسكينة والوقار في أهل الغنم ⁽²⁾، وفي ذلك دليل على أن الإنسان ابن بيئته كما يقال، وقد راعى رسول الله بيئة المتلقين ووظائفهم أيضا، وكان خبيرا ذو فراسة مدهشة، يخاطب الكل بما يلائمهم على اختلافاتهم.

ولذلك على المرسل أن يراعي هذه الصفات في المستقبلين، ويتعامل معهم على ضوءها، وأن لا يكون أحادي النظرة والتعامل، فما يصلح مع قوم لا يصلح مع غيرهم، وذلك هو أحد مكامن القصور التي يعانيتها الإعلام الإسلامي، فهو إذ يخاطب الآخر يخاطبه بصفته ضال أو منحرف أو معارض أو كافر، وليس بصفته الإنسان الذي يختلف عني وعنك حتما، والذي من المفروض أن يسعى هو - أي الإعلام - جاهدا لما فيه صلاحه، والحبیب المصطفى ﷺ لم يكن في تعامله مع الناس ودعوته لهم ينظر إلى الجوانب السلبية فيهم، بل كان يركز على كل ما هو إيجابي ويحاول تثمينه والثناء عليه، حتى يستثير مكامن الحب والإقبال في النفوس، وقد بُعث ﷺ لغير المسلمين بداية، وإلا فما كانت الفائدة من بعثته ﷺ؟!.

لذلك على الإعلام المنشود أن ينوع في برامجه، بين برامج الصغار التي تسعى للتثنية السليمة، والتربية بالقوة الصالحة الحقيقية وليس بالرسوم المتحركة التي تحوي كائنات خيالية وحيوانات تشبه الإنسان، حتى ما يدري الطفل نفسه إلى أي صنف ينتمي، مما يوجد لديه ازدواجية وانفصالا عن العالم الواقعي فيكبر كائنا خليطا مهجنا، وبين برامج الشباب التي تسعى لطرح البديل السليم وتوعية الفكر، وتشجيع الإبداع والابتكار، والتسليّة الهادفة، واكتساب مهارات التعامل مع الأزمات وفن حلّ المشكلات، وإعدادهم لتحمل الرسالة والاستخلاف كهدف بعيد، ولبناء حياة أسرية قوينة تنشئ أفراد صالحين كهدف أقرب، وبين برامج للكبار تعزّر القيم

(1) — هو: أبو هريرة عبد الرحمن بن صخر الدوسي (ت 57 هـ)، قيل أن اسم أبيه هو عمير، وإنه بن عامر بن ذي الشبري أمّا أمّه فهي: أميمة ابنة صفيح بن الحارث بن دوس، هو الإمام الفقيه المجتهد الحافظ، صاحب رسول الله، سيد الحفاظ الأثبات، أجمع أهل الحديث أنه أكثر الصحابة رواية وحفظاً، حدث عنه خلق كثير من الصحابة والتابعين، فقيل: بلغ عدد أصحابه ثمان مائة، أنظر: سير أعلام النبلاء، ج: 2، مرجع سابق، ص 578.

(2) — صحيح البخاري، ج: 3، كتاب: المغازي، باب: قدوم الأشعريين وأهل اليمن، ص 744، رقم: 4388، وصحيح مسلم،

ج: 1، كتاب: الإيمان، باب: تفاضل أهل الإيمان ورجحان أهل اليمن، ص 73، رقم: 52.

الأصيلة، وتدعم وجودهم الفاعل في المجتمع، وتستفيد من مخزون الخبرات لديهم كل في مجاله، وعرضها على الجمهور لتبني ما يلائمه منها.

وفيما يتعلّق بالعلاقات الاجتماعية، مثالها تخصيص الرسول ﷺ خطابه للأنصار عندما تحدّثوا في عدم حصولهم على الغنائم، إذ قال ﷺ: "يا معشر الأنصار ما حديث بلغني عنكم فسكتوا، فقال: يا معشر الأنصار ألا ترضون أن يذهب الناس بالدنيا، وتذهبون برسول الله تحوزونه إلى بيوتكم، قالوا: بلى، فقال النبي ﷺ: لو سلك الناس واديا وسلكت الأنصار شعبا لسلكت شعب الأنصار"⁽¹⁾، فالرسول ﷺ خصّص الفئة المقصودة بالخطاب إيذانا منه بأنّه على علم باحتياجاتهم ورغباتهم، واهتماما منه ﷺ بحلّ مشاكلهم، وإعلاما لهم وللجميع بمكانتهم عنده وفي الأمة، وخاطبهم من خلال خلفيّة مشتركة ومصادقيّة له في نفوسهم، ممّا مسح كلّ سوء فهم وحنق لدى ذاك الجمهور.

« وإذا كانت رسالة الإسلام توجّه للجماهير في العالم كلّ، فهي أيضا رسالة لكلّ الأزمان والأحقاب، لأنّ مضمونها أوسع ومفهومها أشمل، وهي أقدر على استيعاب متغيّرات المكان بقدر استطاعتها على معالجة متغيّرات الزّمان، وقد فتح الإسلام باب الاجتهاد على مصراعيه ليجرف كلّ عقبة تقف أمام التطوّر في مسيرة حياة الأمم والشّعوب»⁽²⁾، كما أنّها «اعتمدت على الإدراك البشري الواعي ليتحقّق بذلك عهد الرّشد الإنساني»⁽³⁾، ولهذا فإنّ على القائم بالإعلام الإسلامي أن يدرس جمهوره، واحتياجاته المتغيّرة ومستوياته المختلفة، وأن يحسن اختيار الوسيلة التي ينقل بها فكرته إلى الجماهير، وأن يحسن انتقاء الرّسالة المناسبة، مع مراعاة القدرات المتفاوتة لجمهور المتلقّين، كل ذلك وفق المبادئ الإلهية المشتركة بين كلّ النّاس، باعتبار كلّ البشر إخوة، وباحترام الإنسان كإنسان، وبإرساء دعامة العدل الإلهي في الكون والحياة.

(1) - صحيح البخاري، ج:3، كتاب: المغازي، باب: غزوة الطّائف، ص733، رقم: 4333، وصحيح مسلم، ج:1، كتاب:

الزّكاة، باب: المؤلّفة قلوبهم على الإسلام، ص735، رقم: 1059.

(2) - محي الدين عبد الحليم، الدّعوة الإسلامية والإعلام الدولي، مرجع سابق، ص25.

(3) - سيّد قطب، في ظلال القرآن، ج:1. (لاط؛ بيروت: دار الشّروق، 1973م)، ص283.

المبحث الثاني: التوجيهات النبوية للإعلام

إنّ العالم اليوم بحاجة ماسّة إلى من ينقذه من المشاكل التي يتخبّط فيها، والبشرية في حاجة لمن ينقذها من هذا الانحدار المتفشّي في كل جوانب الحياة، والإسلام هو الرّسالة الأبدية الوحيدة المنقذة لأنّها خاتمة الرّسالات، ولأنّها الوحيدة التي سلمت من كلّ زيف أو تحريف، قال تعالى: ﴿إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ﴾ [الحجر: 9].

والإعلام الإسلامي المنشود الذي يحمل رسالة الإسلام إلى العالمين، هو إعلام ذو طابع في مبادئه وأهدافه، وعرضه وأسلوبه، وهو بذلك يساهم في رسم المنهج الحياتي الموائم للفطرة الإنسانية السّوية.

المطلب الأول: بناء الإعلام الإسلامي

إنَّ التَّصور الإسلامي يقوم على أساس أنَّ هذا الكون كلّه من خلق الله، والشريعة لكلّ البشر فهي الأنسب للفطرة الإنسانية السليمة، والأقدر على قيادتها، قال تعالى: ﴿أَلَا يَعْلَمُ مَنْ خَلَقَ وَهُوَ اللَّطِيفُ الْخَبِيرُ﴾ [المك: 14]، «وعالمية منهج الشريعة الإسلامية تجد الصبغة الإنسانية فيه القدرة على الانفتاح على الآخر، متجاوزة كلّ الاعتبارات الإقليمية والقومية والجنسية، فهي تستمدّ شمولها وإنسانيّتها من صبغته الرّبّانية»⁽¹⁾، قال تعالى: ﴿وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَنْ سَبِيلِهِ ذَلِكُمْ وَصَّكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ﴾ [الأنعام: 153].

وعليه فإنّ على الإعلام المأمول أن يقدم ويطبّق هذا المنهج الرّبّاني، «وانطلاقاً من هذه الغاية السّامية سمت جميع أهداف الإعلام الإسلامي تجمعها قاعدة: كلّ ما يؤدّي إلى الخير العام للإنسانية، وتحقيق العبوديّة الخالصة لله ومراده في هذه الأرض من العمارة والاستخلاف، كما يتدخّل الإعلام الإسلامي في كلّ قضية من قضايا الإنسان بالدور الملائم والمناسب»⁽²⁾، ورسول الله محمد ﷺ كان يتتبع مجالس قريش، ومواسمهم، وأسواقهم وهو يقول: "يا أيّها النّاس قولوا: لا إله إلّا الله تفلحوا"⁽³⁾، وكان ﷺ يفرح بمجيء من أراد أن يُسلم ويهتّس له، ويوسع له في المجلس، وقال ﷺ مُعلماً النّاس بدوره في الحياة: "إنّما مثلي ومثل النّاس، كمثّل رجل استوقد ناراً، فلمّا أضاءت ما حوله جعل الفراش وهذه الدّواب التي تقع في النّار يقعن فيها، فجعل ينزعهنّ ويغلبهنّ فيقتحمّن فيها، فأنا آخذ بحجزكم عن النّار وهم يقتحمون فيها"⁽⁴⁾، «وكان رسول الله على ما يراه من قومه يدعوهم إلى النّجاة ممّا هم فيه»⁽⁵⁾، لذلك على الإعلام أن يكون هو

(1) - فؤاد توفيق العاني، الصحافة الإسلاميّة ودورها في الدّعوة، مرجع سابق، ص 317.

(2) - عبد الله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، مرجع سابق، ص 40، بتصرّف.

(3) - أبو عبد الله أحمد بن محمّد بن حنبل الشيباني (ت: 241هـ)، مسند الإمام أحمد بن حنبل، تحقيق: شعيب الأرنؤوط، عادل مرشد، وآخرون، ج: 31. (ط: 1؛ بيروت: مؤسسة الرّسالة، 2001 م)، مسند الكوفيّين، حديث ربيعة بن عباد الذّيليّ، ص 342، رقم 19004.

(4) - صحيح البخاري، ج: 8، كتاب: الرّفاق، باب: الانتهاء عن المعاصي، ص 102 رقم: 6483.

(5) - ابن هشام، السيرة النبويّة، ج: 1، مرجع سابق، ص 241.

البادئ في عرض رسالته على الناس وإن كانوا في صدود، فقد انتشرت الغفلة، وعليه أن يطرق كل المنافذ والقنوات الإعلامية خاصة تلك التي تملك أعلى نسب متابعة من الجماهير، ولا يحصر نفسه في قناة بعينها.

1- تنظيم الإعلام الإسلامي:

لقد حاول بعض الباحثين وضع نظريات محدّدة للإعلام الإسلامي على شاكلة نظريات الإعلام الغربيّة المختلفة، ولكن يبدو أنّ ذلك من الصّعب تحقيقه لعدّة أسباب أهمّها:

- «أنّ نظريّات الإعلام السّائدة قد بدأت من فراغ، ونشأت من مذاهب سياسيّة واقتصاديّة، بينما الإعلام الإسلامي نابع من دين الله، ومرتبطة به كمنهج حياة، وهو بذلك بمنأى عن الفرضيّات والاحتمالات»⁽¹⁾، ولكنّه يستفيد من النّظريّات الإعلاميّة المطروحة بعد دراسة بحثيّة إعلاميّة متخصصة ويأخذ بأحسن ما فيها لتدعم ارتباطه بالواقع فهي حتما ناشئة عنه ومرتبطة به، ولكن للأسف تبقى أغلب دراساته حاليّا دراسة نظريّة تلقينيّة فقط، لتكديس المعلومات، ولا أرى أنّه يُستفاد منها في شيء ذي بال.

- «الإعلام الإسلامي لا تستطيع أن تحتويه النّظريّات الوضعيّة، ويعجز الدّارسون والباحثون أن يحتوا الإعجاز القرآني، وأساليب الإعلام والبيان المعجزة فيه، والأحاديث والسيرة النبويّة الشّريفة خلال نظريّة إعلاميّة، وكلّ محاولة لوضع نظريّة للإعلام الإسلامي هي تضيق لآفاقه الرّحبة»⁽²⁾، ولذلك فعلى رجل الإعلام الإنسانى أن لا يحيد عن المنهج الذي بيّنه واتّبعه رسول الله ﷺ، دون إحداث فجوة بين ما يقدّم من خلال أجهزة الإعلام وبين واقع الحياة اليوميّة، وفق منهج متجدّد، ووفق خطط مرسومة تجمع بين الاستخدام الأمثل لعناصر الإعلام المتاحة، وبين تطوير هذه العناصر وتنمية قدراتها، وتوفير وإعداد الجهاز الإعلاميّ بما يحتويه من إعلاميين متخصصين، ومصادر معلومات، ووكالات أنباء، وبرامج، والتّخطيط لانتشار واسع النّطاق بالعتاد اللازم من محطات تقوية البث وشبكات التّغطية..

(1) - حامد عبد الواحد، الإعلام في المجتمع الإسلامي، مرجع سابق، ص47، بتصرّف.

(2) - المرجع نفسه، ص48، بتصرّف.

2- تجديد الخطاب الإعلامي والدعوي:

«إنّ علاقة الإعلام بالدعوة علاقة مترابطة، فالإعلام أصبح المحرك الرئيسي في مجال الدعوة، وقد ظهر في العقود الأخيرة بوضوح أنّ الخطاب الإعلامي والدعوي الإسلامي للمسلمين ولغير المسلمين، التبس بكثير من الأهداف والغايات التي يراد تحقيقها عن طريقه، وخرج في بعض الأحيان عن أن يكون خطاباً إعلامياً دعوياً»⁽¹⁾، كما أنّ الأحداث التي تعاقبت على العالم الإسلامي من ثورات وإرهاب وحملات إعلامية مغرضة، كلّ ذلك يقتضي لا محالة إعادة النظر في تجديد الخطاب الإسلامي سواء للداخل أو الخارج، بسبب ما جلبته تلك الأحداث من تشويه للإسلام في أعين الناس، واضطراب وتشويش للمفاهيم والأفكار، والتبني ﷺ كان حريصاً على حفظ صورة الإسلام ناصعة البياض، فعندما سُئل في قتل المنافقين أبي وقال: " لا يتحدث الناس أنّ محمداً يقتل أصحابه"⁽²⁾، وذلك خشية منه ﷺ أن يكون تصرفه سبباً في صدّ الناس عن الدخول في الإسلام وبغضه.

والخطاب الإسلامي البالي والقاصر لم يعد له مكان أو صدى حتّى لدى المسلمين أنفسهم فكيف بغيرهم، «وإنّ إنصاف الإسلام ودعوته يدعونا بلا ريب إلى تجديد الخطاب الدعوي والإعلامي، ويتأتّى هذا من خلال المراجعة الذاتية وتقويم الأداء في هاته المرحلة العvisية التي نعيشها، وهذا ما دأبت عليه الأمة، وما نهض له المجددون والمصلحون عبر المسيرة الطويلة في الظروف المفصلية التي مرت بها»⁽³⁾، والخطاب الإعلامي يحتاج إلى إيجاد بيئة تجذب وتكوّن المبدعين من الإعلاميين والفنانين والكتاب. . . ، الذين يخاطبون بالأعمال الفنية -المشروعة والمتنوعة- الجمهور المستهدف لغرس قيم الإسلام، وبعث روح التغيير والإنجاز والعطاء على وحي من الله ونور.

والملاحظ اليوم على السّاحة أنّ الخطاب الإعلامي هزيل يفتقد إلى سلامة الأسلوب والصّياغة، ناهيك عن سلامة المضمون، والذي أصبح يترك القضايا الجوهرية للإنسانية ولا

(1) - عبد الله بن عبد المحسن التركي، الخطاب الدعوي لغير المسلمين - بحث منشور في الدّور الحضاري للأمة المسلمة في عالم الغد - . (ط:1؛ لا.م: مركز البحوث والدراسات، 2000م)، ص306، بتصرّف.

(2) - صحيح البخاري، ج:6، كتاب: تفسير القرآن، باب قولهِ: ﴿سَوَاءٌ عَلَيْهِمْ أَسْتَغْفَرْتَ لَهُمْ أَمْ لَمْ تَسْتَغْفِرْ لَهُمْ لَنْ يَغْفِرَ اللَّهُ لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ﴾ [المنافقون:6]، ص154 رقم: 4905.

(3) - محمد بشير حدّاد، الدّعوة والإصلاح مناهج وأساليب. (ط:4؛ دمشق: دار القلم، 2014م)، ص245.

يهتمّ إلا بما يزيدّها خبالاً، كما أنّ الخطاب الدّعوي حبس نفسه في قوقعة الإتيّاع ونبذ كلّ جديد، متحدّثاً بلغة جافّة ينبذها الكثيرون، ممّا جعله في عزلة عن النّاس والواقع، حتّى صار يوصف بالرجعيّة والنّخلف.

ولذلك يجب أن ندرس أساليب الخطاب النّبوي ونطبّقها، ويجب إنشاء مراكز ومؤسسات تعليميّة إعلامية ترعى هذا الجانب الهام من جوانب التّبليغ، بأسلوب عصري إبداعي في الشّكل والمضمون، وتطوير مستمر في الطّرح والإعداد، لعلّه بذلك يستطيع أن يخرج من القوقعة الّتي حُبس فيها عن قصد أو عن غير قصد، ويلقى الإقبال والتّأثير الجماهيري الّذي نجح الرّسول ﷺ وصحابته من بعده في تحصيله لدعوتهم، فإنّ آخر هذه الأُمّة لا يصلح إلاّ بما صلّح به أوّلها، والإعلام الإسلامي على هذا الأساس بحاجة إلى إتيّاع المنهج النّبوي - القولي والعملي -، والتّطبيق الفعّال لمبادئه وتوجيهاته.

المطلب الثاني: ملامح إنسانية لإعلام إسلامي

«الإعلام يمكن أن يكون حافزا للهمم ومفجرا للطاقات، وداعيا إلى الخير بكل أنواعه، وناظرا للشّر بشتى صورته، إن أحكم توجيهه وصلحت برامجه والقائمون عليه، كما يمكن أن يقوم بدور المثبط لكل هذه القيم الاجتماعية والمبادئ الإنسانية إن كان الأمر غير ذلك»⁽¹⁾، والطريق أمام الإعلام الإسلامي في سعيه إلى صورة عالمية إنسانية -أساسها عالمية وإنسانية رسالته ومنطلقاته- ليست معبّدة، وقد سال في ذلك من الحبر الكثير من أقلام المفكرين والدعاة والإعلاميين، إذ يصطدم ذلك التّظير بصعوبات كثيرة إذا تمّت محاولة إسقاطه وتطبيقه في أرض الواقع، تختلف من ضعف الجانب الإيماني لدى بعض القائمين بالإعلام، إلى قلة الموارد والإمكانيات المادية الدّاعمة للمحاولات الإعلامية الجادة والبناءة، إلى صدود غلب على الجمهور وميل نحو الرّاحة والتّسلية والتّرف، والانحرافات الأخلاقية المتفشية، بالإضافة إلى عراقيل أخرى متنوعة سياسية واجتماعية وأمنية، ممّا يتطلّب جهودا كبيرة ذكية وجذابة لإعادتهم إلى جادة الصّواب، وإعادة بناء الإنسان الرّسالي، مع وضع البرامج الإعلامية لتنفّذ بفعالية في توجيه العالم بجميع عناصره نحو رقيّ إنساني وحياة بشرية كريمة.

ولذلك على المسلمين اليوم والدّول المسلمة إنشاء مؤسسة أو منظومة للإعلام الإنساني عالمية الأبعاد شكلا ومضمونا، تضمّ إعلاميين أكفاء ومتخصّصين من المسلمين ومن غير المسلمين، تطرح التّصورات البناءة وتقدّم حلولاً واقعية لمختلف المشاكل في كلّ المجالات، وتقدّم باقية من القنوات والشّبكات المتخصّصة، إطارها الفكري مبني على التّصور الإسلامي للكون والإنسان، وفق منهج أصيل تراعي فيه الحاجات الواقعية المتنوّعة للأفراد، وتخصيص ثلّة من الإعلاميين المعاصرين، والمفكرين الإسلاميين في محاولة لإيجاد صيغة مقاربة من الإعلام الإنساني ذات أبعاد نظريّة وتطبيقية، تسعى للصّالح العام وإن اختلفت الديانات.

وممّا قد يسهّل الطّريق للإعلام الإسلامي في فرض وجوده، والقيام بدور عجز إعلام الأديان الأخرى أن يقوم به أنّ «الفطرة البشرية لطالما كانت ولا زالت تبحث عن الحقيقة، في ظلّ عجز العلم التّجريبي الذي اغترّ به العقل الإنساني عن الإجابة على كثير من الأسئلة والمشكلات

(1) - محمد محمود سفر، الإعلام موقف، مرجع سابق، ص60، بتصرّف.

البشريّة، والإسلام وحده من يملك الإجابات عنها، لأنّه صادر عن وحي الخالق العليم، وموائم لفطرة الإنسان، قال تعالى: ﴿فَأَقْمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفاً فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾ [الروم: 30]⁽¹⁾، وكما قال المصطفى ﷺ: "ما من مولود إلا يولد على الفطرة، فأبواه يهودانه أو ينصرّانه أو يمجّسانه"⁽²⁾، ورسول الله في منهجه الرّسالي والإعلامي واضح وثابت المنطلقات والمعالم، «إيماننا منه برسالته واقتناعا بقدرته على حلّ مشكلات الإنسانية، والسّير بها في طريق تحقيق أمثل مستوى استخلافي في عالم الشّهادة، والتّعامل الموضوعي مع الواقع الإنساني في أبعاده الفطريّة، وما يطرأ عليه من أوضاع لتكيفه مع سنن الله، وترقيته إلى المستوى الاستخلافي الممكن»⁽³⁾، وكان رسول الله ﷺ يحرص على الاستفادة القصوى من الظروف المحيطة، والإمكانيات المتاحة، وكلّ الوسائل الإعلاميّة المستخدمة في ذلك الوقت رغم محدوديّتها.

فعند فتح مكّة أمر أن يُشعل الجند نيران كثيرة على الجبال ليرى المشركون أنّ عددهم كبير، فيُحدث ذلك رهبة في نفوسهم، وأمر بإيقاف أبي سفيان ليرى كتائب المسلمين وهي تمرّ الواحدة تلو الأخرى⁽⁴⁾، حتّى يوصل رسالة قويّة إلى المشركين بقوة ومنعة المسلمين، وأن لا داعي للمقاومة، وليستيقنوا أنّ هاتّة القوّة والحشود الهائلة لم تأت من فراغ بل من روعة هذا الدّين، فبلغ أبو سفيان الرّسالة الضمنيّة مما سمح للنّبي أن يدخل مكّة دون مقاومة تُذكر، ودخل أغلب قريش في الإسلام، وكان دأبه ﷺ في عمله كلّ:

- «انضباط صارم معلوم بثوات الشّرع ومقرّراته»⁽⁵⁾، فعن عائشة رضي الله عنها أنّ قريشا أهتمّهم المرأة المخزوميّة التي سرقت، فقالوا: من يكلم رسول الله ﷺ ومن يجترئ عليه إلاّ أسامة بن زيد⁽⁶⁾ حبّ رسول الله ﷺ، فكلم رسول الله ﷺ، فقال: أتشفع في حدّ من حدود الله، ثمّ قام

(1) - فؤاد توفيق العاني، الصّحافة الإسلاميّة ودورها في الدّعوة. (ط: 1؛ بيروت: مؤسّسة الرّسالة، 1993م)، ص 237، بتصرّف.

(2) - صحيح البخاري، ج: 2، كتاب: الجنائز، باب: إذا أسلم الصّبي فمات هل يصلّى عليه؟، ص 93، رقم: 1292.

(3) - الطيّب برغوث، منهج النّبي في حماية الدّعوة، مرجع سابق، ص 464-465.

(4) - محمد ناصر الدّين الألباني، سلسلة الأحاديث الصّحيحة، ج: 7، مرجع سابق، ص 1023، رقم: 3341.

(5) - الطيّب برغوث، منهج النّبي في حماية الدّعوة، مرجع سابق، ص 471.

(6) - سبق تخريجه، ص 49.

فخطب فقال: يا أيها الناس إنما ضلّ من قبلكم أنهم كانوا إذا سرق الشّريف تركوه، وإذا سرق الضّعيف فيهم أقاموا عليه الحدّ، وأيم الله لو أنّ فاطمة بنت محمّد سرق قطع محمّد يدها⁽¹⁾، - «مرونة حركيّة في الإعلام بالإسلام وفق معطيات الواقع الإنساني ومتغيّراته»⁽²⁾ ففي غزوة بدر الكبرى نزل عند رأي أحد الصّحابة في ردم الآبار الموليّة للمشرّكين حتّى يصيبهم العطش وتكلّ عزيمتهم في الحرب⁽³⁾، فكانت خطّة ناجحة تشارك فيها كلّ الأطراف.

فيسّر الله لرسوله أسباب النّجاح والإبلاغ الموفّق، الذي أرسى قواعد دولة الإسلام، وفتح أبوابها على العالم أجمع، وعلى إعلامنا اليوم أن يُظهر سماحة وعزّة الإسلام للآخر، ويجسّد نُبل الأخلاق الإسلاميّة في القصص الواقعيّة القديمة والحديثة، من خلال التّمثيليّات والأشرطة الوثائقيّة، والبرامج التّفاعليّة وفق الضوابط الشرعيّة طبعاً.

(1) - صحيح البخاري، ج:8، كتاب: الحدود، باب: كراهية الشّفاعاة في الحدّ إذا رُفِع إلى السّلطان، ص160، رقم: 6788.

(2) - الطّيب برغوث، منهج النّبي في حماية الدّعوة، مرجع سابق، ص472.

(3) - انظر: سيرة ابن هشام، ج:1، مرجع سابق، ص620.

المطلب الثالث: مقومات المنهج الإعلامي الإنساني المنشود

إنّ الإسلام دين اتّصف بالعالمية (في الوسيلة والهدف والغاية)، وتميّز القرآن الكريم بتوجيه رسالته للنّاس جميعاً، يقول سبحانه وتعالى: ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴾ [سبأ: 28]، والمسلمون يتحمّلون مسؤوليّة إنسانيّة تجاه هذه البشريّة بحكم شهادتهم عليها، قال ﷺ: ﴿ وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا ﴾ [البقرة: 143]، وقال تعالى: ﴿ وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِّمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنْ أَلْكِتَابٍ وَمُهِيمًا عَلَيْهِ ﴾ [المائدة: 48]، والحضارة الإسلاميّة قبلت الآخر، وتعاملت مع الاختلاف بين البشر باعتباره من سنن الله في الكون.

وتتجلّى أهميّة الإعلام الإسلامي في كونه أهمّ الروافد في نشر مفاهيم الإسلام، ولحاجة الإنسانية إلى الإسلام وفهم حقيقة رسالته، وضرورة تبليغها للنّاس بأسلوب واضح مقنع وجذاب، إذ « تؤكّد كثير من الدّراسات الإعلاميّة الحديثة على أنّ فاعليّة الإقناع ترتبط بمراعاة طبيعة وخصائص الجمهور المستهدف، وقد بيّنت السّنة النّبويّة المطهّرة أهميّة مراعاة أحوال المخاطبين، يُدرك ذلك من ينظر في مضمون رسائل النّبي إلى ملوك الأرض وكيف خاطب كلّ أمة بما يتفق مع خصائصها العقديّة والفكريّة والثّقافيّة»⁽¹⁾، ومن المهمّ لوسائل الإعلام - والقائمين عليها- أن تحرص على تجديد وترشيد خطابها وبرامجها، لأنّ المفاهيم الإسلاميّة قد خالطها كثير من الشّوائب جعلت صورة الإسلام مشوّهة لدى العالم كلّهُ ممّا جعل النّاس يصدّون وينأون عنه.

«والمؤسّسات الإعلاميّة الإسلاميّة لم تحقّق رسالتها المبتغاة منها لأسباب عدّة أهمّها: الافتقار إلى التّخطيط والتنسيق، الأزمة الماليّة، أزمة الكوادر المتخصّصة، إهمال إنشاء وسائل إعلاميّة جماهيريّة، عدم تحقيق التّوازن بين الجانبين النّظري والتّطبيقي، وغياب المتابعة والمواكبة»⁽²⁾، ويمكن استخلاص معالم رؤية إعلاميّة إسلاميّة إنسانيّة، مستقاة من المنهج

(1) - سعيد بن علي بن ثابت، الحرّية الإعلاميّة في ضوء الإسلام. (لاط، الرياض: دار عالم الكتب للطباعة والنشر،

1412هـ)، ص122.

(2) - طه أحمد الزّبيدي، المرجعيّة الإعلاميّة في الإسلام، مرجع سابق، ص274.

الإعلامي للرسول الكريم ﷺ، فالإعلام كان كالظل للدعوة أينما حلت حل وبها يُعرف، مما يؤكد أن أصوله سليمة تستند إلى فعل رسول الله ﷺ، ومن مقومات هذا المنهج الإعلامي المنشود:

1- موثوقية المصدر:

للقائم بالاتصال أهمية كبيرة في الرؤية الإسلامية، فالمصدر لابدّ فيه من الثقة، «وهذا المصدر يجب أن يتسم بخصائص الإعلام الإسلامي الصادق، حتى يحقق الناس صدق الخبر وسلامة المعلومة التزاما بهدي الرسول -سواء كان هذا المصدر شخصية حقيقية أو اعتبارية- مما يساهم في تحقيق نجاح العملية الاتصالية، وفاعليتها في الإقناع، ومما يدعم الثقة حسن اختيار الخبر ودقة انتقائه إذ هو محور العملية الإعلامية»⁽¹⁾، ويظهر ذلك في قول رسول الله في خطبته على الصفا: "أريتم لو أخبرتم أن خيلا بالوادي تريد أن تغير عليكم أكنتم مصدقي؟"، قالوا: نعم ما جربنا عليك إلا صدقا"⁽²⁾، فموثوقيته عملية ابتداء تمثلت في صدقه المشهود والملموس، مما يظهر ثقة الجمهور المتلقي بالقائم بالاتصال ومصدر الرسالة، ومما يوجب على الإعلام الذي يسعى لصبغة إنسانية من منظور إسلامي، أن يجسد ذلك الصدق على أرض الواقع، فينتقي قائمين بالاتصال مشهود لهم بالنزاهة (كصفات رواة الحديث الشريف)، ووسائل إعلامية شفافة لا سبيل لإثبات الكذب عليها، إذ الصدق مرتبط بالمرسل والرسالة معا.

كما أنه عليه الصلاة والسلام كان واثقا مؤمنا برسالته ومصدرها، ويظهر ذلك في قوله عن قومه: "والله لو وضعوا الشمس في يميني، والقمر في يساري على أن أترك هذا الأمر حتى يظهره الله أو أهلك فيه ما تركته"⁽³⁾.

ولضمان سلامة الحديث النبوي من أي تشويه أو كذب «صاغ أهل الحديث ضوابط نقل ونقد الرواية سندا ومتنا، واشتراطوا في الرواة العدالة ويعنون بها: أن يكون الراوي مسلما بالغا عاقلا، سليما من أسباب الفسق وخوارم المروءة، واشتراطوا الضبط ويعنون به: أن يكون الراوي

(1) - سعيد بن علي ثابت، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول. (ط:1؛ المملكة العربية السعودية: وزارة الشؤون الإسلامية

والأوقاف والدعوة والإرشاد، 1417هـ)، ص75-76.

(2) - سبق تخريجه، ص39.

(3) - عبد الملك بن هشام، السيرة النبوية، ج:10، مرجع سابق، ص267.

غير مخالف للثقافات ولا سيء الحفظ، ولا فاحش الغلط ولا كثير الأوهام»⁽¹⁾، «كما أن تفسير الأحداث يُعدّ من أهمّ عوامل الثقة بالمصدر، وربطها بسنن الله في الكون والحياة وفق منهج القرآن الكريم»⁽²⁾، وقد سلك رسول الله ﷺ ذلك في عدّة مواقف منها: عندما فسّر للجماهير حادثة فتح مكة في يوم الفتح وقال: "إنّ الله حبس عن مكة الفيل، وسلّط عليها رسوله والمؤمنين، وإنّها لم تحلّ لأحد كان قبلي، وإنّها أُحِلَّت لي ساعة من نهار، وإنّها لن تحلّ لأحد بعدي"⁽³⁾، وذلك يتطلّب دراسات مستفيضة من الخلايا البحثية المفترض أن تكون في المؤسسات الإعلامية، تدرس الظواهر المختلفة في المجتمع وتقدّم لها تحليلاً وتعليلاً، ليفهم المتلقّي ما يدور حوله ويتّخذ الموقف الإيجابي الملائم.

2- العلم:

ولا تخفى أهميّة هذا المقوم لرجل الإعلام الإسلامي، قال الله سبحانه لنبيه ﷺ: ﴿وَلَيْنِ اتَّبَعَتْ أَهْوَاءَهُمْ مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَكَ مِنَ الْعِلْمِ إِنَّكَ إِذَا لَمِنَ الظَّالِمِينَ﴾ [البقرة: 145]، «وقد كان الاتّصال النبوي قائم أساساً على العلم بحقيقة الألوهيّة والرّبوبيّة، وحقيقة الإنسان وعلاقته بالله والكون من حوله، والخطاب الإعلاميّ يخاطب العقول ولذلك فإنّه يحتاج إلى العلم لتتوهرها»⁽⁴⁾، وقد شهد الله لرسوله بالعلم وهو النّموزج الأول للقائم بالاتّصال في الإعلام الإسلامي - في قوله سبحانه: ﴿وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ عَلَّمَهُ شَدِيدُ الْقُوَىٰ﴾ [النجم: 3-5]، وعلى مسيرتي المؤسسات الإعلاميّة أن يتمتّعوا بالعلم والمعرفة الكافيّة في مجال التّسيير والإدارة، وفي مجال الإعلام والتّقنية الحديثة، والإمام بالعلوم الإنسانيّة كما أنّ العلم ضروري لمضمون الرّسالة الإعلاميّة الذي يوجّه الرّأي العام، ولا يمكن الحكم عليها إلّا به، إذ يجب أن تصاغ وفق مقاييس تضمن سلامة الصّيغة وسرعة الوصول، كما أنّها تحتاج إلى العلم بالمهارات الفنّيّة حتّى يمكن تحقيق أكبر أثر لها.

(1) - محمود الطّحان، تيسير مصطلح الحديث. (ط: 7؛ الإسكندرية: مركز الهدى للدراسات، 1415هـ)، ص 145.

(2) - محي الدين عبد الحليم، الدّعوة الإسلاميّة والإعلام الدّولي، مرجع سابق، ص 89.

(3) - صحيح مسلم، ج: 2، كتاب الحجّ، باب: باب تحریم مكة وصيدها، وخلاها، وشجرها ولقّطتها، إلّا لمنشد على الدّوام، ص 986، رقم: 1355.

(4) - طه أحمد الزّبيدي، المرجعيّة الإعلاميّة في الإسلام، مرجع سابق، ص 92.

وقد تعددت وسائل الاتصال وكثرت وأصبحت تحتاج إلى العلم المتخصص لمعرفة خصائص كل منها، ومدى قدرتها على الإقناع، وقد استخدم رسول الله ﷺ الخطب كوسيلة إعلامية مراعيًا فيها الأسس الفنية لصياغة الرسالة أو الخطبة في شكل بليغ مقنع، مراعيًا نفسيّة الجمهور المتلقّي، فجمع ﷺ بين جودة المعنى وحسن الأداء.

3- التّلازم بين الحرّية والمسؤوليّة في الإعلام الإسلامي:

«إنّ مفهوم الحرّية في الإعلام الإسلامي مستمدّ من نظرة الإسلام للحرّية، فقد احترم الإسلام حرّية التعبير وأقرّها، وهي ليست وليدة الفكر الإنساني بل هي منحة إلهيّة وسمة بارزة من سمات الشريعة الإسلاميّة»⁽¹⁾، إنّها حرّية حتّى في اختيار الإيمان أو الكفر، قال تعالى: ﴿وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَآمَنَ مَن فِي الْأَرْضِ كُلُّهُمْ جَمِيعًا أَفَأَنْتَ تُكْرِهُ النَّاسَ حَتَّى يَكُونُوا مُؤْمِنِينَ﴾ [يونس: 99]، كما أكّد رسول الله على الحرّية الإعلاميّة حتّى في مقابل السّلطة، وعدّها جهادًا بل من أفضل مراتبه لقول: " إنّ من أعظم الجهاد كلمة عدل عند سلطان جائر"⁽²⁾.

ولقد شجّع رسول الله ﷺ حرّية التعبير وإبداء الرّأي، وكان يشاور أصحابه في شئون السّلم والحرب ويأخذ برأيهم، ولا يغضب من الرّأي المخالف، فبينما رسول الله ﷺ يقسم الغنائم جاءه رجل "فقال: اعدل يا رسول الله، فقال: ويلك ومن يعدل إذا لم أعدل، قال عمر بن الخطّاب: دعني أضرب عنقه قال: دعه"⁽³⁾ ولم يعنّفه، فحرّية التعبير مكفولة، والإعلاميّ الإنساني بها أولى، فيجب أن توجد منابر للتّعبير عن الرّأي وإقامة مناظرات الحوار لطرح الرّأي والرّأي الآخر (تكون فيه الحقيقة هي الفائزة في كلّ الأحوال)، دون تعصّب أو عنف، وتقديم برامج إعلاميّة مختصة في حوار الأديان تجمع كلّ الطوائف للمناقشة الجادّة، وإظهار الحقّ الذي إنّ

(1) - طه أحمد الزّيدي، المرجعيّة الإعلاميّة في الإسلام، مرجع سابق، ص89.

(2) - سنن الترمذي، ج:4، كتاب: الفتن عن رسول الله، باب: ما جاء أفضل الجهاد كلمة عدل عند سلطان جائر، ص41، رقم: 2174.

(3) - صحيح البخاري، ج:9، كتاب: استنابة المرتدّين، والمعاندين وقتالهم، باب: من ترك قتال الخوارج للتّألف، وأن لا ينفّر الناس عنه، ص17، رقم: 6933.

لم يأخذ به الكلّ أخذ به البعض، وكما قال الحبيب المصطفى: " لأن يهدي الله بك رجلا واحدا، خير لك من أن يكون لك حمر النعم"⁽¹⁾.

كما أنّ المسؤولية لا تكون أمام سلطة خارجية إنما أمام الله، قال سبحانه: ﴿مَا يَلْفُظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ﴾ [ق: 18]، والحرية مرتبطة بالمسؤولية انطلاقا من مراقبة الله في السر والعلن، والتي أساسها التقوى، والتي تمنع رجل الإعلام الإسلامي من محاولة تحصيل السبق في الأخبار بغض النظر عن صحتها أو أهميتها، وبذلك المسؤولية والمراقبة لن يحاول الإعلام أن يغش جمهوره وإن كان في ذلك ما يعارض مصالحه.

«وكلّما كانت الضوابط التي تصون ذلك حقيقية ومنسجمة مع طبيعة الإنسان والفكر والحياة، كلّما أثمرت في حياة الناس على اختلافاتهم، وأصبحت حقّا لكلّ إنسان، فالحرية الحقّة مرتبطة بوجود الإنسان وفطرته ومسؤوليته في هذه الحياة»⁽²⁾، ولا يمكن لها أن تستمرّ إلّا بالإهداء الوحي والإقتداء بالرسول ﷺ.

4- عالمية الإعلام الإسلامي:

«إنّ النظم الإعلامية العالمية اليوم تنطلق عالميتها من خلال معيار القدرة على الهيمنة والانتشار، ولكن بالنسبة للهدى النبوي في الإعلام فإنّ معيار العالمية هو معيار الإنسانية جمعاء انطلاقا من عالمية الإسلام»⁽³⁾، وقد أمر الرسول ﷺ بالإنذار العام منذ بداية دعوته: ﴿يَا أَيُّهَا الْمَدَنِيُّ قُرْآنٌ نَزِّلُكَ مِنَ الْمَلَكِ الْكَافِي بِالْإِتِّصَالِ عَلَى الْمَسْتَوَى الدُّوَلِيِّ (الحبشة)﴾، وحطّم لاحقا سطوة الإمبراطورية الرومانية وسيطرتها على الشعوب، كما كانت بعض غزواته ﷺ قوة إعلامية ضخمة، أفسحت المجال أمام الاتّصال الإسلامي العالمي، فدخل في ذمّته الكثيرين لمّا وجدوا فيه الاهتمام بالإنسان في كلّ مكان، ومخاطبته وفق طبيعته وفطرته.

(1) - صحيح البخاري، ج: 5، كتاب: أصحاب النبي ﷺ، باب: مناقب علي بن أبي طالب، القرشي، الهاشمي أبي الحسن،

ص: 18، رقم: 3701.

(2) - خليل عبد الله علي حسين، الإعلام الإسلامي الواقع والتّحدّيات والمأمول، مرجع سابق، ص: 11.

(3) - سعيد بن علي ثابت، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول، مرجع سابق، ص: 84.

وعلى المؤسسات الإعلامية أن تقوم بدراسات إعلامية للسيرة النبوية، لاستخلاص الأساليب التي اتبعتها الرسول لتبليغ دعوته للآخرين، وشروط إنتقائه للمرسل، وأسلوبه في صياغة الرسائل حسب خصائص القائد الموجهة إليه، ومزاوجة ذلك مع دراسات إعلامية معاصرة للطرق التي تمكّن بها الإعلام المعاصر والغربي خاصّة من الوصول إلى العالمية، بدءا بإعداد الكوادر المتخصصة والمتخرّجة من معاهد عالمية - بل وإنشاء مثل تلك المعاهد - إلى إيجاد مصادر التمويل الكافي لإنشاء مشاريع ربحية موازية تدعمه، ووضع خطة محكمة للإعلان والإشهار.

كلّ ذلك من أجل بناء إعلام إنساني، انطلاقا من عالمية الإعلام الإسلامي وفلسفته الأخلاقية التي نستلهم أسسها من هدي رسول الله ﷺ .

ملخص الفصل الثالث

تناولت في هذا الفصل عناصر الإعلام المعاصر (المرسل، الرسالة، الوسيلة، المستقبل) من خلال الرؤية النبوية للإعلام، وكيف يمكن إيجاد إعلام إسلامي إنساني وفق توجيهاته ﷺ بمحاولة بناء صورة للإعلام الإسلامي تتجلى فيها أبعاده الإنسانية ومقوماته.

وعناصر العملية الإعلامية في الرؤية النبوية هي:

1- المرسل: وفي النموذج النبوي هو الرسول ﷺ، ثم العلماء والدعاة والإعلاميون والمربون ويتميز ب: قوة المصدر، الأمانة الإعلامية، الحكمة والمرونة، شخصية تجمع بين الربانية، وحسن الأخلاق، والعلم، والاحتراف المهني.

2- الرسالة: رسالة الإعلام الإسلامي هي الإسلام نفسه، والسيرة النبوية تُعدّ رسالة إعلامية عالمية، وهي تتميز ب: العموم والشمول، الصدق، الالتزام بالإصلاح والتوجيه، وإيجاد الحلول وليس التشخيص فقط، حسن الصياغة، والتناغم مع الوسيلة.

3- الوسيلة: وهي القناة التي تحمل الرسالة، ولقد استغلّ رسول الله كلّ الوسائل المتاحة، ومن ضوابطها: أن تكون الحكمة والهدف من عملها واضحة محدّدة، الرقابة الدائمة على أعضائها، تهيئة كلّ الشروط المطلوبة لضمان العرض الأمثل للرسالة.

4- المستقبل: ويشمل كل الجماهير في العالم وحسن إيصال الرسالة يتطلب القيام بدراسات مستفيضة لطبيعة هذا الجمهور واتجاهاته، ويتميز ب: خصائص نفسية وديموغرافية واجتماعية ويمكن استخلاص معالم رؤية إعلامية عالمية من منهج النبي ﷺ تقوم على المقومات الآتية:

1- موثوقية المصدر: فهو إعلام نابع من الشريعة وبالتالي فهو يتّصف بالثقة والصدق والعموم والشمول، ونابع عن رسول الله ﷺ الذي كملت فيه أخلاق الصدق والأمانة والإخلاص.

2- العلم: علم بالدور المطلوب، وبطريقة أدائه، وبمتطلباته المادية والمعنوية.

3- التّلازم بين الحرّية والمسؤولية: فقد كفل الإسلام حرّية التعبير والانتماء، وقرّنها بالمسؤولية التابعة من مراقبة الله في السر والعلن.

4- العالمية: ومعيار العالمية في الإعلام النبوي هو معيار الإنسانية جمعاء، وقد سعى الرسول ﷺ دوماً للتوسّع في تبليغ رسالته.

الخاتمة

الإسلام دين الله للعالمين، والسيرة النبوية تبليغ لدين الله، وإعلام عن الله ورسالاته، على يدي رسوله الكريم، والأمة المسلمة هي أمة الرسالة، ولكي تتأكد عالمية هذا الدين وجب علينا أن نتصدى لتبليغه ما استطعنا إلى ذلك سبيلا، وبما استطاعت أن تصل إليه عقولنا من أساليب، وأيدينا من وسائل، تبليغا شاملا بشمولية هذا الدين، ووفق هدي المنهج النبوي في الإعلام. والإعلام من أبلغ الوسائل في التبليغ المبين خاصة في واقعنا المعاصر، حيث أتاح التواصل الآني في أنحاء العالم أجمع، كما امتلك آليات التغيير والتأثير في الجماهير الواسعة، مما يجعل الإسلام أولى به من غيره، فالحكمة ضالة المؤمن أينما وجدها كان أولى بها.

النتائج:

ومن النتائج المستخلصة من هذا البحث الآتي:

- ❖ أن الإعلام قديم النشأة منذ بداية الاتصال الإنساني، وليس حديثا كما يظن البعض.
- ❖ أن مشروعية الإعلام الإسلامي تنبثق من كون الإسلام مناطه التبليغ، والإعلام تبليغ به وعنه، وهو مهمة الرسل في الإعلام بالآديان.
- ❖ أن غاية الإعلام الإسلامي تحقيق العبودية لله، والاستخلاف في الأرض.
- ❖ أنه إعلام منطلقه الوحي، قائم على العقيدة، ثابت المبادئ، عملي المنهج، واجب على الأمة، شامل هادف ومسؤول.
- ❖ أن النبي ﷺ استخدم الإعلام في تبليغ رسالته ودعوته، وتوجه بها للعالم أجمع وليس للعرب فقط.
- ❖ أن الرسول ﷺ استغل مختلف الوسائل المتاحة في الإعلام عن الإسلام: القرآن الكريم، الحديث الشريف، الخطب، الاتصال الشخصي والجمعي، الرسائل، البعث، الغزوات،..
- ❖ أن الرسول ﷺ اتسم بأهم الأخلاق الإعلامية المطلوبة كالصدق، الأمانة، قوة الكلمة، الحكمة، الصبر، التواضع،...
- ❖ أن الرسول ﷺ أستغل مختلف الوسائل المتاحة في الإعلام عن الإسلام : القرآن الكريم، الحديث الشريف، الخطب، الاتصال الشخصي والجمعي، الرسائل، البعث، الغزوات،..

❖ أن العملية الإعلامية المعاصرة وفق الرؤية النبوية للإعلام تعني أن : المرسل في النموذج النبوي هو الرسول ﷺ، ثم العلماء والدعاة والإعلاميون والمربون تبعاً له وإقتدابه، وأن رسالة الإعلام الإسلامي هي الإسلام نفسه، وأن وسائلها هي كل وسائل الإعلام المتوفرة، وأن المستقبل يشمل كل الجماهير في العالم، بحكم عالمية و إنسانية الإعلام الإسلامي.

❖ أن دور الإعلام الإسلامي يتحقق بإبراز الرؤية العالمية والبعد الإنساني فيه، والارتقاء بالخطاب الإعلامي و الدعوي إلى مستوى الخطاب النبوي.

❖ أن معالم رؤية إعلامية إنسانية عالمية وفق منهج النبي ﷺ، مرتبطة بالمصدر المستقاة منه، وتوفر العلم، والتلازم بين الحرية والمسؤولية، وتحقيق مبدأ العالمية.

❖ أن من المنهج النبوي في الإعلام إذا أتبع وطبق كفيل بصنع إعلام إسلامي كامل الأبعاد من حيث الإنسانية والعالمية

الاقتراحات:

وأقترح من أجل تحقيق هاته الرؤية والتصور، حول إعلام إسلامي معاصر مستقى من المنهج النبوي الإعلامي ما يأتي :

❖ إنشاء منابر للتعريف بالسيرة النبوية، تجوب أنحاء العالم ولها فروع في كل الدول.

❖ على المؤسسات الإعلامية أن تقوم بدراسات إعلامية للسيرة النبوية، لاستخلاص الأساليب التي اتبعتها الرسول ﷺ لتبليغ دعوته للآخرين، وشروط انتقائه للمرسل وأسلوبه في صياغة الرسائل، ومزاوجة ذلك مع دراسات إعلامية معاصرة للطرق التي تمكن بها الإعلام المعاصر من الوصول إلى العالمية.

❖ أن ندرس أساليب الخطاب النذوبي ونطبّقها، ننشئ مراكز ومؤسسات تعليمية إعلامية ترعى هذا الجانب الهام من جوانب التبليغ، بأسلوب عصري إبداعي في الشكل والمضمون، وتطوير مستمر في الطرح والإعداد.

❖ إنشاء مؤسسة أو منظومة للإعلام الإنساني عالمية الأبعاد، تضم إعلاميين أكفاء ومتخصصين من المسلمين وغير المسلمين، لطرح التّصورات البناءة، وتقديم حلول واقعية لمختلف المشاكل في كل المجالات، وتقديم باقية من القنوات والشبكات المتخصصة، وإطارها الفكري مبني على التّصور الإسلامي للكون و الإنسان، وفق

منهج أصيل تراعي فيه الحاجات الواقعية المتنوعة للأفراد، وتخصيص ثلثة من الإعلاميين المعاصرين والمفكرين الإسلاميين في محاولة لإيجاد صيغة مقاربة من الإعلام الإنساني ذات أبعاد نظرية وتطبيقية، تسعى للصالح العام وإن اختلفت الديانات.

❖ المزج بين إسلامية المنهج وفنية الأسلوب الإعلامي، واستخدام الفنون الإعلامية الحديثة لجذب التلقي.

❖ وضع ضوابط و شروط صارمة في - راوي - الإعلام الإسلامي، وفق معايير الانتقاء من: العدل والثقة والضبط، وعبر اختبارات فقهية وإعلامية ومتخصصة.

❖ إحداث التزاوج الميداني بين العلماء والإعلاميين، فيكون الإعلام الإسلامي على علم وفقه.

❖ إقامة مراكز و معاهد لتعليم فن الخطابة، وفق أصول وأسس منهجية و طابع متجدد.

❖ على مؤسسات و مؤسسي الإعلام الإسلامي أن يسعوا لبناء ثلثة متخصصة في دراسة الأديان، و أجراء مناظرات بين علمائنا و علمائهم لإظهار الحقائق.

❖ إنشاء مركز وآليات للتدريب الإعلامي الإسلامي المعاصر، وفق معايير تتلائم مع الدين و الواقع، يسيرها علماء أكفاء وإعلاميون متخصصون مطلعون على جديد التقنية والوسائل الإعلامية، وباحثون دارسون يقدمون أبحاثا علمية حول مضامين الرسالة الإعلامية وطرق صياغتها وتوصيلها الأكثر تأثيرا، وحول اتجاهات الجماهير وميولاتهم و سبل الإقناع

❖ على الإعلام توسيع البث ليصل إلى أكبر نسبة من الشعوب غير المسلمة، ونشر ما يهمهم و ينفعهم من المضامين الإعلامية.

❖ عرض الرسالة عبر وسيلة ذات جودة عالية في البث والعرض، واستعمال كل المؤثرات الصوتية والفنية والإخراج ببراعة تضاهي الغرب، مع قولبتها وفق الضوابط الشرعية ولا ضير من الاستفادة من الخبرة الإعلامية الغربية في هذا المجال، واستقدام كوادر مؤهلة لتدريب الإعلاميين، أو إرسالهم في بعثات وتربصات تأهيلية تمنحهم العلم والخبرة اللازمين.

❖ وضع برامج لطرح مختلف القضايا التي تمس المجتمعات من طرف مختصين في شتى العلوم، يُنتقون بعناية ويدربون على الميدان الإعلامي مع المزاوجة بينهما، والقيام بدراسات و أبحاث تتقصّى الأسباب والحلول مستقاة من نور الوحي وفقه الواقع.

❖ إيجاد منابر للتعبير عن الرأي وإقامة مناظرات الحوار لطرح الرأى والرأى الآخر، وتقديم برامج إعلامية متخصصة في حوار الأديان تجمع كل الطوائف للمناقشة الجادة، لإظهار الحق.

❖ إيجاد أجهزة رقابة تشرف عليها لجنة متخصصة من العلماء والدعاة والإعلاميين والإداريين، تكون مستقلة عن أي سلطة تفرض عليها رسائل معينة.

❖ بثّ الحصص التفاعلية التي تدعم التجارب الاجتماعية المفيدة، وتكثيف الإعلام عن الأنشطة الخيرية والتطوعية والرياضية...

❖ إيجاد بيئة تجذب وتكوّن المبدعين من الإعلاميين والفنانين والكتاب لتقديم الأعمال الفنية - المشروعة والمتنوعة - .

❖ التصدي للإعلام الغربي والإسرائيلي الذي يسعى لتشويه صورة الإسلام، والتصدي للهجمات الإستشراقية و التبشيرية المتخفية و كشفها، وتقديم البرامج التوعوية للمشاهدين في الداخل والخارج، والبحث في كل الشبه المطروحة و فنيدها، ولا مناص كما قلت من التزواج الفقهي و العلمي و الإعلامي.

❖ إيجاد مصادر التمويل الكافي لإنشاء مشاريع ربحية موازية داعمة، ووضع خطة محكمة للإعلان و الإشهار.

❖ تكثيف الدراسات المتعلقة بجمهور وسائل الإعلام الجماهيرية.

❖ دراسة النظريات الإعلامية المطروحة و الاستفادة منها.

هَذَا وَ الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي بِنِعْمَتِهِ تَتِمَّ الصَّالِحَاتُ.

الفهارس العامة

المصادر والمراجع

فهرس الآيات الكريمة

فهرس الأحاديث الشريفة

فهرس الأعلام

فهرس الموضوعات

المصادر والمراجع

❖ القرآن الكريم

❖ كتب التفسير:

(1)	الأندلسي أبو محمد عبد الحق بن غالب بن عطية (ت: 542هـ)، المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز، تحقيق: عبد الله الأنصاري وعبد العال السيد إبراهيم. (ط: 1؛ الدوحة: لا. د، 1404هـ).
(2)	السعدي عبد الرحمن بن ناصر، تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، تحقيق: عبد الرحمن بن معلا اللويحق. (ط: 2؛ الرياض: دار السلام للنشر والتوزيع، 2002م).
(3)	سيد قطب، في ظلال القرآن. (لا. ط؛ بيروت: دار الشروق، 1973م).
(4)	الشنقيطي محمد الأمين، أضواء البيان في إيضاح القرآن بالقرآن. (ط: 1؛ الرياض: دار الفضيلة، 2005م).

❖ كتب الحديث:

(1)	الألباني أبو عبد الرحمن محمد ناصر الدين (ت: 1420هـ)، سلسلة الأحاديث الصحيحة وشيء من فقهها وفوائدها. (ط: 1؛ الرياض: مكتبة المعارف للنشر والتوزيع، 2002م).
(2)	البخاري محمد بن إسماعيل (ت: 256هـ)، صحيح البخاري. (ط: 1؛ بيروت: دار ابن كثير، 2002م).
(3)	البزار أبو بكر أحمد بن عمرو العنكي (ت: 292هـ)، مسند البزار المنشور باسم البحر الزخار، تحقيق: محفوظ الرحمن زين الله، وعادل بن سعد وصبري عبد الخالق الشافعي. (ط: 1؛ المدينة المنورة: مكتبة العلوم والحكم، 2009م).
(4)	البيهقي أحمد بن الحسين بن علي أبو بكر (ت: 458هـ)، السنن الكبرى، تحقيق: محمد عبد القادر عطا. (ط: 3؛ بيروت: دار الكتب العلمية، 2003م).
(5)	الترمذي أبو عيسى محمد بن الضحاك (ت: 279هـ)، الجامع الكبير سنن الترمذي، تحقيق: بشار عواد معروف. (لا. ط؛ بيروت: دار الغرب الإسلامي، 1998م).
(6)	ابن حنبل أبو عبد الله أحمد بن محمد الشيباني (ت: 241هـ)، مسند الإمام أحمد بن حنبل، تحقيق: شعيب الأرنؤوط، عادل مرشد، وآخرون. (ط: 1؛ بيروت: مؤسسة الرسالة، 2001م).
(7)	السجستاني أبو داود سليمان الأزدي (ت: 275هـ)، سنن أبي داود، تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد. (لا. ط، بيروت: المكتبة العصرية، 1421هـ).
(8)	العسقلاني أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل، فتح الباري شرح صحيح البخاري. (لا. ط؛ بيروت: دار المعرفة، 1379م).
(9)	ابن الملقن سراج الدين أبو حفص عمر (ت: 804هـ)، البدر المنير في تخريج الأحاديث والآثار الواقعة في الشرح الكبير، تحقيق: مصطفى أبو الغيط وعبد الله بن سليمان وياسر بن كمال. (ط: 1؛ الرياض: دار الهجرة للنشر والتوزيع، 2004م).

10	النَّسَائِي أَبُو عَبْدِ الرَّحْمَنِ أَحْمَدُ بْنُ شُعَيْبٍ (ت: 303هـ)، السَّنَنُ الْكُبْرَى، تحقيق: حسن عبد المنعم شلبي. (ط: 1؛ بيروت: مؤسسة الرسالة، 2001 م).
11	النَّيْسَابُورِيُّ صَاحِبُ مُسْلِمَ، مُسْلِمُ بْنُ الْحَجَّاجِ (ت: 261هـ)، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي. (لا.ط؛ بيروت: دار إحياء التراث العربي، د.ت).

❖ كتب السير:

1	ابن الأثير أبو الحسن عز الدين (ت: 630هـ)، أسد الغابة في معرفة الصحابة، تحقيق: علي محمد معوض، عادل أحمد عبد الموجود. (ط: 1؛ بيروت: دار الكتب العلمية، 1994م).
2	البغوي حسين بن مسعود (ت:)، الأنوار في شمائل النبي المختار. تحقيق ابراهيم اليعقوبي. (ط: 1؛ دمشق: دار المكتبي للطباعة والنشر، 1995م).
3	الذهبي محمد بن أحمد بن عثمان (ت: 456هـ)، سير أعلام النبلاء، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا. (ط: 1، بيروت: دار الكتب العلمية، 1425هـ).
4	ابن سعد أبو عبد الله محمد بن سعد بن منيع البغدادي (ت: 230هـ)، الطبقات الكبرى، تحقيق: محمد عبد القادر عطا. (ط: 1؛ بيروت: دار الكتب العلمية، 1990م).
5	ابن طولون شمس الدين محمد الحنفي (ت: 953هـ)، إعلام السائلين عن كتب سيد المرسلين، تحقيق محمود الأرنؤوط. (ط: 2؛ بيروت: مؤسسة الرسالة، 1987م).
6	القاضي عياض أبو الفضل بن موسى اليحصبي (ت: 544هـ)، الشفا بتعريف حقوق المصطفى. (ط: 1؛ بيروت: دار ابن حزم للطباعة والنشر، 2002م).
7	الماوردي أبو الحسن علي بن محمد (ت: 450هـ)، أعلام النبوة. (ط: 1؛ بيروت: دار ومكتبة الهلال، 1409هـ).
8	ابن هشام أبو محمد عبد الملك، سيرة النبي، تحقيق: مجدي فتحي السيد. (ط: 1؛ طنطا: دار الصحابة للتراث، 1995م).

❖ معاجم:

1	أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام. (ط: 1؛ القاهرة: دار الكتاب المصري، 1985م).
2	الأصفهاني أبو القاسم حسين الراغب (ت: 502 هـ)، المفردات في غريب القرآن، تحقيق: صفوان عدنان الداودي. (ط: 1؛ بيروت: دار القلم، 1442هـ).
3	الدامغاني الحسين بن محمد (ت: 478 هـ)، إصلاح الوجوه والنظائر في القرآن الكريم، تحقيق: عبد العزيز سيد الأهل. (ط: 3؛ بيروت: دار العلم للملايين، 1980م).
4	الزبيدي طه أحمد، معجم مصطلحات الدعوة والإعلام -عربي انجليزي-. (ط: 1؛ العراق: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010م).

(5)	ابن فارس أحمد (ت: 395 هـ)، معجم مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام محمد هارون. (لا. ط؛ القاهرة: دار الفكر العربي، 1979م)
(6)	كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية (انجليزي عربي). (ط: 2؛ بيروت: دار الجيل، 1994م)
(7)	مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط. (لاط؛ القاهرة: لا. م، لا. ت).

❖ الكتب العامة

(1)	جيهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي. (لا. ط؛ القاهرة: دار الفكر العربي، 1986م).
(2)	الخراشي سلمان بن صالح، العولمة. (ط: 1؛ الرياض: دار بلنسية للنشر والتوزيع، 1420هـ).
(3)	الخطيب محمد عجاج، أضواء على الإعلام في صدر الإسلام. (لا. ط؛ بيروت: مؤسسة الرسالة، 1984م).
(4)	راشد علي عيسى، مهارات الاتصال. (ط: 1؛ قطر: كتاب الأمة وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، 1425هـ).
(5)	الزبيدي طه أحمد، المرجعية الإعلامية في الإسلام تأصيل وتشكيل. (ط: 1؛ بغداد: دار الفجر للطباعة والنشر، 2010م).
(6)	السباعي مصطفى، السيرة النبوية دروس وعبر. (ط: 8؛ بيروت: المكتب الإسلامي، 1985م).
(7)	السرّجاني راغب، فن التعامل النبوي مع غير المسلمين. (لا. ط؛ القاهرة: دار أقلام للنشر والتوزيع والترجمة، 2010م).
(8)	سعيد بن علي بن ثابت، الحرية الإعلامية في ضوء الإسلام. (لا. ط، الرياض: دار عالم الكتب للطباعة والنشر، 1412هـ)،
(9)	سعيد بن علي بن ثابت، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول. (ط: 1؛ المملكة العربية السعودية: وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، 1417هـ).
(10)	سفر محمود محمد، الإعلام موقف، (ط: 1؛ جدة: الكتاب العربي السعودي، 1982م).
(11)	السيد ياسين، العولمة والطريق الثالث. (لا. ط؛ القاهرة: ميريت للنشر والمعلومات، 1999م).
(12)	الشريف حمدان راجح المهدي الهجاري، قواعد الدعوة الإسلامية. (لا. ط؛ المدينة المنورة: موسوعة الدعوة الإسلامية، 1413هـ).
(13)	الشنقيطي سيد محمد ساداتي، مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم. (لا. ط؛ الرياض: دار عالم الكتب، 1986م).
(14)	الطيب برغوث، منهج النبي في حماية الدعوة، والمحافظة على منجزاتها خلال الفترة المكية. (ط: 1؛ فريجينا: المعهد العالمي للفكر الإسلامي، 1996م)
(15)	عبد العزيز شرف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي. (لا. ط؛ القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 2000م).
(16)	عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة. (ط: 3؛ بغداد: لان، 1976م).
(17)	عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه. (لا. ط؛ القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002م).
(18)	عبد الله بن عبد المحسن التركي، الخطاب الدعوي لغير المسلمين - بحث منشور في الدور الحضاري للأمة المسلمة في عالم الغد-. (ط: 1؛ لا. م: مركز البحوث والدراسات، 2000م).
(19)	عصام سليمان موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري. (ط: 2؛ لا. م، مؤسسة الوطن للإعلام والنشر والتوزيع،

	1994م)،
(20)	العقيلي احمد محمد ، الأثر والدلالات الإعلامية لرسائل النبي ﷺ إلى الملوك والقادة. (ط:2؛ الرياض: مطابع الشرق الأوسط، 1997م).
(21)	عمر عبد الرحيم نصر الله، مبادئ الاتصال التربوي والإنساني. (ط:1؛ عمان: دار وائل، 2001م).
(22)	العمري أكرم ضياء ، السيرة النبوية الصحيحة. (لا.ط؛ قطر: مركز بحوث السنة والسيرة، 1991م).
(23)	فاروق محمد أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة. (لا.ط؛ القاهرة: عالم الكتب، 1986م).
(24)	فؤاد توفيق العاني، الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة. (ط:1؛ بيروت: مؤسسة الرسالة، 1993م).
(25)	قباري محمد إسماعيل، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال. (ط:1؛ الإسكندرية: منشأة المعارف، 1984م).
(26)	محمد إبراهيم محمد، الجانب الإعلامي في خطب الرسول. (ط:1؛ بيروت: مكتب الإسلامي، 1986م).
(27)	محمد أبو زهرة، خاتم النبيين. (لا.ط، الدوحة: المؤتمر العالمي الثالث للسيرة النبوية، 1400 هـ).
(28)	محمد بشير حداد، الدعوة والإصلاح مناهج وأساليب. (ط:4؛ دمشق: دار القلم، 2014م).
(29)	محمد خير رمضان يوسف، صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون. (ط:1؛ الرياض: مطابع الفرزدق التجارية، 1986م).
(30)	محمد خير رمضان يوسف، من خصائص الإعلام الإسلامي. (لا. ط؛ مكة: رابطة العالم الإسلامي، 1989م).
(31)	محمد سعد علي شعيب، دراسات في منهج الدعوة إلى الله. (لا.ط؛ طنطا، لا.د، 2004م).
(32)	محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. (ط:1؛ القاهرة: عالم الكتاب، 1997م).
(33)	محمد عبد الله الخرعان، ملكية وسائل الإعلام، وعلاقتها بالوظائف الإعلامية في ضوء الإسلام. (ط:1، الرياض: دار عالم الكتب للطباعة والنشر، 1996م)، ص 239 - 240، بتصرف.
(34)	محمد عبد الملك المتوكل، مدخل إلى الإعلام والرأي العام. (ط:2؛ صنعاء: لان، 2005م).
(35)	محمد غياث مكتبي، الإعلام الإسلامي ماهيته، خصائصه، أدواته، واقعه، وإشكالياته الراهنة. (لا.ط؛ لا.م، لان، د.ت).
(36)	محمد فريد محمود عزت، وكالات الأنباء في العالم العربي. (ط:1؛ بيروت: دار الشروق، 1980م).
(37)	محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي المبادئ النظرية التطبيق. (ط:1؛ القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002م).
(38)	محمود الطحان، تيسير مصطلح الحديث. (ط:7؛ الإسكندرية: مركز الهدى للدراسات، 1415هـ)،
(39)	محمود كرم سليمان، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام. (ط:1؛ مصر: دار الوفاء، 1988م).
(40)	محي الدين عبد الحليم، الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي. (لا.ط؛ القاهرة: دار الفكر العربي، د.ت).
(41)	مرعي مذكور، الإعلام الإسلامي وخطر التدفق الإعلامي الدولي. (ط:1؛ القاهرة: دار الصحوة للنشر، 1988م).
(42)	المصمودي مصطفى ، النظام الإعلامي الجديد. (لا. ط؛ الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1985م).
(43)	منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال. (لا.ط؛ الإسكندرية: لان، 2001م)، ص 18.
(44)	منير حجاب، نظريات الإعلام الإسلامي. (لا.ط؛ الإسكندرية: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1982م).

- (45) الوشلي عبد الله قاسم ، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة. (ط:2؛ طنطا: دار البشير للثقافة والعلوم الإسلامية، 1993م).

❖ رسائل ومذكرات:

- (1) آلاء أحمد هشام ومصباح عمار، الإعلام: مقوماته، ضوابطه، أساليبه في ضوء القرآن. (رسالة ماجستير في علوم القرآن، كلية: أصول الدين، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2009م).
- (2) تسعديت قدوار، أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها. (دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية: العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، الجزائر، 2010-2011م).
- (3) حسين علي حسين عبيد الهاجري، الاتصال الإنساني في الحديث النبوي -دراسة تأصيلية- (رسالة ماجستير في الحديث الشريف وعلومه، الجامعة الأردنية، كلية: الدراسات العليا، الأردن، 2005م).
- (4) حمد بن ناصر عبد الرحمن العمار، أساليب الدعوة الإسلامية المعاصرة. (رسالة دكتوراه في الدعوة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة: الإمام محمد بن سعود، السعودية، 1413-1414هـ).
- (5) خديجة حسيني، استراتيجية الاتصال في العلاقات الدبلوماسية لدولة الإسلام الأولى -دراسة تحليلية- (رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة: الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، 2004/2005م).
- (6) سعد بن عبد الرحمن الجريد، دوافع الاستجابة للدعوة في الكتاب والسنة، (رسالة دكتوراه في الدعوة والاحتساب، جامعة: الإمام محمد بن سعود، كلية: الدعوة والإعلام، السعودية، 1419هـ)..
- (7) علي الأسطل، الوفود في العهد المكي وآثارها الإعلامية. (رسالة ماجستير في الإعلام الإسلامي، جامعة: الإمام محمد بن سعود، المعهد العالي للدعوة الإسلامية، السعودية، 1401هـ).
- (8) محمد أزهرى حاتم، الوسائل المشروعة والممنوعة في الدعوة إلى الله تعالى. (رسالة ماجستير في الدعوة والاحتساب، جامعة الإمام محمد بن سعود كلية الدعوة والإعلام، السعودية، 1420 هـ / 1421 هـ)..
- (9) محمد علي عوض، الإعلام في السنة النبوية. (رسالة ماجستير في الحديث الشريف وعلومه، كلية: أصول الدين، الجامعة الإسلامية: غزة، 2009م).

❖ مجلات:

- (1) حسن علي العنيس، الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ. مجلة الأزهر، العدد: 3، 8/1986م.
- (2) عبيرات مقدم وعبد الحميد قدي "العولمة وتأثيرها على الاقتصاد العربي". مجلة الباحث، ورقلة: جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ع06، 2002م.

(3) نجوى الفوّال، "قراءات في دراسات القائم بالاتّصال"، القاهرة: المجلّة الاجتماعيّة القوميّة، العدد: 3، 1995/9م.

❖ مواقع الكترونيّة:

(1)	www.alukah. net
(2)	www. annabaa. org/nba55/harbnafsia. Htm
(3)	www.ar. wikipedia. org
(4)	www.library.islamweb. net
(5)	www. mawhopon. net
(6)	www.saaid. net

فهرس الآيات

الصفحة	رقم الآية	السورة و رأس الآية
		❖ سورة البقرة
10	30	• ﴿وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً...﴾
15	33	• ﴿قَالَ يَتَدُمُّ أَنْبَتُهُمْ بِأَسْمَاءِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَاءِهِمْ...﴾
48	83	• ﴿وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا...﴾
45	143	• ﴿: وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ...﴾
83	145	• ﴿وَلَمَّا أَتَبَعْتَ أَهْوَاءَهُمْ مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَكَ...﴾
85	208	• ﴿يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً...﴾
38,21	265	• ﴿لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ...﴾
		❖ سورة آل عمران
58	79	• ﴿وَلَكِنْ كُونُوا رَبَّانِيِّينَ بِمَا كُنْتُمْ تُعَلِّمُونَ...﴾
18	104	• ﴿وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ...﴾
60	159	• ﴿فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لَئِنْ لَمْ يَكُنْ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ...﴾
		❖ سورة النساء
15	83	• ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ...﴾
		❖ سورة المائدة
13	03	• ﴿الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتِمَمْتُ عَلَيْكُمْ...﴾
83	48	• ﴿: وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا...﴾
18	92	• ﴿: وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَاحْذَرُوا فَإِنْ تَوَلَّيْتُمْ...﴾

		❖ سورة الأنعام
35		• ﴿وَمَا الْحَيَوةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهْوٌ وَلَلدَّارُ.....﴾
59	32	• ﴿وَلَقَدْ كَذَّبْتَ رَسُولٌ مِّن قَبْلِكَ فَصَبْرُوا عَلَى مَا كُذِّبُوا.....﴾
03	34	• ﴿وَهُوَ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ بِالْحَقِّ.....﴾
76	73	• ﴿وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ.....﴾
13	153	• ﴿قُلْ إِن صَلَائِي وَمُتَكِبَاتِي وَمَمَاقِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ.....﴾
	163...162	
		❖ سورة الأعراف
18		• ﴿قُلْ يَأَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ.....﴾
	158	
		❖ سورة التوبة
03		• ﴿أَلَمْ يَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ سِرَّهُمْ وَنَجْوَاهُمْ.....﴾
59	78	• ﴿يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ.....﴾
45	119	• ﴿لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنفُسِكُمْ.....﴾
	128	
		❖ سورة يونس
86		• ﴿وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَآمَنَ مَن فِي الْأَرْضِ كُلُّهُمْ جَمِيعًا.....﴾
	99	
		❖ سورة يوسف
14		• ﴿فَلَمَّا جَهَرَهُم بِجَهَارِهِمْ جَعَلَ السَّقَايَةَ فِي رَحْلِ أَخِيهِ.....﴾
60	70	• ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي.....﴾
	108	

14	52	❖ سورة إبراهيم • ﴿ هَذَا بَلَغٌ لِلنَّاسِ لِيُنْذَرُوا بِهِ ۖ وَلِيَعْلَمُوا أَنَّمَا هُوَ إِلَهُ وَاحِدٌ ﴾
75 14	09 94	❖ سورة الحجر • ﴿ إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ ﴾ • ﴿ فَأَصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ ﴾
48	70	❖ سورة الإسراء • ﴿ وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ ﴾
42 16	25 107	❖ سورة الأنبياء • ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ مِنْ رَسُولٍ إِلَّا نُوحِي ﴾ • ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ﴾
14	27	❖ سورة الحج • ﴿ وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَى كُلِّ ﴾
20	01	❖ سورة الفرقان • ﴿ تَبَارَكَ الَّذِي نَزَّلَ الْفُرْقَانَ عَلَى عَبْدِهِ ۚ لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا ﴾
45 58	03 109	❖ سورة الشعراء • ﴿ لَعَلَّكَ بَنِيعٌ نَّفْسَكَ أَلَّا يَكُونُوا مُؤْمِنِينَ ﴾ • ﴿ وَمَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ ۖ إِنِ اجْتَرَىٰ إِلَّا عَلَىٰ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴾

49,35	214	• ﴿وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ﴾
		❖ سورة القصص
04	51	• ﴿وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ﴾
18	56	• ﴿إِنَّكَ لَا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ.....﴾
		❖ سورة الروم
81	30	• ﴿فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ.....﴾
		❖ سورة الأحزاب
41	21	• ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ.....﴾
18	72	• ﴿إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ.....﴾
		❖ سورة سبأ
70	28	• ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا.....﴾
		❖ سورة يس
03	81	• ﴿أَوَلَيْسَ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ بِقَدِيرٍ عَلَى.....﴾
		❖ سورة الأحقاف
36	35	• ﴿فَاصْبِرْ كَمَا صَبَرُ الْأُولُوا الْعَزْمُ مِنَ الرُّسُلِ وَلَا تَسْتَعْجِلْ لَهُمْ﴾
		❖ سورة الحُجُرَات
39	06	• ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا.....﴾
10	13	• ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا.....﴾

		❖ سورة ق • ﴿مَا يَلْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ﴾ • ﴿فَاصْبِرْ عَلَىٰ مَا يَقُولُونَ وَسَبِّحْ بِحَمْدِ رَبِّكَ قَبْلَ طُلُوعِ.....﴾
78 37	18 39	
19	58.....56	❖ سورة الذاريات • : ﴿وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ.....﴾
57 21	05....03 28	❖ سورة النجم • ﴿وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَى.....﴾ • ﴿وَمَا لَهُمْ بِهِ مِنْ عِلْمٍ إِنْ يَتَّبِعُونَ إِلَّا الظَّنَّ.....﴾
76	14	❖ سورة الملوك • ﴿أَلَا يَعْلَمُ مَنْ خَلَقَ وَهُوَ اللَّطِيفُ الْخَبِيرُ﴾
35	04	❖ سورة القلم • ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾
87	02....01	❖ سورة المدثر • ﴿يَا أَيُّهَا الْمَدَّثِرُ قُمْ فَأَنْذِرْ﴾
19	05	❖ سورة البينة • ﴿وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ.....﴾
		❖ المسد

49	01	• ﴿تَبَّتْ يَدَا أَبِي لَهَبٍ وَتَبَّ﴾
----	----	--

فهرس الأحاديث الشريفة

الصفحة	الحديث	الحرف
85	1 "أرأيتم لو أخبرتم أنّ خيلا بالوادي تريد....."	حرف الألف
57	2 "ألا إني أوتيت الكتاب ومثله معه....."	
60	3 "البرّ حسن الخلق....."	
87	4 "إنّ من أعظم الجهاد كلمة عدل عند سلطان جائر....."	
54	5 "إني قد خلفت فيكم ما لن تضلّوا بعدهما....."	
39	6 "أي يوم هذا؟، فسكننا حتى ظننا أنّه سيسمّيه سوى اسمه....."	
86	7 "إنّ الله حبس عن مكة الفيل، وسلّط عليها رسوله والمؤمنين....."	
51	8 "إنّك تقدم على قوم من أهل الكتاب، فليكن أول ما تدعوهم....."	
74	9 "أتاكم أهل اليمن هم أرقّ أفئدة وألين قلوبا....."	
38	10 " أنا أغنى الشركاء عن الشرك....."	
39	1 "بينما نحن جلوس مع النّبي في المسجد، دخل رجل على جمل....."	حرف الباء
44	2 "بسم الله الرحمن الرحيم، من محمّد، رسول الله إلى كسرى....."	
51	3 "بلّغوا عني ولو آية، وحدثوا عن بني إسرائيل ولا حرج....."	
	4 "البرّ حسن الخلق.."	
47	1 " كان إذا تكلم بكلمة أعادها ثلاثا حتى....."	حرف الكاف
48	2 "كلّم راع ومسئول عن رعيّته، فالإمام....."	
48	1 " لا تحاسدوا، ولا تتاجشوا، ولا تباغضوا....."	حرف

فهرس الأحاديث الشريفة

51	2 "لأن يهدي الله بك رجلاً خيراً لك من	اللام
61	3 "لا يرحم الله من لا يرحم الناس	
79	4 "لا يتحدث الناس أن محمداً يقتل أصحابه	
47	1 "من كذب علي متعمداً فلْيَتَبَوَّأْ	حرف الميم
82	2 "ما من مولود إلا يولد على الفطرة	
18	1 "نضر الله امرؤ سمع منا شيئاً فبلغه كما	حرف النون
72	1 "هذا فلان من قوم يعظمون البدن فابعثوها له	حرف الهاء
52,33	1 "وأنتم تسألون عني فما أنتم قائلون	حرف الواو
51	1 "يا أسامة، أقتلته بعد أن قال لا إله إلا الله	حرف الياء
60	2 "يا معشر قريش ماترون أني فاعل بكم؟	
75	3 "يا معشر الأنصار ما حديث بلغني عنكم فسكتوا	
77	4 "يا أيها الناس قولوا : لا إله إلا الله تغفلوا	

فهرس الأعلام

الإسم	رقم الصفحة
ابن عباس	47
أبو بكر	51
أبو هريرة	87
أسامة بن زيد	62
أنس بن مالك	45
جابر بن سمرة	44
جعفر الطيار	32
غوتنبرغ	20
جون بيرد	20
عائشة	41
عبد الله ابن عمرو	42
عبد الله ابن مسعود	40
عروة بن الزبير	85
ماركوني	20
معاذ بن جبل	47
هارولد لاسويل	19

فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان
14	الفصل الأول: الإعلام... مقارنة إسلامية
14	المبحث الأول: الإعلام النظام العالمي الجديد
15	المطلب الأول: تعريف الإعلام
15	تعريف الإعلام لغة
16	تعريف الإعلام اصطلاحاً
19	المطلب الثاني: سمات الإعلام ووظائفه
19	1- الاتصال
19	2- الدعاية
20	3- الإعلان
20	4- الصحافة
20	الإعلام وعلاقته بالمصطلحات السابقة
20	5- وظائف الاعلام
22	المطلب الثالث: نشأة الإعلام وتطوره
25	المبحث الثاني: الإعلام الإسلامي
26	المطلب الأول: ماهية الإعلام الإسلامي
26	أ- الإعلام في القرآن
27	ب- تعريفه اصطلاحاً
29	ج- مشروعية الإعلام الإسلامي
31	المطلب الثاني: غاية الإعلام الإسلامي وخصائصه
31	1- غاية الإعلام الإسلامي
31	2- خصائص الإعلام الإسلامي
35	المطلب الثالث: مكانة الإعلام الإسلامي في المنظومة

	الإعلامية العالمية
37	ملخص الفصل الأوّل
39	الفصل الثاني: السلوك الإعلامي في السيرة النبوية
40	المبحث الأوّل: هيئة رسول الله الإعلامية
41	المطلب الأوّل: الكلام ولغة الجسد عند رسول الله وآثارهما الإعلامية
41	أ- كلام رسول الله وصوته
43	ب - لغة الجسد عند رسول الله آثارها الإعلامية
47	المطلب الثاني: أخلاق رسول الله الإعلامية
50	المطلب الثالث: خصائص الإعلام النبوي
54	المبحث الثاني: تصرفات رسول الله الإعلامية
55	المطلب الأوّل: استخدامات الرسول للإعلام في الدعوة
55	البعوث والرسائل
58	المطلب الثاني: استخدام الرسول للإعلام في التعامل مع المسلمين
61	المطلب الثالث: استخدام الرسول للإعلام مع غير المسلمين
65	ملخص الفصل الثاني
67	الفصل الثالث: الرؤية النبوية للإعلام المعاصر
67	المبحث الأوّل: العملية الإعلامية وفق التوجيه النبوي
69	المطلب الأوّل: المرسل (رجل الإعلام الإسلامي)
69	1- المواصفات العامة لرجل الإعلام الإسلامي
72	2- المواصفات الشخصية
76	المطلب الثاني: الرسالة الإعلامية
76	خصائص الرسالة الإعلامية الإسلامية
80	المطلب الثالث: الوسائل الإعلامية

82	ضوابط الوسيلة الإعلامية
84	المطلب الرابع: المستقبل (الجمهور)
85	خصائص الجمهور
89	المبحث الثاني: التوجيهات النبوية للإعلام المعاصر
90	المطلب الأول: بناء الإعلام الإسلامي
91	1- تنظيم الإعلام الإسلامي
92	2- تجديد الخطاب الإعلامي والدعوي
94	المطلب الثاني: ملامح إنسانية لإعلام إسلامي
97	المطلب الثالث: مقومات الإعلام الإنساني المنشود
98	1- موثوقية المصدر
99	2- العلم
100	3- التلازم بين الحرية والمسؤولية في الإعلام الإسلامي
101	4- عالمية الإعلام الإسلامي
103	ملخص الفصل الثالث
104	الخاتمة
109	فهرس المصادر والمراجع
115	فهرس الآيات الكريمة
120	فهرس الأحاديث الشريفة
122	فهرس الأعلام