



جودة في التعليم .. التزام بالقيم

الجمهورية العربية السورية
جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية
HOLY QURAN & ISLAMIC SCIENCES UNIVERSITY

نيابة الدراسات العليا والبحث العلمي

قسم: الدراسات الإسلامية

تخصص: التفسير وعلوم القرآن

مقومات الشخصية الإعلامية في القرآن الكريم

**The characteristics of a media
personality in the Holy Qur'an**

إعداد الطالب:

محمد قائد ناجي محمد الحسيني

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات نيل درجة الماجستير

إشراف الدكتور:

علي صالح عدلان

العام الجامعي ١٤٤٦ هـ - ٢٠٢٤ م



جودة في التعليم... التزام بالقيم

نُيابة الدراسات العليا

محضر قرار نتيجة مناقشة الرسالة

- بناءً على قرار وزير التعليم العالي والبحث العلمي رقم (١٥) لسنة ١٩٩٤م بإنشاء الكلية العليا للقرآن الكريم.
- وبعد الاطلاع على القرار الوزاري رقم (٥٤) لسنة ٢٠١٢م الخاص بإنشاء الجامعة.
- وبناءً على قرار مجلس الوزراء رقم (٤) بشأن نظام الدراسات العليا في الجامعات اليمنية.
- وبناءً على قرار وزير التعليم العالي والبحث العلمي رقم (٩) لسنة ٢٠١٩م بمنح ترخيص الدراسات العليا (الماجستير).
- وبناءً على محضر اجتماع مجلس قسم الدراسات الإسلامية التاريخ: ٢٦ / ٠٣ / ١٤٤٦ هـ الموافق: ٢٩ / ٠٩ / ٢٠٢٤ م
- وعلى قرار مجلس الدراسات العليا والبحث العلمي رقم (٣) للعام الجامعي ٢٠٢٤-٢٠٢٥ م بتاريخ: ٢٨ / ٠٣ / ١٤٤٦ هـ الموافق: ١٠ / ١٠ / ٢٠٢٤ م

للتأليف : محمد قائد ناجي محمد

التخصص : التفسير وعلوم القرآن

القسم : الدراسات الإسلامية

الكلية : نوبة الدراسات العليا

الموسم : ب (باللغة العربية)

(مقومات الشخصية الإعلامية في القرآن الكريم)

ب (باللغة الإنجليزية): (Features of Media Personality in the Holy Quran)

- والذي أشرف عليها، د.علي صالح عبدالله عدلان
واستناداً إلى المادة رقم (٢٩) لعام ٢٠٠٨م بشأن نظام الدراسات العليا في الجامعات اليمنية، اجتمعت اللجنة يوم الخميس بتاريخ ١٤/ربيع الثاني/١٤٤٦ هـ الموافق ١٧ / ١٠ / ٢٠٢٤م وبعد المناقشة العلنية لرسالة الطالب أعلاه قررت اللجنة:
- إجازة الرسالة.
- إجازة الرسالة مع إجراء التعديلات اللازمة بمعرفة المشرف .
- إجازة الرسالة مع إجراء التعديلات اللازمة بمعرفة المشرف وموافقة لجنة المناقشات.
- عدم إجازة الرسالة.

لجنة المناقشة:

م	الاسم	اللقب العلمي	الصفة	التوقيع
١	أ.م.د خالد عبدالله السلامي	أستاذ مشارك	رئيساً ومناقشاً خارجياً / جامعة حجة	
٢	د. عبدالرزاق محمد حسن الوادعي	أستاذ مساعد	مناقشاً داخلياً / جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية	
٣	د.علي صالح عبدالله عدلان	أستاذ مساعد	مشرفاً علمياً / جامعة إقليم سبأ	

- مصادقة مجلس القسم العلمي بقرار رقم (.....) بتاريخ: / /
- مصادقة مجلس الدراسات العليا والبحث العلمي بالجامعة بقرار (.....) بتاريخ: / /

استهلال

﴿ أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ
 بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ
 أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾ [النحل: ١٢٥]

الإهداء

إلى والديّ الكريمين، الذين سهرنا وتعبنا، وتحملا الكثير من المشاق في سبيل

تعليمي وتعلمي.

إليهما دون سواهما

أهدي هذا الجهد المتواضع،،،

الباحث

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على خير خلق الله، محمد بن عبد الله، صلى الله عليه وسلم وبعد.

في هذه اللحظة التي أرى فيها ثمرة جهدي وعملي الدؤوب لإكمال هذا العمل والجهد المتواضع ماثلة بين يدي، يسرني أن أعبر عن خالص شكري وامتناني لكل من كان له دور في إتمام هذا الجهد، والذين لولا دعمهم وتوجيههم بعد عون الله وتوفيقه ما كان لهذا العمل أن يرى النور.

بداية، أتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى مشرفي الكريم، الدكتور علي صالح عدلان، الذي كان أخا ناصحا وحريصا قبل أن يكون مشرفا، وكان خير موجّه ومرشد، بتوجيهاته السديدة ونصائحه القيمة التي لم يبخل بها عليّ طوال فترة إعداد هذا البحث، ومهما كان شكري له فلن أوفيه حقه، فله مني كل الشكر والامتنان على ما بذله من جهد وما أبداه من صبر في متابعة هذا البحث.

كما أتوجه بالشكر العميق إلى رئاسة (جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية) وكافة طاقمها الأكاديمي والإداري، نظير جهودهم الكبيرة التي يقدمونها، فلهم خالص الشكر ووافر التقدير والاحترام.

وأخص بالشكر الجزيل أيضا أساتذتي الكرام في لجنة المناقشة، الذين سيكون لملاحظاتهم دور كبير في تحسين هذا البحث وخروجه في أفضل صورة ممكنة.

وأتوجه بالشكر إلى عائلتي الكريمة:

والديّ الكريمين، وإخواني وأخواتي الذين أسعدهم استكمالي لهذه المرحلة، ويسعدون بكل منجز أحققه في حياتي العلمية والعملية.

وإلى زوجتي الحبيبة وأبنائي الغاليين (بدر، ربيع، عمر) أتقدم بأصدق عبارات الشكر والعرفان لصبرهم وتحملهم لتبعات هذه الرحلة العلمية، وكانوا نعم السند الذي أعانني على تجاوز التحديات والصعاب، فلهم مني كل الحب والتقدير.

وأخيراً، أوجه شكري وامتناني إلى زملائي وأصدقائي الذين شاركوني هذه الرحلة الأكاديمية، لقد أثروا تجربتي بالعلم والنقاشات البناءة، وكانوا لي خير الرفاق.

أسأل الله أن يوفق الجميع لما فيه الخير والصواب، وأن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم، وأن يكتب له القبول والنجاح.

الباحث

مستخلص البحث

يهدف هذا البحث إلى دراسة واستكشاف مقومات الشخصية الإعلامية من منظور قرآني، وذلك من خلال استعراض وتحليل النصوص القرآنية التي تعكس الأسس والقيم التي ينبغي أن يتحلى بها الإعلاميون في المجتمعات الإسلامية، كما يركز على دراسة الصفات الأخلاقية، والفكرية، والسلوكية التي تُميز الشخصية الإعلامية وفق المنظور القرآني، وذلك في ضوء المبادئ الإسلامية مثل الصدق، الأمانة، الحكمة، الإخلاص، والتوازن في نقل المعلومات.

ويتناول البحث مفهوم الإعلام من منظور قرآني بوصفه أداة قوية لنشر الحقيقة وترسيخ القيم الصادقة، مع التأكيد على أن الإعلامي المسلم يجب أن يتحلى بالمسؤولية الأخلاقية في تعامله مع المعلومات، بعيداً عن التلاعب أو التضليل، كما يعرض البحث كيف أن القرآن الكريم يدعو إلى الحكمة في الخطاب الإعلامي، بحيث يسهم الإعلامي في تعزيز الوعي المجتمعي وخدمة العدالة والحق.

علاوة على ذلك، يتناول البحث تحديات الإعلام في العصر الحديث، خاصة في ظل انتشار التضليل الإعلامي، تزييف الحقائق، وترويج الشائعات، موضحاً كيف يمكن تطبيق المبادئ القرآنية في التصدي لهذه الظواهر السلبية، ويوضح أيضاً أن الالتزام بالقيم القرآنية يساعد في بناء شخصية إعلامية قوية تساهم في خلق تأثير إيجابي في المجتمع، وتحافظ على مصداقية الرسالة الإعلامية.

يستخدم البحث المنهج الاستقرائي والتحليلي لاستنباط المفاهيم القرآنية المتعلقة بالإعلام، وتحليلها بما يخدم الممارسة الإعلامية المعاصرة، ويستند إلى أدلة نصية من القرآن الكريم لتقديم رؤية متكاملة حول الشخصية الإعلامية المثالية في الإسلام، وكيف يمكن لهذه الرؤية أن تساهم في توجيه الإعلاميين نحو دور أكثر فعالية ومسؤولية في نشر الحقائق ومواجهة

الفساد الإعلامي.

توصل البحث إلى أن القرآن الكريم يقدم نموذجاً متكاملًا للشخصية الإعلامية المثالية، حيث تقوم على أسس متينة من الأخلاق والقيم الإسلامية مثل الصدق والأمانة والحكمة، وهو ما يساهم في تحسين مصداقية الإعلام وتأثيره الإيجابي في المجتمع، وأن بناء شخصية إعلامية وفقاً لهذه المبادئ يعزز من مصداقية الرسالة الإعلامية ويجعلها أكثر قدرة على نشر الحقيقة والعدالة في المجتمعات.

الكلمات المفتاحية: مقومات، الشخصية، الإعلام.

Research Abstract

This research aims to study and explore the components of media personality from a Quranic perspective by reviewing and analyzing Quranic texts that reflect the principles and values that media professionals in Islamic societies should embody. It focuses on examining the ethical, intellectual, and behavioral traits that distinguish the media personality according to the Quranic perspective, in light of Islamic principles such as honesty, integrity, wisdom, sincerity, and balance in conveying information.

The research addresses the concept of media from a Quranic perspective as a powerful tool for disseminating truth and establishing sincere values, emphasizing that a Muslim media professional must uphold ethical responsibility in handling information, avoiding manipulation or misinformation. The study also highlights how the Quran calls for wisdom in media discourse, contributing to societal awareness and serving justice and truth.

Furthermore, the research discusses the challenges of media in the modern era, especially with the spread of media misinformation, falsification of facts, and promotion of rumors. It explains how Quranic principles can be applied to counter these negative phenomena and shows that adherence to Quranic values helps build a strong media personality that contributes to creating a positive impact in society and maintains the credibility of the media message.

The research employs inductive and analytical methods to derive and analyze Quranic concepts related to media, serving contemporary media practice. It relies on textual evidence from the Quran to present an integrated vision of the ideal media personality in Islam and how this vision can guide media professionals towards a more effective and

responsible role in disseminating truths and combating media corruption.

The research concludes that the Quran provides a comprehensive model for the ideal media personality, based on solid foundations of Islamic ethics and values such as honesty, integrity, and wisdom. This contributes to enhancing the credibility of the media and its positive impact on society. Building a media personality according to these principles enhances the credibility of the media message and makes it more capable of spreading truth and justice in societies.

Keywords: Components, Personality, Media.

مقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيد المرسلين، وإمام المبلغين، إمام الدعاة والعلماء والإعلاميين، وأول مبلغٍ وداعٍ وقائمٍ بالخطاب الإسلامي، من تحمل مشاق وأتعب نزول الوحي، ثم مشاق وأتعب وأذى قومه وهو يبلغ رسالة ربه، ويدعو إليها ويعلم الناس بها، محمد بن عبد الله صلى الله عليه وسلم وبعد.

في عالم اليوم، الذي يشهد تطورًا هائلًا في وسائل الإعلام وتقنياته، تزداد أهمية الإعلام كأداة مؤثرة في تشكيل الرأي العام وتوجيه سلوكيات الأفراد والجماعات، وترسيخ القيم والمبادئ، حيث لم يعد الإعلام مجرد وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات فحسب، بل أصبح جزءًا أساسيًا من الثقافة المجتمعية والسياسية والاقتصادية، يؤثر بشكل مباشر في صياغة المواقف والقيم الاجتماعية، ومن هذا المنطلق جاءت فكرة دراسة مقومات الشخصية الإعلامية التي تسهم في بناء الشخصية الإعلامية، وخاصة الشخصية الإعلامية المسلمة إيمانًا وأخلاقًا ومهنيًا ثم توجيه الوسيلة الإعلامية نحو خدمة قيم الإسلامية، والعمل على تقديم رسالة إعلامية هادفة ومؤثرة تتوافق مع تعاليم الدين الإسلامي.

كما يمثل الإعلام الإسلامي أحد الجوانب الأساسية التي تعزز الهوية الإسلامية وتنقل رسالتها للعالم أجمع، فالرسالة الإعلامية التي تستند إلى المبادئ الإسلامية قادرة على التصدي للتحديات الثقافية والفكرية التي تواجه المجتمعات الإسلامية اليوم، وتعمل على تعزيز القيم والأخلاق الإسلامية في ظل العولمة والتحديات الحضارية المختلفة، مما يضيف أهمية على التركيز في تكوين الشخصية الإعلامية الإسلامية التي تتمتع بالمقومات اللازمة لأداء هذه الرسالة بفعالية وكفاءة.

إن دراسة مقومات الشخصية الإعلامية من منظور إسلامي تهدف إلى تأصيل مفهوم هذه الشخصية، وتحديد أهم مكوناتها وأبعادها مستمدًا من القرآن الكريم، ليكون رجل الإعلام قادرًا على القيام بدوره في

الإبلاغ والتبليغ ونقل القيم الإسلامية بوضوح وصدق، وتزداد أهمية هذا البحث في ظل الحاجة الماسة لتقديم إعلام إسلامي واعي، يسهم في بناء مجتمع متماسك، ويعزز من مكانة الأمة الإسلامية في العالم. وبناءً على ذلك، يسهم هذا البحث في دراسة مقومات الشخصية الإعلامية في القرآن الكريم، حيث يسعى إلى توضيح الأبعاد المعنوية والحسية التي تشكل هذه الشخصية، وأثرها في نقل الخطاب الدعوي وتحقيق الأهداف المرجوة منه، نظراً لما للإعلام الإسلامي من أهمية بالغة في العصر الحديث، وماله من دور في حماية الهوية الإسلامية وغرس القيم الدينية في نفوس الأجيال القادمة.

أهمية الموضوع:

١. تتبع أهمية هذا الموضوع من المكانة العظيمة التي يحظى بها الكتاب الذي منه نستمد صفات ومقومات الشخصية الإعلامية، وهو القرآن الكريم، باعتباره المصدر الرئيسي للهداية والقيم الأخلاقية والتوجيهات الربانية، وهو دستور الله الذي ينظم شؤون الحياة، والبحث في مقومات الشخصية الإعلامية في ضوء القرآن الكريم يُعد خطوة هامة نحو فهم المعايير والقيم التي ينبغي أن يتحلى بها الإعلامي عند أداء رسالته.
٢. تكمن أهمية الموضوع في الفئة المتلقية للإعلام، والتي تمثل السواد الأعظم من المجتمع، إذ يتأثر الناس بشكل مباشر بما يقدمه الإعلاميون من معلومات وآراء وتوجهات، وبالتالي فإن تحديد السمات القرآنية التي يجب أن يتحلى بها الإعلامي يسهم في تشكيل وعي الجماهير بما ينسجم مع القيم الإسلامية، ويعزز من دور الإعلام في بناء مجتمع يقوم على الحق والعدل والأخلاق.
٣. الرسالة الإعلامية تعد أحد أهم الأدوات التي تؤثر في المجتمعات اليوم بما تحمل في طياتها من معلومات وأفكار وقيم تنتقل إلى الجمهور عبر منصات متعددة، مثل التلفاز، الإذاعة، الصحف، ووسائل التواصل الاجتماعي ونحوها.

٤. يعتبر زيادة الوعي من أهم أدوار الرسالة الإعلامية حيث تعمل على تسليط الضوء على القضايا المهمة، مثل الأزمات الإنسانية، القضايا البيئية، أو حتى التحولات السياسية، كما أن الرسالة الإعلامية تؤثر بشكل مباشر على سلوك الأفراد واتجاهاتهم، ولها دور كبير في تعزيز القيم الثقافية والاجتماعية ونحوها.
٥. للإعلاميين دور حيوي ومؤثر في توجيه المجتمع والرأي العام، في منصات الإعلام المختلفة، سواء التقليدية مثل التلفاز والصحف أو الحديثة مثل وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يشكل الإعلاميون من خلالها جسراً بين الأحداث الواقعية والجمهور، ويلعبون دوراً فاعلاً في تحليل وتفسير القضايا والأحداث.
٦. للإعلاميين دور رئيسي في تحديد أولويات اهتمامات الجمهور، من خلال تسليط الضوء على قضايا معينة وتشكيل النقاش العام فيها ودفع المجتمع نحو التفاعل مع التحديات الحقيقية التي تواجهه في مثل هذه القضايا.

أسباب اختيار الموضوع:

- كان السبب في اختيار هذا الموضوع هو الآتي:
- قلة أو ندرة الأبحاث والدراسات فيما يتعلق بالشخصية الإعلامية ومقوماتها من منظور إسلامي مستخرج من القرآن الكريم.
 - تقديم رؤية علمية ودراسة موضوعية لمقومات وصفات الشخصية الإعلامية في القرآن الكريم.
 - الحاجة إلى إعلام هادف ومسؤول من خلال استخراج صفات ومقومات الشخصيات الإعلامية من القرآن الكريم، ولضمان أن يكون الإعلام وسيلة لبناء المجتمع ونشر قيم الإسلام وأخلاقياته.

مشكلة البحث:

مع تزايد التحديات التي يواجهها الإعلام في التأثير على الرأي العام وتوجيهه، تتعاظم الحاجة إلى بناء شخصية إعلامية قادرة على إيصال رسالة هادفة ومؤثرة تتماشى مع القيم الإسلامية، إلا أن هناك نقصاً ملحوظاً في الدراسات التي تقدم تصوراً لمقومات الشخصية الإعلامية مستفاداً من القرآن الكريم، خاصة تلك التي تركز على الأبعاد الأخلاقية والإيمانية والنفسية التي ينبغي أن يتصف بها الإعلامي المسلم، فمعظم الأبحاث تتناول القيم الإعلامية العامة أو تركز على الجوانب التقنية دون أن تقدم تحليلاً لكيفية استناد هذه القيم إلى القرآن الكريم.

ولهذا، يهدف هذا البحث إلى سد هذه الفجوة من خلال استكشاف وتحليل مقومات الشخصية الإعلامية المستفادة من القرآن الكريم، وربطها بمتطلبات الإعلام المعاصر، ويهدف البحث أيضاً إلى توجيه الإعلاميين نحو الالتزام بالقيم الإسلامية في ممارساتهم اليومية وتعزيز قدرتهم على التأثير الإيجابي والمستدام في المجتمع.

أسئلة البحث:

يجيب البحث على التساؤلات التالية:

- كيف اهتم القرآن الكريم بالإعلام والبلاغ؟
- ما المقومات والخصائص المطلوبة في الشخصية الإعلامية المستنبطة من القرآن الكريم؟

- ما أثر مقومات الشخصية الإعلامية في تبليغ الخطاب الإعلامي؟

أهداف البحث:

- توضيح المراد بالشخصية الإعلامية في القرآن الكريم .
- بيان اهتمام القرآن الكريم بالإعلام والدعوة والبلاغ.

- تحديد وتحليل مقومات وصفات الشخصية الإعلامية المستفادة من القرآن الكريم.

الدراسات السابقة

حسب اطلاع الباحث فإنه لا يوجد دراسة سابقة تناولت الشخصية الإعلامية ومقوماتها مستخرجة من القرآن الكريم، ولكن هناك دراسات كثيرة تناولت الإعلام في القرآن الكريم أو تناولت رجال الإعلام ومواصفاتهم بشكل عام ومنها:

- **مقومات رجل الإعلام الإسلامي** للأستاذ الدكتور منير الفتياي والذي يُركز بشكل أكبر على

الصفات القيادية والمهنية التي يحتاجها الإعلامي المسلم لأداء دوره في المجتمع بشكل عام، كما يُبرز الكتاب أهمية أن يكون الإعلامي المسلم قدوة حسنة، قادرًا على استخدام لغة إعلامية واضحة ومؤثرة لتحقيق التأثير المطلوب في الدعوة إلى الإسلام وتعزيز القيم الإسلامية، ويعطي أهمية كبيرة للكفاءة الإعلامية والمهارات المهنية والتأهيل العلمي للإعلامي.

بينما يركز البحث الذي بين أيدينا على مقومات الشخصية الإعلامية في القرآن الكريم، مستمدًا القيم الأخلاقية والإيمانية التي يجب أن يتحلى بها الإعلامي المسلم، مثل الإيمان، التوكل، الصدق، والإخلاص، مع الاهتمام بالجوانب النفسية كالشجاعة، الثبات، والحكمة. بالإضافة إلى ذلك، يُبرز البحث الأبعاد النفسية والشكلية مثل الصوت الجيد والمظهر اللائق، مع توضيح دور الإعلام في نشر الرسالة الإسلامية وتوجيه الرأي العام.

ويكمن الفرق الأساسي في كون هذا البحث يُركز على القيم الإيمانية والأخلاقية المستمدة من القرآن، بينما كتاب الفتياي يولي اهتمامًا أكبر للمهارات القيادية والمهنية للإعلامي تتعلق بكيفية توجيه الرسالة الإسلامية بشكل فعال.

- صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون لمحمد خير رمضان ركز الكاتب على الصفات المهنية لمقدمي البرامج الإسلامية، متطرقاً لأهمية المعرفة بالموضوعات الدينية، ومهارات التواصل الفعّال مع الجمهور، وأبرز الدور التربوي والثقافي الذي يلعبه المقدمون في الإعلام، ويتفق هذا البحث مع الكتاب في تأكيد أهمية الأخلاق، مثل الصدق والأمانة، كأساس للعمل الإعلامي، مع تسليط الضوء على مسؤولية الإعلاميين في التأثير الإيجابي على المجتمع وضرورة امتلاك معرفة واسعة، سواء دينية أو مهنية، لنشر القيم الإسلامية.

وما يميز بحثنا هذا هو الاستدلال بالآيات القرآنية في كل صفة أو مقوم سواء كان أخلاقياً أو مهنيًا، في حين يتناول كتاب محمد خير صفات ومقومات الإعلاميين من زاوية مهنية بحتة، ويركز بحثنا هذا على المبادئ النظرية والأخلاقية، في حين يُعنى كتاب محمد خير بالمهارات العملية المطلوبة لمقدمي البرامج. بالإضافة إلى ذلك، يختلف الجمهور المستهدف؛ إذ يتوجه البحث للإعلاميين والباحثين المهتمين بالقيم الإسلامية، بينما يستهدف الكتاب مقدمي البرامج والممارسين في الإعلام.

وفي المجمل، تقدم كلتا الدراستين السابقتين رؤى تكاملية حول الإعلام الإسلامي، حيث يغطي هذا البحث الجانب النظري والأخلاقي، بينما يركز الكتاب على الجوانب العملية والمهارية، مما يوفر فهماً شاملاً للشخصية الإعلامية في السياق الإسلامي.

هيكل البحث ويشتمل على فصلين:

الفصل الأول: تأصيل مفهوم مقومات الشخصية الإعلامية، وفيه ثلاثة مباحث

- **المبحث الأول: مفهوم مقومات الشخصية الإعلامية وأهميتها وفيه ثلاثة مطالب:**
- **المطلب الأول: تعريف المقومات لغة واصطلاحاً.**
- **المطلب الثاني: مفهوم الشخصية الإعلامية.**
- **المطلب الثالث: أهمية مقومات الشخصية الإعلامية.**

المبحث الثاني: الألفاظ ذات الصلة بالإعلام وأوجه الاتفاق والافتراق بينهما

- **المطلب الأول: تعريف البلاغ لغة واصطلاحاً**
- **المطلب الثاني: تعريف الدعوة لغة واصطلاحاً**
- **المطلب الثالث: أوجه الاتفاق والافتراق بين البلاغ والدعوة وبين الإعلام.**

المبحث الثالث: اهتمام القرآن الكريم بالجانب الإعلامي وفيه ثلاثة مطالب:

- **المطلب الأول: اهتمام القرآن المكي بالجانب الإعلامي.**
- **المطلب الثاني: اهتمام القرآن المدني بالجانب الإعلامي.**
- **المطلب الثالث: شمولية القرآن لجميع جوانب الحياة.**
- **الفصل الثاني: مقومات الشخصية الإعلامية في القرآن الكريم، وفيه ثلاثة مباحث:**
- **المبحث الأول: المقومات المعنوية، وفيه ثلاثة مطالب:**
- **المطلب الأول: المقومات الإيمانية.**
- **المطلب الثاني: المقومات الأخلاقية.**
- **المطلب الثالث: المقومات النفسية.**

- **المبحث الثاني: المقومات الحسية، وفيه ثلاثة مطالب:**
- **المطلب الأول: المقومات العلمية والثقافية.**
- **المطلب الثاني: المقومات المهنية.**
- **المطلب الرابع: المقومات الشكلية.**
- **المبحث الثالث: أثر مقومات الشخصية الإعلامية في تبليغ الخطاب الدعوي، وفيه ثلاثة**

مطالب:

- **المطلب الأول: أثر مقومات الشخصية الإعلامية في إقامة الحجة على المخاطبين.**
- **المطلب الثاني: أثر مقومات الشخصية الإعلامية في استجابة المخاطبين.**
- **المطلب الثالث: أثر مقومات الشخصية الإعلامية في غرس القيم لدى المخاطبين.**

الخاتمة وتشمل:

- **النتائج**
- **التوصيات**
- **الفهارس**

الفصل الأول

تأصيل مفهوم مقومات الشخصية الإعلامية

ويحتوي على مبحثين:

المبحث الأول: مفهوم مقومات الشخصية الإعلامية وأهميته

المبحث الثاني: الألفاظ ذات الصلة بالإعلام وأوجه الاتفاق والافتراق بينهم.

المبحث الأول: مفهوم مقومات الشخصية الإعلامية وأهميته

وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: المقصود بالشخصية الإعلامية.

المطلب الثاني: تعريف المقومات لغة واصطلاحاً.

المطلب الثالث: تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً.

المطلب الرابع: أهمية مقومات الشخصية الإعلامية.

تمهيد:

تعتبر الشخصية الإعلامية واحدة من أهم الشخصيات البارزة في المجتمع الحديث، حيث تلعب دوراً محورياً في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، كونها تعتبر جسراً يربط بين الحدث والجمهور، ووسيلة نقل المعلومات من خلال منصات الإعلام المختلفة، سواء كانت تلفزيونية، أو إذاعية، أو صحفية، أو عبر الإنترنت، ولذلك فإن كثيراً من الإعلاميين يتمكنون من التأثير في القرارات الشخصية والجماعية للمجتمع.

وتتجلى أهمية الشخصية الإعلامية في عدة جوانب حيث تُعتبر مصدراً للمعلومات، ويتطلع الجمهور إليها للحصول على الأخبار والأنباء حول الأحداث الجارية، سواء كانت سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية أو ثقافية، بحيث توفر هذه الشخصيات المعلومات اللازمة للجمهور لفهم ما يحدث من حولهم، ومن خلال البرامج التعليمية والتثقيفية، يمكن للإعلاميين نقل المعرفة حول موضوعات متنوعة، مما يساهم في رفع مستوى الوعي والثقافة العامة بمختلف عناوينها ومواضيعها.

المطلب الأول: تعريف المقومات لغة واصطلاحاً

أولاً: تعريف المقومات لغة:

المقومات "جمع مقوم فعله الأصل قَوْمَ قَوْمٍ، وقوام كل شيء عماده ونظامه، وقوام الأمر ما يقوم به، وهو قوام أهل بيته يقيم شأنهم" (١).

ويأتي بمعنى المحافظة والإصلاح لقوله تعالى: ﴿الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ﴾ [النساء: ٣٤]

وهو كذلك "يدل على انتصاب أو عزم، وأقام الامر اعتدل، وإقامة الأمر إصلاحه وهذا قوام الدين والحق، أي به يقوم" (٢).

والمقوم هو الشيء الذي يقوم به غيره، ويستعمل في اللغة العربية بمعنى ما يُسهم في دعم وتثبيت شيء ما أو مكوناته الأساسية، جاء في "لسان العرب" "أن القوام هو ما يُستند إليه الشيء ليبقى ثابتاً وقائماً، ومنه قوله تعالى: ﴿وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعِيشَةً قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ﴾ [الأعراف:

١٠] أي ما تقوم به حياتهم من معاش" (٣).

ثانياً: تعريف المقومات في الاصطلاح

المقومات هي العناصر أو العوامل الأساسية التي تساهم في بناء أو دعم كيان أو نظام معين، ويمكن أن تكون هذه المقومات مادية أو معنوية، وتشمل عادةً الموارد الضرورية أو المبادئ أو العناصر الأساسية التي يحتاجها شيء ما ليكون موجوداً أو يعمل بشكل صحيح حيث عرفت بأنها " تلك الأسس التي يحتاجها أي نظام ليقوم عليها وينطلق منها، وذلك هو الشأن في الحياة كلها، لأن لكل

(١) المعجم الوسيط، مرجع سابق ج ٢، ص ٧٦٨.

(٢) معجم مقاييس اللغة لابن فارس تحقيق عبد السلام محمد هارون - دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ج ٥ ص ٧٦، ٧٧.

(٣) لسان العرب مرجع سابق ج ١٢ ص ١٦٧.

أمر دعائمه وأسسه التي يعتمد عليها، ويقدر ما يكون في الدعائم من قوة وخصوصية يكون الأمر وحاله، ولا يمكن تصور دوام أمر ذي شأن بلا أسس أو دعائم إلا أنها وانتهى" (١)، وأما بالنسبة لتعريف مقومات الإعلامي المسلم فيمكن تعريفها بنفس تعريف الداعية كون كلا من الإعلامي والداعية يمارسان الدعوة الى الله ويسعيان للغاية ذاتها وهي تبليغ الدين الإسلامي للناس حيث عرفت مقومات الداعية بأنها "هي المعدّلات التي تُعدّل الداعية، وتقيم اعوجاجه فتجعله مستقيماً، معتدلاً، حكيماً، منضبطاً في كل أموره، ناجحاً في دعوته وموفقاً مسدداً، ملهماً بإذن الله تعالى" (٢).

تعريف مقومات الشخصية الإعلامية كلفظ مركب:

ومن وجهة نظر الباحث فإنه يمكن تعريف مقومات الشخصية الإعلامية المسلمة بأنها: مجموعة الصفات والخصائص التي يجب أن يتحلى بها الإعلامي المسلم، وتشمل الأمانة والصدق في نقل المعلومات، والعدالة والإنصاف في التعامل مع جميع الأطراف، والاحترام والتقدير للقيم الإسلامية والجمهور، والمسؤولية الاجتماعية في نشر الوعي والمعرفة، والاحترافية والمهنية في أداء العمل الإعلامي، ليكون أداؤه متميزاً وقائماً على أسس تسهم في تحقيق رسالة الإعلام بشكل فعال وهادف.

(١) النظام السياسي في الإسلام، د. أحمد غلوش مؤسسة الرسالة، الطبعة الثانية ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٥م، ص ٣١.
 (٢) مقومات الداعية الناجح في ضوء الكتاب والسنة - مفهوم، ونظر، وتطبيق د. سعيد القحطاني، الناشر: مكتبة سفير - الرياض، ص ٨.

المطلب الثاني: مفهوم الشخصية الإعلامية

أولاً: تعريف الشخصية لغة:

الشخصية من "شخص الشيء عينه وميزه مما سواه، وهي الذات الواعية لكيانها، و (الشخصية) صفات تميز الشخص من غيره، ويقال: فلان ذو شخصية قوية: ذو صفات متميزة وإرادة وكيان مستقل"^(١).

والشخصية مشتقة من "شَخَصَ" أي ظهر، ويقال "شَخَصَ الإنسان" أي برز وظهر، والشخصية تعني ذات الإنسان وهويته التي تميزه عن غيره. وجاء في القاموس المحيط "أن الشخص هو الجسد والذات المنفصلة عن غيرها"^(٢).

ثانياً: تعريف الشخصية في الاصطلاح:

تعرف الشخصية في اصطلاح علماء النفس بأنها "مجموعة فريدة متميزة من الصفات أو التصرفات التي تختلف فيها عن الآخرين والتي تظهر لدينا بشكل متصل في المواقف المختلفة وعلى نحو مستقر وثابت. هذه المجموعة من الخصائص الشخصية تحكم جزءاً كبيراً من سلوكنا وتصرفاتنا في مواقف التفاعل مع الآخرين وفي طرق إدراكنا للعالم والذات"^(٣)

(١) المعجم الوسيط في اللغة العربية، مادة شخب، طباعة مجمع اللغة العربية ونشر مكتبة الكتاب العربي - القاهرة، ج ١ ص ٤٧٥.

(٢) القاموس المحيط، الفيروزآبادي، تحقيق: مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع بيروت، الطبعة الثامنة ١٤٢٦ هـ - ٢٠٠٥ م، ص ٦٢١.

(٣) أسس علم النفس، د. عبد الستار إبراهيم، دار المريخ للنشر - الرياض ١٤٠٧ هـ - ١٩٨٧ م، ص ٤٣٢

ويعرفها علماء الاجتماع بأنها "مجموعة من الصفات والسمات النفسية والجسدية والعقلية التي تميز فرداً عن آخر، وتشمل الجوانب السلوكية، العقلية، والعاطفية للفرد. وهي تُشكل من خلال التفاعل بين العوامل الوراثية والبيئية، بما يعكس تفرد الشخص" (١).

كما "يُستخدم مصطلح الشخصية بشكل شائع في التفاعلات الاجتماعية للإشارة إلى الصفات الخاصة للفرد، حيث تربط بطريقة تعامله مع الآخرين وقدرته على التفاعل الاجتماعي معهم، ولذلك فقد كان مصطلح الشخصية محل دراسة وبحث في كثير من المجالات أهمها مجال علم النفس، الذي يتم التركيز فيه على الشخصية كجزء من السلوك الإنساني شاملاً في ذلك العديد من الجوانب الإنسانية مثل العواطف، والأفعال، والعمليات الفكرية أو المعرفية وغيرها." (٢)

تعريف الإعلام في اللغة والاصطلاح

أولاً: الإعلام لغة:

الإعلام: " من مادة علم، والعلم: نقيض الجهل، وَعَلِمَ علماً، وَعَلِمَ هو في نفسه تعليماً، أذن بالشيء إذناً وأذناً وأذانة: علم به" (٣).

والإعلام: "مصدر الفعل الرباعي أعلم، يقال: أعلمُ يُعلمُ إعلاماً.. وأعلمته بالأمر: أبلغته إياه، وأطلعته عليه، جاء في لغة العرب: (استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه)" (٤).

-
- (١) كارتل، جوردن، "أسس علم النفس الاجتماعي"، ترجمة د. محمد حسن غانم، دار الفكر العربي، ص ٣٧.
- (٢) ينظر: علم النفس الإعلامي، مفاهيم، نظريات، تطبيقات، د. نبيهة صالح السامرائي، دار المناهج للنشر والتوزيع - الأردن - عمان الطبعة الأولى ١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٧ م، ص ١٨.
- (٣) الصحاح للجوهري تحقيق أحمد عبد الغفور عطار طبعة دار العلم للملايين - بيروت، ص ١٢٤
- (٤) لسان العرب لابن منظور مرجع سابق ج ٧ ص ٣٨٤

والإعلام: "التبليغ، ويقال: بلغت القوم بلاغاً: أي أوصلتهم بالشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، ففي الحديث: "بلغوا عني ولو آية" (١)، وقال سيبويه (٢): "وأعلمت: كأذنت" (٣).

ثانياً: الإعلام في الاصطلاح:

عرف الإعلام في الاصطلاح بأنه: "تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، ويقدر ما تكون هذه الصحة أو السلامة في المعلومات أو الحقائق، يكون الإعلام في ذاته سليماً قوياً" (٤).

وما يلاحظه الباحث في هذا التعريف أنه اقتصر على الإعلام من حيث معايير ومقوماته ووظائفه، متجاهلاً هدفه وآثاره ودوره المنوط به، إلا أن هناك تعاريف أخرى أكثر شمولاً تطرقت لدور الإعلام في مساعدة الجمهور في تكوين آرائهم عبر تزويدهم بالأخبار والمعلومات الصحيحة ومنها: "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم" (٥).

(١) صحيح البخاري، محمد بن إسماعيل البخاري، كتاب أحاديث الأنبياء . باب ما ذكر عن بني إسرائيل، حديث رقم ٣٣٠٢، طبعة دار البشري باكستان ج ٢ ص ١٥٩٢.

(٢) سيبويه (١٤٨ هـ - ١٨٠ هـ / ٧٦٥ - ٧٩٦م) عمرو بن عثمان بن قنبر الحارثي بالولاء، يُكنى أبوبشر، الملقب سيبويه: إمام النحاة، وأول من بسط علم النحو. (سير أعلام النبلاء ج ٨ ص ٣٥٢)

(٣) لسان العرب لابن منظور مرجع سابق، ج ٩، ص ٣٧١.

(٤) الإعلام له تاريخه ومذاهبه - د. عبد اللطيف حمزة - الهيئة المصرية العامة للكتاب ٢٠٠٢م، ص ٣٣.

(٥) الإعلام والاتصال بالجماهير دكتور ابراهيم امام دار الفارابي، ومكتبة الانجلو المصرية، الطبعة الأولى ١٩٩٨م، ص ١١.

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف الإعلام بأنه:

مجموعة الأنشطة والعمليات التي تتعلق بجمع المعلومات والحقائق وتوثيقها وتحليلها ونقلها إلى الجمهور بمصداقية وموضوعية عبر وسائل متنوعة، وتزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات والحقائق الدقيقة والموثوقة، بهدف التأثير على الرأي العام وتشكيل الوعي الجماعي والتأثير على المواقف والتوجهات.

وبالنسبة للشخصية الإعلامية كلفظ مركب فهي منسوبة إلى مصطلح الإعلام، فأصل الكلمة تدور حول الأخبار والمعرفة والشعور بالشيء والاعلامي اسم للذي يقوم بعملية الإعلام.

وعند دمج الكلمتين، يُمكن تعريف الشخصية الإعلامية بأنها:

مجموعة الصفات والخصائص التي تميز الأفراد القادرين على التأثير والتفاعل الفعّال في مجالات الإعلام، مما يساعدهم في تقديم المعلومات والأفكار بأسلوب يجذب الجمهور ويحقق أهداف التواصل^(١).

وتعرف بأنها التي "تُسهم في التنبؤ بمجموعة من مجالات علم النفس الإعلامي، ويساعد في دراسة الاتجاهات الإعلامية ومنتجاتها، سواء كانت صحفية، إذاعية، أو تلفزيونية، ويشجع على تحليل أداء الإنتاج الإعلامي لاتخاذ قرارات فعالة قادرة على التأثير في المتطلبات الإعلامية وإثراء الوعي الاجتماعي من خلال الوسائط الإعلامية المتنوعة"^(٢)

(١) يُنظر: علم النفس الإعلامي، مفاهيم نظريات تطبيق، د. نبيهة صالح السامرائي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان ٢٠٠٦م، ص ٣٠، ٢٩.

(٢) ينظر: مدخل إلى علم النفس الإعلامي د. إبراهيم محمد سليمان، مجلة كلية الآداب، جامعة الزاوية، العدد السابع والعشرون الجزء الثاني يونيو ٢٠١٩م ص ١٨٨.

وبشكل عام فإن معرفة الشخصية الإعلامية يساهم في تحليل الاتجاهات الإعلامية وتقييم الأداء لاختيار الوسائل المثلى لتعزيز الوعي الاجتماعي، كما يساعد في فهم السلوك الإنساني، بما في ذلك العواطف والتفاعلات الاجتماعية والعمليات الفكرية.

وبالنسبة لتعريف الإعلام الإسلامي كتعريف مركب فقد عُرف بأنه:

" تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي، المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله، بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب، يعي الحقائق الدينية، ويدركها، ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته" (١).

وعُرف أيضا بأنه: " بيان الحق وتزيينه للناس بكل الطرق والأساليب والوسائل العلمية المشروعة، مع كشف وجوه الباطل وتبنيحه بالطرق المشروعة، بقصد جلب العقول إلى الحق، وإشراك الناس في نيل خير الإسلام وهديه، وإبعادهم عن الباطل وإقامة الحجة عليهم" (٢).

ويلاحظ الباحث أن التعريفين السابقين للإعلام الإسلامي اقتصرنا على الجانب الديني فقط، مما يحد من مفهومه الواسع، على الرغم من أن الإعلام الإسلامي يركز على تبصير الناس بالحق والحث على مكارم الأخلاق وتوضيح الفرائض ليس لجمهور المسلمين فقط بل هو موجه إلى الجميع، مسلمين وغير مسلمين، ويشمل كافة جوانب الحياة الدينية والدنيوية.

فالإعلام الإسلامي يتجاوز حدود التوعية الدينية ليشمل نشر الأخبار والمعلومات وفقاً لمبادئ الإسلام، كما يهتم بالعلوم الكونية والتكنولوجيا العصرية، منطلقاً من رسالة الإسلام الشاملة، ويعالج

(١) الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محيي الدين عبد الحليم الناشر مكتبة الخانجي بالقاهرة - دار الرفاعي بالرياض الطبعة الثانية ١٤٠٤ هـ _ ١٩٨٤ م، ص ١٤٧.

(٢) الإعلام في العالم الإسلامي الواقع والمستقبل - سهيلة زين العابدين حماد، مكتبة العبيكان ١٤١٣ هـ - ٢٠٠٣ م، ص ١٣.

قضايا السياسة والاقتصاد والمجتمع، ويناقش الأحداث المستجدة، ملتزماً بمعايير الإسلام وقيمه ومبادئه. فهو إعلام شامل ومتكامل يعكس رسالة الإسلام الخالدة في كافة مناحي الحياة، وقد جاء تعريف مجلة الأزهر تعريفاً أكثر شمولاً لمعاني وأهداف الإسلام حيث عُرف فيها بأنه:

"عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي، وتؤدي جميع وظائفه المثلى، الإخبارية، والإرشادية، والترويحية، على المستوى الوطني والدولي والعالمي، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها، وفيما يصدر عنها من رسائل ومواد إعلامية وثقافية وترويحية، وتعتمد على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً، وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامة"^(١).

ويعرف أيضاً بأنه: "استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون عالمون عاملون بدينهم متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المختصرة والأخبار الحديثة والقيم الأخلاقية والمبادئ والمثل للمسلمين وغير المسلمين في كل زمان ومكان وفي إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد وإحداث التأثير المطلوب والتعرف على مدى التأثير أولاً بأول"^(٢).

ومن وجهة نظر الباحث فإنه يمكن تعريف الإعلام الإسلامي كلفظ مركب بأنه: عملية تزويد الجمهور بالحقائق والمعلومات، والتي منها الحقائق عامة وحقائق الدين الإسلامي خاصة، من خلال وسائل إعلامية متخصصة أو عامة، بحيث يقوم على هذا الإعلام

(١) مجلة الأزهر مقال: الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ - حسن علي العنبيسي - ربيع الآخر ١٤٠٥ هـ/يناير ١٩٨٥ م، ص ٥٨٥.

(٢) الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي عبد الوهاب كحيل، عالم الكتب، مكتبة القدسي ١٤٠٦ هـ ١٩٨٥ م، ص ٢٩.

أفراد ذوو خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولونها، بهدف تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق بشكل عام وحقائق الإسلام بشكل خاص ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته، بهدف بيان الحق وتزيينه للناس مع كشف وجوه الباطل وتقبيلحه، و الالتزام بالإسلام في أهدافه ووسائله ورسائله والمواد الإعلامية والثقافية والترفيهية، معتمدة على إعلاميين ملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً.

المطلب الثالث: أهمية مقومات الشخصية الإعلامية

تمهيد:

تعتبر مقومات الشخصية الإعلامية ذات أهمية جوهرية في الإعلام الإسلامي، حيث تشكل الأساس الذي يقوم عليه العمل الإعلامي وفقا لمبادئ الإسلام وأخلاقياته، وتسهم هذه المقومات في تعزيز مصداقية الإعلامي ودوره في نقل الحقيقة وبناء مجتمع قائم على الأسس الإسلامية.

وتتطلب مقومات الشخصية الإعلامية في الإعلام الإسلامي الالتزام بالنزاهة والأمانة والمصداقية في نقل الأخبار والمعلومات، وإيصال الرسالة الإعلامية بمختلف أنواعها ووسائلها، وبرغم معرفة الجميع بأهمية هذه المقومات كأساس للعمل الإعلامي، إلا أن غياب الطابع الإلزامي لها يقلل من فعاليتها، لذا يصبح الالتزام بها أكثر وثاقه ومصداقية عندما يترتب على مخالفتها مسؤوليات وعواقب تأديبية.

والإسلام بطبيعته دين دعوي إعلامي، يقوم على الإيضاح والبيان ونقل الحقائق والمعلومات، حيث حث الرسول صلى الله عليه وسلم المؤمنين على أن يكونوا هداة ومرشدين ودعاة للخير والحق في كل زمان ومكان، وتشدد الآيات القرآنية على دعوة الناس بالحكمة والموعظة الحسنة والجدل بالتي هي أحسن.

والقرآن الكريم يعتبر الوسيلة العظمى للدعوة الإسلامية وأقوى وسائل الإعلام والتأثير في التاريخ، حيث يقدم إرشادا للمسلمين في مواقفهم المختلفة، ويوجههم في تعاملهم مع التحديات، والقرآن الكريم هو المرجع الأساسي للإعلام الإسلامي، ويتميز بالصدق والنزاهة في التوجيه والإرشاد، وقد نجح عبر التاريخ في تشكيل مجتمع إسلامي جديد بقيم ومفاهيم إسلامية راسخة، ليظل مصدر إلهام وتوجيه للمسلمين في مختلف جوانب حياتهم.

وبناء على ما سبق وبغرض إبراز أهمية مقومات الشخصية ودراستها وتحليلها من خلال

استخراجها من القرآن الكريم يتبين أننا في حاجة إلى أمرين هامين:

أولاً: حاجتنا لإعلاميين مسلمين ملتزمين بأخلاق الإسلام

ثانياً: حاجتنا لإعلام إسلامي فعال ومتزن يستمد أساسه من الإسلام الحنيف

أولاً: حاجتنا لإعلاميين مسلمين ملتزمين بأخلاق الإسلام

تعتبر الحاجة لإعلاميين مسلمين ملتزمين بأخلاق الإسلام أمراً ضرورياً للأمة الإسلامية، نظراً

لأهمية الإعلام في تشكيل الوعي المجتمعي وتوجيه الرأي العام، ومن أبرز المبررات لهذا الأمر هو

التوجيه الأخلاقي والقيمي، فرسول الله صلى الله عليه وسلم وصفه الله تعالى بقوله: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ

عَظِيمٍ ۗ﴾ [القلم: ٤] حيث يمكن للإعلاميين المسلمين تقديم محتوى يتوافق مع القيم الإسلامية

ويساهم في نشر الفضيلة والأخلاق الحميدة، في القول أو الفعل والله سبحانه وتعالى يقول: ﴿يَأْتِيهَا

الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۗ﴾ [الأحزاب: ٧٠]. كما أن الإعلام يلعب دوراً كبيراً في

مواجهة الأفكار المغلوطة والهدامة، مما يجعل وجود إعلاميين مسلمين ملتزمين ضرورة لتقديم ردود

مستنيرة ومبنية على العلم الشرعي الصحيح، بالإضافة إلى ذلك، يسهم هؤلاء الإعلاميون في تعزيز

الهوية الإسلامية والحفاظ على التراث الثقافي والديني للأمة، فضلاً عن نقل صورة حقيقية وإيجابية

عن الإسلام في وجه التشويه الإعلامي المستمر ملتزمين الصدق في أقوالهم ونقولاتهم وأفعالهم متمثلين

قوله تعالى: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ۗ﴾ [التوبة: ١١٩].

تهدف الجهود الإعلامية لهؤلاء الإعلاميين إلى تقديم محتوى إعلامي نزيه وموثوق، يعكس

القيم الإسلامية من خلال إنتاج برامج وأخبار ومقالات تتسم بالموضوعية والنزاهة، ويسعون أيضاً إلى

التثقيف والتعليم عبر تقديم برامج تعليمية ودينية ترفع من مستوى الوعي الديني والثقافي لدى المشاهدين، كما يعملون على تعزيز الحوار والتفاهم بين الثقافات، مما يشجع الحوار البناء بين المسلمين وغيرهم، ويساهم في تعزيز التفاهم والتعايش السلمي، ويحرصون على التصدي للإعلام المضلل الذي ينشر الشائعات والأكاذيب حول الإسلام والمسلمين من خلال تقديم حقائق موثوقة ومعلومات دقيقة، والله سبحانه وتعالى يقول محذراً من نشر الشائعات ونحوها ﴿ وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا ﴾ [الإسراء: ٣٦]

ثانياً: حاجتنا لإعلام إسلامي فعال ومرتز يستمد أساسه من الإسلام الحنيف

إن الحاجة لإعلام إسلامي فعال ومرتز يعتبر ضرورة ملحة في العصر الحالي، خصوصاً في ظل التحديات الثقافية والإعلامية التي تواجه العالم الإسلامي، ويمكن أن يلعب دوراً حيوياً في تصحيح الصورة النمطية المغلوطة عن الإسلام والمسلمين التي تتعمد نشرها بعض وسائل الإعلام العالمية المعادية وذلك من خلال:

١. تقديم المعلومات الصحيحة والإيجابية عن الإسلام والمسلمين، لتقليل الأحكام الخاطئة والمسبقة وتعزيز التفاهم بين الثقافات المختلفة، "والإعلام الإسلامي هو وسيلة أساسية لنشر قيم الإسلام الحنيف، مثل العدل والتسامح والرحمة والأخلاق الحميدة، عبر برامج توعوية ودينية، ويمكن تعزيز هذه القيم في المجتمعات الإسلامية وغير الإسلامية على حد سواء، كما أنه وسيلة فعالة للتصدي للأفكار المتطرفة التي تنسب إلى الإسلام زورا وبهتانا، من خلال تقديم الفهم الصحيح للإسلام والرد على التفسيرات المتشددة التي تسيء إلى الدين وتستغل نفوذها الإعلامي لتحقيق أهداف سياسية أو اجتماعية ضيقة" (١).

(١) يُنظر: الإعلام الإسلامي وخطر التدفق الإعلامي الدولي، الدكتور مرعي مذكور، رابطة الجامعات الإسلامية الطبعة الأولى ١٤٠٩ هـ - ١٩٨٨ م، ص ٢١ ، ٢٢.

٢. تعزيز الهوية الإسلامية يعد من أهم الأدوار التي يمكن أن يلعبها الإعلام الإسلامي، خاصة بين الشباب الذين يتعرضون لتأثيرات ثقافية متعددة، من خلال تقديم محتوى يعزز من انتمائهم لدينهم وثقافتهم، والحفاظ على الهوية الإسلامية في ظل العولمة، بالإضافة إلى ذلك، يمكن للإعلام الإسلامي أن يكون منصة تعليمية هامة لنشر المعرفة الدينية والتاريخية والثقافية، وذلك من خلال برامج تعليمية وتوعوية رفع مستوى الوعي والمعرفة لدى المسلمين وغير المسلمين على حد سواء، " ولو رجعنا إلى القرآن الكريم وإلى السنة النبوية المطهرة فسوف نجد الكثير من الآيات والأحاديث التي تدعو إلى التمسك والاعتزاز بالهوية الإسلامية وتؤكد عليها، وهذا يدل على الموقع المهم الذي يريد أن يشغله هذا الموضوع في حياة الفرد المسلم والجماعة المسلمة والأمة الإسلامية ككل" (١).

٣. أن يكون الإعلام الإسلامي قادراً على التواصل بفعالية مع الجمهور العالمي بمختلف أطيافه وتوجهاته عبر استخدام لغات مختلفة وتقنيات حديثة، لبناء جسور من التفاهم والتعاون بين العالم الإسلامي وبقية دول العام وكياناته ودوله وأديانه المختلفة، من خلال طرح إعلامي متزن، يعكس الواقع كما هو دون تهويل أو تقليل، ويعالج القضايا بشكل موضوعي ومنصف، ويقدم مختلف الآراء بشكل عادل " وإنما على الداعية أن يحسن صلته بالناس، فمعهم تكون دعوته ولهم ينشرها، وبهم يحقق نصرها وفوزها، وهذه الصلة الاجتماعية ضروري للداعية لأنه أولاً أخص للناس استظهر عليهم بالنصح والتوجيه وهو ثانياً محل الثقة والنظر لما له من صفات ولما ينادي به من مبداء وهو ثالثاً رائد الجماعة وزعيمهم ولذلك يجب أن يتحلى بصفات تجعله يعيش وسط في فهم وتقدير، ويتألف معهم في مودة ويتحلى بما يضعه في الريادة من غير منازعة وشكوك" (٢)

(١) الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية الدكتور خليل نوري العاني، سلسلة الدراسات الإسلامية المعاصرة (٥٨)

الصادرة عن ديوان الوقف السني، بغداد الطبعة الأولى ١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م، ص ٥٦.

(٢) الدعوة الإسلامية لحمد غلوش مرجع سابق ص ٤٤٧.

٤. ولتحقيق إعلام إسلامي فعال وامتزن، يجب التركيز على تدريب الكوادر الإعلامية وتأهيلها لتكون على دراية عميقة بتعاليم الإسلام وثقافته، وتوظيف التقنيات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور أوسع، وإقامة شراكات مع مؤسسات إعلامية عالمية لتعزيز الحوار والتفاهم، بما يسهم في بناء مجتمع أكثر عدلاً وتفهماً وسلاماً " ولذلك فإنه لا بد أن يكون متصفاً بصفات خاصة تؤهله للقيام بهذه المهمة، فليس كل خطيب أو واعظ يصلح لأن يقدم مادته عبر الإذاعة والتلفاز كما يخطب في مسجد أو مؤتمر أو حفل، لأن هاتين الوسيلتين لهما خصائص وشروط معينة للحديث من خلالهما" (١).

٥. ولا يخلو مجتمع أو بيت إلا ويحتوي على وسيلة من وسائل الإعلام مما يجعله واحد من ضروريات الإنسان في عصرنا الراهن "الإعلام في العصر الحديث أصبح يمثل في جوهره مجموعة من الضرورات النفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية لأي أمة من الأمم في كل جانب من جوانب حياتها، ولكل من هذه الضرورات مقوماتها وأبعادها، فلو أردنا أن نستعرض مثلاً الإعلام كضرورة نفسية لوجدنا أنفسنا محاطين بتعريفات ومفاهيم ومعان في علم النفس والعلاقات الإنسانية وعلم الاجتماع تؤكد لنا الدور الرئيسي والهام الذي يستطيع الإعلام أن يلعبه في نفوس الشعوب، وكذلك الأمر بالنسبة لباقي الضرورات" (٢).

ويتضح مما سبق كم نحن بحاجة ماسة إلى التعرف على مقومات ومؤهلات الشخصية الإعلامية الإسلامية، وحاجة أمتنا الإسلامية إلى إعلاميين مسلمين يتصفون بالعلم والمعرفة والفهم

(١) صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون، محمد خير رمضان يوسف، مطابع الفرزدق التجارية، الرياض، الطبعة الأولى ١٤٠٦ هـ - ١٩٨٦ م، ص ١٥.

(٢) الإعلام موقف محمود محمد سفر، الناشر تهامة جدة، المملكة العربية السعودية، الطبعة الأولى ١٤٠٢ هـ - ١٩٨٢ م، ص ٦٠.

الدقيق المستند إلى تدبر معاني القرآن الكريم، مثلما ورد في قوله تعالى: ﴿ كَتَبَ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ مُبَارَكًا

لِيَذَّبَرُواْ بِآيَاتِهِ وَليَتَذَكَّرَ أُولُو الْأَلْبَابِ ﴿٢٩﴾ [ص: ٢٩]، وينبغي على الإعلاميين أن يكونوا قادرين على

فهم الآراء الفقهية ومناقشتها وتطبيقها، وأن يتحلوا بالصدق والأمانة وشرف الكلمة والصبر والإخلاص،

وجميع الصفات التي أَرادها الله ورسوله للمؤمنين والمسلمين.

المبحث الثاني: الألفاظ ذات الصلة بالإعلام وأوجه الاتفاق والافتراق بينهما

وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف البلاغ لغة واصطلاحاً.

المطلب الثاني: تعريف الدعوة لغة واصطلاحاً

المطلب الثالث: أوجه الاتفاق والافتراق بين البلاغ والدعوة وبين الإعلام.

تمهيد:

يعتبر البلاغ والتبليغ ركناً أساسياً في الدعوة الإسلامية، فالله تعالى أمر رسوله صلى الله عليه وسلم بالتبليغ للناس ما أنزل إليه ﴿يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ ۗ﴾ [المائدة: ٦٧] فكان قدوة حسنة يبلغ رسالة الله تعالى بكل صدق وإخلاص، داعياً الناس إلى توحيد الله والإيمان به.

والدعوة والبلاغ هما حجر الزاوية في نشر الإسلام وهي عملية ديناميكية مستمرة، تتطلب الصبر والجهد وإخلاص النية لله تعالى وحده، والداعية يحمل رسالة الإسلام إلى غير المسلمين ويبين لهم جمال الدين الإسلامي ويحثهم على الدخول فيه بأسلوب حسن مصداقاً لقول الله تعالى: ﴿أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّ لَهُمْ بِالنَّيِّ هِيَ أَحْسَنُ﴾ [النحل: ١٢٥]

كما أن الإعلام يعد من الأدوات المهمة في نشر الدعوة الإسلامية، ومن خلاله يمكن الوصول إلى شرائح واسعة من الناس، لتوضيح المفاهيم الإسلامية بشكل سهل ومبسط، وقد استخدم المسلمون وسائل الإعلام المختلفة منذ القدم لنشر الدعوة، مستغلين كل ما أتيج لهم من وسائل مشروعة للدعوة إلى الله وتبليغ دينه لكافة البشر.

والبلاغ والتبليغ والدعوة والإعلام هي أدوات أساسية لنشر الإسلام وقيمه السمحة، وهي واجب على كل مسلم، فكل مسلم داعية، وكل مسلم مسؤول عن إيصال رسالة الإسلام إلى غير المسلمين.

وإن انفصال الإعلام عن الدعوة والفكر الإسلامي يشكل عائقاً كبيراً لتطوره في المجتمعات الإسلامية، والذي بدوره يؤثر سلباً في استخدام وسائل جديدة وفعالة في الدعوة إلى الله، ونشر

الإسلام إلى عدد كبير من الناس ومساحات كبيرة من الأرض، كون الإعلام اليوم يصل كل بيت في العالم من شرقه إلى غربه ومن شماله إلى جنوبه.

وبما أن الإعلام قد تم التطرق لتعريفه في اللغة والاصطلاح في بداية البحث فسنستعرض في هذا المبحث تعريف كلام البلاغ والدعوة ثم ننتقل لمعرفة أوجه اتفاق والافتراق بينهم وبين الإعلام.

المطلب الأول: تعريف البلاغ

أولاً: البلاغ لغة:

البلاغ: " ما يُتَبَلَّغُ به ويُتوصَلُ إلى الشيء المطلوب، والبلاغ: ما بلغك الكفاية ... ونقول: له في هذا بلاغ كفاية، والبلاغ: الإبلاغ، وفي التنزيل ﴿إِلَّا بَلَّغًا مِّنَ اللَّهِ وَرِسَالَاتِهِ﴾ [الجن: ٢٣] أي لا أجد منجى إلا أن أبلغ عن الله ما أرسلت به، والإبلاغ: الإيصال، وكذلك التبليغ، والاسم منه البلاغ، وبلغت الرسالة أي أوصلتها" (١).

والبلاغ: " ما يتوصل به إلى الغاية، والبلاغ: بيان يذاع في رسالة ونحوها " (٢).

والبلاغ: " البلوغ والبلاغ الانتهاء إلى أقصى المقصد والمنتهى مكاناً كان أو زماناً أو أمراً من الأمور المقدره، وربما يعبر به عن المشاركة عليه، وإن لم ينته إليه، فمن الانتهاء قوله تعالى ﴿حَتَّىٰ إِذَا بَلَغَ أَشُدَّهُ وَبَلَغَ أَرْبَعِينَ سَنَةً﴾ [الأحقاف: ١٥] وقوله عز وجل ﴿وَإِذَا طَلَّقْتُمُ النِّسَاءَ فَبَلَغْنَ أَجَلَهُنَّ فَلَا تَعْضُلُوهُنَّ﴾ [البقرة: ٢٣٢]، والبلاغ التبليغ نحو قوله عز وجل ﴿هَذَا بَلَّغٌ لِّلنَّاسِ﴾ [إبراهيم: ٥٢] والبلاغ الكفاية نحو قوله عز وجل ﴿إِنَّ فِي هَذَا لَبَلَّغًا لِّقَوْمٍ عَلِيمِينَ﴾ [الأنبياء: ١٠٦] ويقال بلغته الخبر وأبلغته مثله وبلغته أكثر قال تعالى: ﴿أَبَلْغُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي﴾ [الأعراف: ٦٢] وقال تعالى ﴿يَأَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِن رَّبِّكَ﴾ [المائدة: ٦٧] (٣).

(١) لسان العرب، ابن منظور، مرجع سابق ج ١، ص ٣٤٦.

(٢) المعجم الوسيط، مرجع سابق، ج ١ ص ٧٠.

(٣) مفردات القرآن، الراغب الأصفهاني، دار الكتب العلمية، بيروت، الطبعة الأولى ١٩٧١ م، ص ٧١.

ثانياً: البلاغ اصطلاحاً:

البلاغ: "تبليغ الدعوة إلى الله بالقول والعمل وبسيرة الداعي التي تجعله قدوة حسنة لغيره فتجذبهم إلى الإسلام"^(١).

ويترادف تعريف البلاغ والدعوة حيث أتى التعريف بمعنى العلم الموصل للتبليغ " فإذا نظرنا في تعريف الدعوة، بأنه تبليغ الإسلام للناس وتعليمه إياهم وتطبيقه، وفي واقع الحياة نجد أن موضوع الدعوة هو الإسلام الذي يعمل الداعي على تبليغه وتعليمه وتطبيقه، والدعوة هي: مجموعة القواعد والأصول التي يتوصل بها إلى تبليغ الإسلام للناس وتعليمه وتطبيقه"^(٢).

البلاغ والتبليغ:

قال الزمخشري (٣): " البلاغ" بمعنى "التبليغ" ك"السلام" بمعنى "التسليم"^(٤).

وفي المعاجم اللغوية يقال: " بلغت القوم الحديث بلاغاً" ف"البلاغ" اسم يقوم مقام "التبليغ" و"الإبلاغ"، و"التبليغ" يقصد بهما "الإيصال"^(٥)، ومثله " قوله صلى الله عليه وسلم: " ألا ليبلغ الشاهد منكم الغائب" (٦) و"يبلغ" يراد بها "الإبلاغ" و"التبليغ"، فكلمة "البلاغ" المقصود بها "التبليغ" على "الإيصال"، قال تعالى: ﴿ هَذَا بَلَّغٌ لِّلنَّاسِ ﴾ [إبراهيم: ٥٢] أي "تبليغ الرسالة". وفي المعاجم

(١) أصول الدعوة الدكتور عبد الكريم زيدان، الطبعة الثالثة ١٣٩٦هـ - ١٩٧٦م، ص ٤٥٢ .

(٢) المدخل إلى علم الدعوة محمد أبو الفتح البيانوني، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع - بيروت ١٤١٥هـ - ١٩٩٥م، ص ٣٥.

(٣) أبو القاسم محمود بن عمر الزمخشري (٥٣٨-٤٦٧هـ)، من علماء العربية، وأئمة العلم بالدين والتفسير واللغة والأدب.* سير أعلام النبلاء ج ٢٠ ص ١٥١ مرجع سابق.

(٤) الفائق في غريب الحديث والأثر الزمخشري، عيسى البابي الحلبي وشركاه، الطبعة الثانية، الجزء الثاني ص ١٧١.

(٥) معجم ديوان الأدب الفارابي، مجمع اللغة العربية - مؤسسة دار الشعب للطباعة والنشر - القاهرة، ج ١ ص

(٦) أخرجه في البخاري في صحيحه حديث رقم ١٠٥ باب ليبلغ العلم الشاهد الغائب - كتاب فضل العلم، ج ١ ص ٣٣.

اللغوية ورد معنى "الإبلاغ" بمعنى "البلاغ"، و"الإبلاغ" يراد به "الإيصال"، وفي التنزيل: ﴿ وَمَا عَلَيَّ

الرَّسُولُ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ ﴾ [النور: ٥٤] "(١).

وعموماً فإنّ البلاغ هو مفهوم يشير إلى إيصال الرسالة أو المعلومة للآخرين، ويتداخل مع مفردات أخرى تحمل نفس الدلالة، وجميعها تدل على عملية نقل وإيصال المعاني أو الأخبار والمعلومات.

أنواع التبليغ:

التبليغ دعوة الناس إلى الحق ونشر رسالة الإسلام بالرفق والحكمة معتداً على وسائل منها الكلمة الطيبة، الخطابة، الكتابة، والتعليم، وكذلك وسائل الإعلام الحديثة، ويهدف إلى الارتقاء بالفكر والسلوك، وتثبيت القيم الإسلامية في النفوس، مما يعزز تماسك المجتمع ويقود إلى الصلاح الفردي والجماعي. وتتنوع وسائله بحسب نوعيته قولاً وفعلاً " والقول في مجال التبليغ أنواع منها الخطبة والدرس والمحاضرة والمناقشة والتحديث أمراً بمعروف أو نهياً عن منكر، والكتابة فإنها أيضاً من القول باعتبارها أداة من أدوات التبليغ وتؤدي ما يؤدي إليه القول من نسبة لمن لا يمكن للداعي المشافهة به "(٢).

(١) الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية الجوهري طبعة دار الحديث بالقاهرة ١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م، ص ١١٢.

(٢) أصول الدعوة د. عبد الكريم زيدان مرجع سابق، ص ٤٥٦.

المطلب الثاني: تعريف الدعوة لغة واصطلاحاً

أولاً: الدعوة لغة:

الدعوة لغة: " الدعاء إلى الشيء والحث عليه، قال تعالى: ﴿ وَاللَّهُ يَدْعُوا إِلَى دَارِ السَّلَامِ ﴾

[يونس: ٢٥]، والدعوة مختصة بادعاء النسبة، وأصلها للحالة التي عليها الإنسان نحو: القعدة والجلسة"^(١).

وقال ابن فارس^(٢): " الدال والعين والحرف المعتل أصل واحد، وهو أن تميل الشيء بصوت وكلام يكون منك، ومعناه أن تميل الشيء إليك بصوت، وكلام يكون منك، أو بغير ذلك، تقول دعوت أدعو دعاء، قمت بمحاولة الإمالة.

والدعوة إلى الطعام تكون بالفتح، والدعوة إلى النسب تكون بالكسر، ومنه تداعت الحيطان إذا سقط واحد، وآخر بعده، فكأن الأول يدعو الثاني.

ودواعي الدهر صروفه، لأنها تأتي متعاقبة، وكأن الأول يدعو الثاني فيميله وهكذا"^(٣).

ثانياً: الدعوة في الاصطلاح:

هي: " العلم الذي به تعرف كافة المحاولات الفنية المتعددة الرامية إلى تبليغ الناس الإسلام

بما حوى من عقيدة وشريعة وأخلاق"^(٤).

(١) المفردات لغريب القرآن للأصفهاني، مرجع سابق، ص ٢٤٥.

(٢) الإمام العلامة، اللغوي المحدث، أحمد بن فارس بن زكريا بن محمد بن حبيب القزويني (٣٢٩-٣٩٥) لُغَوِيَّ وَإِمَامٍ فِي اللُّغَةِ وَالْأَدَبِ. *سير أعلام النبلاء ج ١٧ ص ١٠٣ مرجع سابق

(٣) معجم مقاييس اللغة لابن فارس مادة دعا ج ٢ ص ٢٣٩ دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.

(٤) الدعوة الإسلامية أصولها وسائلها للدكتور أحمد غلوش، مؤسسة الرسالة ناشرون، الطبعة الأولى ١٤٢٥ هـ

والدعوة هي " دين الله الذي بعث به الأنبياء - عليهم الصلاة والسلام - جميعاً، تجدد على يد محمد -صلى الله عليه وسلم- خاتم النبيين، كاملاً وافياً لصالح الدنيا والآخرة.

وقيل: هي دين الله الذي ارتضاه للعالمين؛ تمكيناً لخلافتهم، وتيسيراً لضرورتهم، ووفاءً بحقوقهم، ورعايةً لشؤونهم، وحمايةً لوحدتهم، وتكريماً لإنسانيتهم، وإشاعة للحق والعدل فيما بينهم.

وقيل: هي الضوابط الكاملة للسلوك الإنساني، وتقرير الحقوق والواجبات " (١).

والتعريف السابقة تناولت الدعوة باعتبارها دين أو علم فيما عُرِفَت الدعوة الإسلامية باعتبارها نظاماً شاملاً لشؤون الحياة " النظام العام والقانون الشامل لأمر الحياة ومناهج السلوك الإنساني التي جاء بها محمد صلى الله عليه وسلم من ربه وأمره بتبليغها إلى الناس وما يترتب على ذلك من ثواب أو عقاب في الآخرة " (٢)، والداعي هو الذي يقوم بأمر الدعوة ويتحمل أعباءها ومستوياتها وهو اسم فاعل " (٣).

وعُرِفَت أيضاً بأنها: " الدعوة إلى دين الإسلام باستخدام أساليب ووسائل الاتصال من قائم بالاتصال فرداً أو جماعة أو هيئة، تهدف إلى دعوة غير المسلمين إلى اعتناق الإسلام الصحيح عن طريق تقديم الحجج والبراهين واقناعهم بها " (٤).

وقد " سَطَّرَ القرآن الكريم في ثناياه وسائل دعوته إجلالاً لدورها وإثراءً لفائدتها، ولكي تبقى طريق الدعاة إلى الله على مر الزمن في دعوتهم وعملهم، لأن الدعوة انتشرت بها وحدها أولاً، ولا بد

(١) الدعوة الإسلامية دعوة عالمية، محمد عبد الرحمن الراوي، ، طبعة عام ١٩٦٥م، الدار القومية للطباعة والنشر، ص ١٢،١١.

(٢) الدعوة الإسلامية أصولها وسائلها للدكتور أحمد غلوش. ص ١٣ مرجع سابق

(٣) خصائص الدعوة الإسلامية مصادرها عالميتها شمولها، محمد امين حسين، دار العلم والثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠، ص ٢.

(٤) الاعلام الإسلامي التلفزيوني أ.د. هاشم نعيمش الزوبعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م، ص ٨٠.

أن يقتصر التشابه عليها كذلك إلى الأبد، لأن ما حدث أولاً هو القاعدة لكل ما سيكون بعده. كما أن الوسائل تمتلك الحيوية الدائمة وعناصر التأثير المستمر، إذ تناقش العقل وتخاطب الوجدان وتجادل بالتي هي أحسن، مراعية تنوع الناس حيث كانوا، بدواً أو حضراً، في الشرق أو في الغرب، في القديم أو في الحديث"^(١).

(١) الدعوة الإسلامية أصولها وسائلها للدكتور أحمد غلوش، مرجع سابق، ص ٢٧٦

المطلب الثالث: أوجه الاتفاق والافتراق بين البلاغ والدعوة وبين الإعلام

حين نتطرق أو ندرس البلاغ والدعوة والإعلام، نجد أن كل نوع يسعى لتحقيق التأثير على الجمهور وتوجيهه، أنهم يستندون في محتوهم إلى كتاب الله وسنة النبي صلى الله عليه وسلم، ويعتبرونها المرجعية الأساسية في توجيه المجتمع على الأصعدة الاجتماعية والسياسية والثقافية، ملتزمين بأن يكون مصدر محتوهم هو رسالة الإسلام وقيمه الأخلاقية.

ويجدر التنبيه إلى أن الدعوة والبلاغ يأتیان بمعنى واحد، كما سلف وأورده الباحث في التعريفات لكل من البلاغ والدعوة ومدى التداخل بينهما في المعنى والمهمة والدور الذي يقومان به، وأن كلا من البلاغ والدعوة والإعلام يعتمدون على ذات الوسائل، بهدف ترسيخ قيم الإسلام ومعتقداته، مع مراعاة اختلاف الناس في فئاتهم ومستوياتهم الفكرية، مع استغلال وسائل الإعلام وتقنياته الحديثة.

أولاً: أوجه الاتفاق

الدعوة والبلاغ تتفقان مع الإعلام في المفهوم ويترادفان في المعاني أيضا " الدعوة هي البديل لكلمة الإعلام في القرآن الكريم، ويوازي مفهومها مفهوم الإعلام، ولأنها الإعلام بالإسلام، فقد ألزم الله تعالى أنبيائه بدعوة أقوامهم إلى الإيمان بالله تعالى" (١)، والمصطلحات لكل من الدعوة والبلاغ والإعلام لهما نفس المعنى عمليا ونظريا "الإعلام والدعوة يحملان نفس المعاني على الصعيدين النظري والعملي، والتعريف العلمي للإعلام يتطابق مع مفهوم الدعوة بمعناها الأصيل، والدعوة نشاط إعلامي ولكنه إعلام من نوع خاص، إنها الإعلام بالرسالة" (٢).

(١) الاعلام الإسلامي المرحلة الشفهية، إبراهيم إمام، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٠م، ص ٢٩.

(٢) إشكاليات العمل الإعلامي ص ٦٥-٦٦ العدد ٦٤ من سلسلة كتاب الأمة الصادر عن وزارة الشؤون الإسلامية -

وقيل أن " الدعوة هي الإعلام والإعلام هو الدعوة والجديد في الأمر هي الوسائل المستعملة " (١).
وينتق الباحث مع القول بأن البلاغ والدعوة والإعلام يختلفان في اللفظ وينتقان في المعنى
والطريقة والوسائل وأن أوجه الاتفاق بين الدعوة والإعلام يكمن في عدد من النقاط أهمها:

أ) المرسل أو الملقى القائم بعملية البلاغ أو الإعلام

إن القائم بالعملية سواء تم تسميته بالداعية أو الإعلامي أو المبلغ هو أحد العناصر المشتركة
بين الدعوة والإعلام، إذ لا يقوم كلاهما بدون وجوده، "والخطيب يواجه ويخاطب القارئ والامي
والأعمى والبصير والطفل والكبير وهو يتعامل مع القوى البشرية مباشرة يخاطبها ويستميلها ويناجي
ضميرها ويحرك بواعث الخير من أساليب الخطابة وتعبيراتها حسب ما يطرأ على الجمهور من
تغيير" (٢) والله سبحانه وتعالى بعث الأنبياء وأرسل الرسل ليقوموا بعملية الإبلاغ والإعلام لإيصال
دينه سبحانه إلى البشر، وقد سماهم بالرسول اشتقاقاً من الرسالة وهي الدعوة التي بعثوا من أجل إقناع
الناس بها وهي توحيد الله سبحانه، وسماه الله بالرسول كما في قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ
إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ﴾ [المائدة: ٦٧] وقوله: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ﴾ [النحل: ١٢٥]

ب) الرسالة وما تحمله من مضمون

ذلك أن مضمون الرسالة هي رسالة الإسلام، بمعانيها وقيمها، وهي مسؤولية يتحملها مسؤولية
إبلاغها كل مسلم، سواء كان داعية أو إعلامياً، بحيث يوظف أدواته وإمكانياته لخدمة الرسالة الإسلامية،
" ودعوة الإسلام لا تقتصر على صنف من الناس دون غيرهم أو قطاع معين من الجماهير دون
سواهم، بل هي دعوة عالمية موجهة إلى الناس كافة، ليست خاصة بجنس دون آخر أو طبقة دون
أخرى، ولم تتفرد بها جماعة أو شعب معين أو جنس أو طبقة بذاتها أياً كانت انتماءاتهم العرقية أو

(١) مقومات رجل الإعلام الإسلامي، د. تيسر الفتياي دار عمار للنشر والتوزيع، الأردن ١٩٨٧م، ص ٣٠.

(٢) الدعوة الإسلامية والإعلام الديني، د. عبدالله شحاته مرجع سابق ص ١٩.

المذهبية أو الدينية أو السياسية أو الاقتصادية، فهي لكل الأمم ولكل الشعوب مهما اختلفت ألوانهم ومشاربهم؛ فالإنسان حيث يوجد وكيفما يكون يجب أن تصله دعوة الإسلام" (١) وقد جسد ذلك نبي الله سليمان عليه السلام هذه عندما بعث برسالة إلى ملكة سبأ يدعوها إلى التوحيد. ﴿ أَذْهَبَ بِكِتَابِي هَذَا فَأَلْقِيهِ إِلَيْهِمْ ثُمَّ تَوَلَّ عَنْهُمْ فَانظُرْ مَاذَا يَرْجِعُونَ ﴾ [النمل: ٢٨]، حيث استخدم الأنبياء والدعاة كافة الوسائل المتاحة لتحقيق هذا الهدف، مما يبرز التكامل بين الإعلام الإسلامي والدعوة في نشر الإسلام وهداية الناس.

ج) المتلقي أو المدعو

المتلقي سواء كان فرداً أو جماعة هو العنصر الأساسي في عملية الدعوة والإعلام الإسلامي، حيث يسعى كلاهما للتأثير فيه وتوجيهه نحو القيم الإسلامية، "تميزت الدعوة بأسلوب التدرج الذي يأخذ الإنسان تدريجياً إلى ما فيه الهدى والرشاد، ولم تأخذ الدعوة في منهجها توجيه الناس دفعة واحدة بكل ما هو من شأنها ولكل ما يتصل بالعقيدة والعبادة والأخلاق والعادات الاجتماعية، بل تدرجت في الدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة في كثير من المجالات" (٢) وذلك باستخدام أحدث الوسائل والأساليب المتوافقة مع الشريعة الإسلامية، والإنسان فرداً كان أو جمهوراً يشكل محور توجه جهود البلاغ والدعوة والإعلام، بغرض تعزيز مبادئ الإسلام وأهدافه النبيلة.

(١) الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي د. محي الدين عبد الحليم، دار الفكر العربي - القاهرة ص ٢٤.
 (٢) الدعوة الإسلامية منهجها ومعالمها، الدكتور أحمد عمر هاشم، دار غريب للطباعة - القاهرة ص ١٨.

(د) الهدف

الهدف الأساسي للدعوة والإعلام الإسلامي هو إيصال رسالة الإسلام لغير المسلمين وتعزيز قيمه لدى المسلمين، ويستخدم الدعاة والإعلاميون وسائل متنوعة مثل المحاضرات، النشر، والتكنولوجيا، بما في ذلك الإنترنت ووسائل الإعلام، لتقديم محتوى جذاب ومفيد يساهم في تحقيق الهدف في إيصال هذه الرسالة، وتعزيز الهوية الإسلامية في نفوس أبناء الدين الإسلامي.

وتتشارك الدعوة الإسلامية والإعلام الإسلامي في العديد من الأساليب الهادفة إلى إيصال رسالة الإسلام وتعزيز قيمه "وإذا كان هدف القائم بالاتصال أو الداعية أن يحصل على استجابة فلا بد أن تكون قدرته الاتصالية عالية، والقدرة العالية والكفاءة العالية تعنيان أن يحقق القائم بالاتصال ما يريد، والهدف هنا هو دعوة الناس جميعًا إلى ما ارتضاه الله للإنسانية من نظم شاملة صالحة لتدبير شؤون الحياة الإنسانية، وضمنها خلاصة ما جاءت به الأديان السماوية السابقة" (١) وتشمل هذه الأساليب التواصل المباشر عبر المحاضرات والخطب والدروس، والنشر عبر الكتب والمقالات، واستخدام التكنولوجيا مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، وتتوحد جهود هذه الوسائل من خلال التنسيق والتكامل بين الدعاة والعاملين في الإعلام، حيث يتم تنظيم الجهود لتوحيد الرسائل وتكاملها، بالإضافة إلى تطوير برامج تدريبية لتعزيز مهاراتهم في التواصل واستخدام التكنولوجيا.

(١) ينظر: الإعلام الإسلامي محمد منير حجاب مرجع سابق ص ١٥٥.

ثانياً: أوجه الافتراق:

بالرغم مما ذكر في أوجه وجوانب الاتفاق بين البلاغ والدعوة والإعلام إلا أن هناك من يرى اختلافاً وعدم وفاق بينهما في بعض الأوجه فالدكتور محمد منير حجاب^(١) يقول " إن الإعلام في أعلى مستوياته وصوره ومهما توافرت له الدقة والموضوعية ليس سوى ترجمة أمينة لوضع موجود فعلاً، أما الدعوة فهي سعي حثيث وهادف لبناء واقع جديد ولتنمية الواقع الموجود فعلاً وفقاً للمبادئ التي حددتها الدعوة والتي تهدف إلى الخير وتحاول أن تصل بالإنسان إلى تمام الخير وكماله"^(٢)، فهو يعتبر الإعلام مهما علا شأنه أو تعددت وسائله وأهدافه أداة من أدوات الدعوة والبلاغ في نشر الإسلام، كما أن الإعلام يعد فرعاً عن الأصل وهي الدعوة، والإعلام وسيلة للدعوة " ذلك أن الدعوة جهد فني وعملي مدروس ومخطط ومستمر وهادف من قِبَل قائم اتصال، هيئة أو جماعة أو فرد، له خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها ويستهدف الاتصال بالجمهور العام وفئاته النوعية وأفراده بكل إمكانات وسائل الإعلام المتاحة، وبطريقة إعلامية وإقناعية، وذلك بغاية تكوين رأي عام مصاب يعني بالحقائق الدينية، ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته"^(٣). والدعوة عملية شاملة " الدعوة لا تشمل وسائل الاعلام فحسب، بل تشمل القدوة الحسنة والاجراءات الاقتصادية المشابهة لدعم المؤلفة قلوبهم وما شابه ذلك"^(٤).

ونجد هنا أن أساس التفريق هو كون مضمون البلاغ والدعوة مضمون مقدس نزل به الوحي من قبل الله رب العالمين ولم يتدخل فيه البشر أو يشارك في إعداده بشكل أو بآخر، بينما الإعلام علم

(١) محمد منير حجاب مصري الجنسية، من مواليد عام ١٩٥٠م، عميد كلية الآداب بسوهاج وله العديد من المؤلفات في مجال الإعلام الإسلامي توفي عام ٢٠١٤م. * موقع صدى البلد وتعريفه عن نفسه في كتبه أيضاً.

(٢) الاعلام الإسلامي المبادئ النظرية التطبيق أ.د محمد منير حجاب، دار الفجر للنشر والتوزيع ٢٠٠٢م، ص ١١٥.

(٣) نفس المرجع ص ١١٨.

(٤) المسؤولية الإعلامية في الإسلام الدكتور محمد سيد محمد، مكتبة الخانجي بالقاهرة - دار الرفاعي بالرياض

حديث، وإن كان منبثقا عن الدعوة، إلا أن البعض وكما سبق اعتبر كلا منهما علم مستقل من حيث القواعد والنظريات ونحوها.

ويرى الباحث أن أوجه الاتفاق بين الدعوة والاعلام أكثر بكثير من أوجه الافتراق كون الإسلام دين شامل لجميع نواحي الحياة، وكل مسلم مكلف بالدعوة والبلاغ أيا كان مكانه أو موقعه أو زمانه أو مهنته.

في ختام هذا المبحث، يؤكد الباحث أن الإعلام الإسلامي يؤدي دورًا دعويًا بارزًا من خلال تأصيل القيم الإسلامية وتعزيزها، ومن خلال التزامه بتطبيق المنهج الإسلامي في الحياة الاجتماعية من خلال تقديم محتوى يتوافق مع الفكر الإسلامي، ويستخدم أساليب متطورة لتزويد جميع أفراد المجتمع بالثقافة والعلوم الإسلامية، كما أنه معد لمواجهة الحملات الإعلامية السلبية التي تستهدف الإسلام، ويبرز حقيقته الإسلام الناصعة عبر الوسائل المتاحة والممكنة، مع محاولة التركيز على الوسائل الأكثر تأثيرًا وفعالية بحسب كل مجتمع، كما تبين من خلال البحث مدى التطابق بين الدعوة والبلاغ في المعنى والوظيفة أو المهمة، كما تبين أيضا جوانب الاتفاق بينهما وبين الإعلام في كثير من الجوانب، وأن كلا من البلاغ والدعوة والإعلام وسائل هامة بأدوات مختلفة هدفها نشر رسالة الإسلام وتعميم قيمه السمحة.

المبحث الثالث: اهتمام القرآن الكريم بالجانب الإعلامي

ويتضمن:

المطلب الأول: اهتمام القرآن المكي بالجانب الإعلامي

المطلب الثاني: اهتمام القرآن المدني بالجانب الإعلامي

المطلب الثالث: شمولية القرآن لجميع جوانب الحياة

تمهيد:

يتجلى اهتمام القرآن الكريم بالبلاغ والإعلام في كثير من آياته التي تتناول أهمية نشر الدعوة الإسلامية، وأهمية إبلاغها وإيصالها لكافة البشر، والقرآن الكريم يتميز بأسلوبه البلاغي الرفيع الذي يجمع بين الجمال الأدبي والدقة العلمية، مما يجعل من كل آية وسيلة فعالة للإعلام والدعوة للقيم والمبادئ الإسلامية.

يقول الله تعالى ﴿ وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ ﴾ [النور: ٥٤] تشير هذه الآية إلى أن وظيفة الرسول الأساسية هي البلاغ الواضح، أي إبلاغ الإسلام للناس وإعلامهم به بطرق وأساليب واضحة، بحيث يسهل فهمه واستيعابه من قبل المدعوين، ويتضمن هذا تبليغ رسالة الإسلام بأسلوب علمي ومنهجي، يعتمد على الحجج والبراهين العقلية والنقلية وقد فُسر البلاغ في هذه الآية " هي تبليغكم البين الذي لا يُبقي لاحد شكاً ولا شبهة، وقد فعل ذلك صلى الله عليه وسلم، بلغ البلاغ المبين وانما الذي يحاسبكم ويجزيكم هو الله تعالى، فالرسول ليس له من الامر شيء وقد قام بوظيفته" (١).

ويستخدم القرآن وسائل إعلامية متنوعة لإيصال الرسالة، مثل القصص القرآنية والأمثال والتشبيهات، يقول الله تعالى ﴿ وَتِلْكَ الْأَمْثَلُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ وَمَا يَعْقِلُهَا إِلَّا الْعَالِمُونَ ﴾ [العنكبوت: ٤٣]، "وتلك الأمثال) أي هذا المثل ونظائره (نضربها للناس) تقريبا لما بعد من أفهامهم (وما يعقلها) ولا يعقل حسننها وفائدتها (إلا العالمون) الذين يتدبرون الأشياء على ما ينبغي." (٢) وهذه الآية تبين أهمية استخدام الأمثال كوسيلة إعلامية تعليمية تهدف إلى تبسيط المفاهيم وجعلها أقرب إلى

(١) تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان الشيخ عبد الرحمن السعدي مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع ١٤٢٣هـ - ٢٠٠٢م، الطبعة الأولى ص ٥٧٦.

(٢) أنوار التنزيل وأسرار التأويل، المعروف بتفسير البيضاوي، ناصرالدين البيضاوي، دار إحياء التراث العربي، مؤسسة التاريخ العربي - بيروت، المجلد الرابع ص ١٩٥.

الفهم البشري، مما يعزز دور الإعلام في نشر الدعوة الإسلامية، وإبراز دوره وأثره في خدمة الإسلام والمسلمين.

والقرآن الكريم لم يكن مجرد نص أوحى الله به لرسوله الكريم صلى الله عليه وسلم، بل هو أيضًا وسيلة إعلامية متكاملة تهدف إلى نشر الدين الإسلامي وإيضاح حقائقه بطريقة علمية ومنهجية، تجمع بين البلاغة الأدبية والدقة العلمية، مما يجعله نموذجًا فريدًا في مجال البلاغ والدعوة والإعلام.

المطلب الأول: اهتمام القرآن المكي بالجانب الاعلامي

لمحة عن الإعلام في فترة ما قبل الإسلام

عند الحديث عن الإعلام، من الضروري أن نتناول صور الإعلام في المجتمعات القديمة بشكل عام، لنركز على صورته في المجتمع العربي القديم، حتى يمكننا التأكيد على أن الإعلام ظاهرة اجتماعية تعود جذورها إلى الإنسان منذ نشأته، غير أن وسائل وأساليب الإعلام هي التي تتطور وتتغير عبر العصور والأجيال.

" في المجتمعات القديمة، بدأ ممارسة الإعلام على هيئة مراقبين يتمركزون في المناطق المرتفعة (١) ليمارسوا مهمة تحذير أهاليهم ومجتمعاتهم من الأخطار القادمة، سواء كانت حروباً قد تُشن عليهم، أو تلك الظواهر والكوارث الطبيعية كالسيول الجارفة ونحوها، كما كان يبرز في كل قبيلة شخص أو أشخاص يلجئ الناس إليهم في الاستشارة وطلب الرأي، وحل القضايا التي تستعصي على الكثير من أفراد القبيلة أو المجتمع، إضافة لمهمة التعليم وتلقين أفراد القبيلة أو المجتمع العلوم والمعارف، والقراءة والكتابة ونحوها، وكانت هذه من أبرز وسائل الإعلام، والتي كانت في تلك الأزمان قليلة جداً، وقليل من يقوم بها، وكانت المجتمعات القديمة تعتمد على مثل هذه الوسائل وغيرها، لتلبية احتياجاتها الإعلامية والاجتماعية، وتبرز أن وظيفة الإعلام كانت دائماً جزءاً أساسياً من الحياة البشرية، متطورة في وسائلها وأساليبها عبر الزمن" (٢).

(١) ماتزال بعض هذه الوسائل موجودة في كثير من مناطق اليمن وأوديته وتمارس عبر رفع الأصوات وإطلاق الأعيمة النارية خاصة عند تدفق السيول.

(٢) الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية د. عبد الحليم محمود، الطبعة الثانية ١٤٠٤ هـ - ١٩٨٤م، دار الخانجي بالقاهرة ودار الرفاعي بالرياض، ص ١١، ١٢.

وفي العصر الجاهلي، وعلى الرغم من بساطة الوسائل الإعلامية المتاحة، كانت هناك أشبه بمنظومة فعالة لنقل المعلومات والأفكار وتعزيز التواصل بين القبائل ونشر الثقافات، فقد كان العرب في تلك الفترة يمتلكون وسائل متنوعة تهدف إلى نقل الأخبار والأفكار والمعتقدات، وتعزيز التماسك الاجتماعي ونشر ثقافتهم، في أوساط المجتمعات الأخرى.

" وقد لعبت التجارة آنذاك دورًا محوريًا في نقل الأخبار والمعلومات بين الحضارات المختلفة، حيث كان التجار ينقلون العادات والتقاليد في رحلاتهم إضافة لعملهم الأساسي في نقل البضائع والسلع، وساهمت البعثات الدينية لليهود والنصارى إلى جزيرة العرب في تناقل العلوم والمعارف والعادات، كما حدث في نجران ويثرب حيث بقيت كمراكز للديانة اليهودية آنذاك"^(١).

وكانت القصائد الشعرية والخطب تلهب الحماس وتكون حاضرة في مختلف المناسبات " وكان للشعر والخطابة مكانتهما الكبيرة والعظيمة حيث كان الخطباء والشعراء بمثابة ناطقين بأسماء القبائل والمجتمعات، وكانت قصائدهم وخطبهم بمثابة وسائل إعلامية متنقلة، لما يتمتعون به من مهارات عالية في الإقناع والتأثير، ويلعبون دورًا كبيرًا في حل النزاعات القبلية وتحفيز القبائل في أوقات الحروب، ووسائل فعالة في نقل الأفكار وتحريك المشاعر وتعزيز الوحدة بين أفراد القبيلة"^(٢).

وكذلك " استخدم العرب طرقًا مختلفة للمناداة ونشر الإعلانات والتحذيرات والأخبار العاجلة، مثل دق الطبول وإشعال النيران أو رفع الأصوات لنقل الرسائل بسرعة وفعالية، وكانت هذه الوسائل حيوية في مجتمع يعتمد بشكل كبير على التواصل السريع في بيئة قاسية وصعبة.

(١) فجر الإسلام، أحمد أمين، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة ٢٠١٢م، ص ٢٤.

(٢) الإعلام في صدر الإسلام عبد اللطيف حمزة دار الفكر العربي - القاهرة، ص ٢٧، ٢٨.

ولقد كانت الأسواق مراكز ثقافية واجتماعية هامة، ولم تكن مجرد أماكن للتجارة فقط، بل كان الناس يجتمعون لتبادل الأخبار والأفكار، ومناقشة القضايا العامة، وحضور المناظرات الشعرية، وكانت أيضًا مسرحًا للعروض الفنية والأدبية، حيث يتبارى الشعراء والخطباء أمام جمهور واسع^(١). وبفضل هذه الوسائل وغيرها كدق الطبول وإشعال النيران أو رفع الأصوات التي كانت تستخدم للمناداة، أو استخدام النقش على الأحجار لحفظ الاتفاقيات والمعاهدات، تمكن العرب في العصر الجاهلي من نقل المعلومات والأفكار وتعزيز التواصل بين القبائل، مما ساهم في تعزيز التماسك الاجتماعي ونشر الثقافة والمعرفة في مجتمعهم.

والإعلام قديم قدم الحقب الزمنية " لا يوجد مجتمع من المجتمعات مهما تفاوتت درجة تقدمه أو تخلفه، كما لا يوجد زمن من الأزمنة قديما أو حديثا أو وسيطا، إلا واحتل الاعلام مكانة فيه، لأن الإنسان بطبعه لا يستطيع الاكتفاء بأخباره الشخصية فقط أو إخبار المجتمع المحدود الذي يعيش بداخله مثل مجتمع القرية أو الأسرة أو القبيلة، ذلك أنه من الصعب أن يعيش الناس دون أن يتصلوا ببعضهم البعض"^(٢).

ويتضح لنا مما سبق أن الإعلام ظل ملازما ومرافقا لمختلف الحقب التاريخية بمختلف بيئاتهم وطبيعة مجتمعاتهم، وسواء كانوا يسكنون المناطق الحضرية كالمدين وغيرها، أو يعيشون في خيام البدو الثابتة أو المتنقلة، وأن كل بيئة قد مارست من وسائل الإعلام ما يتناسب ويتلاءم مع قدراتها وإمكانياتها.

(١) المرجع السابق ص ٣٧، ٣٨.

(٢) الاعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية د. محيي الدين عبد الحلیم، دار الخانجي بالقاهرة ودار الرفاعي بالرياض،

الإعلام في العهد المكي

منذ ظهور الإسلام، حرص النبي صلى الله عليه وسلم على ابتكار وسائل جديدة للإعلام وإبلاغ الدعوة مع الحفاظ على بعض الوسائل التقليدية القديمة، وأبرزها القصيدة والخطابة، حيث كانت الخطابة الوسيلة الأكثر حضوراً وتأثيراً، وقد استُخدمت بشكل مكثف لنشر الرسالة الإسلامية، كما استمرت وسائل الإعلام التقليدية الأخرى كالأسواق والندوات في الوجود بفضل ارتباطها الوثيق بحياة الناس.

وكان "من الوسائل الإعلامية الهامة التي تطرق إليها القرآن الكريم وسيلة القصص القرآني الذي كان له الأثر الكبير في القرآن المكي، حيث عرض مواقف الأنبياء ومعاناتهم، مما ساعد في ترسيخ العقيدة الصحيحة وتعزيز الثقة بما عند الله من نصر وتمكين لأنبيائه وأتباعهم" (١)، وعندما ينس النبي صلى الله عليه وسلم من إيمان أهل مكة توجه للقبائل في موسم الحج فقبل الأنصار دعوته، وبدأ تحركه الدعوي والسياسي والإعلامي معهم، وأرسل إلى المدينة رسولا ينشر الإسلام ويمهد للهجرة، وهذا يعكس حرص النبي على التمثيل الدبلوماسي في نشر رسالته " في العام التالي لاثنتي عشرة سنة من البعثة، وافي موسم الحج اثني رجلا من الأنصار، فاجتمعوا بالنبي صلى الله عليه وسلم وبايعوه، فلما عادوا أرسل معهم مصعب بن عمير (٢) إلى المدينة ليُقرئ المسلمين فيها القرآن ويعلمهم الإسلام، فانتشر الإسلام في المدينة انتشارا كبيرا" (٣).

(١) الإعلام في صدر الإسلام، عبد اللطيف حمزة مرجع سابق ص ٤٢

(٢) أبو عبد الله مصعب بن عمير العبدي صحابي بدري من السابقين إلى الإسلام، ومبعوث النبي صلى الله عليه وسلم للدعوة إلى الإسلام في يثرب بعد بيعة العقبة، استشهد في غزوة أحد في السنة الثالثة للهجرة. * سير أعلام النبلاء ج ١ ص ١٤٦، مرجع سابق.

(٣) السيرة النبوية دروس وعبر الدكتور مصطفى السباعي الطبعة الثامنة، المكتب الإسلامي، بيروت، ص ٥٥، ٥٦.

وقد كان صلى الله عليه وسلم يتفهم الظروف الزمانية والمكانية المحيطة به وبالذين آمنوا معه، " لذلك اتخذوا من دار الأرقم بن أبي الأرقم مقراً لهم، حيث أصبحت هذه الدار أول مؤسسة إعلامية ودعوية إسلامية، ومن هناك، انتشرت رسائل الهداية للبشرية إلى كل مكان، وتعلم فيها الجيل الأول من الدعاة وسائل الدعوة والإعلام وآياته على يد رسول الله صلى الله عليه وسلم، وبدأوا العمل الإعلامي الدعوي بالطريقة السرية حتى أذن الله عز وجل بأن يمارس الإعلام بالدعوة جهراً في مكة" (١).

ومن صور اهتمام القرآن الكريم بالبلاغ والإعلام ما وُجه للنبي صلى الله عليه من أمر بالبلاغ والإعلام والجهر بالدعوة وهي صورة واضحة من صور الإعلام كما في حديث: " لما نزلت: ﴿ وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ ﴾ [الشعراء: ٢١٤] صعد النبي صلى الله عليه وسلم على الصفا، فجعل ينادي: يا بني فهر! يا بني عدي! لبطون قريش حتى اجتمعوا فجعل الرجل إذا لم يستطع أن يخرج أرسل رسولاً لينظر ما هو، فجاء أبو لهب وقريش فقال: أرأيتم لو أخبرتمكم أن خيلاً بالوادي تريد أن تغير عليكم أكنتم مصدقي؟ قالوا: نعم ما جربنا عليك إلا صدقاً قال: فإني نذير لكم بين يدي عذاب شديد" (٢).

وقد كانت نتيجة استخدامه صلى الله عليه وسلم لهذا الأسلوب الإعلامي الدعوي اشتداد الصراع والصد والإعراض والسخرية والإيذاء والتكذيب، من قبل قريش وزعماءها، وأصبح الناس في مكة يتناقلون أخبار ذلك الصراع في كل مكان، وكان هذا في حد ذاته مكسباً عظيماً للدعوة، إذ ساهم أشد وألد أعدائها في نشرها عبر إشاعاتهم السلبية، حيث لم يكن جميع الناس يقبلون دعاوى زعماء الكفر والشرك، مما زاد من انتشار الرسالة الإسلامية بين الناس من داخل مكة وخارجها.

(١) الرحيق المختوم، صفى الرحمن المباركفوري، طبعة وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، إدارة الشؤون الإسلامية - دولة

قطر ١٤٢٨ هـ - ٢٠٠٧ م، ص ٩١.

(٢) أخرجه البخاري في كتاب تفسير القرآن باب قوله وأنذر عشيرتك الأقربين حديث رقم ٤٧٧٠، ج ٣ ص ٢١٣٧.

ويمكن إبراز اهتمام القرآن الكريم من خلال أهم وسائل إبلاغ الدعوة الإسلامية والإعلام بها في بداية الإسلام بمكة وهي:

أ) القرآن الكريم:

كان النبي صلى الله عليه وسلم وأصحابه يستمدون القوة والعزيمة من القرآن الكريم، في فترة عصيبة يعانون فيها عناء وعذاب كفار قريش، وقد تميزت آيات الفترة المكية بالبلاغة الغنية بالتشبيهات والاستعارات، تجذب انتباه السامعين وتؤثر في قلوبهم، فعلى سبيل المثال، تصور سورة (الرحمن) نعم الله بأسلوب مؤثر وتدعو للتأمل والإيمان، وتبين سورة (يس) قدرة الله على الخلق وتدعو للتفكير في عظمته، وتحذر سورة (الدخان) من عذاب الله للكافرين.

وفي مواضع أخرى يحاور القرآن الكريم المشركين والمنافقين، داحضاً حججهم ومبيناً لهم الحق بالبراهين، كما في سور (العنكبوت وإبراهيم والزمر).

" ولكن رجل الإعلام الإسلامي سيجد فيه رؤيته إذا أراد معالجة أي من أمور المسلمين، فإذا كان يعالج موضوع الجهاد، فسيجد من آيات القرآن الكريم ما تعرض له وحددت أصوله، وإذا أراد تناول قضية سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو علمية، فسيجد هذا الكتاب المقدس قد تعرض لها بصور واضحة ومحددة لم تستطع يد الشر أن تعبت بها أو تغير فيه كلمة واحدة كما عبثت في الكتب السماوية الأخرى، ﴿ إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ ﴾ [الحجر: ٩] " (١).

و"مما لا شك فيه أن القرآن الكريم هو الوسيلة العظمى والطريقة المثلى للدعوة الإسلامية، ولا محل للمناقشة أو الجدل في هذه الحقيقة، سواء كان هذا الجدل من المسلمين أو من غير المسلمين،

(١) الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية د. محيي الدين عبد الحلیم، الطبعة الثانية - الناشر مكتبة الخانجي بالقاهرة -

والبحث في القرآن الكريم باعتباره أكبر وسائل الإعلام منذ ظهور الإسلام إلى يومنا هذا بحث ليس بالهين" (١)، حيث وكل آية في القرآن الكريم تمثل وسيلة من وسائل الدعوة والإعلام بإعجازها وبيانها، وما تحتويه من غزارة في المعنى والفهم والدلالة.

ب) اللقاء النبوي :

كان اللقاء النبوي من أهم وسائل الدعوة في مكة، حيث كان النبي صلى الله عليه وسلم يواجه أصحابه ويعظهم ويثبتهم، كما ورد في حديث صعوده على الصفا المذكور سابقا، وحديث خباب بن الأرت (٢) رضي الله عنه حين قال " شكونا إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم، وهو متوسد بردة له في ظل الكعبة، قلنا له: ألا تستنصر لنا؟ ألا تدعو الله لنا؟، قال . صلى الله عليه وسلم: كان الرجل فيمن قبلكم، يحفر له في الأرض فيجعل فيه، فيجاء بالمنشار فيوضع على رأسه، فيشق باثنتين وما يصده ذلك عن دينه، ويمشط بأمشاط الحديد ما دون لحمه من عظم أو عصب، وما يصده ذلك عن دينه، والله ليتمن هذا الأمر، حتى يسير الراكب إلى حضرموت لا يخاف إلا الله أو الذئب على غنمه، ولكنكم تستعجلون" (٣) والنبي صلى الله عليه وسلم يثبته ربه بما يقصه عليه من أخبار الرسل السابقين فيثبت النبي أصحابه المؤمنين، كما في قوله تعالى: ﴿ وَكَلَّا نَقُصُّ عَلَيْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الرُّسُلِ مَا نَحْنُ بِهٖ فُؤَادِكُمْ وَجَاءَكُمْ فِي هَذِهِ الْحَقُّ وَمَوْعِظَةٌ وَذِكْرٌ لِلْمُؤْمِنِينَ ﴾ [هود: ١٢٠].

(١) الإعلام في صدر الإسلام الدكتور، عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق، ص ٤٤.

(٢) خَبَاب بن الأرت التميمي المتوفي سنة ٣٧ هـ صحابي من السابقين إلى الإسلام، وكان من المستضعفين الذين غُذِّبوا ليتركوا الإسلام، ثم هاجر إلى يثرب، وشهد مع النبي صلى الله عليه وسلم المشاهد كلها، ثم انتقل أواخر حياته إلى الكوفة، فمات بها سنة ٣٧ هـ ودُفن هناك. * سير أعلام النبلاء ج ٢ ص ٣٢٣.

(٣) صحيح البخاري، كتاب المناقب، باب علامات النبوة في الإسلام حديث رقم ٣٦١٢ ج ٢ ص ١٦٤٢.

ج) القدوة الحسنة:

كان النبي صلى الله عليه وسلم مثلاً حياً لكل ما يدعو إليه من صدق ونقاء وأمانة، مما جعله محط ثقة قريش جميعاً، بمن فيهم أولئك الذين ناصبوه العدا، ورفضوا الإيمان بدعوته. والدعوة بالقدوة الفعلية كانت أقوى وأوقع في النفس من الدعوة بالقول فقط، وكان صلى الله عليه وسلم يجسد في شخصه كل خصال الخير، لذلك أخبرنا الله سبحانه بأن نجعله أسوة لنا وقدوة كما قال تعالى: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ﴾ [الأحزاب: ٢١].

د) الاتصال والتواصل الشخصي والجماعي:

كان هذا النوع من التواصل من أقوى وسائل الإعلام في ذلك الوقت، حيث بدأ النبي صلى الله عليه وسلم دعوته بشكل سري، فكان يلتقي بالأفراد والعائلات في بيوتهم، مثل دار الأرقم بن أبي الأرقم، حيث كان يجتمع مع الصحابة الأوائل ليعلمهم القرآن وأسس العقيدة الإسلامية،^(١) وكان يجلس مع أهل قريش بمستوياتهم، وحين لم يتواصل مع عبد الله ابن أم مكتوم^(٢) في أحد المواقف عاتبه ربه في قوله: ﴿عَبَسَ وَتَوَلَّى ۖ (١) أَن جَاءَهُ الْأَعْمَى ۚ وَمَا يُدْرِيكَ لَعَلَّهُ يَزَّكَّى ۚ (٢) أَوْ يَذَّكَّرُ فَتَنْفَعَهُ الذِّكْرَى ۚ﴾ [عبس: ١-٤]، " وهذا معنى قولنا أن الرسالة الإعلامية لا تؤثر في الأفراد أو الجماعات مباشرة، ولكن تؤثر فيها من خلال قادة الرأي في المجتمع، وإذا كانت الدعوة الجديدة لا تتفق مع آراء زعماء قريش وميولهم، فقد كان من الصعب أن تتأثر بها جموع مكة والطائف وغيرها من المدن في الحجاز،

(١) ينظر الرحيق المختوم صفي الرحمن المباركفوري، مرجع سابق.

(٢) عبد الله بن أم مكتوم أحد المسلمين الأوائل، وكان ضريراً مؤذناً لرسول الله صلى الله عليه وسلم مع بلال استعمله النبي صلى الله عليه وسلم على المدينة، توفي في السنة الخامسة عشرة للهجرة، *بتصرف من سير أعلام النبلاء ج ١ ص ٣٦١.

ومع هذا وذاك، فلم ينصرف الرسول صلى الله عليه وسلم في بعض الأحيان عن ممارسة الاتصال الشخصي بهؤلاء القادة والزعماء.

وإن "المتتبع لسيرة الرسول صلى الله عليه وسلم يجد له عدد كبير من اللقاءات في الفترة المكية فقط فردية وجماعية، أي إعلامية جماهيرية في الليل والنهار والصيف والشتاء، في البدو والحضر، في الإقامة والظعن، ولقد عرض نفسه على القبائل واجتمع بوفودها في المواسم والمناسبات ودعاهم الى الإسلام في السراء والضراء في الشدة والرخاء فلم يألُ جهداً ولم يدخر وسعاً حتى عز الإسلام وأهله وقامت دولته وقويت شوكته وخفقت رايته"^(١).

وظفق الرسول يمارس هذه الوسيلة الفعالة في أول الأمر مع العامة والفقراء، وقد رأى هؤلاء في العقيدة الجديدة تحريراً لأنفسهم من قيود وأغلال كثيرة، ولم تكن لهم أموال ضخمة يخشون عليها، ولا تجارة عظيمة يخافون كسادها، ولا زعامات كبيرة يظنون بها.

واخذ الرسول صلى الله عليه وسلم يعرض نفسه على القبائل العربية هنا وهناك، ويحاول أن يناقش أفرادها سواء كانوا من الأغنياء أو الفقراء، ومهما يكن من شيء فإن أكثر ما استند إليه الرسول صلى الله عليه وسلم على وسيلة الاتصال الشخصي كان في المراحل الأولى من الدعوة وبنوع خاص في العهد المكي. ومعنى ذلك باختصار شديد أن وسيلة الاتصال الشخصي كانت أولى الوسائل التي مارسها الرسول في نشر الدعوة.^(٢)، وسيرة النبي صلى الله عليه وسلم مليئة بالمواقف الدعوية الفردية والجماعية، سواء تلك التي مارسها النبي بنفسه، أو مارسها أصحابه رضوان الله عليهم من خلال دعوة أقرباءهم وأصدقاءهم للإسلام وتحملهم صنوف الأذى والعذاب والحرمان في سبيل ذلك.

(١) يُنظر: أضواء على الإعلام في صدر الإسلام أ.د محمد عجاج الخطيب، الطبعة الثانية، مؤسسة الرسالة للطباعة

والنشر والتوزيع ١٤٠٧ هـ - ١٩٨٧ م ص ٦٧

(٢) الإعلام في صدر الإسلام ص ٧٦، مرجع سابق.

هـ) أسلوب القصص:

استخدم القرآن الكريم القصص كوسيلة إعلامية فعالة لتوصيل الرسائل والمواعظ، حيث نزلت أغلب قصص الأنبياء والأمم السابقة في مكة، مثل قصة موسى وفرعون وقصص يوسف وهود ويونس وصالح وغيرهم، لتثبيت العقيدة في نفوس المسلمين، وكان من أهم أهداف القصص القرآني تثبيت النبي صلى الله عليه وسلم وأمته على الدعوة إلى الحق، والصبر على مشاقها وتبعاتها، " إن الله أراد من إيراد القصص القرآنية تثبيت فؤاد النبي صلى الله عليه وسلم وقلوب أصحابه وأتباعه وقلوب أمته في أي زمان ومكان.

وجاء هذا في صريح قوله تعالى: ﴿ وَكَلَّا نَقُصُّ عَلَيْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الرُّسُلِ مَا نُثَبِّتُ بِهِ فُؤَادَكَ وَجَاءَكَ فِي هَذِهِ الْحَقُّ وَمَوْعِظَةٌ وَذِكْرٌ لِلْمُؤْمِنِينَ ﴾ [هود: ١٢٠]، وهذه الآية من آخر آيات سورة هود جاءت تعقيباً على ذكر مجموعة من قصص الأنبياء في السورة، والقصص المذكورة في هذه السورة هي قصة نوح وقصة صالح وقصة إبراهيم وقصة لوط وقصة شعيب وقصة موسى عليهم الصلاة والسلام^(١). ومن خلال ما سبق نلاحظ أن الإعلام في القرآن المكي يبرز دوره الهام في نشر الدعوة الإسلامية وتعزيز قيمها، من خلال استخدام النصوص البلاغية المؤثرة وسرد قصص الأمم السابقة، حيث استطاع النبي صلى الله عليه وسلم جذب الانتباه وتثبيت الإيمان في قلوب أصحابه، كما كانت الوسائل التقليدية كالخطابة والشعر والقدوة الحسنة فعالة في نشر الرسالة الإسلامية، مما ساهم في بناء الدولة والحضارة الإسلامية التي انتشرت عالمياً، حيث أظهر النبي صلى الله عليه وسلم براعة فائقة في استخدام مختلف وسائل الإعلام المتاحة آنذاك، مما ساهم في تعزيز انتشار الإسلام وتثبيت أركانه.

(١) القصص القرآني عرض وقائع وتحليل أحداث، الدكتور صلاح الخالدي، دار القلم دمشق، الدار الشامية

وإن دراسة هذه الأساليب الإعلامية القرآنية والتقليدية تعطي الدعاة اليوم نموذجاً يحتذى به في
توظيف الإعلام بشكل حكيم وفعال لخدمة القضايا الإنسانية والإيمانية، وتعزز فهمنا لأهمية الإعلام
في بناء المجتمعات وتوجيهها نحو قيم ومبادئ الإسلام السمحة.

المطلب الثاني: اهتمام القرآن المدني بالجانب الإعلامي

بعد هجرة النبي صلى الله عليه وسلم من مكة مع أصحابه واستقرارهم في المدينة المنورة، بدأت تتشكل مرحلة جديدة، وكانت بمثابة نقطة تحول في حياة الدين الجديد والدولة الإسلامية الوليدة، وكان من الضروري لها أن تواكب المتغيرات بأساليب إعلامية جديدة تتناسب مع المرحلة واحتياجاتها، وكان قد انتقل النبي صلى الله عليه وسلم من أساليب الإعلام السرية والاجتماعات المحدودة إلى أساليب أكثر علانية وفعالية، تهدف إلى نشر دعوة الإسلام ليس فقط في مكة والمدينة، بل في جميع أرجاء الجزيرة العربية.

و " كان لنشاط المؤمنين أصحاب رسول الله صلى الله عليه وسلم أثر كبير في نشر الإسلام وتبليغه، نشاطاً إعلامياً يبين عقيدة الإسلام وأحكامه وآدابه بما لا يدع سؤالاً لطالب علم والاستزادة لمزيد. وكانوا يسمعون من الرسول صلى الله عليه وسلم ويبلغون ذويهم، وكانوا يحرسون على حضور مجالس الرسول صلى الله عليه وسلم حرصاً شديداً إلى جانب قيامهم بأعمالهم والمعاشية من رعاية وتجارة وغيرها. وقد تعذر على بعضهم دوام ملازمته صلى الله عليه وسلم، فيتناوبون مع أصحابهم، ينزل يوماً إلى النبي صلى الله عليه وسلم فيسمع منه ثم يعود إلى مكانه فيبلغ صاحبه، وينزل صاحبه في اليوم التالي إلى الرسول صلى الله عليه وسلم فيسمع منه ثم يعود في المساء إلى صاحبه بخبر الوحي وخبر ذلك اليوم" (١).

(١) أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، خصائصه دعائمه ووسائله مناسباته مراكزه، محمد عجاج الخطيب مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، ١٤٠٧هـ / ١٩٨٧م. ص ٢٦

إضافة إلى ذلك فقد عاهد النبي والمسلمين معه القبائل والطوائف المقيمين في المدينة من اليهود وغيرهم، وعقد اتفاقيات تضمن وحدة وسلامة أراضي المدينة " بعد أن هاجر النبي صلى الله عليه وسلم إلى المدينة ووثق من رسوخ قواعد المجتمع الإسلامي الجديد بإقامة الوحدة العقائدية والسياسية والنظامية بين المسلمين، رأى أن يقوموا بتنظيم علاقاته بغير المسلمين وكان همه في ذلك هو توفير الأمن والسلام والسعادة والخير للبشرية جمعاء، مع تنظيم المنطقة في وفاق واحد فسن لذلك قوانين السماح والتجاوز التي لم تعهد في عالم مليء بالتعصب والتغالي" (١)

وأقرب من كان يجاوره في المدينة من غير المسلمين هم اليهود، "وهم وإن كانوا يبطنون العداوة للمسلمين لكن لم يكونوا يظهروا أية مقاومة أو خصومة بعد، فعقد معهم رسول الله صلى الله عليه وسلم معاهدة ترك لهم فيها مطلق الحرية في الدين والمال ولم يتجه إلى سياسة الإبعاد أو المصادرة والخصام" (٢).

وانطلاقاً من قوله سبحانه وتعالى وهو يخاطب نبيه صلى الله عليه وسلم ﴿يَأَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ﴾ [المائدة: ٦٧] و قوله تعالى: ﴿أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ [النحل: ١٢٥]، وهما آيتان من أوضح الآيات في الأمر بالدعوة والبلاغ والإعلام للدعوة الإسلامية،

(١) يُنظر : السيرة النبوية دروس وعبر، د. مصطفى السباعي، المكتب الإسلامي، الطبعة الثامنة ١٤٠٥ هـ - ١٩٨٥ م، ص ٦٤، ٦٥.

(٢) الرحيق المختوم، صفي الرحمن المباركفوري طبعة وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، إدارة الشؤون الإسلامية - دولة قطر ١٤٢٨ هـ - ٢٠٠٧ م، ص ١٩٢.

وبناء عليها وغيرها من الآيات يمكننا تحديد وإيضاح أهم الوسائل الإعلامية في العهد النبوي

المدني بالوسائل التالية:

أ) المسجد:

كان بناء المسجد هو أول عمل قام به النبي صلى الله عليه وسلم فور وصوله للمدينة، وقد كان المركز الإعلامي الرئيسي في المجتمع الإسلامي، وكان مركزاً للعبادة والتعليم والتوجيه الاجتماعي والسياسي، والقرآن الكريم يذكر أهمية المساجد كمراكز للعبادة والتعليم والتوجيه ويمتدح المؤمنين الذين يقيمونها ويعمرونها كقوله ﴿ فِي بُيُوتِ أُولَئِكَ نَرْفَعُ دَرَجَاتٍ لَّهُمْ وَأَنزَلْنَا إِلَيْهِمُ الرِّسَالَاتِ وَآتَيْنَاهُمْ لِقَاءَ رَبِّهِمْ أُولَئِكَ هُمُ الصَّابِرُونَ وَالَّذِينَ هُمْ يُؤْتُونَ مِنْهَا رِزْقًا غَيْرَ كَارِهٍ فِيهِمْ لِصَلَواتِهِمْ أَنَّهُمْ اتَّبَعُوا عِزَّةَ رَبِّهِمْ وَغَضُّوا عَنَّا ذُرِّيَّةً أَكْثَرًا ﴾ [النور: ٣٦-٣٧] وقوله ﴿ إِنَّمَا يَعْمُرُ مَسَاجِدَ اللَّهِ مَنِ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ ءَآخِرِ ﴾ [التوبة: ١٨] وحين بنى المنافقون مسجد ضرارا بهدف تشييت وحدة المسلمين وجهدهم في الدعوة إلى الله، نهى الله نبيه من الإقامة والصلاة فيه كما في قوله ﴿ لَا تَقُمْ فِيهِ أَبَدًا لَمَسْجِدٍ أُسِّسَ عَلَى التَّفْوَى مِنْ أَوَّلِ يَوْمٍ أَحَقُّ أَنْ تَقُومَ فِيهِ فِيهِ رِجَالٌ يُحِبُّونَ أَنْ يَتَّخِذُوا ﴾ [التوبة: ١٠٨]

و" كان المسجد ولا يزال واحداً من أهم مراكز الإعلام الإسلامي فهو بمثابة المنطلق الذي تنطلق منه الدعوة الإسلامية كما أنه يعتبر المدرسة الإعلامية الشعبية الدينية التي ترشد الناس إلى حقائق هذا الدين وتعلمهم أصول الشرائع والعبادات وتبصرهم بالأسس العامة للمعاملات وكان المسلمون يتخذون المسجد أيضاً مكاناً للقراءة والدراسة والاطلاع ذلك أن المساجد الهامة كان يتم تزويدها فيما

بعد بخزانات كتب ولا يزال الكثير من هذه المساجد مزودًا بمكتبات دينية وفضلاً عن هذا فإن المساجد كان يعقد فيها الحلقات الدينية وتلقى فيها الوعظ ويجتمع فيها الناس للنقاش والمناظرات" (١).

وقد كان المسجد محور حياة المجتمع المسلم، يجمع بين العبادة والعلم والجهاد والسياسة والرعاية الاجتماعية، وكانت الغزوات والسرايا تتعقد وتنطلق من المسجد، وتصل أخبارها إليه، ويعلن القادمون لاعتناق الإسلام فيه إسلامهم، ويعقد النبي عليه الصلاة والسلام اجتماعاته بأصحابه وبالوفود التي تقدم إليه، وفي المسجد تعقد المفاوضات وتتخذ القرارات أيضاً، وتمارس فيه كافة وسائل البلاغ والدعوة والإعلام.

ب) الخطبة:

الخطبة وسيلة رئيسية لنقل الرسائل الهامة وتعليم الناس، وقد لعبت الخطبة في العهد النبوي بالمدينة دوراً إعلامياً مهماً، حيث كانت وسيلة أساسية للتواصل بين النبي صلى الله عليه وسلم والمسلمين، ولم تقتصر الخطب على تعليم الدين، بل شملت نقل الأخبار وإعلان القرارات الهامة مثل إعلان النفير للحرب ومناقشة المواضيع الاجتماعية ونحوها، مما أسهم في نشر الوعي بالإسلام وأحكامه وتعميق فهمه والعمل به.

والله سبحانه وتعالى سمى سورة من سور القرآن باسم يوم الجمعة، وحث المؤمنين على السعي لصلاة الجمعة وخطبتها في قوله: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ﴾ [الجمعة: ٩]، " النوع الثاني وهو الاتصال الجمعي فهو المقصود بالخطابة والمؤتمر والندوات والأماكن التي يتجمع فيها الناس ويستمعون فيها إلى محدث واحد أو عدد من المتحدثين. وإن كانت

(١) الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية د. عبد الحليم محمود، دار الخانجي بالقاهرة ودار الرفاعي بالرياض، الطبعة

الخطبة أبرز ظواهر الاتصال الجمعي بلا نزاع، وعليها أي على الخطبة اعتمد الرسول اعتمادًا كبيرًا في نشر الدعوة وشرح تعاليم الدين وغير ذلك.

وخلاصة القول إننا حين نتحدث عن الخطبة النبوية، إنما نتحدث عن قوة من قوى الإعلام في عصر الرسول تأتي في الدرجة الثانية مباشرة بعد القرآن الكريم والحديث الشريف^(١)، وكان من المعلوم أن خطب النبي صلى الله عليه وسلم لا تقتصر على يوم الجمعة فقط، بل كان يخطب في الناس كلما حذبهم أمر أو أراد النبي إخبار المسلمين بوجي أو قرار أتخذه وفق ما يوحى إليه من ربه سبحانه.

ج) الرسائل والرسول:

وبعد استقرار النبي صلى الله عليه وسلم في المدينة، وعقده لصلح الحديبية بين المسلمين في المدينة وكفار قريش، بدأ في توسيع دائرة الدعوة الإسلامية، حيث كاتب النبي صلى الله عليه وسلم زعماء القبائل ورؤساء الدول، وأرسل سفراءه إليهم، داعيا لهم إلى الإسلام، حيث كانت هذه الرسائل تحمل مضمونًا موحدًا يدعوهم فيها إلى الإيمان بالله الواحد الأحد، ويشير إلى أن النبي صلى الله عليه وسلم بعثه الله وأرسله لهداية البشرية جمعاء ورحمة للعالمين.

كما " يشير المنهج النبوي في دعوة الزعماء والملوك إلى ما يجب أن تكون عليه وسائل الدعوة فالى جانب دعوة الأمراء والشعوب اختار الرسول صلى الله عليه وسلم أسلوبًا جديدًا من أساليب الدعوة وهي مراسلة الملوك ورؤساء القبائل وكان لأسلوب إرسال الرسائل إلى الملوك والأمراء أثر بارز في دخول بعضهم الإسلام وإظهار الغيرة من البعض الآخر كما كشفت هذه الرسائل مواقف بعض الملوك والأمراء من الدعوة الإسلامية ودولتها في المدينة وبذلك حققت هذه الرسائل نتائج كثيرة

(١) الإعلام في صدر الإسلام د. عبد اللطيف حمزة، دار الفكر العربي - القاهرة، ٢٠٠٧م، ص ١٧٠.

واستطاعت الدولة الإسلامية من خلال ردود الأفعال المختلفة تجاه الرسائل أن تنتهج نهجًا سياسيًا وعسكريًا واضحًا ومتميزًا" (١).

ولقد " كانت رسله وبعوثة صلى الله عليه وسلم خير من يحمل الرسالة ويؤدي الأمانة، ويقوم بالدور الاعلامي المناسب لذلك كله، ويجمع خصائص الإعلام الإسلامي التي أسلفنا ذكرها، من أمانة النقل، وصدق الحديث، والنزاهة والموضوعية العلمية" (٢).

وكانت بعوثة ورسائله صلى الله عليه وسلم استجابة لأمر الله سبحانه وتعالى بمخاطبة جميع الكفار ودعوتهم بمن فيهم أهل الكتاب " قام الرسول بهذه الحركة الإعلامية الواسعة النطاق وأوفد البعثات إلى جميع الجهات، بعد أن نزلت الآية الكريمة: ﴿ قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ وَلَا نُشْرِكَ بِهِ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِنْ دُونِ اللَّهِ فَإِنْ تَوَلَّوْا فَقُولُوا اشْهَدُوا بِأَنَّا مُسْلِمُونَ ﴾ [آل عمران: ٦٤]

فصحيح إذا أن الرسول لم يكن يهدف من وراء هذه الحركة الإعلامية إلى التوسع في النفوذ، أو إلى جاه أو سلطان، أو نحو ذلك، إنما كان الرسول يهدف من خلال هذه الحركة أن يفهم المسلمون أن الإسلام لم يقصد به العرب وحدهم، ولكن يقصد به الناس كافة" (٣).

وبإرسال هذه الرسائل والرسائل قدم النبي صلى الله عليه وسلم نموذجًا للدبلوماسية الحكيمة، والإعلام العابر للقارات والمساحات، وأثبت أن دعوة الإسلام تتجاوز الحدود الجغرافية والثقافية، وأنها

(١) العلاقات الخارجية في الإسلام د. سعيد المهجر مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع - لبنان، ص ١١٢.
 (٢) أضواء على الإعلام في صدر الإسلام خصائصه دعائمه وسائله مناسباته مراكزه، أ.د. محمد عجاج الخطيب - مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، ١٤٠٧ هـ - ١٩٨٧ م، ص ٤٩، ٤٨.
 (٣) الإعلام في صدر الإسلام، عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق، ص ١٥٠.

رسالة العالم كله، وأنه صلى الله عليه وسلم رسول ورحمة للعالمين جميعاً ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ﴾ [الأنبياء: ١٠٧].

(د) الحوار والمجادلة بالتي هي أحسن:

وبعكس ما كان عليه وضع المسلمين في مكة، من اضطهاد وكبت، ومنع من ممارسة حقوقهم في الدعوة إلى دينهم وإقناع الناس بها، فقد بدأ النبي صلى الله عليه وسلم في المدينة عهداً قائماً على أساس الحوار والمجادلة بالتي هي أحسن، وبأسلوب ودي وإقناع عقلي منهجاً أساسياً في الدعوة إلى الإسلام، حيث اعتمده في حواراته مع المسلمين وغير المسلمين، ملتزماً بقول الله تعالى: ﴿ اُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّدْ لَهُمُ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ﴾ [النحل: ١٢٥] وقوله: ﴿ قُلْ يَٰٓأَهْلَ ٱلْكِتَٰبِ تَعَالَوْا۟ إِلَىٰ كَلِمَةٍ سَوَآءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا ٱللَّهَ وَلَا نُشْرِكَ بِهِۦ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِن دُونِ ٱللَّهِ فَإِن تَوَلَّوْا۟ فَقُولُوا۟ أُشْهِدُوا۟ بِأَنَّا مُسْلِمُونَ ﴾ [آل عمران: ٦٤] وقوله: ﴿ وَلَا تُجَادِلُوا۟ أَهْلَ ٱلْكِتَٰبِ إِلَّا بِٱلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِلَّا ٱلَّذِينَ ظَلَمُوا۟ مِنهُمْ ﴾ [العنكبوت: ٤٦].

وكان لأسلوب الحوار والمجادلة بالتي هي أحسن دور إعلامي كبير في نشر الإسلام، حيث أظهر للعالم سماحة الدين الإسلامي ورفيقه في التعامل مع الآخر، وكانت هذه الطريقة الدعوية دليلاً على رحمة النبي وحرصه على هداية الناس بالحسنى، مما ساهم في انتشار الإسلام وتعزيز مكانته في النفوس.

هـ) الشعر والأدب:

لعب الشعر والأدب في عهد النبي صلى الله عليه وسلم دوراً حيوياً كوسيلة إعلامية فعالة في المدينة، وكان لهما تأثير كبير في خدمة الدعوة الإسلامية، حيث تم توظيفهم لنشر الرسالة الإسلامية والدفاع عنها بطرق تلامس قلوب الناس وعقولهم، وكان للشعر دور كبير في الدفاع عن الإسلام والرد على هجاء المشركين" وكان رسول الله صلى الله عليه وسلم من وراء الشعراء المسلمين يؤيدهم ويشد أزهم ويوجههم الى ما يوافق الاسلام ويرد عن المسلمين هجاء المشركين وأذاهم.

" لقد كان صلى الله عليه وسلم يدرك أثر الشعر في تلك المعارك وتأثيره في نفوس العرب فحث شعراؤه على هجاء الكافرين والتصدي لهم ليشفي صدور المسلمين، ويرفع عن كواهلهم ما ينقلها من تلك الاشعار"^(١)، وكان الشعر يُستخدم لتحفيز المسلمين ورفع معنوياتهم، خاصة في أوقات الحرب، حيث كانت القصائد تلهب حماس المسلمين وتذكروهم بوعد الله بالنصر مما يعزز الثبات والإيمان، " وقد اجتنب ألق الجهاد كل المؤمنين وجميع الشعراء المسلمين الذين استبدت بهم روح الشوق إلى ساحات الشرف والفداء فاستجابوا لداعي الحق وكانوا في طبيعة الجيوش الإسلامية الزاحفة. وقد ترددت المعاني الإسلامية الجديدة في أشعار أولئك المشاهدين المنطلقين في سبيل الله وهم يحملون في صدورهم تعاليم الإسلام ويحدوهم الهدف النبيل الذي خرجوا من أجله وهو النصر لإعلاء كلمة الله أو الشهادة ودخول الجنة"^(٢).

ولأهمية الشعر كوسيلة إعلامية ودعوة ودور الشعراء في الذود عن الإسلام والمسلمين وعن النبي صلى الله عليه وسلم، فقد استثناهم الله عزوجل من الذم كما في قوله: ﴿وَالشُّعْرَاءُ يَتَّبِعُهُمُ الْغَاوُونَ

(١) الإسلام والشعر د. سامي مكي العاني، عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة

والفنون والأداب - الكويت يناير ١٩٧٨م، ص ٢٩.

(٢) المصدر السابق ص ٧٨، ٧٩.

﴿ أَلَمْ تَرَ أَنَّهُمْ فِي كُلِّ وَادٍ يَهِيمُونَ ﴿٢٢٥﴾ وَأَنَّهُمْ يَقُولُونَ مَا لَا يَفْعَلُونَ ﴿٢٢٦﴾ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا

الصَّالِحَاتِ وَذَكَرُوا اللَّهَ كَثِيرًا وَانْتَصَرُوا مِنْ بَعْدِ مَا ظَلَمُوا ﴿٢٢٧﴾ [الشعراء: ٢٢٤-٢٢٧]

وقد توسعت وسائل الدعوة والإعلام لتشمل أساليب متعددة ومتنوعة تتناسب مع طبيعة المجتمع وأهداف الرسالة الإسلامية، من بين هذه الوسائل كانت السرايا والغزوات التي لم تكن فقط لأغراض الدفاع والحماية، بل كانت أيضًا وسيلة للتواصل مع القبائل المجاورة ونشر الإسلام بينهم، من خلال هذه الغزوات " ومن الوسائل أيضا غزوات النبي صلى الله عليه وسلم وسراياه، وإن نظرة واحدة إلى هذه الغزوات تدلنا على جملة من الحقائق الخطيرة:

أولها: أن المسلمين في كل غزوة من هذه الغزوات لم يكونوا هم المعتدون وإنما كان المشركون هم الذين يعتدون عليهم وكان على المسلمين أن يدافعوا عن أنفسهم.

الثانية: أن المشركين كانوا في كل غزوة من هذه الغزوات أكثر عددًا وأقوى سلاحًا وأعظم استعدادًا للحرب من المسلمين ولكن المسلمين كانوا يحاربون بإيمانهم وعقيديتهم ومن أجل ذلك كانت روحهم المعنوية أعلى بكثير من روح المشركين.

الثالثة: أن الرسول لم يكن يبغي من وراء الغزوات التوسع في الملك أو السلطان ونحو ذلك وإنما كان هدفه شيء واحد فقط وهو تبليغ الدعوة ونشر الإسلام فليس بينه وبين أعداء هذا الدين إلا أن يقولوا لا إله إلا الله محمد رسول الله فإن قالوها فقد عصموا منه دمائهم وتمتعوا بجميع الحقوق التي يتمتع بها المسلمون.

الرابعة: أن النبي صلى الله عليه وسلم كان يحارب في هذه الغزوات بأخلاقه كما كان يحارب بسيفه ورماحه "(١)".

ومن وجهة نظر الباحث فقد كان للزيارات الشخصية والتواصل الفردي دورا بارزا في نشر الدعوة، حيث كان النبي صلى الله عليه وسلم يزور الساكنين في المدينة، ويشاركهم مناسباتهم، مما خلق علاقات قوية مبنية على الثقة والاحترام وساهم في نشر الإسلام بشكل فعال، كما أن مجالس العلم التي كان يعقدها النبي صلى الله عليه وسلم لتعليم المسلمين وتثبيت إيمانهم.

كما كان التعامل بالأخلاق الإسلامية في التجارة والمعاملات اليومية وسيلة جذب فعالة لغير المسلمين، كما لعبت الهجرة دورًا كبيرًا في نشر الإسلام، حيث أسس المسلمون مجتمعًا إسلاميًا قويًا في المدينة، وكانت هذه الوسائل مجتمعة تسهم في نشر الدعوة الإسلامية بطرق متعددة وفعالة، مما أدى إلى توسع رقعة الإسلام وتثبيت قواعده في المجتمع.

(١) الإعلام في صدر الإسلام، عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق ص ١٥٨، ١٥٩.

المطلب الثالث: شمولية القرآن لجميع جوانب الحياة

شمولية القرآن الكريم لجميع جوانب ومناحي الحياة هي واحدة من أهم مميزاته وخصائصه الفريدة، حيث أن أحكام القرآن وتعاليمه تشمل جميع جوانب حياة الشخصية المسلمة، سواء في العبادات أو المعاملات الاجتماعية والأخلاقية والقانونية والاقتصادية وغيرها، وبهذا يصبح القرآن دليلاً شاملاً وهادياً للبشرية في جميع الأزمنة.

" وفي الكتاب المنزل نجد منهجاً متكاملًا للتربية الإسلامية ومنه استمدت هذه الأمة شخصيتها الفذة التي كانت لها والتي نرجو أن تستعيدها مرة أخرى على هدى هذه الصحوة التي نعيشها اليوم والتي نرجو من ورائها الخير الكثير إن شاء الله.

هذه الشخصية المتميزة وهذه الآفاق العالية التي وصل إليها الصحابة رضي الله عنهم ومن تبعهم بإحسان، وتلك الهمم العالية والمنجزات الخارقة التي حققتها هذه الأمة في أرض الواقع كلها نابعة من هذا الكتاب، ولقد تمت التربية على يد رسول الله صلى الله عليه وسلم ولكنها تمت على ضوء هذا الكتاب من آياته البيّنات، ومن كل ما ورد فيه من قصة أو مثل أو توجيه سياسي وتوجيه اجتماعي" (١).

والآيات القرآنية التي تطرقت لهذا الموضوع كثيرة، حيث بينت مدى شمولية القرآن لكل جوانب الحياة، كقوله سبحانه وتعالى: ﴿ وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِّكُلِّ شَيْءٍ ﴾ [النحل: ٨٩] حيث " ذكر جل وعلا في هذه الآية الكريمة: أنه نزل على رسوله هذا الكتاب العظيم تبياناً لكل شيء، وبين ذلك في غير هذا الموضع ﴿ مَا فَرَّطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ ﴾ [الأنعام: ٣٨]، على القول بأن الكتاب المراد فيها

(١) دروس تربوية من القرآن الكريم محد قطب، دار الشروق بالقاهرة ط ٢١٤٢٩ هـ - ٢٠٠٨ م، ص ١٠.

هو القرآن، أما على القول بأن المراد به اللوح المحفوظ فلا بيان في الآية، وعلى كل حال فلا شك أن القرآن فيه بيان لكل شيء، وأن السنة كلها تدخل في آية واحدة منه " (١).

ومن ذلك قوله تعالى ﴿ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ﴾ [الحشر: ٧]،

وقوله: ﴿ مَا فَزَّطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ ﴾ [الأنعام: ٣٨] وهذه الآية أكثر وضوحاً وتأكيده على أن القرآن

شمل الحياة كلها: " أي ما أغفلنا عنه ولا ضيعنا فيه من شيء، والمراد بالكتاب: اللوح المحفوظ، فإن

الله أثبت فيه جميع الحوادث، وقيل: إن المراد به القرآن: أي ما تركنا في القرآن شيء من أمر الدين

إما تفصيلاً أو إجمالاً، ومثله قوله تعالى: ﴿ وَزَلَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِّكُلِّ شَيْءٍ ﴾ وقال عز وجل

: ﴿ وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ ﴾ [النحل: ٤٤] ومن جملة ما أجمله في الكتاب العزيز

قوله: ﴿ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ﴾ [الحشر: ٧] فأمر في هذه الآية باتباع ما

سنه رسول الله صلى الله عليه وسلم فكل حكم سنه الرسول لأُمَّته قد ذكره الله سبحانه في كتابه

العزيز " (٢).

ويتأكد لنا من خلال ما سبق أن شمولية القرآن الكريم لجميع جوانب الحياة واحدة من أبرز

مميزاته، فهو يقدم لنا مع السنة النبوية دليلاً شاملاً في كل أمور الإنسان الحياتية الدينية والدنيوية،

سواء كانت عبادية أو اجتماعية أو اقتصادية أو أخلاقية، فالقرآن الكريم، لم يترك جانباً من جوانب

الحياة إلا وتناولها بتفصيل أو إجمال، موجهاً البشرية نحو الطريق القويم، " فهو يعالج جوانب الحياة

الإنسانية كافة، مثلما يخاطب أبناء الأمة كافة، وهو يستمد هذه الصفة من شمولية الإسلام وعالميته،

فهو يعني بالمسائل السياسية والاقتصادية والفكرية والاجتماعية، ويهتم بالعلوم والآداب والفكر المتجدد

(١) أضواء البيان في إيضاح القرآن بالقرآن للعلامة محمد الأمين الشنقيطي، دار عالم الفوائد للنشر والتوزيع، ص ٤٠٤، ٤٠٥.

(٢) نفس المرجع، ونفس الصفحة.

في المجتمع الإسلامي من خلال متابعة الأخبار اليومية والأحداث المتوالية والممارسات الجارية، ويعرض كل جديد على أسس منهجية، فما وافق الإسلام قبله ورحب به، وما خالفه عارضه ونفر منه، وبذلك يطرح الحلول المناسبة للمشكلة على هدى الدين بعد تحليل كل مشكلة تحليلًا علميًا دقيقًا، لأنه يؤثر في الناس ويقود الرأي العام.

وقد جاءت رسالة الإسلام عالمية للناس جميعًا، يقول الله تعالى: ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ﴾ [الأنبياء: ١٠٧]، وهذا يقتضي أن يتوجه إعلامه إلى العالم أجمع، ومما يعين على تحقيق ذلك التطور الهائل في وسائل الإعلام التي اختصرت المسافات والأوقات وتجاوزت الحدود" (١).

والمطلوب منا كمسلمين استشعار هذه الميزة واستحضارها، في كل وقت وحين مع الحرص على فهم نصوص وتعاليم القرآن الكريم وتطبيقها في حياتنا اليومية، مستتيرين بسيرة النبي صلى الله عليه وسلم الذي كان تجسيدًا حيًا لتعاليم القرآن، فإذا تمثل المسلم القدوة وسلك هذا النهج، يستطيع أن يحقق التوازن والنجاح في الدنيا والآخرة، مستمدًا من القرآن الكريم قوة الإيمان ووضوح الرؤية والاستقامة في السلوك.

وعلى سبيل التفصيل، " يولي القرآن الكريم اهتماماً كبيراً بالنواحي العقائدية والتعبدية، حيث يفصل جوانب التوحيد والعقيدة بشكل شامل، موضحاً وحدانية الله وصفاته العظيمة، كما يشير إلى مفهوم النبوة والرسالة، ويحث على التوجه لله بالعبادة الخالصة وتقوى الله تعالى في السر والعلانية، حيث دعا القرآن الإنسان إلى الإيمان بالله منطلقاً من الإنسان نفسه وبيئته بالمعنى الواسع أي من الطبيعة التي يعيش فيها والكون الذي يحيط به، وعلى هذا، احتوى القرآن آيات كثيرة جداً في كثير من

(١) المرجعية الإعلامية في الإسلام تأصيل وتشكيل، طه أحمد الزبيدي، دار الفجر للطباعة والنشر - العراق - دار النفائس للنشر والتوزيع - الأردن، الطبعة الأولى ١٤٣٠ هـ - ٢٠١٠ م، ص ١٠٢، ١٠٣.

السور، تضمنت صوراً من الطبيعة ومشاهد من الكون" (١)، وفي السياق الأخلاقي، يدعو إلى التمسك بالأخلاق النبيلة والسلوك الحميد في جميع جوانب الحياة، أمراً بالصدق والعدل والرحمة والإحسان، ونهاياً عن السلوكيات السيئة مثل الظلم والكذب وغيرها من الأخلاق والصفات الذميمة.

ويغطي القرآن الكريم والسنة النبوية الحياة الاجتماعية والقانونية من خلال مجموعة من الآيات والأحاديث التي تنظم حياة المسلمين في المجتمع، مثل تنظيم العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، والحث على العدل والمساواة وحقوق الإنسان، والتشجيع على العمل الصالح وخدمة المجتمع والتعاون في الخير والتقوى، كما يؤكد على أهمية تنظم العلاقة بين الفرد وماله وبين المجتمع والاقتصاد بشكل عام، مشجعاً على العمل الصالح وكسب الرزق بالطرق الحلال، والحث على التصديق والتضامن الاجتماعي وتوزيع الثروات بين الفقراء والمحتاجين " وفي القرآن بعد هذا آيات كثيرة في ذكر نفسية الإنسان وما يميل إليه من زينة الدنيا وشهواتها وما يضطرب فيها من مختلف المشاعر والعواطف وما فيه من الصراع الدائم الذي ابتدأ منذ قصة آدم ولا ينتهي إلا بانتهاء قصة الإنسان كلها على هذه الأرض. وفيه آيات أخرى لتوجيه الإنسان في هذه الميول والمشاعر وفي ذلك الصراع المحتم" (٢).

كما يهتم القرآن الكريم بالنواحي الشخصية والعلاقات الأسرية، من خلال التعاليم التي تهدف إلى بناء شخصية المسلم وتطويرها بشكل إيجابي، ويحث على الاعتناء بالأسرة وتعزيز الروابط الأخوية والمحبة والتسامح بين أفرادها.

(١) العقيدة في القرآن الكريم محمد المبارك، دار الفكر، ص ١١.

(٢) نفس المرجع ص ١٩

الفصل الثاني: مقومات الشخصية الإعلامية في القرآن الكريم

وفيه ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: المقومات المعنوية.

المبحث الثاني: المقومات الحسية

المبحث الثالث: أثر مقومات الشخصية الإعلامية في تبليغ الخطاب

المبحث الأول: المقومات المعنوية

وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: المقومات الإيمانية

المطلب الثاني: المقومات الأخلاقية

المطلب الثالث: المقومات النفسية

تمهيد:

تستند الشخصية الإعلامية في الإسلام إلى مبادئ وقيم واضحة مستمدة من القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، ويُعتبر الصدق والأمانة من أهم هذه الصفات، والتي يجب أن يتحلى بها الإعلامي المسلم، وأن تكون منعكسة في أدائه ونقله وحديثه، والعديد من الآيات القرآنية تؤكد على أهمية الصدق كما في قوله تعالى: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّٰدِقِينَ ﴿١١٩﴾﴾ [التوبة: ١١٩]، كما تعد الأمانة قيمة أساسية يجب على الإعلامي الالتزام بها فيما يطرح، وعدم نشر الإشاعات التي من شأنها تزييف الوعي، وهدم كيان المجتمعات ﴿إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ ﴿٧٢﴾﴾ [الأحزاب: ٧٢] كما يطالب الإسلام بالعدل والإنصاف في جميع الأمور، بما في ذلك نقل الأخبار والمعلومات، ويشير القرآن الكريم إلى هذا المبدأ بقوله: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ءَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾﴾ [المائدة: ٨]، وفي قوله: ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا ﴿٣٦﴾﴾ [الإسراء: ٣٦] كما أن التثبت والتأكد من صحة ما ينشره الإعلامي أو يقوله، من المبادئ المهمة التي يحث عليها الإسلام، تجنباً للإشاعات المغرضة والكاذبة، التي قد تكون نتيجتها حدوث الفتن والاضطرابات في المجتمع، وقد قال الله تعالى في هذا السياق: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكَ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنْهُ أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾﴾ [الحجرات: ٦].

ومن واجبات الإعلامي أيضا التزام النزاهة والحيادية، مع الابتعاد عن التحيز في نقل المعلومات، والقرآن الكريم يؤكد على هذا المبدأ في قوله: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ﴾ [النساء: ١٣٥]

والأخلاق الحسنة واحدة من أهم المقومات الأساسية للشخصية الإعلامية المسلمة، فقد وصف الله تعالى نبيه صلى الله عليه وسلم بأنه على خلق عظيم، والقرآن الكريم بمجمله يحث على الأخلاق والفضائل، كما أنها لا تكتمل إلا بالعلم والمعرفة الواسعة بالأحداث والمعلومات التي ينقلها: ﴿قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ﴾ [الزمر: ٩]

الشخصية الإعلامية في الإسلام يجب أن تتحلى بالصدق والأمانة، العدل والإنصاف، التثبت والتأكد من الأخبار والمعلومات، النزاهة والحيادية، الأخلاق الحسنة، والعلم والمعرفة، والحكمة ومراعاة المصالح العامة، والالتزام بقوانين الدولة ومرجعيتها ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدَّعَوْا بِهٖءِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَىٰ أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنبِطُونَهُ مِنْهُمْ﴾ [النساء: ٨٣]، وهذه القيم والمبادئ تستند إلى القرآن الكريم والسنة النبوية، مما يجعلها إطاراً إسلامياً متكاملًا لبناء شخصية إعلامية متميزة وأمينية، وذات ثقة ومصداقية عالية.

المطلب الأول: المقومات الإيمانية:

المقومات الإيمانية واحدة من أهم الركائز الأساسية التي يجب أن يتحلى بها ويتمثلها الإعلامي المسلم، كونها تشكل إطار الالتزام الإيماني والعقدي الذي يوجهه في عمله ومسيرته المهنية، خاصة في ظل التأثير الكبير الذي يمارسه الإعلام الدولي والعالمي على المجتمعات بشكل عام والعاملون في الحقل الإعلامي بشكل خاص، ولهذا يصبح من الضروري أن يتمتع الإعلامي بقوة إيمان، والتزام بالقيم الإسلامية، ليكون قادراً على أداء دوره بأمانة ومسؤولية.

وتتمثل أهمية هذه المقومات في توجيهه الإعلامي نحو تحقيق الأهداف المنبثقة من تعاليم الإسلام، بحيث تسهم في حماية الإعلامي، وتعزز مكانته كقدوة ومثال يحتذى به في الوسط الإعلامي والمجتمع ككل.

ويمكن تحديد أهم المقومات الإيمانية بما يلي:

- أ- الإيمان بالله والتوكل عليه.
- ب- الإخلاص في العمل.
- ج- مطابقة القول للفعل.
- د- الورع والتقوى.

أ. الإيمان بالله والتوكل عليه:

الإيمان بالله والتوكل عليه يشكلان واحدة من أهم الأسس في الاستقرار النفسي والروحي للمسلمين عموماً، وعلى وجه للشخصية الإعلامية التي تتعامل مع واقع متغير ومضطرب، ولذا فإن الإعلامي المسلم قوي الصلة بالله والإيمان يعي تماماً أن الله هو مصدر كل قوة، وأن التوكل على الله هو السبيل لتحقيق النجاح، مع بذل الجهد والسعي نحو تحقيق الأهداف بأفضل ما يمكن.

هذا الإيمان يمنح الإعلامي ثباتاً وقوة لمواجهة التحديات والصعوبات، ويزرع في نفسه الطمأنينة والسكينة، فلا تخيفه الشدائد ولا تؤثر فيه المغريات، يقول الله تعالى في كتابه الكريم: ﴿وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا ۖ وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ ۚ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ ۗ﴾ [الطلاق: ٢-٣].

والإيمان بما يبلغ واحدة من أهم صفات حامل الرسالة " الايمان العميق بالرسالة، والعقيدة الثابتة بالمبدأ، واليقين الراسخ بوجوب التبليغ، من أهم الضروريات التي ينبغي أن يتصف بها مقدم البرامج الإسلامية، والإيمان بما يدعو إليه المرء بدهي، وإلا فإن كلامه يكون تكلفاً وتصنعاً لا يفيد ولا يثمر" (١). ببب

ويأتي الإيمان والتوكل أيضا بمعنى الربانية " وهو أن يكون هدفه وسلوكه وتفكيره ربانيا، كما بين الله عز وجل ذلك بقوله: ﴿وَلَكِنْ كُونُوا رَبَّينَ يَمَّا كُنْتُمْ تُعَلِّمُونَ الْكِتَابَ وَبِمَا كُنْتُمْ تَدْرُسُونَ ۗ﴾ [آل عمران: ٧٩]، أي الانتساب إلى الرب عز وجل، بطاعته وعبوديته وتوحيده واتباع شريعته، وإذا نمت الربانية في شخصية الإعلامي تجلت آثارها في أعماله كلها، ومنها يجعل المتلقين عنه أيضا ربانيين يرون عظمه الله، ويستدلون عليها في كل ما يتلقونه فيخشعون لله ويشعرون بجلاله في كل سنة من سنن الحياة" (٢).

وحين يترجم الإيمان إلى سلوكيات عملية، ويضع الإعلامي ثقته الكاملة في ربه عز وجل بعد أن يقوم بواجبه على أكمل وجه، فيجمع بين الإيمان والعمل بجدية وإخلاص، مستشعراً دائماً أن الله

(١) صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون، محمد خير رمضان خير، مطابع الفرزدق التجارية - الرياض، الطبعة الأولى ١٤٠٦ هـ - ١٩٨٦ م، ص ١٩.

(٢) المرجعية الإعلامية في الإسلام تأصيل وتشكيل د. طه أحمد الزبيدي دار الفجر للنشر والتوزيع - العراق - دار النفائس للنشر والتوزيع - الأردن، الطبعة الأولى ١٤٣٠ هـ - ٢٠١٠ م، ص ١٠٦.

يراه ويراقب عمله، يدفعه هذا للتحري الجيد والمصادقية والنزاهة في كل ما يقدم، ويجعل سلوكه المهني متحليا بالأمانة، والدقة، والعدل، وهذا يجعل منه نموذجا يُحتذى به، وينال بذلك رضا الله وتحقيق الخير للمجتمع.

ب. الإخلاص في العمل:

الإخلاص وابتغاء وجه الله ينبغي أن يكون دافعا وراء كل ما يقوم به الإعلامي، وأن يكون متذكرا دائما أن الإخلاص شرط أساسي لقبول العمل، وأن يكون مبدأ حاضرا في ذهنه عند ممارسة مهنته، وليس تحقيق مصالح شخصية أو مادية أو اكتساب شهرة أو سلطة، ففي عالم الإعلام، يمكن أن تكون الدوافع مختلطة ومتشابكة، يصبح إخلاص النية بمثابة البوصلة التي توجه الإعلامي نحو أداء رسالته بمسؤولية وأمانة، يقول الله تعالى: ﴿ وَمَا أُمْرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ ﴾ [البينة: ٥]، وما نفهمه من هذه الآية أن الإخلاص شرط لقبول الأعمال، وأيما عمل غير خالص لوجه الله، قد يحقق نجاحا ظاهريا، لكنه يفتقد لعنصر القبول، يقول النبي صلى الله عليه وسلم: (إنما الأعمال بالنيات، وإنما لكل امرئ ما نوى)^(١).

"وتتأكد أهمية الإخلاص للإعلامي لما يتعرض له من مزلق، كالرياء والشهرة والانحرافات، والمغريات يؤدي الاستسلام لها أن يحبط أجره، يقول النبي صلى الله عليه وسلم " من يسمع يسمع الله به، ومن يرئى يرئى الله به "^(٢).

وللإخلاص أثر عجيب في تطهير مؤسسات الإعلام من كثير من المشاكل وعلى رأسها التحاسد، "والاسلام حينما يؤكد على الإخلاص وترك الرياء والسمعة، إنما ليظهر المؤسسات الإعلامية

(١) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الوحي، باب كيف كان بدء الوحي على رسول الله حديث رقم ١ ص ١١٩.

(٢) أخرجه مسلم في صحيحه، كتاب الزهد والرقائق، باب من أشرك بعمله غير الله حديث رقم ٢٩٨٧، ج ٢ ص ٢٢٨٧.

وشخصياتها من الآثار السلبية المتولدة عن عدم مراعاة ذلك كالتحاسد والتعصب للراي والهوى والحقن ومحاولة الانتقاص من الاخرين، وعدم التواضع للحق والاصرار على الخطأ" (١).

والنظرية الإعلامية الإسلامية قدمت عدة درجات من الصدق، صدق الأقوال، وصدق الأفعال لكافة أطراف العملية الإعلامية سواء كان الطرف مرسلًا أو مستقبلًا، والذي يهمننا هنا " الصدق الذاتي أي الصدق في النيات، وترجع أهميته إلى أنه يسبق العمل، ويجعل الفرد بقلبه وقلبه مع هذا العمل، وهذا يعني طيب باطن الفرد، وأنه ليس لديه ما يخفيه، كما أنه يعكس من ناحية أخرى أقصى درجات الاقتناع والإيمان بالعمل، فالإنسان قد يوافق في قوله ويقول ما لا يقتنع به، وقد يعمل عملاً على سبيل المجاملة أو الخوف، ولكنه لا يوافق في النية أبداً، لأنها شيء داخلي بين العبد وربه، ولا يطلع عليه سواهما فالإنسان الذي يصدق في قوله وعمله، ولا يتوافر له الصدق في النية لا يعتبر صادقاً، كما أنه لا يصل أبداً إلى مرحلة الاقتناع الكامل والإخلاص للعمل" (٢).

إذا فإخلاص الشخصية الإعلامية يسمو به ويعمله ويجعله يغلب مصلحة دينه وأمتة ومجتمعه، فوق أي اعتبار شخصي، ويسعى لنشر الوعي والفكر الإسلامي، محارباً للأفكار الهدامة، والتي تضر بالمجتمعات أياً كانت بعيداً عن التحيزات والأهواء، وهو يعمل ذلك كله وهو يدرك أن كلماته وأفعاله ستظل شاهدة عليه يوم القيامة، كما قال الله تعالى: ﴿ فَمَنْ كَانَ يَرْجُوا لِقَاءَ رَبِّهِ فَلْيَعْمَلْ عَمَلًا صَالِحًا وَلَا يُشْرِكْ بِعِبَادَةِ رَبِّهِ أَحَدًا ﴾ [الكهف: ١١٠]، والعمل الصالح هنا شامل لكافة الأعمال بما فيها العمل الإعلامي إذا كان بنية خالصة ووفقاً لما أراه الله.

(١) المرجعية الإعلامية في الإسلام تأصيل وتشكيل د. طه أحمد الزيدي، مرجع سابق، ص ١٠٦.

(٢) الإعلام الإسلامي المبادئ - النظرية - التطبيق أ.د محمد منير حجاب، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢م،

ثم إن إخلاص النية بالنسبة للشخصية الإعلامية هو عبادة وقربة إلى الله، وهو يمنح العمل الإعلامي معناه وقيمته الحقيقية، ويجعل من الإعلامي المسلم قدوة في عمله أمانة ومهنية، ذلك أنه عندما تكون نيته خالصة صافية لوجه الله، فإن الله يوفقه ويسدد خطاه، وينعكس ذلك في كل ما يقدمه من محتوى يخدم المجتمع ويساهم في بناء أمة قوية متماسكة تستمد قوتها من مبادئ الإسلام وقيمه السمحة المنبثقة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم.

ج. مطابقة القول للفعل:

من أهم القيم التي ينبغي أن يتحلى بها الإعلامي، أن تكون أفعاله مطابقة لأقواله، فهي مقياس لصدقه وأمانته المهنية، وهذه القيمة تتاولها القرآن الكريم ودعا إلى ضرورة الالتزام بها، وحذر من التناقض بين الأقوال والأفعال ومدى خطورة هذا السلوك في حياة المسلمين عموماً، والشخصية الإعلامية كونها تخاطب الجماهير معني بضرورة توافق كل ما يقوله مع ما يفعله، وأن تلمس الجماهير ذلك من خلال تصرفاته وأفعاله.

" ولذلك فإن الصدق الذاتي في مفهوم النظرية الإعلامي والإسلامية، يعني أن يطابق الإنسان بين نواياه وأقواله وتصرفاته، وبالتالي يعني أن لا يقول إلا ما يفعله فعلاً وهذا ما عبرت عنه الآية الكريمة: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ ﴿١﴾ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ ﴿٢﴾﴾ [الصف: ٢-٣] على أن تحقيق هذا الصدق يحتاج إلى إيجابية من الإنسان، فهو يجب أن يبدأ بنفسه، وأن يأخذها بما يدعو إليه قبل أن يدعو الآخرين إليه قال تعالى: ﴿ أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنسَوْنَ أَنفُسَكُمْ ﴿٤٤﴾﴾ [البقرة: ٤٤] وبذلك ترتفع النظرية الإعلامية بالفرد المسلم إلى درجة التمثيل الحي للمبادئ الإسلامية أي أن يصبح سلوكه مطابقاً لقوله" (١).

(١) الإعلام الإسلامي المبادئ - النظرية - التطبيق أ.د محمد منير حجاب، مرجع سابق ص ٤٦، ٤٥.

وإن توصيف مطابقة الأقوال للأفعال بالصدق الذاتي له دلالة عميقة، وذات توصيف بليغ لهذه الحالة، وهذا ما حكاه الله علينا في كتابه متحدثاً عن شعيب عليه السلام، وعن طبيعة دعوته وعلاقته مع قومه ﴿ قَالَ يَقْوِمِ أَرَاءَ بَيْتِمْ إِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ بَيِّنَةٍ مِّن رَّبِّي وَرَزَقَنِي مِنْهُ رِزْقًا حَسَنًا وَمَا أُرِيدُ أَنْ أُخَالِفَكُمْ إِلَىٰ مَا أَنْتُمْ عَنْهُ إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتِطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أَنِيبُ ﴾ [هود: ٨٨].

وكان من هدي النبي صلى الله عليه وسلم أنه أول الناس عملاً بما يدعو إليه، فكان داعياً إلى الخير والهدى بلسان حاله قبل لسان مقاله^(١)، فحين تنزل عليه آيات سورة النصر تأمره بالحمد والاستغفار، يسارع إلى طاعة ربه، تروي أم المؤمنين عائشة رضي الله عنها: "ما صلى النبي صلى الله عليه وسلم صلاة بعد أن أنزل عليه إذا جاء نصر الله والفتح، إلا يقول: سبحانك اللهم وبحمدك، اللهم اغفر لي"^(٢)، فهو أول الملتزمين بما يأمر به الله، وهو قدوة المسلمين في ذلك، وقد كان للقدوة العملية الرفيعة أثر بالغ في جيل الصحابة، حيث كانوا يلاحظون أفعال النبي صلى الله عليه وسلم ويرونها متطابقة مع أقواله، وليست مجرد كلمات دون تطبيق فعلي، ولهذا كانوا رضي الله عنهم يسعون دائماً لاتباعه واقتفاء أثره، وكان عبد الله بن عمر بن الخطاب رضي الله عنهما من أكثرهم حرصاً على معرفة أفعاله والمواظبة عليها.

وفي سياق العمل الإعلامي، يعد الالتزام بمطابقة القول للفعل أكثر أهمية، حيث يجب أن يكون الإعلامي مثلاً يُحتذى به، ويكون هناك تكامل بين ما يبثه من رسائل وبين ما يطبقه في حياته، إذ أن هذا التكامل من أهم المقومات الأخلاقية والمهنية للإعلامي، وبه يعزز الثقة بينه وبين جمهوره،

(١) يُنظر: الرسالة المحمدية: السيد سلمان الندوي، مكتبة دار الفتح دمشق الطبعة الثالثة ١٣٩٣ هـ ١٩٧٣ م، من

ص ١٧١ - ١٨٠.

(٢) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب التفسير باب سورة إذا جاء نصر الله حديث رقم ٤٩٦٧، ج ٣ ص ٢٢٦٣.

ويجعله مؤهلاً لتوجيه الرأي العام بصورة نزيهة وصادقة، وهي قيمة تتطلب استحضار التقوى والصدق في كل ما ينقله أو يقوله.

د. الورع والتقوى:

الورع هو "ذلك الشعور العميق بالخشية والخوف من الله، كما أنه انضباط داخلي يحفز الفرد على تجنب مواطن الشبهات والابتعاد عن كل ما يחדش نقاء القلب وصفاء الروح" (١) والتقوى استقامة على طريق الحق، واتباع أوامر الله واجتناب نواهيه، بحيث تكون تقوى الله بمثابة البوصلة التي توجه مسار حياة الإعلامي وتساهم في بناء شخصية تنبض بالمصادقة والأمانة.

وقد أكد القرآن الكريم على أهمية التقوى في كثير من المواضع، وربط بين التقوى وبين النجاح والفلاح في الدنيا والآخرة، قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧١﴾ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ﴿٧٢﴾﴾ [الأحزاب: ٧٠-٧١]، فالإعلامي التقى هو من ينطق بالقول السديد، الذي يصلح الأعمال ويقود إلى المغفرة والرضوان، وبين الله سبحانه وتعالى أن التقوى طريق العلم، والإعلامي بحاجة دائمة للتعلم طوال مسيرته المهنية، بحيث يتمكن من كافة المواضيع التي يتطرق إليها، أو يناقشها، أو يكتب عنها قال الله سبحانه ﴿وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيَعْلَمِكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٣٨﴾﴾ [البقرة: ٢٨٢]

والورع مهم بالنسبة للشخصية الإعلامية، يصنع منه رجلاً ذا هيبة " والورع هو أن يكون الإعلامي مراقباً لربه في سره وعلانيته، راجياً ثوابه خائفاً من عقابه، متأملاً في تصرفاته محاسباً نفسه على هفواته وزلاته، ومراقبة الله تعالى تكون في كل ما يصدر عنه يقول الله تعالى: ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ

(١) ينظر: موسوعة نضرة النعيم في أخلاق الرسول الكريم، إعداد مجموعة من المختصين، دار الوسيلة للنشر والتوزيع-

لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا ﴿٣٦﴾ [الإسراء: ٣٦] فالورع أن تشعر

بأن الله معك ومطلع عليك في حلك وترحالك وفي خلوتك وجلوتك، وفي مرضك وصحتك لقوله تعالى:

﴿ وَهُوَ مَعَكُمْ أَيْنَ مَا كُنْتُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٤﴾ ﴾ [الحديد: ٤] وقوله صلى الله عليه وسلم (اعبد الله

كأنتك تراه، فإن لم تكن تراه فإنه يراك)^(١)، ثم إن الورع هو الذي ينزل الإعلامي المنزلة اللائقة به،

منزلة عز وتكريم وحب واحترام"^(٢).

والورع والتقوى يجعلان من الإعلامي شخصية قوية، لا يميل مع الباطل مهما كان مغرياً، ولا

يهادن في الحق مهما كان ثقيلاً، في حين تجعله التقوى صاحب وعي ومسؤولية تجاه الناس، فيدرك

أن كل كلمة تخرج من فمه أو قلمه هي أمانة سيسأل عنها يوم القيامة، وينعكس ذلك على رسالته

الإعلامية، فيتحرى الصدق في القول، والأمانة في النقل، ويؤدي رسالته بأمانة وشفافية، يبث القيم

والمبادئ النبيلة دون تحريف أو تضليل.

(١) أخرجه البخاري في باب بدء الوحي حديث رقم (٥٠) ومسلم في كتاب الإيمان - حديث رقم ٨

(٢) المرجعية الإعلامية في الإسلام تأصيل وتشكيل د. طه أحمد الزبيدي، مرجع سابق ص ١٠٦.

المطلب الثاني: المقومات الأخلاقية

تعد المقومات الأخلاقية للشخصية الإعلامية من أساسيات مهنة الإعلام، إذ هي تعمل على توجيه الإعلامي لأداء واجبات عمله بأمانة ونزاهة ومصداقية، وفي هذا العصر المتسارع، والذي يشهد تطوراً هائلاً في كافة وسائل الإعلام والاتصال، يصبح التمسك بالمبادئ الأخلاقية التي تحكم عمل الإعلامي وتحدد معايير المهنة أمراً في غاية الأهمية، والإعلامي المسلم يستمد هذه الصفات والأخلاق، من القرآن الكريم، وكذلك من قدوتنا الأول محمد صلى الله عليه وسلم الذي وصفه الله سبحانه بقوله: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ۝٤﴾ [القلم: ٤] وسيحاول الباحث ذكر أهم المقومات الأخلاقية

بشيء من التفصيل وهي:

- أ- الصدق.
- ب- القدوة الحسنة.
- ج- الصبر.
- د- التواضع.
- هـ- التجرد والحيادية.

أ. الصدق:

الصدق ليس مجرد فضيلة فردية، بل هو أمر رباني وتكليف شرعي يلتزم به المسلمون عموماً في كل قول وفعل، وعلى الأخص من ذلك العاملون في مجال الإعلام، ذلك لأن الجمهور يعتمد على الإعلامي في كل ما يُنشر ويُذاع من أخبار ومعلومات، والصدق في العمل الإعلامي يعني نقل الحقيقة كما هي، دون تحريف أو تزوير، وهو ما يضمن الثقة بين الإعلامي وجمهوره، والله سبحانه وتعالى أكد على أهمية الصدق كما في قوله: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ١١٩﴾ [التوبة: ١١٩]، ولأهمية الصدق فقد نسبته الله سبحانه لنفسه فقال: ﴿وَمَنْ أَصْدَقُ مِنَ اللَّهِ حَدِيثًا ٨٧﴾ [النساء: ٨٧] وقال: ﴿وَلَقَدْ صَدَقَكُمُ اللَّهُ وَعْدَهُ ۗ﴾ [آل عمران: ١٥٢] وامتدح الله أنبيائه

بصفة الصدق فقال عن إبراهيم عليه السلام: ﴿وَأَذْكُرُ فِي الْكِتَابِ إِبْرَاهِيمَ إِنَّهُ كَانَ صِدِّيقًا نَبِيًّا﴾ ﴿٥١﴾ [مريم:

٤١] وعن إسماعيل عليه السلام: ﴿وَأَذْكُرُ فِي الْكِتَابِ إِسْمَاعِيلَ إِنَّهُ كَانَ صَادِقَ الْوَعْدِ وَكَانَ رَسُولًا نَبِيًّا﴾ ﴿٥٢﴾

[مريم: ٥٤] وعن إدريس عليه السلام: ﴿وَأَذْكُرُ فِي الْكِتَابِ إِدْرِسَ إِنَّهُ كَانَ صِدِّيقًا نَبِيًّا﴾ ﴿٥٦﴾ [مريم: ٥٦]

وخاتم الأنبياء صلى الله عليه وسلم اشتهر بصدق الحديث وشهد له الجميع بذلك حتى أعدائه وكانوا يلقبونه بالصادق الأمين.

والصدق مطلوب في كل الأحوال، الصدق في نقل الخبر وصياغته والهدف منه، صدق يتكرر في جميع الأحوال وفي كل ما يقال، حتى ترتفع مكانته ويطمئن الناس إلى ما يورد من معلومات، ويصبح الصدق سمة من سمات الإعلام الإسلامي فيكسب احترام الجميع، ولو كانوا غير مسلمين ويغدو مصدراً من مصادر الإعلام الرئيسية، فيكون له جمهوره الخاص الباحث عن الصدق والحق، وإنه لمن العار أن يلجأ المسلم إلى وسائل إعلام مشبوهة تدس السم في الدسم لعدم ثقته بغيرها، أو لأنها لا تقدم له كل الحقيقة.

يقول النبي صلى الله عليه وسلم: (ما يزال الرجل يصدق ويتحرى الصدق حتى يكتب عند الله صديقاً، وما يزال الرجل يكذب ويتحرى الكذب حتى يكتب عند الله كذاباً) رواه الأربعة^(١)، وللصدق أهميته الأساسية في الأخلاق الإعلامية "الصدق ركيزة أدبيات التعامل مع المادة الإعلامية، فالحقيقة هي أساس العمل الإعلامي والرسالة الإعلامية تسعى للوصول إليها، والوصول إلى الحقيقة يتطلب بذل الجهد والمشقة من قبل الإعلاميين من أجل الوصول إلى مصادرها"^(٢)، ولا شك أن الصدق هو من أهم إن لم يكن

(١) أخرجه مسلم في صحيحه، كتاب البر والصلة والآداب، باب قبج الكذب وحسن الصدق وفضله حديث رقم (٢٦٠٧) ج ٤ ص ٢٠١٢، وورد للأربعة في التاج الجامع للأصول في أحاديث الرسول الشيخ منصور علي ناصف، طبعة مطبعة البابي الحلبي وشركاه، ج ٥ ص ٤٥.

(٢) الأخلاق الإعلامية وكيفية تعزيزها، بدر الدين بلمولاي مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية المجلد ١٣،

أهم الصفات التي يجب أن يتميز ويتصف بها الإعلامي المسلم ليكون محل ثقة الجمهور " فإن رجل الإعلام يجب أن يتميز بصفات خاصة، منها أنه لا بد أن يكون موضع ثقة الشخص الذي توجه إليه الفكرة، وأن يتصف بالاحترام والأمانة والصدق" (١).

والإسلام انتهج نهج الصدق وإثبات الحقائق منذ بداية الوحي، فهو قديم قدم الإسلام ذاته، وإثبات الحقائق في القرآن الكريم والتثبت من رواية الحديث وعلم الرجال في السنة المطهرة دليل على ذلك " أما الصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها الأصلية فهي الميزة البارزة في الإعلام الإسلامي، وأصل من أصول منهجه، وما علم الحديث وكتب الرجال وتقصي الحقائق بذلك المنهج الفريد القائم على الاستقراء والتوثيق والتضعيف، إلا أكبر دليل على ذلك، كما أن الإسلام متميز في عرضه للحقائق بأنه لا يثبتها عن طريق الحدس والتخمين، ولا يعرضها بأسلوب التدليس والمغالطة، وإنما يبني حقائقه على العلم الموصل إلى اليقين، وعلى الصدق الموصل إلى الثقة والاطمئنان، كيف لا يلتزم بذلك في إعلامه في إبراز الحقائق والفكرة الإعلامية، وإعلامه يقرر هذه الحقيقة، ﴿ وَمَنْ أَصْدَقُ مِنَ اللَّهِ حَدِيثًا ﴾ [النساء: ٨٧] ﴿ وَمَنْ أَصْدَقُ مِنَ اللَّهِ قِيلًا ﴾ [النساء: ١٢٢] (٢).

وعندما يتحلى الإعلامي المسلم بالصدق، يسهم في بناء مجتمعه بوعي وإدراك، ومعرفة بالحقائق، بأسلوب يؤدي تعزيز الثقة بين أفراد المجتمع وبين وسائل الإعلام، مما يسهم في استقرار المجتمع ويحد من انتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة التي قد تسبب الفتن والنزاعات، والصدق ليس فقط واجباً أخلاقياً مهنياً فحسب، بل هو أمر رباني يلتزم به المسلم في كل جوانب حياته، ويجب أن يبني عليه الإعلامي المسلم مهنته ورسالته في خدمة المجتمع.

(١) الإعلام الإسلامي وتطبيقاته الحديثة، محي الدين عبد الحليم، مكتبة الخانجي بالقاهرة، ودار الرفاعي بالرياض، الطبعة

الثانية ١٤٠٤هـ - ١٩٨٤م، ص ٢٩

(٢) الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، د.عبدالله قاسم الوشلي، دار عمار للنشر والتوزيع

_ صنعاء، الطبعة الثانية ١٤١٤هـ - ١٩٩٣/١٩٩٤م. ص ٣٥.

ب. القدوة الحسنة:

للقدوة الحسنة أهمية بالغة، ودورًا محوريًا في حياة الأفراد والمجتمعات، فهي من أبرز العوامل المؤثرة في مسار حياة الناس، ودافعًا نحو التغيير والإصلاح، كما تعتبر عنصرًا حيويًا في إعداد الأجيال على مر العصور، حيث تسهم في تكوينهم العلمي والتربوي، بما يصلحهم ويصقلهم، ويؤهلهم لتحمل مسؤولية التكليف وأداء أمانة الاستخلاف، وعمارة الأرض وفق منهج النبوة.

وقد أبرز الله تعالى في القرآن الكريم الأنبياء كنماذج بشرية عليا، وجعلهم قدوة ومنازة للناس، وحث على الاقتداء بهم، كما قال سبحانه: ﴿أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهِدْلِهِمْ اقْتَدِهٖ﴾ [الأنعام: ٩٠]، كما أشار الله تعالى في كتابه الكريم بوضوح إلى أهمية الاقتداء والتأسي بنبيينا محمد صلى الله عليه وسلم، كما في قوله تعالى: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا﴾ [الأحزاب: ٢١] ، وقد زكى الله منهجه وطريقته ودعوته فقال: ﴿وَإِنَّكَ لَتَهْدَى إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ﴾ [الشورى: ٥٢]

وبالنسبة للشخصية الإعلامية الإسلامية، فإن القدوة الحسنة تمثل حجر الزاوية في تربية النفوس وتهذيبها، فالقدوة بالنسبة للعاملين في حقل الإعلام الإسلامي ليست مجرد شعار يُرفع أو صورة تُعلق، بل هي تجسيد حي للقيم والمبادئ التي يؤمن بها الإعلامي ويسعى لنقلها إلى المجتمع " وعلى دعاء الإسلام أن يدركوا هذه الحقيقة، فإلى جانب المواصفات اللازمة لخلق رجل الإعلام بصفة عامة، فإنه لا بد أن يتصف رجل الإعلام الإسلامي إضافة إلى ذلك بصفات خاصة تجعله قدوة حسنة لجماهيره، لأنه من غير المعقول عدم انسجام القول مع العمل يقول الله تعالى: ﴿يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ﴾ [الصف: ٢-٣] (١).

(١) الاعلام الإسلامي وتطبيقاته الحديثة، محي الدين عبد الحلیم، مرجع سابق، ص ٢٩

وهذا يجعل الإعلامي المسلم أمام مسؤولية كبيرة تجاه نفسه، وتجاه جمهوره المتلقي، ويحتم عليه أن يجعل من نفسه مثالا يحتذى في الالتزام بقيم الإسلام، وتمثلها في حياته المهنية والعملية، " ورجال الإعلام هم الذين يقومون بتزويد الناس بالحقائق السليمة والمعلومات الصحيحة، ينظرون إلى القدوة الحسنة على أنها وسيلة من وسائل الاعلام تغني في ذاتها عن بذل الجهود الإعلامية في سبيل دعوة ينشرونها، أو فكرة يدعون إليها أو عقيدة أو سياسة جديدة ينشرونها ونحو ذلك، وأن الصحابة رضوان الله عليهم كان من أنجح أساليبهم في نشر الدعوة اسلوب القدوة الحسنة" (١).

فالإعلامي الذي يسير على نهج النبوة ويقتدي بأخلاق الرسول صلى الله عليه وسلم، يترك أثراً طيباً في نفوس الناس، وتتجلى في التزام الإعلامي بالصدق والأمانة في النقل أو الكتابة أو القول، دون تحريف أو تزييف، مع الابتعاد عن نشر الفتن والشائعات، التي من شأنها الإضرار بالمجتمعات أو الأفراد، كما تتجلى في احترامه للآخرين، وتقدير آرائهم، والالتزام بقيم الإسلام، ليسهم في بناء مجتمع متماسك قوامه الأخلاق الإسلامية بفضائلها.

ج. الصبر:

يتعرض العاملون في مجال الإعلام عموماً، والعاملون في مجال الإعلام الإسلامي على وجه الخصوص لضغوط وتحديات كبيرة، سواء من حيث تسارع الأحداث التي يتوجب عليهم مواكبتها تغطية ونقلًا وتحليلًا، وإعطاء جمهورهم معلومات حقيقية بشأنها، أو من حيث الانتقادات الموجهة إليهم وتباين الآراء واختلافها، بالإضافة لسيل الوسائل والأساليب التي يتبعها الإعلام الموجه نحو المسلمين، ومحاولتهم طمس الهوية الإسلامية، ودعوات الانحلال والانحراف التي تتبناها تلك الوسائل.

(١) الاعلام في صدر الإسلام، عبد اللطيف حمزة دار الفكر العربي القاهرة، ص ٦٨.

لأجل هذا وغيره كان لزاماً على الإعلامي المسلم أن يتحلى بقدر كبير من الحكمة والصبر وقوة التحمل، حتى يتمكن من مواجهة هذه التحديات بثبات ووعي، دون أن ينجر وراء الانفعالات أو التأثيرات السلبية التي قد تحدثها تلك الوسائل.

والصبر من أعظم الأخلاق التي ينبغي أن يتصف ويتخلق بها الإعلامي، إذ يمثل دعامة أساسية في بناء شخصيته وتمكينه من أداء رسالته بفعالية وأمانة.

يقول الله تعالى في كتابه الكريم: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾ [آل عمران: ٢٠٠]، وفي الصبر اقتداء بأشرف خلق الله ورسوله الكرام الذين سماهم الله عز وجل أولي العزم، حيث خاطب نبيه صلى الله عليه وسلم ونحن معنيون بالخطاب معه بقوله تعالى: ﴿فَأَصْبِرْ كَمَا صَبَرَ أُولُو الْعَزْمِ مِنَ الرُّسُلِ وَلَا تَسْتَعْجِلْ لَهُمْ﴾ [الأحقاف: ٣٥]، وأمر الله سبحانه نبيه بالصبر مع المؤمنين في قوله: ﴿وَاصْبِرْ نَفْسَكَ مَعَ الَّذِينَ يَدْعُونَ رَبَّهُمْ بِالْغَدَاةِ وَالْعَشِيِّ يُرِيدُونَ وَجْهَهُ﴾ [الكهف: ٢٨] وفي ما ذكر من الآيات دلالة على أهمية الصبر في حياة المسلمين عموماً، وفي المقدمة منهم العاملون في حقل الدعوة والإعلام، حيث ومهمتهم بحاجة ماسة للتخلي بقدر عال من الصبر في مواجهة العوائق والتحديات الكثيرة التي تعترض عملهم.

وعلى رجل الإعلام " أن يكون متسامحاً صبوراً محباً لعمله شغوفاً به، لا يهدف من وراء ذلك إلى مطلب مادي أو أدبي، ذلك لأن هذا العمل يجب أن يختلط بدمه ويصبح جزءاً منه، يتحمل من أجله المشاق والصعاب دون كلل أو ملل" (١).

والإعلامي المسلم يسير على خطى الأنبياء في الصبر والاحتمال " الصبر وهو زاد الاعلامي في ادائه لمهمته يقول الله تعالى على لسان انبيائه ﴿ وَمَا لَنَا أَلَّا نَتَوَكَّلَ عَلَى اللَّهِ وَقَدْ هَدَانَا سُبُلًا وَلَتَصِيرَنَّ

(١) الاعلام الإسلامي وتطبيقاته الحديثة، محي الدين عبد الحلیم مرجع سابق، ص ٣٢.

عَلَى مَا آذَيْتُمُونَا وَعَلَى اللَّهِ فَلْيَتَوَكَّلِ الْمُتَوَكِّلُونَ ﴿١٢﴾ [إبراهيم: ١٢] ويقول على لسان لقمان عليه السلام: ﴿يَبْنَئِ أَقِمِ الصَّلَاةَ وَأْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَأَنْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأَصْبِرْ عَلَى مَا أَصَابَكَ إِنَّ ذَلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ ﴿١٧﴾ [لقمان: ١٧] (١).

وبناء على هذا نعلم أن الصبر وقوة التحمل من أعظم النعم التي يمن الله بها على عباده، وينبغي أن تكون بالنسبة للإعلامي منهج حياة يضبط سلوكه ويقود تفكيره، مما يعينه على تقديم محتوى إعلامي نافع ومؤثر، يخدم المجتمع ويحترم قيمه.

د. التواضع:

التواضع خلق رفيع وقيمة إنسانية نبيلة، حض عليها الإسلام ورفع من شأنها، ومكان التواضع القلب أولاً، ثم ينتزل سلوكاً وتصرفاتٍ على أرض الواقع في التعامل مع الناس، وهذه التصرفات المنفردة إنما هي تعبير جزئي عن التواضع الكائن في القلب، وهو كلٌّ وجوهر لا يقبل التجزئة، ولا الانتقاص منه، قال الله تعالى في كتابه الكريم مشيراً إلى أهمية التواضع في التعامل مع الناس، حتى في مواجهة الجاهلين: ﴿وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا ﴿١٦٣﴾﴾ [الفرقان: ٦٣]، والله سبحانه وتعالى أمر نبيه عليه الصلاة والسلام فقال: ﴿وَأَخْفِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ ﴿٢١٥﴾﴾ [الشعراء: ٢١٥] وفي وصايا لقمان عليه السلام التي ذكرها الله في القرآن ما قاله لابنه: ﴿وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ ﴿١٨﴾﴾ [لقمان: ١٨]

والتواضع أيضاً يعني السهولة واللين والرفق، والبعد عن التكلف سواء كان فعلياً أو قولياً " ولذلك يحاول مقدم البرامج أن يكون طبيعياً في أدائه لرسالته، ولا يلجأ إلى الألفاظ الصعبة

(١) المرجعية الإعلامية في الإسلام د. طه الزبيدي، مرجع سابق، ص ١٠٨.

والمتشابهة ليشدق بها ويتكلفها، بل يحاول جاهداً أن يلجا إلى السهل المألوف، فالحديث العادي الهادئ الخالي من التعقيد والالتواء تألفه النفس أكثر وتستجيب لندائه بسهولة، وأما عكسه فمما تنفر منه النفس ولا تستسيغه" (١).

والتواضع من سمات النبي صلى الله عليه وسلم وصفاته البارزة، ولذلك فإن الإعلامي الذي يتحلى بالتواضع يكون قد اقتدى بالنبي صلى الله عليه وسلم، واكتسب صفة من صفات الأنبياء، ومن ناحية عملية، فإن التواضع يجعل من الإعلامي المسلم شخصية محبوبة ومقبولة، ويتمكن من بناء علاقات قوية ومنتينة مع جمهوره، كونه يعتبر نفسه جزءاً من المجتمع الذي يخدمه، فيتولد لديهم ثقة به ويتقبلون ما يكتبه أو يقوله أو ينقله، فيساهم في الحفاظ على وحدة الصف وتجنب ما يفرق بين الناس، ويظل على اتصال دائم بجذوره وقيمه الإسلامية، وهذا يضمن له نجاحاً مبنياً على قيمه أولاً، ثم ما يحدثه من أثر إيجابي في مجتمعه وأمته.

(١) صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون، محمد خير رمضان خير، مرجع سابق، ص ٥٨.

هـ. التجرد والحيادية:

واحدة من أهم السمات والصفات التي ينبغي توافرها في الشخصية الإعلامية ليتمكن من أداء رسالته بأمانة ونزاهة، مبتعداً عن أهواءه الشخصية أو انتماءاته الضيقة، والالتزام بالحياد والموضوعية في تناول القضايا ونقل الحقائق، والإعلامي المتجرد يتخلى عن مصالحه، ولا ينصاع للضغوط، واضعاً نصب عينيه فقط إرضاء الله سبحانه، وتحقيق المصلحة العامة لمجتمعه وأُمَّته.

وفي هذا العصر الذي يعيش تجاذبات وصراعات في الفكر والسياسة ونحوها، ويتداخل فيه الحق والباطل، يصبح التجرد أساساً مهماً للإعلامي الذي يرفع لواء الحق والدعوة إليه، ويفرض عليه نقل الحقائق، مستبعداً مواقفه الشخصية أو ميوله العاطفية، ومتمثلاً قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا

كُونُوا قَوْمِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَىٰ آلَا تَعْدِلُوا أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ﴾ [المائدة: ٨]، " وهو أن ينزه نفسه ومكانته الإعلامية من جعلها سلماً يتوصل بها إلى

الأغراض الدنيوية، من مال أو جاه أو سمعه أو تقدمه على أقران، ويصون ذلك بالزهد في الدنيا والطمع بالآخرة، وقدوتنا في ذلك النبي صلى الله عليه وسلم، الذي لم يطلب على دعوته أجراً يقول الله تعالى: ﴿قُلْ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِنْ هُوَ إِلَّا ذِكْرِي لِلْعَالَمِينَ ﴿٩٠﴾ [الأنعام: ٩٠]، ويوم أن أراد زعماء

قريش أن يساوموه على إيقاف دعوته ويُبذل له ما يشاء من مال أو منصب أو جاه رفض قائلاً " والله لو وضعوا الشمس في يميني والقمر في شمالي لا أترك هذا الدين حتى يظهره الله أو أهلك دونه" (١).

(١) فقه السيرة حديث رقم (١٠) والسيرة النبوية لابن هشام ج ١ ص ٢٧٨.

وهدف النظرية الإعلامية الإسلامية من تحديد مبدأ التجرد، " أن تجعل التحمس للفكرة مرتبطا بالإيمان الكامل بها، لا بما يجنيه الفرد من وراء دعوته من مال أو منصب أو جاه فإذا قل الأجر أو فُقد المنصب أو الجاه امتنع عن بث دعوته وإقناع الناس بها"^(١).

والإعلامي المتجرد يدرك أن مسؤوليته هي نقل الحقيقة بموضوعية ودون انتقائية، فالله سبحانه وتعالى يأمرنا بالإنصاف والعدل في قوله: ﴿ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَرِهَتْ لَكُمْ آبَاؤُكُمْ وَأَوْلَادُكُمْ ﴾ [الأنعام: ١٥٢]، ولا يتحقق العدل إلا بالتجرد والحياد الذي يجعل الإعلامي بعيداً عن ميوله العاطفية أو الشخصية، غير متحيز لطرف على حساب آخر، وبهذا يحقق الإعلامي رسالته وأمانته تجاه الله وتجاه الناس بأفضل طريقة وأفضل صورة.

وختاماً... فإن الشخصية الإعلامية المسلمة تستمد مقوماتها من القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، حيث تمثل أخلاق الإسلام أهم هذه القيم التي يجب أن يتسم بها الإعلامي المسلم، والتي ينبغي أن تكون منعكسة في كل ما يقدمه من أخبار ومعلومات، ويكون أدائه متوافقاً مع مبادئ الحق والعدل.

والقرآن يؤكد على ضرورة التثبت قبل النشر، وتجنب الشائعات والأكاذيب التي قد تحدث الفتن والانقسامات المجتمعية، مؤكداً على الانحياز للحق والخير والعدل.

(١) المرجعية الإعلامية في الإسلام تأصيل وتشكيل د. طه أحمد الزبيدي، مرجع سابق، ص ١٠٦.

المطلب الثالث: المقومات النفسية

تعتبر المقومات النفسية بالنسبة للإعلامي المسلم مثل درع يحميه في مسيرته العملية والمهنية، وسلاحاً يقاتل به في معركة الدفاع عن القيم والمبادئ وترسيخها في نفوس المسلمين، وهي انعكاس حي لمدى إيمانه بفكرته وقيمه، كما أنها مصدر إلهام لكل من يسعى لأن يكون صوتاً للحق في عالم ممتلئ بضجيج الباطل.

وفي وسط هذا الضجيج وأباطيله، يقف الإعلامي المسلم حاملاً رسالته المنبثقة من عمق إيمانه، والمستندة إلى قيم القرآن الكريم والسنة النبوية، والتي تضيء عليه تميزاً وقدرة على مواجهة التحديات المختلفة.

فالإعلامي المسلم يجب أن يتصف بقوة وبشجاعة، تمكنه من قول الحق بثقة نفس تمكنه من مواجهة الضغوط والتحديات، ويتمسك بمبادئه وأخلاقه، كما يتسم بحكمة نابغة من فهم عميق للأمور، تمكنه من توجيه رسالته بأسلوب يلامس العقول والقلوب.

والمقومات النفسية تعد لبنة هامة في الأساس الذي يبني عليه الإعلامي المسلم دوره في المجتمع، بحيث يكون صوته منارة للحق، يعمل بكل ما أوتي من جهد وطاقة لتحقيق رسالة الإسلام وتبليغها بكل الوسائل الممكنة، ومن المقومات النفسية للشخصية الإعلامية المسلم:

أ. الشجاعة.

ب. الثقة بالنفس.

ت. قوة الشخصية

أ. الشجاعة:

الشجاعة صفة ومقوم مهم من صفات ومقومات الإعلامي المسلم، وهي لا تعني فقط الجرأة في الحديث، والقدرة على مواجهة الجمهور، بل تعني قوة الإعلامي في التمسك بمبادئه وثوابته الإسلامية، ونقلها للناس بصدق، حتى إن كان ذلك سيعرضه للمخاطر أو التحديات، ومبعث هذه الشجاعة إيمانه العميق بالله، وبأن قول الحق هو واجب ديني وأخلاقي، يجب أن يتمثله الإعلامي المسلم في مسيرته المهنية والعملية.

والله سبحانه وصف الدعاة والمبلغين بأنهم يخشونه هو لا سواه ﴿ الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَكَفَى بِاللَّهِ حَسِيبًا ﴾ [الأحزاب: ٣٩]، وفي الآية تأكيد على أن الشجاعة الحقيقية هي الخوف من الله وحده، وهذا ما يجب أن يكون عليه الإعلامي المسلم في نقله للحقائق، فهو ينقل الرسالة بكل أمانة دون أن يتأثر بالضغوط أو يخشى عواقب قول الحقيقة.

" وإن مهمة الإعلامي هي قول كلمة الحق والجهر بها، غيرة على دين الله سبحانه وتعالى، وعليه الموازنة بشجاعة بينه خوفه وبين الأثر الذي يمكن أن يحدثه، وأن يجعل الشرع ميزانا في ذلك مغلبا مصلحة الشرع على مصلحة نفسه" (١).

والصمود في وجه الإغراءات أو الضغوط صفة تليق برجل الإعلام " والشجاعة في العمل الإعلامي تعني أيضاً عدم الرضوخ للضغوط الخارجية، سواء كانت من السلطة أو من المجتمع، وفي كثير من الأحيان، يكون الإعلامي في موقف يتطلب منه الصمود في وجه هذه الضغوط، والبقاء ثابتاً على مبادئه، متمسكاً بقول الحق مهما كانت التبعات، ومن خلال الولاء لله يتحقق هدف النظرية الإعلامية الإسلامية، في إيجاد رجال إعلام يقولون الحق ولا يخشون في الله لومة لائم، وفي كل موقف

(١) صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون، محمد خير رمضان خير، مرجع سابق ص ٥٨.

أو قضيه يبرزون جوانب الخير والصدق والحق والأمانة، ولا يرضون الغش والتدليس، يواصلون ليلاهم ونهارهم من أجل إغاثة الملهوف وإعانة المنكوب وخدمة الآخرين دون نفاق أو خداع أو رياء" (١).
 إذا فالشجاعة تمنح الإعلامي القوة لمواجهة الضغوط والتحديات، وتجعل منه صوتاً للحق والعدل في المجتمع، وتتعزيز بذلك قدرته على أن يكون قائداً فكرياً ومهنياً، يسهم في توجيه الرأي العام نحو الخير والحق، ويرسخ القيم الإسلامية في المجتمع.

ب. الثقة بالنفس:

تتجلى ثقة الإعلامي بنفسه من خلال قدرته على إيصال رسالته الإعلامية بوضوح وسهولة، ملتزماً بالحق والصدق فيما يطرحه، والثقة بالنفس صفة أساسية ينبغي أن يتحلى بها المسلمون عموماً، والعاملون في المجال الإعلامي على وجه الخصوص، كون هذا المجال يتطلب مواجهة الجمهور والتأثير فيه.

والإيمان بالله والاعتماد عليه من أعظم الوسائل والطرق المؤدية إلى اكتساب ثقة نفس دائمة ومتوازنة، دائمة بدوام التزام الإعلامي المسلم بمنهج ربه، ومتوازنة بحيث لا تتحول ثقة مفرطة ينتج عنها غرور وتكبر، والله سبحانه يحكي عن المؤمنين ومدى ثقتهم بأنفسهم باعتمادهم على ربهم فيقول:
 ﴿الَّذِينَ قَالَ لَهُمُ النَّاسُ إِنَّ النَّاسَ قَدَّ جَمَعُوا لَكُمْ فَأَخْشَوْهُمْ فَزَادَهُمْ إِيمَانًا وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ وَنِعْمَ الْوَكِيلُ﴾ [آل عمران: ١٧٣].

والثقة واحدة من أسرار قبول الرسالة الإعلامية، أي أن يزرع الإعلامي الثقة في نفوس جمهوره، ولن يكون له ذلك إلا إن كان واثقاً بنفسه متمكناً من أداء رسالته " والمهم في هذا الاتصال هو مدى

(١) الإعلام الإسلامي المبادئ، النظرية، التطبيق، محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص ٧٦.

ثقة الجمهور في مصدر الإعلام، لأن هذه الثقة هي الأساس الذي يبني عليه الجمهور تصديقه أو عدم تصديقه للرسالة الإعلامية^(١).

والثقة بالنفس يمكن أن تأتي بمعنى الإرادة " حقا إن الإرادة القوية تصنع الرجال وتجعل عواطفهم صلبة غير منحلة، وخواطهم متماسكة غير متميعة، لا يعرفون إلا العزة في الحياة، ولا يضعف من شخصيتهم الإسلامية القوية زمن محدد أو ظروف معينة، بل يبقى عنوان قوتهم هو حب مبدأهم والدفاع عنه بحكمة وقوة"^(٢).

وحين يمتلك الإعلامي الثقة بالنفس، يكون لديه القدرة على حسن إدارة ذاته، والتغلب على المواقف الحرجة، وتجاوز العقبات، وهي من العوامل الهامة التي تمكنه من الانفتاح على الآخرين، وحسن التواصل معهم، بالإضافة إلى أنها تساعده على توظيف إمكانياته وقدراته التوظيف الأمثل سواء في الكتابة والنقل، أو في إدارة الحوارات ونحوها.

والإعلامي صاحب هدف واضح يستمد منه ثقته أيضا وهو تبليغ الناس الحقائق، وإرشادهم للحق، مسترشداً بقيم الصدق والعدل ونحوها، كما أن ثقة الإعلامي بنفسه، هي نتاج توازن بين معرفته بقدراته، ووعيه بمسؤولياته أمام الله وأمام جمهوره الذين نال ثقتهم وفتحوا آذان قلوبهم لما يقوله، كما أنها تتأسس على مبادئ الإسلام وقيمه العليا، ويسعى لنشرها بصدق وإخلاص، متوكلا على الله ومعتمداً عليه في كل خطوة.

ج. قوة الشخصية:

يتمكن الإعلامي ذو الشخصية القوية من التأثير والإقناع، وتجعله متميزاً عن غيره في هذا المجال، وهي ليست منحصرة في مواجهة الجمهور بشجاعة، بل هي إيمان بما يُقدّم، وقدرة على تحمل

(١) الإعلام في صدر الإسلام، عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق، ص ٧٥.

(٢) صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون، محمد خير رمضان خير، مرجع سابق، ص ٧٩.

المسؤولية بصدق وأمانة، كما تعني امتلاك رؤية واضحة ومستقلة، غير متأثر بالضغوطات الخارجية، ولا يدور مع التيارات المختلفة حيث دارت، قال الله تعالى في كتابه الكريم: ﴿ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴾ [آل عمران: ١٥٩]، فقوي الشخصية واثق بنفسه متوكل على ربه يتجاوز العوائق والتحديات، مؤديا عمله بكل صدق وأمانة.

ومن مظاهر قوة الشخصية قوة الحجة والبيان " مقدم البرامج الإسلامية ينبغي أن يكون قوي الحجة في حديثه، مستندا إلى الشواهد التي يلزم وجودها في الموضوع لتوثيقه وضبطه وتحقيقه، وذلك حتى يكون أقرب إلى الإقناع والقبول من المدعين.

وإن مقدم البرامج الإسلامية يلزمه الاطلاع على جوانب الموضوع الذي يلقيه كله، والالمام بشعبه المتناثرة هنا وهناك، ومن ثم تبسيطه ليكون مفهوما، وتحقيقه ليكون مقنعا، وتوثيقه وبيان شواهد وجميع حججه القوية الدافعة ليكون مؤثرا ومفيدا ومثمرا" (١).

كما أن قوة شخصية الإعلامي، تجعله قادرا على مواجهة الأزمات والتحديات بثبات وهدوء، ويستطيع أن يتعامل مع المواقف الصعبة بانتزان لا ضعف فيه، مستعينا بربه متوكلا عليه، كما يقول الله تعالى عن المؤمنين: ﴿ الَّذِينَ قَالَ لَهُمُ النَّاسُ إِنَّ النَّاسَ قَدَ جَمَعُوا لَكُمُ فَأَحْشَوْهُمْ فَرَادَهُمْ إِيمَانًا وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ وَرِعَاةَ الْوَكِيلِ ﴾ [آل عمران: ١٧٣].

(١) صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون، محمد خير رمضان، مرجع سابق، ص ٥٢، ٥٥.

المبحث الثاني: المقومات الحسية

وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: المقومات العلمية والثقافية.

المطلب الثاني: المقومات المهنية

المطلب الثالث: المقومات الشكلية

تمهيد:

تتطلب الشخصية الإعلامية المسلمة خلال مسيرة عملها مجموعة من المقومات أو الصفات المادية والحسية، والتي تعمل على تعزيز الكفاءة والفاعلية في إنجاز وأداء المهام المختلفة، وهذه المقومات جزء أساسي في هوية الإعلامي، فهو في عمله سفير لدينه ومجتمعه، وللمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها أيضاً، حيث تطلب منه القدرة على الاتصال والتواصل مع جمهوره المتلقي للرسالة التي يحملها متمثلاً قول الله سبحانه وتعالى: ﴿ قُلْ هَدَيْتُهُ سَبِيلًا أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعِيَ وَسُجِنَ اللَّهُ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴾ [يوسف: ١٠٨].

المطلب الأول: المقومات العلمية والثقافية

بالعلم والتعلم والمعرفة تسمو الشخصية الإعلامية المسلمة، وبه يعرف طريق الحق والخير، ويتضح له مسالك الحياة، فيمضي في أداء عمله على هدى وبصيرة، وبالعلم تتميز شخصيته عن غيره، فيجمع بين الفكر المستنير والمعرفة النافعة، وقد امتن الله تعالى على نبيه الكريم بتعليمه، فقال: ﴿عَلَّمَهُ شَدِيدُ الْقُوَى ﴿٥﴾ ذُو مِرَّةٍ فَاسْتَوَى ﴿٦﴾ [النجم: ٥-٦]﴾، وأكد سبحانه على أهمية العلم في حياة المسلم بقوله: ﴿أَقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ﴿١﴾ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ﴿٢﴾ [العلق: ٣-٤]﴾، وجعل العلم من أعظم ما يمكن أن يطلبه الإنسان، حيث حض الله نبيه على الاستزادة من العلم، فقال: ﴿وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا ﴿١١٤﴾﴾ [طه: ١١٤]، لذا، يعد العلم أحد المقومات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها الإعلامي المسلم ليتمكن من أداء رسالته بوعي وإتقان.

ويمكن تحديد أهم المقومات العلمية التي يحتاجها الشخصية الإعلامية بالآتي:

- أ- إتقان تلاوة القرآن الكريم.
- ب- الفهم العميق للإسلام.
- ج- إجادة اللغة العربية.
- د- القدر الكافي من العلم في تخصصه ومجال عمله.
- هـ- الوعي الثقافي

أ- إتقان تلاوة القرآن الكريم:

إتقان تلاوة القرآن الكريم يعتبر من أهم الصفات التي يحتاجها الشخصية الإعلامية المسلمة، وله دور مهم في تعزيز فعالية الرسالة الإعلامية، والإتقان لا يقتصر على كونه مجرد مهارة فنية، بل يتعدى ذلك ليصبح ركيزة أساسية تعكس مدى التزام الإعلامي بقيم دينه، وارتباطه بكتاب ربه، وعندما يؤدي الإعلامي تلاوة القرآن الكريم محسنة مجودة، فإنه يكسب احترام جمهوره وثقتهم، ويضمن وضوح الرسالة القرآنية، مما يجعل من السهل على المستمعين فهم المعاني العميقة التي يحملها النص القرآني، وبالتالي يزيد من تأثيرها في نفوس المستهدفين من الرسالة الإعلامية، بحيث تعمق صلة الجمهور بدينهم وعقيدتهم، وتلهمهم للالتزام بنصوصه وتعاليمه.

كما أن إتقان تلاوة القرآن الكريم تساعد في ضبط لغة الإعلامي وتقويم لسانه، ويساعده في توجيه خطابه الإعلامي ورفع قيمة البرامج أو الرسائل الإعلامية، وتغرس في نفوس المستمعين روحاً إيمانية تجعلهم أكثر تقبلاً وتأثراً بما يُعرض عليهم.

والله سبحانه وتعالى بين أن القرآن الكريم يهدي للطريق القويم ﴿ إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ ﴾ [الإسراء: ٩]، وينبغي على الداعية أن يتقن القرآن تلاوة، وأن يحفظ منه قدر ما يستطيع بحيث يمكنه استحضار والاستشهاد به " يجب على الداعية أن يدرس كتاب الله تعالى دراسة واعية، يدرس فيه كمفكر لكل ما يحتويه من معانٍ ونصوص وأوامر ونواهي وقوانين وتشريعات، وأن يتمعن في الغرض الذي نزل من أجله.

وقد حوى القرآن من حقائق الغيب وحقائق النفس والحياة والمجتمع الإنساني الكثير مما يفيد الداعية، ومن هنا كان على الداعية أن يحفظ من القرآن قدر ما يستطيع ليكون أقدر على استيعابه

واستحضاره والاستشهاد به في كل مناسبة، ومن لوازم ذلك أن يحسن تلاوة القرآن بإتقان وأن يدرس من أحكام التجويد ما يصحح به قراءته" (١).

والإعلامي يمارس الدعوة من خلال عمله " الإعلامي هو أحد الدعاة إلى دين الله عز وجل، ومن مقومات الداعية هو العلم، يقول الله عز وجل: ﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعْتُ ﴾ [يوسف: ١٠٨] ومن مقتضيات البصيرة العلم، ولذا إن أراد الإعلامي أن يكون إسلامياً بحق، مستقيماً على الصراط القويم، راشداً ومسترشداً، يحتاج ولا بد له إلى قدر مقبول من العلم والفقهاء في الدين، والإحاطة بالعلوم الشرعية من قرآن وسنة وفقه وعقيدة وسيرة" (٢).

والإعلامي يسير على نهج الأنبياء الذين كانت مهمتهم إعلامية دعوية " لا شك أن الوقفة المتأنية أمام القرآن الكريم تجعل الإعلاميين المسلمين يستوعبون الأسس النظرية لهذا الإعلام، وخاصة أن مهمة الرسل هي مهمة إعلامية وكان هدفهم واحداً وإن تعددت رسائلهم وفقاً لنوع مجتمعاتهم وطبيعة رسالاتهم وظروف زمانهم. ولكن نوحاً وإبراهيم وشعيباً وهوداً وكافة الرسل حتى خاتم الأنبياء محمد صلى الله عليه وسلم كانوا يدعون الناس كي يعبدوا الله ما لهم من إله غيره" (٣).

ونخلص هنا إلى أن إتقان الإعلامي لتلاوة القرآن تجعله أكثر تمكناً، وأفضل أداءً، وتكون رسالته الإعلامية التي يقدمها أكثر وضوحاً وتأثيراً.

(١) الإعلام الإسلامي، المبادئ، النظرية، التطبيق، محمد منير حجاب دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ٢٠٠٢م. ص ٢٤٥.

(٢) المرجعية الإعلامية في الإسلام تأصيل وتشكيل د. طه أحمد الزبيدي، دار الفجر للنشر والتوزيع - العراق - دار النفائس للنشر والتوزيع - الأردن، الطبعة الأولى ١٤٣٠هـ - ٢٠١٠م، ص ١٠٩.

(٣) النظرة الإسلامية للإعلام: محاولة منهجية، محمد كمال الدين إمام، دار البحوث العلمية للنشر والتوزيع، ١٩٨١م، ص ١١٤-١١٥.

ب - الفهم العميق للإسلام:

الفهم العميق للإسلام هو حجر الأساس للشخصية الإعلامية المسلمة، فهو الذي يمكنها من تقديم محتوى إعلامي متزن ومؤثر يعكس قيم الدين الحنيف، وهذا الفهم يتطلب إدراكًا شاملاً لمقاصد الشريعة وأحكامها، بحيث يكون الإعلامي المسلم قادرًا على تمييز الحق من الباطل، ونقل الحقيقة بأمانة وموضوعية. يقول الله تعالى: ﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعِيَ ﴾ [يوسف: ١٠٨] فالبصيرة هي العلم والفهم العميق الذي يوجه الإعلامي المسلم في دعوته للحق ونشره للمعرفة، " وهكذا نرى أن العمل الإعلامي لا بد أن تحكمه مرجعية فكرية، تحدد له رؤاه الفكرية وتمده بزاد روحي وقوى معنوية لازمة، لكي ينجح في إقناع الجمهور واستمالاته أو تحييده، ومن ثم فإن الحفاظ على الهوية العقائدية هو التحدي الأكبر الذي يضع صلابة الإرادة موضع الاختيار، وهي القيمة المقدسة التي تشمل على دستور هذه الأمة وتراثها وثوابتها الراسخة الضاربة في أعماق الإنسان المسلم لأنها هي الحقيقة التي تميزها عن غيرها من الأمم.

وتكون المرجعية الإسلامية في الاستمساك بما أنزل الله، لأن الجمهور المسلم يؤمن بأن الله عز وجل قد تكفل لمن خلصت عقيدته وصلح فكره بالسعادة في الدنيا والآخرة، وتهدد من أعرض عنه وفسدت عقيدته بالشقاء في الدارين، كما يدرك الجمهور المسلم أيضًا أن عقيدته هي العقيدة الحق التي حفظها الله عز وجل في كل العصور وكافة مراحل التاريخ، وفي ذلك يقول الله عز وجل: ﴿ إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا

الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ ﴿٩﴾ [الحجر: ٩] " (١).

(١) إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، أ.د. محي الدين عبد الحليم، العدد ٦٤ من كتاب الأمة الصادر عن وزارة الشؤون الإسلامية بقطر ١٤١٩هـ، ص ٩٠، ٩١.

وإن وظيفة رجل الإعلام وهي وظيفة دعوية تهدف لهداية الناس وإخراجهم من الظلمات إلى النور، وهذه المهمة بحاجة لمعرفة دقيقة وعميقة للدين الإسلامي "يجب على رجل الإعلام الإسلامي أن يتعرف بكل عمق ودقة على حقيقة دينه، وسعة جوانبه، ليقدّم ما يستطيع للمسلمين وللإنسانية جمعاء من دعوة صافية لتوحيد الخالق الأحد، لإخراجهم من الظلمات إلى النور، للسعادة في داري الدنيا والآخرة"^(١).

وإلى جانب ذلك، يحتاج الإعلامي المسلم إلى تعلم فقه الدين الإسلامي، وفهم أحكام الشريعة وأخلاقيات الإسلام، وبما يمكنه من التعامل مع المحتوى الإعلامي وفق مبادئ وقيم الإسلام وضوابطه الشرعية، وفقاً لقول الله سبحانه ﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعِيَ ﴾ [يوسف: ١٠٨]، والبصيرة هنا: "فعلية بمعنى فاعلة، أي الحجة الواضحة، والمعنى أدعوا إلى الله على بصيرة متمكنا منها"^(٢).

كما أن هذا الفهم يمنحه القدرة على التواصل مع مختلف شرائح المجتمع، وتقديم الرسالة الإعلامية بأسلوب يلبي احتياجاتهم، ويعكس روح الإسلام السمحة، ويمنحه ثقة بنفسه وقوة في مواجهة التحديات الفكرية والثقافية، وفق الغاية من رسالة النبي صلى الله عليه وسلم ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ﴾ [الأنبياء: ١٠٧].

ج - إجادة اللغة العربية:

تعتبر هذه الصفة من أكثر الصفات أو المقومات التي يحتاجها الإعلامي المسلم لإيصال رسالته بدرجة عالية من الدقة والوضوح، فاللغة العربية هي لغة القرآن ولسانه كما في قوله عز وجل:

(١) الإعلام الإسلامي المرتجي هشام الدلاطي، بحث تمهيدي لمرحلة الماجستير في الدراسات الإسلامية، كلية الإمام الأوزاعي للدراسات الإسلامية ببيروت، ١٤٢٦هـ - ٢٠٠٥م. ص ٢.

(٢) التحرير والتنوير لابن عاشور، طبعة الدار التونسية للنشر - تونس ١٩٨٤م، ج ١٣ ص ٦٥.

﴿ وَمِن قَبْلِهِ كَتَبَ مُوسَىٰ إِمَامًا وَرَحْمَةً ۗ وَهَذَا كِتَابٌ مُّصَدِّقٌ لِّسَانِ عَرَبِيًّا لِّبُنْدَرِ الَّذِينَ ظَلَمُوا ۗ وَبُشْرَىٰ
لِلْمُحْسِنِينَ ﴾ [الأحقاف: ١٢] والله سبحانه وتعالى امتدح كتابه في كثير من الآيات وبين فصاحته
وبلاغته كما في قوله: ﴿ وَقَدْ نَعَلِمُ أَنَّهُمْ يَقُولُونَ إِنَّمَا يُعَلِّمُهُ بَشَرٌ لِّسَانُ الَّذِي يُلْحِدُونَ إِلَيْهِ أَعْجَمِيٌّ
وَهَذَا لِسَانٌ عَرَبِيٌّ مُّبِينٌ ﴾ [النحل: ١٠٣] وقوله: ﴿ فَرَأَيْنَا عَرَبِيًّا غَيْرَ ذِي عِوَجٍ لَّهُمْ يَتَّقُونَ ﴾ [الزمر: ٢٨]،
ولبيان أهمية اللغة في إيصال البلاغ ببيان ووضوح فإن الله سبحانه وتعالى أرسل الرسل
بلغات أقوامهم، حتى يكون الفهم بينهم متبادلاً قال تعالى: ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ
لِيُبَيِّنَ لَهُمْ ۗ ﴾ [إبراهيم: ٤].

واللغة العربية هي لغة القرآن واللغة النموذجية للإعلام في المجتمعات الناطقة باللغة العربية
" والجدير بالذكر أن آيات الدعوة والإعلام والإبلاغ والاتصال كثيرة في القرآن الكريم، بل إن لغته
وأساليبه في التعبير تدل على أن اللغة القرآنية هي اللغة النموذج في الإعلام، وتصبح دراسة القرآن
الكريم فهماً واستيعاباً إحدى المهام الرئيسية للإعلام الإسلامي، وهي أمر أساسي لتكوين رجل
الإعلام في المجتمع الإسلامي" (١).

وبما أن اللغة العربية كما سلف ذات عمق في المعنى وغنى في التعبير، فإنها تمكن الإعلامي
من نقل المعاني بطريقة فعالة ومؤثرة، وعندما يتحدث الإعلامي المسلم بلغته العربية بطريقة صحيحة
متقنة، فإنه يستحضر بذلك إراثاً ثقافياً وحضارياً عربياً، فيربط بين الحاضر والماضي، ويمنح كلماته
ثقلاً ومعنى أعمق.

(١) منهج الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية، سليم عبد الله حجازي، مرجع سابق، ص ٢٢٥.

وفي سياق العمل الإعلامي، تمنح اللغة الإعلامية القدرة على الابتكار والإبداع في صياغته لرسالته الإعلامية مقروءة كانت أم مسموعة أم مشاهدة، ويجعل محتواها أكثر جاذبية وإقناعاً، ويجسد بذلك الدور الريادي للإعلام الإسلامي في بناء الوعي وتوجيه الرأي العام بما يخدم القيم والمبادئ الإسلامية.

د - القدر الكافي من العلم في تخصصه ومجال عمله:

إن من أول وأهم ما يحتاجه من يمارس أي مهمة أو وظيفة، أن يكون لديه من الإلمام والمعرفة في تخصصه، ما يكفيه لممارسة عمله بكفاءة واقتدار، والعاملون في الحقل الإعلامي مطالبون بذلك أيضاً، وعلى وجه الخصوص منهم العاملون في الإعلام الإسلامي، حيث تطلب منهم المعرفة العميقة بتخصص الإعلام من جوانبه النظرية والتطبيقية، بحيث تشمل هذه المعرفة فهم أسس الإعلام والاتصال، وتقنيات الإعلام الرقمي، ومهارات التحرير والصياغة، وفنون الإلقاء والتقديم ونحوها.

وفي الإسلام كانت أول آية نزلت تحض المؤمنين على التعلم كما قال الله تعالى في كتابه الكريم: ﴿ أَقْرَأْ بِأَسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ۝﴾ [العلق: ١]، والأمر بالقراءة في هذه الآية يشير إلى أهمية التعلم والاطلاع، وهو ما يحتاجه الإعلامي ليتمكن من أداء دوره بمهارة واحترافية، وبما يجعله قادراً على تقديم محتوى إعلامي متميز، يلامس اهتمامات الجمهور ويؤثر فيهم بشكل إيجابي.

كما يلزم " أن يكون حاصلاً على قدر كافٍ من الدراسة في المجال الإعلامي مثل علم النفس الاجتماعي، علم الاتصال بال جماهير، والدراسة الإحصائية، والدراسات اللغوية، وبعض الفنون الصحفية والإعلامية الأخرى وغير ذلك مما توفره معاهد الإعلام للدارسين" (١)، وهذا يجعل الإعلامي يمارس

(١) صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون، محمد خير رمضان خير، مطابع الفرزدق التجارية - الرياض،

مهنته بكفاءة واقتدار، سواء من خلال تعامله مع الأجهزة المستخدمة، أو أثناء مخاطبته لجمهوره من خلال نقله للمعلومات والأخبار بطريقة سهلة وفعالة.

هـ - الوعي الثقافي:

الوعي الثقافي عنصر جوهري في بناء الشخصية الإسلامية بشكل عام وللإعلامي بشكل خاص كونه يقوم بدور تربوي وثقافي فعال، ويسهم في بناء مجتمع واعي ومبني على القيم الإسلامية، والوعي الثقافي يشمل الإلمام بالعلوم الإسلامية، وفهم تاريخ الأمة الإسلامية، ومعرفة التنوع الثقافي داخلها وخارجها، وهو يعزز قدرة الإعلامي على التواصل مع جمهور متنوع، ويتيح له تقديم رسالة إعلامية ذات صبغة إسلامية منبثقة من روح الإسلام وعدالته، وتتفاعل بإيجابية مع المستجدات العالمية وتقدم الإسلام بصورته الحقيقية، فالله تعالى يوصي المؤمنين بقوله: ﴿وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِن دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ﴾ [الأنعام: ١٠٨]، وبين القرآن أن ثمة فروقا بين أولي العلم وغيرهم كما قوله: ﴿قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ﴾ [الزمر: ٩]، وقوله سبحانه ﴿قُلْ لَّا نَفَرُ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ﴾ [التوبة: ١٢٢].

و "لا بد أن يكون الإعلامي واعياً عصره وواقعه، مدرّكاً ومنتبهاً للغزو الفكري والضغط الرهيب الذي يصدر عن أعداء الإسلام من الداخل والخارج، فيكون له وعي سياسي وبصيرة نافذة في تقديم المضمون المهم، ولا يدخل في خصومات مع من يوجه إليهم الحديث، ولا يركز على فروع المناقشات الجانبية التي لا تزيد الأمر إلا تعقيداً، بل يقدم الأهم ثم المهم وينشغل بما يصلح أحوال المسلمين وينهض بهم" (١).

(١) صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون ، مرجع سابق ص ٣٣

وإن رجال الإعلام يجب أن يكونوا على مستوى المسؤولية التي يتصدون لها، ذلك أنه على رجل الإعلام أن يعرف كيف يقرأ ويسمع ويشاهد ما يدور حوله بعين الناقد وفكر نافذ حتى يستطيع أن يحقق أهداف رسالته بكفاءة أكثر وبصورة مرضية.

وإن رجل الإعلام الناجح هو " الذي يكتشف الطريقة الصحيحة للتعبير عن الأفكار التي لديه والتي يستطيع أن يؤثر عن طريقها في أكبر عدد ممكن من الناس وقد يصل عدد هؤلاء الناس إلى الملايين، إلا أن الإعلام الناجح يشعر بمستقبل الرسالة الإعلامية أن رجل الإعلام يتحدث إليه حديثاً شخصياً ذلك أن المرسل يجب أن يكون قادراً على فهم عقلية الجمهور قريباً منهم لأن الاتصال الجماهيري الفعال هو عبارة عن اتصال عندنا شخص آخر مكرراً إلا في المرات وفي وقت واحد" (١).

والتفكير بطريقة نقدية "يعزز الوعي الثقافي والإعلامي، مما يساعد على تجنب التضليل والإثارة الإعلامية المضللة، ويمكن للمتلقي من خلاله فرز المحتوى الإعلامي بين السلبي والإيجابي، ليصبح متلقياً إيجابياً قادراً على تحليل وتقييم المضمون، وفي أوقات الأزمات والحروب تزداد أهمية التفكير والوعي النقدي لئتم التعامل مع المعلومات بشكل صحيح" (٢).

والوعي الثقافي يساعد الإعلامي أيضاً على تقديم الإسلام بشكل يتناسب مع السياق الثقافي والاجتماعي للجمهور المستهدف، ذلك لأن فهم تقاليد وثقافات المجتمعات يمكنه من صياغة رسالته بطريقة تصل إلى القلوب والعقول بطريقة إيجابية تتجنب الصراعات والفتن، مما يجعل الإعلام وسيلة فعالة لنشر القيم الإسلامية والتعريف بها في إطار يحترم تنوع الثقافات ويعزز الاحترام المتبادل، ويكون

(١) الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية د. محي الدين عبدالحليم، مكتبة الخانجي بالقاهرة - دار الرفاعي بالرياض، الطبعة

الثانية ١٤٠٤هـ ١٩٨٦م، ص ٢٥.

(٢) يُنظر: التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع وسائل الإعلام، فهد عبد الرحمن الشميمري، مكتبة الملك فهد - الرياض

١٤٣١هـ، ص ١٥٦.

الإعلامي سفيرًا حقيقيًا للإسلام، ينقل رسالته للعالم بأسلوب يتسم بالحكمة والاعتدال، ويسهم في تعزيز فهم العالم للإسلام بأنه دين العالم كله، وأنه الحق والعدل والمساواة والحرية، والسلام والتعايش. وإن جملة المقومات العلمية والثقافية تجعل من الإعلامي صاحب قوة علمية وحجة وبيان، ووعي في التعامل مع مختلف الثقافات، وبما يضمن له الحفاظ على هويته وانتماءه الإسلامي والدفاع عنه والدعوة إليه على بصيرة وهدى لا تؤثر فيها الشبهات ولا الشائعات.

المطلب الثاني: المقومات المهنية

تعد الشخصية الإعلامية المسلمة صورة ناطقة عن القيم الإسلامية الأصيلة التي تتجلى في كل كلمة وحركة، فهو يتعامل مع مهنته كرسالة سامية، ليس فقط في تقديم المحتوى أو كتابة الأخبار ونقلها، بل يدرك أنه تقع على عاتقه تربية الأجيال على الأسس والقيم الإسلامية، وهذا يتطلب منه مهارات مهنية عالية، تتماشى مع التزام صارم بالأمانة والمصداقية في ممارسة عمله، كما يلزمه بدور اجتماعي يتمثل في بناء الوعي وتوجيه الرأي العام نحو الحق والخير، وعليه أن يوازن بين حرية التعبير وواجب الاحترام، متحليًا بالحكمة في طرح القضايا، متمسكًا بهويته الإسلامية، مدافعًا عن قيمه، ومسهماً في بناء مجتمع واعٍ، قادر على التفريق بين الحق والباطل، والصواب والخطأ.

ويمكن بناء المقومات المهنية للشخصية الإعلامية على كثير من النصوص القرآنية منها:

قوله تعالى: ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ

رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾ [النحل: ١٢٥]، "وحذف المفعول للتعميم

لكونه بعث إلى الناس كافة، وسبيل الله هو الإسلام، ﴿ بِالْحُكْمَةِ ﴾ أي بالمقالة المحكمة الصحيحة.

قيل: وهي الحجج القاطعة المفيدة لليقين ﴿ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ﴾ هي المقالة المشتملة على الموعظة

الحسنة التي يستحسنها السامع، وتكون في نفسها حسنة باعتبار انتفاع السمع بها، قيل: وهي الحجج

الظنية المقنعة الموجبة للتصديق بمقدمات مقبولة، ولكن الداعي قد يحتاج مع الخصم الإلاد للاستعمال

المعارضة والمناقضة ونحو ذلك من الجدل، ولهذا قال سبحانه: ﴿ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ﴾ أي

بالطريقة التي هي أحسن طرق المجادلة" (١) وقيل: "جادل معانديهم بالتي هي أحسن طرق المجادلة، من الرفق واللين، وإيثار أيسر الوجوه وأقوم الأدلة، وأشهر المقدمات" (٢)

وقوله عزوجل أمرا عموم المؤمنين بالثبوت والتبين: ﴿يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحِّحُوا عَلَيَّ مَا فَعَلْتُمْ نَدِيمِينَ ﴿٦﴾﴾ [الحجرات: ٦] والإعلاميون مقصودون في هذه الآية من باب أولى، تجنبنا لنشر الشائعات والإضرار بالمجتمعات، كما أشار الله سبحانه إلى الذين يذيعون الأخبار وينشرونها دون التأكد فقال سبحانه: ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ أَلْخَوْفِ أَدَّعَوْا بِهٖ ۗ وَوَرَدُوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَىٰ أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنبِطُونَهُ مِنْهُمْ ۗ﴾ [النساء: ٨٣]

ويمكن اعتبار المقومات المهنية للشخصية الإعلامية بأنها:

أ- امتلاك مهارة التحدث والإقناع.

ب- القدرة على إدارة النقاش والحوار وعرض الرأي.

ج- المعرفة بوسائل وأجهزة الإعلام والاتصال.

د- المسؤولية الاجتماعية.

هـ- التفاعل مع قضايا العصر

(١) فتح القدير الجامع بين فني الرواية والدراية من علم التفسير للإمام محمد بن علي الشوكاني، دار الكلم الطيب دمشق - بيروت، الطبعة الثانية ١٤١٩هـ - ١٩٩٨م، ج ٣ ص ٢٤٢.

(٢) التفسير المنير في لعقيدة والشريعة والمنهج، الأستاذ الدكتور وهبة الزحيلي، دار الفكر دمشق الطبعة العاشرة ١٤٣٠هـ - ٢٠٠٩م، ج ٧ ص ٥٩٠.

أ - امتلاك مهارة التحدث والإقناع:

تزداد نسبة تأثير الإعلامي الذي يمتلك ويتقن مهارة التحدث والإقناع ويكون فاعلا في توجيه الجمهور وتشكيل الرأي العام، ذلك لأن القدرة على التحدث بأسلوب مقنع تعني قدرة الإعلامي على تقديم حججه وبراهينه بطريقة منطقية وواضحة، ويستخدم لغة تلهم وتُحرك العواطف، وتفتح باب التفكير والتدبر، وقد أشار القرآن الكريم إلى هذه الصفة في معرض حديثه عن القول الحسن والكلمة الطيبة في قوله: ﴿ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا ﴾ [البقرة: ٨٣].

كما يتطلب من الإعلامي حضور البديهة وطلاقة اللسان، حتى يتمكن من إيصال الرسالة على أكمل وجه، إضافة إلى القدرة على الإجابة على التساؤلات بإجابات شافية كافية، وقد حكى الله لنا قصة موسى عليه السلام بقوله: ﴿ وَيَضِيقُ صَدْرِي وَلَا يَنْظِقُ لِسَانِي فَأَرْسِلْ إِلَى هَارُونَ ﴾ [الشعراء: ١٣] وقوله: ﴿ وَأَخِي هَارُونُ هُوَ أَفْصَحُ مِنِّي لِسَانًا فَأَرْسِلْهُ مَعِيَ رِدْءًا يُصَدِّقُنِي ﴾ [القصص: ٣٤] وفي هذا دلالة على استخدام نبي الله موسى عليه السلام قوة الحجة والبيان والتأثير والإقناع بواسطة أخيه هارون عليهم السلام.

ومهارة التحدث والإقناع تمكن في مشاركة الإعلامي مشاعره وأحاسيسه عند حديثه مع الجمهور "خصائص وشروط فن الإلقاء تعتمد على العلم والفن معاً فهي ليست علماً فقط ولا فناً فقط وإنما هي مزيج بين العلم والفن إذ لا يكفي للإلقاء الجانب الفني وحده أو العلمي وحده بل كلاهما معاً، الإلقاء الناجح عبارة عن قيام المتلقي بنقل بعض معلوماته ومشاعره وأحاسيسه عن طريق الكلام إلى المتلقي مستخدماً في ذلك ما يمكن استخدامه من أجزاء جسده ونبرات صوته" (١).

(١) الإعلام الإسلامي وقواعد تقويمه ميسر سهيل، الطبعة الأولى، دار القلم، دمشق ١٤٣٣ هـ - ٢٠١٢ م، ص ٢٧٣.

ويعني هذا أن على الإعلامي أن يظل في حالة تعلم ومتابعة لنفسه، في كيفية توجيه حديثه، بحيث يجعله مقنعًا ومؤثرًا، مع الحفاظ على لطف الإعلامي وتهذيبه ومراعاة مشاعر الجمهور، مع الاستناد إلى حجج مقنعة مع استخدام أسلوب راقٍ وجذاب، مما يجعله مساهمًا في بناء مجتمعٍ أكثر وعيًا واتزانًا، وتصل رسالته بكل ذوق وأدب، ويتلقاها جمهوره بكل ترحاب.

ب- القدرة على إدارة النقاش والحوار وعرض الرأي:

الحوار جسر للتفاهم والتقارب بين كافة البشر بمختلف أعراقهم وأجناسهم وأديانهم، والإسلام في كثير من وسائله قائم على الحوار، والله سبحانه وتعالى وجه نبيه عليه الصلاة والسلام لذلك في قوله: ﴿ قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ ﴾ [آل عمران: ٦٤] وقوله سبحانه: ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ﴾ [النحل: ١٢٥] ويتضح من هذا أن الحوار والنقاش واحدة من مناهج الأنبياء في الدعوة إلى الله، وتبليغ رسالاته، والإعلامي المسلم مطالب بالافتداء بالأنبياء وفقا لقوله تعالى: ﴿ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهِدَاهُمْ أَقْتَدِ ﴾ [الأنعام: ٩٠].

ومن المهم أن يرتبط المضمون بالسعي لتحقيق الإقناع، وهذا يرتبط بدراسة فعالة لمستقبل الرسالة الإعلامية، ولذلك فقد استخدم القرآن الكريم لغة الحوار في كثير من الآيات وشنع على من يرفضونه ويعرضون عنه " دعوات الرسل كلها كانت محكومة بالحوار مع أقوامهم، وقد أطل القرآن الكريم في عرض هذه الحوارات بين الرسل وأقوامهم، ولم يشجب القرآن في هذا الباب موقفا كما شجب موقف رفض الحوار والإصرار على عدم ممارسته، قال تعالى: ﴿ وَيَلُّ لِكُلِّ أَفَّاكٍ أَثِيمٍ ﴾ ﴿ يَسْمَعُ آيَاتِ اللَّهِ تُنْزِلُ عَلَيْهِ ثُمَّ يُصِرُّ مُسْتَكْبِرًا كَأَن لَّمْ يَسْمَعْهَا فَبَشِّرْهُ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ ﴾ ﴿ [الجاثية: ٧-٨] (١).

(١) صور الإعلام الإسلامي في القرآن الكريم، عاطف إبراهيم رفاعي بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في التفسير، جامعة المدينة العالمية - ماليزيا ١٤٢٣هـ ٢٠١١م، ص ٩٤.

والمجادلة بالحسنى " أي أن يتخير الداعية أفضل طرق الجدل من ناحية المنطق والعلم والبرهان الساطع، وأن يتحمل الداعية عنت المجادل ومخاصمته، وأن يكون الهدف هو هداية المجادل وليس إحراجه أو تحقيره "جادل معانديهم بالطريقة التي هي أحسن طرق المجادلة من الرفق واللين واختيار الوجه الأيسر وأقوم الأدلة والمقدمات التي هي أشهر فإن ذلك أنفع في تسكين لهيبهم وتبيين شغبهم" (١)، وقيل: "برفق ولين وحسن خطاب" (٢). وقد قال الله سبحانه وتعالى لموسى وهارون عندما أرسلهما لهداية فرعون الطاغية فقال له: ﴿فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيْنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى﴾ [طه: ٤٤] وقال سبحانه وتعالى مؤدباً اتباع نبيه محمد صلى الله عليه وسلم أحسن الآداب في المجادلة: ﴿وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ﴾ [العنكبوت: ٤٦] (٣).

وفي المجمل، فإن القدرة على الحوار والنقاش وعرض الرأي وتوجيه الأسئلة بالنسبة للإعلامي المسلك لا تعتبر كفاءات مهنية فحسب، بل هي التزامات على الإعلامي المسلم، تعينه على أداء دوره في تبليغ رسالة الإسلام بنجاح، وعليه أن يتقنها، ويتخذ منها منهجاً يسير عليه، ليكون إعلامه منارة للحق، ووسيلة للتغيير الإيجابي في المجتمع.

(١) المجرى المختصر من تفسير البيضاوي الشيخ احمد فتح الله جامي الطبعة الأولى ١٤٣٦ هـ - ٢٠١٤ م، ص ٣٦٣.
 (٢) تفسير بن كثير للإمام الحافظ عماد الدين بن كثير الدمشقي، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية بيروت لبنان ١٤١٩ هـ - ١٩٩٨ م، ج ٢ ص ٥٩٠.

(٣) الاعلام موقف، محمود محمد سفر، سلسلة الكتاب العربي السعودي (٦٣)، الطبعة الأولى ١٤٠٢ هـ - ١٩٨٢ م، ص

ج. المعرفة بوسائل وأجهزة الإعلام والاتصال:

ينبغي على الإعلامي المسلم أن يكون متمكناً أو على الأقل ملماً بكيفية عمل واستخدام وسائل وأجهزة وسائل الإعلام والاتصال لما لها من تأثير في المجتمعات ونقل المعلومات وتشكيل الرأي العام، حيث ستساعده في إيصال رسالة الإسلام بشكل فعال ومؤثر، ويؤدي دوره بشكل يتناسب مع متطلبات العصر ويستجيب لحاجات الجمهور.

و قد أخبرنا القرآن أن الله سبحانه وتعالى أرسل رسله بأدوات أقوامهم وعصرهم وما يتناسب معهم كما في قوله: ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ ﴾ [إبراهيم: ٤]، كما أن معجزات الأنبياء عليهم الصلاة والسلام يمكن أن تأتي في هذا السياق، حيث من المعلوم أن كل نبي أرسله الله بمعجزة تتناسب مع قدرات قومه، فمثلاً عيسى عليه السلام آتاه الله معجزة شفاء المرضى ورد البصر وإحياء الموتى نظراً لاشتهار قومه بالطب، كما أتى الله سبحانه موسى عليه السلام معجزة العصا نظراً لاشتهار قوم فرعون بالسحر والسحرة، ولأن العرب وعلى الأخص منهم قريش كانوا قد اشتهروا بالفصاحة والبلاغة فقد أرسل الله محمداً صلى الله عليه وسلم بالمعجزة الخالدة الباقية وهي القرآن الكريم (١).

والمعرفة الجيدة بوسائل الإعلام تمكن الإعلامي المسلم من التصدي للتحديات التي تطرحها بعض وسائل الإعلام، أو تلك التي تتعمد الإساءة والتشويه لصورة الإسلام أو تنشر أفكاراً عنه، كما تمكنه من اختيار الأساليب والأوقات والوسائل الأنسب للدعوة ورد الشبهات، والمساهمة في نشر قيم الإسلام وأخلاقه على نطاق واسع وبأسلوب يتناسب مع روح العصر.

(١) ينظر كتاب: معجزات الأنبياء والمرسلين، إعداد سيد مبارك، المكتبة المحمودية القاهرة ٢٠٠٤م، ص ٧، ٨.

ج- المسؤولية الاجتماعية:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية للإعلامي المسلم واحدة من المقومات التي تعمل على تحديد توجهه وتوجه رسالته الإعلامية نحو خدمة المجتمع وبناءه على القيم الإسلامية، وحيث تتباين الأصوات وتختلف الرؤى، يبقى الإعلامي المسلم محملاً بأمانته العظيمة، وهي أمانة الكلمة وتأثيرها، وهي تشمل كل ما يبثه الإعلامي من معلومات وآراء تؤثر في المجتمع وتشكل وعيه، وفقاً لقول الله ﴿ وَفُؤُؤُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا ﴾ [البقرة: ٨٣]، كما أن المسؤولية الإعلامية مندمجة ما بين الأهداف والوظائف ومرتبطة بمجموعة من التعليمات والقوانين، منها استشعار رقابة الله عز وجل على كل كلمة وفقاً لقوله سبحانه وتعالى: ﴿ مَا يَلْفُظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ ﴾ [ق: ١٨].

والإعلام يتحمل مسؤولية مثله مثل غيره من التخصصات كالتعليم وغيره " الإعلام في حد ذاته يؤدي وظيفة من أخطر الوظائف في العصر الحديث، وهو لا يقل في خطورته عن الطب أو التعليم أو غيرهما من المرافق، بل ربما يتفوق في أهميته على كثير من المرافق الأخرى، ذلك أنه قد ينتج عن الخطأ في التعليم أن يتأخر عدد من الطلبة أو الطالبات في التخرج، وقد ينتج عن الخطأ في الطب والعلاج أن يتعرض بعض المرضى للموت، أما الخطأ في الإعلام فقد يتسبب في أضرار جسيمة" (١).

كما أن عمل الإعلامي مرتبط بمجموعة من الأسس المرتبطة بالمسؤولية تتمثل في الأسس الفردية والأسس الاجتماعية والأسس القضائية، كما أن الإعلامي المسلم يحمل على عاتقه مسؤولية نشر الحقائق دون تحريف أو تزيف، ملتزماً بالصدق والأمانة، وابتعد عن الإثارة والسبق الغير مدروس

(١) الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محيي الدين عبد الحلیم، دار الخانجي بالقاهرة، ودار الرفاعي بالرياض الطبعة الثانية ١٤٠٤ هـ - ١٩٨٤ م، ص ٢١.

أو الأخبار المفبركة التي تهدف فقط إلى جذب الانتباه دون اعتبار لآثارها السلبية على المجتمع، كما تلزمه هذه المسؤولية أن يكون منصفًا في تقديم وجهات النظر المختلفة، وأن يسعى دائمًا إلى تقريب وجهات النظر المتباينة بما يخدم وحدة المجتمع وتماسكه، وفقا لقول الله: ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾ [الإسراء: ٣٦].

د- التفاعل مع قضايا العصر:

الشخصية الإعلامية يعد رجلا جماهيريا، ومهنته مرتبطة بالجماهير، ولذا فإن التفاعل مع قضايا العصر من أساسيات تركيبته وتركيبته مهنته، حيث أنه بتفاعله مع هذه القضايا يؤدي رسالة جليلة في إيضاح موقف الإسلام منها وتقديم الحلول المستمدة من الشريعة الإسلامية، بما يعزز شمولية الإسلام لحياة الناس ويؤكد على صلاحيته لكل زمان ومكان، وقد قص القرآن علينا قصص كثير من الأنبياء الذين كانوا مرتبطين بأقوامهم وقضاياهم الدينية والدنيوية، ومنهم يوسف عليه السلام الذي قدم لقومه في مصر حلا لمشكلة المجاعة التي كادت تصيبهم، و قدم نفسه خبرته كما ورد في كتاب الله بقوله: ﴿قَالَ أَجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ﴾ [يوسف: ٥٥]، والتفاعل مع القضايا المعاصرة لا يعني فقط نقل الأحداث، بل يعني فهمها وتحليلها وإيصالها إلى الناس بما يتماشى مع القيم الإسلامية.

"ويؤخذ في الاعتبار أن يكون الإعلام الإسلامي مواكبًا للتحديث وبعائثًا عليه وأن يؤكد على تأصيل الجذور وتأكيد الهوية وعدم القلق بشكل كبير أو مبالغ فيه. كل هذا يبين أهمية قيام الإعلام الإسلامي بتأكيد اتصال الذات الإنسانية بالله والاتصال مع المجتمع والاتصال الذاتي الداخلي بما يؤكد الرسالة الإعلامية الإسلامية"^(١).

(١) الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق، د. محمد العويني، مرجع سابق، ص ٢٤٧.

والإعلام الإسلامي ووسائله ملزمة بمواكبة التطورات والتفاعل معها "وهذا كله يضاعف على الأمة المسلمة، وخاصة رجالها وفكرها ودعوتها وطاقاتها ومن تولى أمرها، مسؤولية الاستفادة من هذه المخترعات الإعلامية وتحويلها إلى الوجهة الصحيحة لتخدم الأهداف النبيلة والمبادئ السامية والقيم المثلى والبناء الصحيح لكيان أمة الإسلام ومجتمعها الواسع المترامي، والعودة بها إلى المعين الصافي كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم" (١).

ومما يجدر الإشارة إليه هنا أن القرآن الكريم قد تنزل على النبي صلى الله عليه وسلم خلال ثلاث وعشرين سنة مراعيًا كافة الأحداث التي مر بها المسلمون، ومواكبًا لها ومتفاعلاً معها، كما كان يضع حلولاً لكثير من المعضلات التي تعترض المسلمين، سواء وهم في مكة أو بعد هجرتهم إلى المدينة وتشكيل معالم الدولة الإسلامية، التي كان نزول القرآن متفرقاً يعمل على بنائها وإقامتها ومواكبة أحداثها رويداً رويداً.

(١) الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر د. عبدالله قاسم الوشلي، مرجع سابق، ص ٢٥.

المطلب الثالث: المقومات الشكلية

تعتبر الشخصية الإعلامية المسلمة مرآة تعكس القيم الإسلامية والمبادئ النبيلة، فالإعلامي يحمل رسالة أخلاقية وثقافية تعزز من تماسك المجتمع وصلاحه، والشكل والمظهر بالنسبة للإعلامي المسلم تُعد جزءاً لا يتجزأ من هذه الرسالة، فهي تعكس التزامه بالقيم التي يدعوا إليها ويحض عليها، والله سبحانه وتعالى يخاطب الناس كافة بالالتزام بالمظهر الحسن عند أداء عباداتهم فيقول: ﴿يَبْنَىْ ءَادَمَ خُدُوْا زَيْتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ﴾ [الأعراف: ٣١]، وفي الحديث قوله صلى الله عليه وسلم: "إن الله جميل يحب الجمال"^(١) ووظيفة الإعلامي الأساسية هي الدعوة إلى الله التي تعتبر من أجل العبادات، والظهور بالمظهر الجميل والحسن تعبير عن احترام الذات والمجتمع، وهو جزء من الهوية الإسلامية التي يجب أن يعكسها الإعلامي.

كما أن الإعلامي المسلم يجب أن يراعي في مظهره النظافة والأناقة، مصداقاً لقول الله تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ التَّوَّابِينَ وَيُحِبُّ الْمُتَطَهِّرِينَ﴾ [البقرة: ٢٢٢] والنظافة جزء من الإيمان، وهي تعكس الاهتمام بالتفاصيل والحرص على الظهور بمظهر مشرف أمام الجمهور.

وقد أجمل الباحث المقومات الشكلية بالآتي:

أ- المظهر الحسن

ب- الابتسامة غير المتكلفة

(١) صحيح مسلم للإمام مسلم بن الحجاج النيسابوري، كتاب الإيمان باب تحريم الكبر وبيانه، حديث رقم ٩١، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء الكتب العربية- دار الكتب العلمية بيروت لبنان، الطبعة الأولى ١٤١٢ هـ - ١٩٩١ م. ج ١ ص ٩٣.

ج- الحركة وعدم الجمود.

د- الصوت الحسن

أ. المظهر الحسن:

المظهر الحسن واحدة من مظاهر النظافة الشخصية والذوق الرفيع، والتزام الإعلامي بتعاليم دينه التي تحث على النظافة والجمال، والمظهر بمثابة البوابة الأولى التي من خلالها يتشكل الانطباع الأول عند الجمهور، والذي يؤثر بشكل كبير على كيفية استقبال الرسالة التي يقدمها الإعلامي، وقال لقول الله سبحانه وتعالى ﴿ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ التَّوَّابِينَ وَيُحِبُّ الْمُتَطَهِّرِينَ ﴾ [البقرة: ٢٢٢]، وقوله ﴿ يَبْنَىءَ آدَمَ حُدُودًا زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ ﴾ [الأعراف: ٣١]، يقول الإمام الشوكاني (١): " هذا خطاب لجميع بني آدم وإن كان وارداً على سبب خاص، فالاعتبار بعموم اللفظ لا بخصوص السبب، والزينة ما يتزين به الناس من الملبوس" (٢) " وهذا من مجموعة الصفات الخارجية الجسدية التي تعكس مظهر الداعية الخارجي وتتمثل أهميتها في أنها تعتبر أحد المداخل الرئيسية للنفس البشرية، ذلك أن غالبية الناس تأخذهم المظاهر وعادة ما ينجذبون إليها ولذلك نجد المولى عز وجل وقد تكفل بإعداد أنبيائه ورسله ولم يبعث نبياً ولا رسولاً إلا وهو أكمل قومه خلقاً وخلقاً، وقد كان النبي صلى الله عليه وسلم يتجمل لقاء الوفود ويهتم بالنظافة والتطيب وبخاصة في يوم الجمعة حيث يلبس أحسن ثيابه وبشكل عام فقد كان عليه الصلاة والسلام كامل البنية جميلاً وهياً نظيفاً ويحب الثوب النظيف" (٣).

(١) محمد بن علي الشوكاني، الملقب ببدر الدين الشوكاني، من كبار علماء اليمن ولد عام ١١٧٣هـ، نشأ بصنعاء، وولي قضاءها سنة ١٢٠٩هـ ومات حاكماً بها في سنة ١٢٥٠هـ* ينظر: الإمام الشوكاني حياته وفكره، د. عبدالغني الشرجبي، مكتب

الرسالة بيروت- الجيل الجديد صنعاء

(٢) فتح القدير للإمام الشوكاني مرجع سابق ج ٢ ص ٢٢٨.

(٣) صفات مقدمي البرامج الإسلامية في التلفزيون، محمد خير رمضان، مرجع سابق، ص ١٢٠.

وقد أولت النظرية الإعلامية الإسلامية اهتماماً بمظهر الشخصية الإعلامية "وإذا كان الداعية لا دخل له في صفاته الخلقية حيث يولد كل فرد مزود بها فلا أقل من أن يحافظ على مظهره ولا يعذر في التقصير فيه، ولذلك دعت النظرية الإعلامية الإسلامية إلى الاهتمام بالمظهر قال تعالى: ﴿يَبْنَىءَ ءَادَمَ حُدُوًا زَيْنَتِكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ﴾ [الأعراف: ٣١] وقال سبحانه: ﴿قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ﴾ [الأعراف: ٣٢] فالله تعالى يحب أن يرى أثر نعمته على عبده ولكن بشرط ألا يدفعه ذلك إلى الخيلاء أو الغرور، وهي من الصفات الخارجية الهامة التي أكدتها النظرية الإعلامية الإسلامية وقد بلغ من أهميتها أن أصبحت المدخل الأول للعبادة فلا بد أن يسبق الصلاة وضوءه" (١).

ووسائل الإعلام "تمثل الجسد الذي يتوجه إليه المبتدئ بقوة الجاذبية ثم ينتقل من جمال الوسيلة إلى جمال مضمون وبمقدار ما تكون الوسيلة قوية الجذب فإنها تتمكن من الوصول إلى عمق النفس البشرية وتحريكها من الداخل في حاجات الناس الجمالية كانت في جميع الأزمان ويأتي اشباعها دائماً في الحاجات المحسوسة" (٢).

والاهتمام بالمظهر الحسن لا يقتصر فقط على الملابس النظيفة والمرتبطة، بل يشمل أيضاً حسن التعامل، واختيار الألوان والتفاصيل التي تعزز من حضور الإعلامي دون أن تشتت الانتباه عن الرسالة الأساسية، بحيث يجعل الجمهور أكثر استعداداً للاستماع والتفاعل، مما يزيد من تأثير الرسالة الإعلامية ويعزز من وصولها بطريقة إيجابية.

ب. الابتسامة غير المتكلفة:

(١) الاعلام الإسلامي، المبادئ، النظرية، التطبيق، أ.د محمد منير حجاب، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة،

٢٠٠٢ الطبعة الأولى ٢٠٠٢م. ص ٢٦١.

(٢) الاعلام الإسلامي وقواعد تقويمه، ميسر سهيل، مرجع سابق، ص ٢١٦.

الابتسامة هي لوحة بسيطة ترسمها الشفاه، تحمل في طياتها قوةً تأثيرية لا يستهان بها، خاصة عندما تتجسد في شخصية الإعلامي، إذ أنها ليست مجرد حركة عضلية عابرة، بل هي لغة عالمية تفهمها القلوب قبل العقول، وتشكل جسراً من التواصل بين الإعلامي وجمهوره.

والإسلام يهتم لأمر الابتسامة، ويحض عليها فقد قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "تبسمك في وجه أخيك صدقة" (١)، فما بالك بابتسامة الإعلامي التي تصل إلى آلاف بل ملايين المشاهدين والمتابعين، فالابتسامة هي مرآة للروح، تعكس صفاء النية وحسن الخلق، وتزرع في نفوس المتلقين الإيجابية والتفاؤل.

ومن مظاهر الابتسامة البشاشة وطلاقة الوجه "وتأتي أهميتها من أنها تبعث في الإنسان الراحة والسرور، كما تفصح عن انفراج الأسارير، والانفراج والاقبال على الحياة بوجه عام، لهذا كان على الداعية أن يكون بشوشاً حتى يقبل الناس عليه ولا يعيبس فينفرهم منه، وقد عتب رب العزة على رسول الله صلى الله عليه وسلم عندما جاءه ابن أم مكتوم (٢) يسأله، وهناك أثرياء قريش يدعوه، فعبس وتضايق فنزل قول الله تعالى: ﴿عَبَسَ وَتَوَلَّىٰ ۖ أَن جَاءَهُ الْأَعْمَىٰ ۚ وَمَا يُدْرِيكَ لَعَلَّهٗٓ يَزْكَىٰ ۚ أَوْ يَذَّكَّرُ فَتَنْفَعَهُ الذِّكْرَىٰ ۚ﴾ [عبس: ١-٤]، فضلا عن أن الابتسامة تخلق جوا اجتماعيا ملؤه التعاطف والمشاركة والرضا والحب والصدقة والألفة، كما أنها تعبر عن الأدب والذوق وحسن التربية، لذلك ما كان يرى رسول الله صلى الله عليه وسلم إلا باشاً، فهذه الابتسامة الرقيقة المهذبة هي التي يجب أن يتعودها الدعاة، حيث أنها شعاع أمل لليائس، وراحة للمحزون.

(١) حديث صحيح رواه أبو ذر الغفاري رضي الله عنه. وقد أخرجه الإمام الترمذي في سننه برقم ١٩٥٦، وصححه الألباني

في صحيح الترمذي

(٢) تمت الترجمة له في الفصل الأول من هذا البحث.

وهكذا فإن للمظهر الحسن وحسن الهيئة والبشاشة أثرا كبيرا في جذب انتباه الجمهور إلى الداعية، الأمر الذي يجعله يعرض نفسه للدعوة، وبالتالي قد يصل إلى درجة الإقناع حسب تظافر باقي المكونات الأخرى"^(١).

كما أن للابتسام دور كبير في تقريب المسافات بين الإعلامي وجمهوره، وجعلهما يشعرا وكأنهما يتحدثان وجهاً لوجه، كونها تجعل التواصل أكثر إنسانية ودفئاً، وتساهم في بناء علاقة قوية بين الطرفين، إذ أنها زينة القلوب، ومن أهم مفاتيح النجاح، وهي من أهم المقومات التي يجب أن يحافظ عليها الإعلامي الناجح.

ج. الحركة وعدم الجمود:

الحركة أثناء تقديم الرسالة الإعلامية تعني أن الإعلامي المسلم يجب أن يكون ديناميكياً ومتجدداً في أسلوبه وطرحه، لا ينقل المعلومة أو يلقيها فقط، بل يجب أن يبدع في طريقة إيصالها، وأن يستخدم كل الوسائل المتاحة أمامه لإيصال رسالته بأكثر الطرق تأثيراً وفعالية، فهو مكلف بتقديم محتوى يتفاعل مع واقع الناس ويتمشى مع التغيرات المستمرة في المجتمع.

كما ينبغي على الإعلامي أن يكون سريع الاستجابة للأحداث، يجدد رسالته، ليواكب التغيرات التي تحدث باستمرار، والقرآن الكريم يعكس هذا المبدأ في قوله تعالى: ﴿وَتَاكُ الْآيَاتُ نَدَاوُلَهَا بَيْنَ النَّاسِ﴾ [آل عمران: ١٤٠] ، أي "نصرفها بينهم، لهؤلاء تارة ولهؤلاء أخرى، والمراد به أوقات النصر والغلبة"^(٢) حيث يشير إلى ضرورة التأقلم مع تقلبات الزمن والأحداث.

(١) الإعلام الإسلامي محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص ٢٦٢، ٢٦٣.

(٢) المجدد المختصر من تفسير القاضي البيضاوي الشيخ أحمد فتح الله جامي، الطبعة الأولى ١٤٣٦ هـ ٢٠١٤ م، ص ١٤٥.

" ونشير إلى أن الهدف من التعبير بالحركات هو إضفاء جو من الحيوية على البرنامج، والبعد عن الجفاء في الأداء، حتى يشغل المشاهد بالنظر إليه والانسجام والتفاعل مع الحديث، ذلك أن الأحاديث المباشرة عادة ما تكون غير مشجعة على المتابعة، إلا إذا كانت هناك وسائل إيضاحية تساعد على ذلك، وحسبما يلائم إفهام الفئة الموجه إليها الحديث، ولذلك فإننا نذكر أنه لا بد أن تكون هناك وسائل إيضاحية مصاحبة في الندوة والمقابلة والحديث المباشر، مثل لقطات مناظر أو صور، أو رسوم أو خرائط مجهزة، بل حتى التحرك من المكان لتوضيح فكرة ما على لوحة معدة، فإن هذه المقدمات والوسائل التوضيحية تلفت النظر وتتبه القلب وتهيئ النفس، وتجعل المشاهد في شغف لمعرفة الموضوع، كما أنها تساعد على فهم الموضوع وهضمه وقبوله"^(١).

والحركة في تقديم الرسالة الإعلامية تعني استخدام التقنيات الحديثة، في التفاعل مع الجمهور، وتكييف المحتوى بشكل مستمر ليبقى الإعلامي على صلة مباشرة بالواقع وقادرًا على التأثير فيه بفعالية، إذ أن الجمود في الطرح يؤدي إلى عزلة الرسالة وضعف تأثيرها، بينما الحركة والتجديد يضمنان وصول الرسالة إلى أوسع شريحة ممكنة وبأكبر قدر من التأثير.

د. الصوت الحسن:

الصوت الحسن واحد من أهم الأدوات التي يمتلكها الإعلامي أو مقدم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، ويعتبر جسر التواصل الذي يربط بينه وبين جمهوره، حيث عن طريقه يعبر ويعكس المشاعر والنوايا والمعاني، من خلال النغمة، والنبرة، والإيقاع، وقوة الصوت، والتي تساهم في تشكيل طريقة الاستماع لدى المتلقي.

(١) صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون محمد رمضان خير، مرجع سابق، ص ١١٣

والصوت الحسن له تأثير على إيصال الرسالة وجذب المستمع وتجديد انتباهه، وهو قادر بقوته وجماله على تحسين الموضوع وتشويقه بأدائه المناسب، ولا عجب بعد ذلك أن يكون هناك مذيع مفضل لدى جمهور كبير من الناس بحلاوة صوته وإيقاعه الجميل في النفس، وقد حث القرآن الكريم على ضرورة أن يكون المرء معتدلاً في حديثه وصوته وخطابه، قال تعالى: ﴿ وَأَقْصِدْ فِي مَسْئِكَ وَأَعْصُصْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ ﴾ [لقمان: ١٩]، كما أن الإعلامي وهو يقوم بالدعوة إلى الله يشمله قول الله سبحانه ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَرْفَعُوا أَصْوَاتَكُمْ فَوْقَ صَوْتِ النَّبِيِّ وَلَا تَجْهَرُوا لَهُ بِالْقَوْلِ كَجَهْرِ بَعْضِكُمْ لِبَعْضٍ ﴾ [الحجرات: ٢].

كما أن الصوت واحد من أهم عوامل الجذب في البرامج الإذاعية المسموعة " لذلك تسعى الإذاعة لتحقيق الجاذبية باختيار الموضوعات المناسبة واستخدام القوالب المختلفة لتقديم المضمون بطرق تؤثر بالمتلقي وتشد انتباهه، وإن اختيار الصوت المناسب وفن الالتقاء من أهم عامل الجذب" (١) ومقدم البرامج الإسلامية ينبغي " أن يكون ذا صوت حسن مريح ليدخل بصفائه البهجة إلى القلوب والراحة إلى النفوس ولا يكون متكلفاً في صوته رافعاً به عقيرته، وكأنه ينادي بعيداً فالأستوديو التلفزيوني والأجهزة الحديثة في الإذاعة تكفل إيصال الصوت بسهولة تامة دون أي تعب للحنجرة" (٢). وعلاوة على ذلك، فإن الصوت الحسن يساهم في بناء الثقة بين الإعلامي وجمهوره، حين يكون واضحاً ومريحاً، يشعر المستمع أو المشاهد بالاطمئنان والراحة، مما يسهل تقبله للمعلومات المطروحة ويزيد من احتمالية تأثره بالرسالة الإعلامية، حيث يمكن للنبرة الهادئة أن تنتقل شعوراً بالطمأنينة، بينما يمكن للنبرة الحماسية أن تشعل الحماس وتحفز الاستجابة الإيجابية، وهذا التحكم العاطفي يساعد الإعلامي في توصيل رسائله بطريقة تتناسب مع السياق والمحتوى، والجدير بالتأكيد

(١) الإعلام الإسلامي وقواعد تقويمه ميسر سهيل، مرجع سابق ص ٢٣١، ٢٣٢ .

(٢) صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون محمد خير رمضان، مرجع سابق، ص ١٠٧، ١٠٨ .

عليه أن الاهتمام بتطوير وتحسين الصوت يمكن أن يرفع من كفاءة الإعلامي ويعزز من تأثير رسالته الإعلامية، مما يساهم في تحقيق أهدافه المهنية بشكل أكثر فعالية.

تناول الباحث في هذا المبحث مجموعة من المقومات الأساسية التي ينبغي أن يتحلى بها رجل الإعلام الإسلامي لتحقيق النجاح في إيصال الرسالة، حيث أشار إلى أهمية إتقان تلاوة القرآن الكريم لتعزيز الفهم الديني واللغوي، مما يساهم في التواصل الفعال باللغة العربية وفهم النصوص الشرعية، كما يؤكد على ضرورة توفر العلم الكافي في مجال التخصص للعمل بكفاءة.

ومن الناحية المهنية، أكد على أهمية مهارات التحدث والإقناع وإدارة النقاش والحوار بشكل متزن، بالإضافة إلى الإلمام بوسائل الإعلام والاتصال لاستخدامها بفعالية في بيئة العمل الإعلامي، فيما أبرز أهمية الفهم العميق للإسلام لبناء قاعدة معرفية صلبة تمكن الشخصية الإعلامية من التعامل مع القضايا المعاصرة بروح المسؤولية الاجتماعية، وتعزيز الوعي الثقافي والتفاعل مع الأحداث المجتمعية.

أما من الناحية الشكلية، فإن المظهر الحسن والابتسام الطبيعية والحركة الحيوية أثناء التفاعل مع الجمهور تلعب دوراً كبيراً في التأثير الإيجابي، كما أن الصوت الحسن يعد عاملاً مؤثراً في إيصال الرسالة بوضوح وقوة، والالتزام بضوابط الظهور الإعلامي يضمن المحافظة على المعايير الشرعية والأخلاقية مع الحفاظ على المهنية والجاذبية.

وبهذا، يمكن القول إن تحقيق النجاح والتميز في أي مجال يتطلب تكامل هذه المقومات العلمية والمهنية والفكرية والشكلية، حيث يشكل كل منها جزءاً لا يتجزأ من بناء شخصية قوية وفعالة قادرة على التأثير الإيجابي في المجتمع.

المبحث الثالث: أثر مقومات الشخصية الإعلامية في تبليغ الخطاب الدعوي

وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: أثر مقومات الشخصية الإعلامية في إقامة الحجة على المخاطبين.

المطلب الثاني: أثر مقومات الشخصية الإعلامية في استجابة المخاطبين.

المطلب الثالث: أثر مقومات الشخصية الإعلامية في غرس القيم لدى المخاطبين.

تمهيد:

مما لا شك فيه أن مقومات الشخصية الإعلامية تلعب دوراً حيوياً في التأثير وإقامة الحجة على الجمهور المخاطب، فهي تسهم بشكل كبير في تعزيز فعالية الرسالة الإعلامية وتقديم الحجج بشكل مقنع، وعلى سبيل المثال، فالإعلامي الذي يجيد التلاوة الصحيحة للقرآن الكريم ويؤمن اللغة العربية يكون قادراً بشكل أفضل على التعبير بدقة ووضوح، وتكون رسالته أكثر قوة وتأثيراً، خاصة في القضايا التي تتطلب استخدام نصوص دينية أو لغوية دقيقة، أي أن رسالته تصل بشكل واضح ومقنع، وكذلك الحال في التحدث والإقناع وإدارة النقاش، وحين يتحدث الإعلامي بثقة وبلغة مؤثرة يجذب انتباه الجمهور وتحفيزهم على قبول الحجج التي يقدمها، وتتيح له التعامل مع الاعتراضات وتوضيح النقاط المختلفة، مما يعزز قوة حجته.

المطلب الأول: أثر مقومات الشخصية الإعلامية في إقامة الحجة على المخاطبين

تعتبر المقومات عناصر أساسية ومهمة في إقامة الحجة على الجمهور، وذلك من خلال تحسين جودة التواصل، وتعزيز المصداقية، وتقديم الحجج بشكل مقنع، وتساهم هذه المقومات في إحداث تأثير فعال على المخاطبين، كما أن تكامل هذه العوامل يزيد من قوة تأثير الرسالة، وجودة وصولها بطريقة ولغة بسيطة تمكن الجمهور المستهدف من التقاطها وفهمها دون عوائق، وبالتالي يمكن تطبيقها بفهم واستيعاب، والله سبحانه وتعالى أرسل الأنبياء والرسل بلغات أقوامهم تسهيلاً لوصول الخطاب وإقامة الحجة قال تعالى ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ ﴾ [إبراهيم: ٤]، كما أن الله سبحانه أمر الدعاة بالمجادلة والتي هي أحسن وهي نوع من أنواع إقامة الحجة من خلال الحوار والمجادلة ومناقشة الآراء ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّ لَهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ﴾ [النحل: ١٢٥].

والقصص في القرآن الكريم عرضت بهدف إقامة الحجة ﴿ لَقَدْ كَانَ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةٌ ﴾ [يوسف: ١١١]، وذلك من خلال أخذ العبرة والعظة من مصارع الأقسام الذين سلفوا " ويستطيع دعاة الإسلام في أي موقع الاستعانة بهذه القصص وتثبيت معانٍ معينة في أذهان الجماهير أو القضاء على أفكار ومعانٍ أخرى، فإذا أراد رجل الإعلام الإسلامي حث الناس على العدل فيما بينهم وترغيب الحكام في الحزم والسهر على راحة شعوبهم، فما أكثر المواقف التي يستطيع ذكرها عن حياة عمر بن الخطاب، وإذا أراد ترغيب الشباب في الجهاد والبطولة، ففي حياة خالد بن الوليد وغيره من قادة المسلمين تمثل الأمل الذي يتطلع إليه كل شاب مسلم، وما إذا أراد حث الجماهير على التضحية بالمال في سبيل العقيدة، فإن عثمان بن عفان قد ضرب أروع الأمثلة في هذا الصدد، كما يتمثل الفداء في مواقف علي

بن أبي طالب، والوفاء والإخلاص يتمثلان في حياة بكر الصديق وغيرهم بالقصص المؤثرة في نفوس المسلمين" (١).

والله تعالى يقول: ﴿ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴾ [النساء: ٦٣] وفيه إشارة إلى أهمية التعبير البليغ في إيصال الرسالة، كما أن الثقة والقدرة على الإقناع وإدارة النقاش تسهم في جذب انتباه الجمهور وتحفيزهم على قبول الأفكار المطروحة، مما يؤدي إلى تقديم حجج مقنعة تؤثر بفعالية على الجمهور، وتضمن وصول الرسالة بلغة بسيطة وواضحة، مما يتيح للجمهور فهمها وتطبيقها دون عوائق.

يتضح من خلال ما سبق أن مقومات الشخصية الإعلامية الإسلامية تعتمد على تقديم الحقائق بارتباط وثيق بالقيم الدينية والاجتماعية، مما يسهم في تعزيز تماسك المجتمع وهويته، فالإعلام الإسلامي لا يقتصر دوره على نقل الأخبار والمعلومات فقط، بل يتجاوز ذلك إلى الدعوة والارتقاء بالفكر والسلوك الإنساني، وتؤكد هذه الوظيفة الإعلامية على أهمية تربية الأفراد منذ الصغر على القيم الإسلامية والاجتماعية، مما يساهم في إعداد شخصيات قادرة على إقامة الحجة على المخاطبين بفاعلية، من خلال تقديم رسائل صادقة وهادفة، تساهم في تحقيق وحدة المجتمع وتوجيهه نحو الخير والصالح.

(١) الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، د. محي الدين عبدالحليم، الطبعة الثانية ١٩٨٤م مكتبة الخانجي بالقاهرة ودار الرفاعي بالرياض، ص ١٧٥.

المطلب الثاني: أثر مقومات الشخصية الإعلامية في استجابة المخاطبين

إن الإعلامي الواثق الذي يمتلك قوة في الصوت ويمكنه التحكم بلغة جسده، يفرض هيئته ويجذب انتباه المخاطبين، ويجعلهم أكثر إنصاتاً واستماعاً، عندما يتحدث ببيان فصيح ويعتمد على لغة صادقة، والله سبحانه وتعالى يقول عن ذلك ﴿ أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ ﴿٢٤﴾ [إبراهيم: ٢٤].

كما أن إتقان الإعلامي لفن الإقناع يمنحه قدرة على تجاوز حواجز التردد والرفض، حيث تتحول كلماته إلى قوة جاذبة تدفع الجمهور لتبني الأفكار، كما حكى الله لنا عن موسى عليه السلام ﴿ وَأَخِي هَارُونَ هُوَ أَفْصَحُ مِنِّي لِسَانًا فَأَرْسَلْهُ مَعِيَ رِدْءًا يُصَدِّقُنِي ﴿٣٤﴾ [القصص: ٣٤]، وبإبداعه في عرض المعلومات، يحول الإعلامي الحقائق إلى أفكار نابضة بالحياة، تترك أثراً عميقاً في النفوس، مما يثير استجابة قوية تتجسد في مواقف وأفعال ملموسة، قال تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَفُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾ [الأحزاب: ٧٠]

" ومراعاة المستقبل تؤدي إلى استقطاب الرأي العام، والكل يعمل على ذلك، وقد تميز الإسلام بأن رسوله محمد صلى الله عليه وسلم أرسل إلى الناس كافة، قال تعالى: ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَئِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٢٨﴾ [سبأ: ٢٨]، وكان مدركاً أن هؤلاء الناس يختلفون في مستوياتهم في التلقي والاستجابة، وقد عبر القرآن الكريم عن تباين مستويات المتلقين بقوله: ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾ [النحل: ١٢٥]، فالسبيل واحد وهو رسالة الله، ولكن الأسلوب في الخطاب يتنوع لتفاوت موقف المتلقي أو المستقبل، فالبعض مؤيد ولكنه بحاجة إلى المزيد، فهذا يخاطب بأسلوب الحكمة،

والبعض لديه تردد أو غفلة عن بعض القضايا، فهذا يحتاج إلى موعظة حسنة، والبعض له تصور مخالف، فهذا يجادل بالتي هي أحسن" (١).

والإعلامي القائم بعملية الاتصال بحاجة لمعرفة مستويات الجمهور العلمية والثقافية واللغوية أيضاً، حتى يتمكن من اختيار ما يناسبهم ويصل خطابه إليهم بشكل واضح يتمكنون من خلاله من قبول الفكرة أو رفضها " مهارات الترميز ترتبط أساساً بالتحديد الدقيق للأهداف والنوايا الخاصة بالمصدر من موقف الاتصال، والتي على أساسها يختار الأفكار والمعاني التي تحقق هذه الأهداف والنوايا، ومن جانب آخر يجب أن تتوافر لكل منهما مهارة التفكير واتخاذ القرار فيما يتعلق بالموقف الاتصالي، وهذا يتأثر بالدرجة الأولى بالقدرة اللغوية لكل منهما، حيث يتم من خلال اللغة التعرف على وحدات الفكر ووصفها والتعبير عنها من خلال المسميات اللغوية، ثم يأتي بعد ذلك القدرة على التعبير عن الفكر من خلال بناء التركيبات اللغوية التي تقوم على ربط الوحدات اللغوية ببعضها لتعبر عن الفكرة أو تعطي دلالة للأشياء أو الأفكار التي نراها أو نعبر عنها" (٢).

وكل ما كان الإعلامي مرتبطاً بكتاب الله وسنة نبيه كان لكلامه أثراً أكبر " وإن التزام رجال مبادئ ونظريات الإعلام الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسول صلى الله عليه وسلم، يكون لها أبلغ الأثر في استجابة الجمهور ومتابعته وتطبيقه "وهي أساليب يلزم رجال الإعلام الإسلامي الالتزام بها وتحويلها إلى واقع يتعايش معه الناس من خلال التلقي والأخذ، وهي بحق تحقق أرقى وأفضل ما وصل إليه الإعلام المعاصر الذي فقد الانضباط بالمحتوى والالتزام بالأخلاق وتحرر من

(١) الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، بحوث وأوراق عمل، عدة مؤلفين، تمهيد ومراجعة طه أحمد الزبيدي، دار الفجر

للطباعة والنشر العراق - دار النفائس للنشر والتوزيع الأردن الطبعة الأولى ١٤٢٧ هـ ٢٠٠٧ م، ص ٢٥٦.

(٢) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير مرجع سابق ص ٧١.

قيود الفضائل والآداب، فما أحوج المسلمين اليوم، وبخاصة رجال الإعلام منهم، أن يفهموا دينهم ويتعرفوا على تعاليم ربهم حتى يقدروا على إيصال رسالة الله في الأرض ودعوة الله إلى البشر" (١).

وتكمن قوة الرسالة الإعلامية في كونها نابعة من حاجة الجمهور "إن قوة الرسالة الإعلامية تتعلق بمدى ما تحمل من طروحات تتوافق مع فكرة الجمهور ومشاعره وجدانه، بحيث يتقبلها ويبني قناعاته ويرسم أهدافه على ضوءها، وإذا التزمت المؤسسة الإعلامية بالضوابط الشرعية سيكون ذلك كفيلاً باستمالة المستقبلين واستجابتهم، ومما يسهل عملية الاستجابة للإعلام الإسلامي هو أن رسالته الإعلامية هي الإسلام نفسه، دين الفطرة، والمجتمع الإسلامي له قدسية أو استمالة للشعائر الإسلامية والمفاهيم الشرعية لتناغمها مع فطرته، يقول النبي صلى الله عليه وسلم: "يولد المولود على الفطرة فأبواه يهودانه أو ينصرانه أو يمجسانه" (٢)، (٣).

وعلى العموم فإن التزام الشخصية الإعلامية بصفاته ومقوماته، له أثر جوهري في استجابة المخاطبين، وهي استجابة متأثرة بإبداع الإعلامي في عرض المعلومات، التي تحول الحقائق إلى أفكار نابضة بالحياة تترك بصمتها وأثرها العميق في النفوس، كما أن معرفة الإعلامي بمستويات الجمهور اللغوية والثقافية تمكنه من اختيار الأسلوب الأنسب للوصول إليهم بفعالية ويحقق أفضل النتائج في توصيل الرسالة الإعلامية بشكل يحقق الأهداف المرجوة ويصون الأخلاق والفضائل.

(١) الإعلامي الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر د. عبد الله قاسم الوشلي الطبعة الثانية ١٤١٤ هـ ١٩٩٤ م دار للثقافة والعلوم الإنسانية - طنطا، دار عمار للنشر والتوزيع - صنعاء، ص ٤٨.

(٢) رواه البخاري في صحيحه، كتاب الجنائز ٢/ ٩٧ حديث رقم ٤، ورواه مسلم في صحيحه كتاب القدر ١٦ / ٢٠٩ حديث رقم ٤.

(٣) المرجعية الإعلامية في الإسلام تأصيل وتشكيل، مرجع سابق ص ١١٢.

المطلب الثالث:

أثر مقومات الشخصية الإعلامية في غرس القيم لدى المخاطبين

تتجلى أهمية مقومات الشخصية الإعلامية في قدرتها على التأثير المباشر في السلوكيات والأخلاق، والإعلامي الذي يظهر التزامًا بالقيم التي يدعوا إليها، ويعكسها في جميع جوانب خطابه الدعوي، ويساعد في خلق بيئة تؤدي إلى ترسيخ هذه القيم بين المخاطبين، وهذا الدور يتطلب من الإعلامي أن يكون واعيًا تمامًا بأهمية ما يقول وكيف يقوله، حيث يكون كلامه مرآة لما في قلبه من إيمان ومبادئ.

كما أن الإعلامي الذي يمتلك إلمامًا عميقًا بالنصوص القرآنية وقادر على توظيفها بأسلوب بليغ ومؤثر، يُمكن المخاطبين من التفاعل مع هذه القيم بوعي وقناعة، يقول الله سبحانه ﴿أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ [النحل: ١٢٥]، وفي الآية دلالة أن الأسلوب الحكيم والمرتز في الدعوة هو له دور أساسي ومهم في غرس القيم لدى الجمهور ويمنح الخطاب تأثيرًا قويًا وعميقًا.

ولإحداث التأثير يجب أن تتضافر جميع الجهود مع الإعلام والإعلاميين " ومن هنا نؤكد على أهمية أن تكون رسالة الإعلام جزءًا مكملًا من استراتيجية التغيير الحضاري الذي تسعى لتحقيق أهدافه جميع مؤسسات المجتمع والدولة، بدءًا بالنظام السياسي الذي يمتلك قرار تفعيل الإرادة الشعبية وتوفير المناخ الملائم للتغيير والبناء، وانتهاءً ببقية المؤسسات الاجتماعية التي ينبغي أن تلتزم بالمهام الملقاة على عاتقها مثل النظام التعليمي وأجهزة التوجيه الديني والاجتماعي ودوائر التنقيف الفكري والسياسي والاجتماعي" (١).

(١) الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي د. عبد القادر طاش، مكتبة العبيكان الطبعة الأولى ١٤١٦هـ - ١٩٩٦م، ص ١٠٢.

ومراعاة نفسيات الجمهور وطبقاتهم وانتماءاتهم الجغرافية والوظيفية لها دور في إحداث التأثير المطلوب "والسامعون من طبقات شتى وبيئات عدة، فيهم الكبير والصغير، والمتعلم والأمي، والفقير والغني، والخصم والولي، فعليه أن يمهد الطريق إلى إقناع هذا الجمهور المتباين، والتأثير فيه بعواطف تختلف حسب الموضوعات من سفاهة وهياج وطمأنينة وخوف وكره وحب ورضا وسخط، وتختلف فيما يثيرها، فعواطف الفقير يثيرها ما لا يثير عواطف الغني، وعواطف الشباب يهيجها غير ما يهيج عواطف الشيخوخ، ثم هي تختلف تبعاً لمزاج السامعين وميولهم، فبعضهم حساس فيما يتصل بالوظيفة، وبعضهم فيما يتصل بالدين أو الفضيلة وهكذا" (١).

و" ترجع أهمية معرفة فاعلية الرسالة إلى أنها تعتبر المغزى للعملية الاتصالية، ويرتبط بالتأثير قضية رد الفعل، ويقصد به المعلومات التي تصل إلى المرسل عندما تُسمع رسالته أو تُقرأ أو تُشاهد، ويحصل على رد من المستقبل، فقد تفهم الرسالة وفقاً لما قصده المرسل وقد تفهم بشكل مغاير. وفي الاتصال المباشر يمكن معرفة رد الفعل من خلال استجابة المتلقي العلنية، أما الاتصال الجماهيري فيمكن الاستدلال على رد الفعل، من خلال عدد النسخ المباعة من المطبوع، أو بحوث المستمعين والمشاهدين، ومعرفة درجة الإقبال على برامج معينة دون غيرها، ودراسة رسائل القراء والمستمعين والمشاهدين.

وهكذا فإن تحديد الفاعلية من المسائل الصعبة، ومن الصعب تحديدها بشكل واضح نظراً لتداخل عوامل عديدة في التأثير، فتحديد الأثر الإعلامي لحملة إعلامية معينة قد يصعب قياسه بدقة نظراً لتداخل عوامل أخرى مع الحملة الإعلامية، بالإضافة للظروف المحيطة بعملية الاتصال" (٢).

(١) الدعوة الإسلامية والإعلام الديني د. عبدالله شحاته، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الطبعة الثانية ١٩٨٦م، ص ٢٥.

(٢) الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق دراسة إعلامية دينية سياسية، د. محمد علي العويني ص ١٥٣ الطبعة

الأولى، الإمارات- العين ١٤٠٣هـ - ١٩٩٣م

ومن المعلوم أن الداعية إلى الله مطالب ببذل السبب وهو الدعوة بأسلوب حكيم وطريقة حسنة بغرض غرس المفاهيم والقيم الإسلامية، لكنه غير مسؤول عن مدى قبول مستقبل الرسالة من عدمه وفقا لقول الله سبحانه ﴿ وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ الْأَمِينُ ﴾ [النور: ٥٤] وقوله عز وجل ﴿ فَذَكَرْنَاكَ أَنَّتُ مُذَكِّرٌ ﴾ [الأنعام: ٢١-٢٢] وقوله ﴿ إِنَّمَا يَسْتَجِيبُ الَّذِينَ يَسْمَعُونَ وَالْمَوْتَى يَبْعَثُهُمُ اللَّهُ تَرْتِيبًا إِلَيْهِ يُرْجَعُونَ ﴾ [الأنعام: ٢٦]

وعلى الإعلامي المسلم أن يدرك تمامًا أن دوره لا يقتصر على نقل المعلومات فحسب، بل يمتد ليكون أحد أهم الأدوات في نشر القيم الإسلامية وغرس الفضائل في النفوس، وإن نجاحه في هذا الدور يتوقف إلى حد كبير على مدى فهمه العميق لتعاليم الإسلام، سواءً في العبادات أو التشريعات، وقدرته على دمج هذه المعرفة مع المهارات الإعلامية الحديثة التي تتيح له الوصول إلى جمهور واسع ومتعدد الخلفيات.

وفي هذا السياق، ينبغي عليه أن يتقن استخدام الوسائل الإعلامية المتنوعة، مثل التلفزيون، والإذاعة، والصحافة المكتوبة، والإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي، بحيث يوظف هذه المنصات لنقل الرسائل الدعوية والأخلاقية بأساليب مبتكرة وجذابة، تمكنه من إيصال رسالة إعلامية واضحة وفعالة ومؤثرة، وأن يحرص على تقديمها بأسلوب يراعي ثقافة الجمهور وحاجاته، ويخاطب العقول والقلوب معًا.

إن الإعلامي الذي يتمكن من تحقيق التوازن بين المعرفة الإسلامية العميقة والمهارات الإعلامية العالية سيكون أداة قوية في نشر الفضائل وتعزيز القيم الإسلامية في المجتمع، فالتحدي الحقيقي يكمن في القدرة على تقديم المحتوى الذي يجمع بين الحكمة والفائدة، ويحقق التأثير المرجو في نفوس المستمعين والمشاهدين والقراء، مما يساهم في بناء مجتمع قائم على القيم والمبادئ الإسلامية الراسخة.

وفي النهاية، فإن نجاح الإعلامي المسلم في هذا المجال يتطلب منه استمرارية في تطوير مهاراته الإعلامية والمعرفية، وأن يظل على اتصال دائم مع التغيرات المجتمعية والتكنولوجية، ليكون دائماً قادراً على تبليغ الرسالة الدعوية بطريقة مبتكرة وفعّالة، تحقق الأهداف المرجوة في غرس الفضائل وترسيخ القيم الإسلامية في نفوس الأجيال الحالية والمستقبلية.

الخاتمة

وفي الختام، الحمد لله أولاً وآخر وظاهراً وباطناً، وله الحمد فبنعمته تتم الصالحات، لمنه وكرمه وعونه وتوفيقه في إتمام هذا البحث الذي تم تسليط الضوء فيه على موضوع مقومات الشخصية الإعلامية في القرآن الكريم، حيث خرج هذا البحث بجملته من النتائج والتوصيات وهي على النحو التالي:

١. يُعتبر الصدق قيمة محورية وأساساً في نقل الأخبار والمعلومات، استناداً إلى ما ورد في القرآن الكريم، مما يتطلب من الإعلامي الالتزام بالصدق في جميع ممارساته.
٢. تتطلب الشخصية الإعلامية القدرة على التعامل بحكمة في نقل الرسائل، مع مراعاة أسلوب التواصل الفعال والمؤثر عند توجيه الرسائل للجمهور.
٣. تُعتبر القيم الأخلاقية كالرحمة والعدل من المقومات الأساسية للشخصية الإعلامية، حيث يؤكد القرآن على ضرورة الالتزام بهذه القيم في القول والفعل.
٤. يُبرز القرآن الكريم أهمية الكلمة وتأثيرها في تغيير السلوك والمواقف، مما يستدعي من الإعلامي أن يكون لديه القدرة على التأثير الإيجابي في المجتمع.
٥. يتحمل الإعلامي مسؤولية اجتماعية كبيرة في نشر الوعي والمعرفة، وذلك انسجاماً مع المبادئ القرآنية التي تحث على خدمة المجتمع وتوعيته.
٦. يُظهر القرآن أهمية أن يكون المحتوى الإعلامي هادفاً ومفيداً للناس، مما يستدعي من الإعلامي التركيز على تقديم معلومات تحقق منفعة للمجتمع.
٧. يؤكد القرآن على ضرورة التحلي بالصبر والثبات في مواجهة التحديات، وهي صفات أساسية للإعلامي لمواجهة ضغوط العمل والمواقف الصعبة بفعالية.

التوصيات:

١. تطوير التعليم والتدريب الإعلامي على أسس قرآنية في الجامعات والمعاهد لتشمل محتوى يُبرز مقومات الشخصية الإعلامية من منظور قرآني، كما ينبغي التركيز على القيم الأخلاقية والإيمانية كركيزة أساسية في تدريب الإعلاميين عبر برامج متخصصة تعزز الصدق، النزاهة، والعدالة في الإعلام.
٢. تحفيز الإعلاميين على تطوير مقوماتهم الشخصية، بما في ذلك الجوانب الإيمانية والنفسية، من خلال المشاركة في برامج تدريبية ودورات تثقيفية تعزز القيم الأخلاقية والقرآنية التي تساعدهم على النجاح في المجال الإعلامي.
٣. تطبيق معايير أخلاقية مستمدة من القرآن في المؤسسات الإعلامية تستند إلى القيم القرآنية مثل الصدق والعدل، لضمان تقديم محتوى موثوق يحترم أخلاقيات المهنة ويسهم في بناء الثقة مع الجمهور.
٤. تصميم برامج إعلامية هادفة تستند إلى القيم الإسلامية وتستفيد من القصص والمواقف القرآنية في الدعوة والبلاغ، مما يعزز الرسائل الإيجابية في المجتمع.
٥. تشجيع البحث العلمي والدراسات الإعلامية المرتبطة بالقرآن، مع التركيز على تأثير القيم القرآنية في تشكيل الشخصية الإعلامية، وتطوير استراتيجيات إعلامية مبتكرة تتماشى مع تطورات العصر.
٦. تعزيز الوعي المجتمعي بالقيم القرآنية في الإعلام من خلال إقامة ورش عمل وندوات لزيادة الوعي بأهمية القيم القرآنية في الإعلام ودورها في تحسين جودة المحتوى الإعلامي المقدم للمجتمع.

٧. استثمار التكنولوجيا الحديثة في نشر الرسالة الإعلامية الإسلامية، والاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية الحديثة لنشر القيم الإسلامية بطريقة فعالة، مع مراعاة الالتزام بالأسس الأخلاقية والمهنية في المحتوى المقدم.

٨. تشجيع التعاون بين المؤسسات الإعلامية والدعوية لتعزيز التأثير الإعلامي الإسلامي، يُنصح بتشجيع التعاون بين المؤسسات الإعلامية والدعوية، مما يضمن تكامل الجهود في نشر الرسالة الإسلامية على نطاق أوسع.

٩. الدفاع عن الهوية الإسلامية في الإعلام من خلال تقديم محتوى يدافع عن الهوية الإسلامية ويعزز الوعي الديني والثقافي لدى الجمهور، و إبراز دور القيم الإسلامية في مواجهة التحديات الثقافية والفكرية المعاصرة.

تسهم هذه التوصيات في تطوير الإعلام الإسلامي من خلال بناء شخصية إعلامية ملتزمة بالقيم القرآنية، مما يعزز تأثيرها الإيجابي والمستدام في المجتمع.

فهرست الآيات		
الصفحة	رقمها	الآية
سورة البقرة		
٧٨	٤٤	أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ
١١٩	١٢٢	إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ التَّوَّابِينَ وَيُحِبُّ الْمُتَطَهِّرِينَ
٨٠	٢٨٢	وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيَعْلَمِكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ
٣٠	٢٣٢	وَإِذَا طَلَّقْتُمُ النِّسَاءَ فَبَلَّغْنَ أَجَلَهُنَّ فَلَا تَعْضُلُوهُنَّ
١١٥, ١٢٣	٨٣	وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا
سورة آل عمران		
٩٦	١٧٣	الَّذِينَ قَالَ لَهُمُ النَّاسُ إِنَّ النَّاسَ قَدْ جَمَعُوا لَكُمْ فَاخْشَوْهُمْ فَزَادَهُمْ إِيمَانًا وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ وَنِعْمَ الْوَكِيلُ
٩٦	١٥٩	فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ
١١٢, ٦١, ١٩	٦٤	قُلْ يَتَاهَلِ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ وَلَا نُشْرِكَ بِهِ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِنْ دُونِ اللَّهِ فَإِنْ تَوَلَّوْا فَقُولُوا أَشْهَدُوا بِأَنَّا مُسْلِمُونَ
١٢٢	١٤٢	وَتِلْكَ الْأَيَّامُ نُدَاوِلُهَا بَيْنَ النَّاسِ
٨٢	١٥٢	وَلَقَدْ صَدَقَكُمُ اللَّهُ وَعْدَهُ
٧٥	٧٩	وَلَكِنْ كُونُوا رَبَّاعِيِّنَ بِمَا كُنْتُمْ تُعَلِّمُونَ الْكِتَابَ وَبِمَا كُنْتُمْ تَدْرُسُونَ
٨٧	٢٠٠	يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ
سورة النساء		
١٢	٣٤	﴿الزَّيْجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ﴾
١١٠, ٧٣	٨٣	وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدَّعَوْا بِهٖ ۗ وَوَرَدُوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلَّ الَّذِينَ يُسْتَبِطُونَ هٗ مِنْهُمْ
١٢٩	٦٣	﴿وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾﴾

٨٤, ٨٢	٨٧	وَمَنْ أَصْدَقُ مِنَ اللَّهِ حَدِيثًا
٨٤	١٢٢	وَمَنْ أَصْدَقُ مِنَ اللَّهِ قِيلًا
٧٣	١٣٥	يَتَّيِبُهَا لِلَّذِينَ ءَامَنُوا كُنُوا قَوْمِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ
١٠٤, ٨٥, ٧٥, ٧٢	٨	يَتَّيِبُهَا لِلَّذِينَ ءَامَنُوا كُنُوا قَوْمِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ
سورة المائدة		
٣٧, ٣٠, ٢٨ ١١٣, ٤١, ٥٧	٦٧	يَتَّيِبُهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ
٩٠, ٧٢	٨	يَتَّيِبُهَا لِلَّذِينَ ءَامَنُوا كُنُوا قَوْمِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ
سورة الأنعام		
١٣٦	٣٦	إِنَّمَا يَسْتَجِيبُ الَّذِينَ يَسْمَعُونَ وَالْمَوْتَىٰ يَبْعَثُهُمُ اللَّهُ ثُمَّ إِلَيْهِ يُرْجَعُونَ
١١٢, ٨٥	٩٠	أُولَٰئِكَ الَّذِينَ هَدَىٰ اللَّهُ فَيُهْدِيهِمْ فَأَتَدَّهُ
٩٠	٩٠	قُلْ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِنْ هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِلْعَالَمِينَ
٦٧, ٦٦	٣٨	مَا فَزَّطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ
٩١		﴿ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا ﴾
١٠٦	١٠٨	وَلَا تَسْبُوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسْبُوا اللَّهَ عَدُوًّا بِغَيْرِ عِلْمٍ
سورة الأعراف		
١٢	١٠	وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعِيشَةً قَلِيلًا مَا تَشْكُرُونَ
٣٠	٦٢	أُبَلِّغُكُمْ رِسَالَتِي رَبِّي
١٢٠	٣٢	قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ
١٣٨, ١١٩	٣١	يَبْنِي ءَادَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ
سورة الأنفال		
١١٦	٢٧	يَتَّيِبُهَا لِلَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَحُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْمُونَ

سورة التوبة		
٥٨	١٠٨	لَا تَقُمْ فِيهِ أَبَدًا لَمَسْجِدٍ أُسِّسَ عَلَى التَّقْوَىٰ مِنْ أَوَّلِ يَوْمٍ أَحَقُّ أَنْ تَقُومَ فِيهِ فِيهِ رِجَالٌ يُحِبُّونَ أَنْ يَتَطَهَّرُوا
١٠٦	١٢٨	فَأُولَٰئِكَ نَفَرْنَا مِنْ كُلِّ قَبِيلَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ
١٣٢		﴿ وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ ﴾
٨٢, ٧٢, ٢٢	١١٩	يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ
سورة يونس		
٣٣	٢٥	﴿ وَاللَّهُ يَدْعُوا إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ ﴾
سورة هود		
٧٩	٨٨	قَالَ يَقَوْمِ أَرَأَيْتُمْ إِنْ كُنْتُ عَلَىٰ بَيِّنَةٍ مِنْ رَبِّي وَرَزَقَنِي مِنْهُ رِزْقًا حَسَنًا وَمَا أُرِيدُ أَنْ أُخَالِفَكُمْ إِلَىٰ مَا أَنهَكُمْ عَنْهُ إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتَطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ
٥٤, ٥١	١٢٠	وَكَلَّا نَقُصُّ عَلَيْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الرُّسُلِ مَا نُثَبِّتُ بِهِ فُؤَادَكَ وَجَاءَكَ فِي هَذِهِ الْحَقُّ وَمَوْعِظَةٌ وَذِكْرَىٰ لِلْمُؤْمِنِينَ
سورة يوسف		
١١٦	٥٥	قَالَ اجْعَلْنِي عَلَىٰ خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلَيْمُ
١٠١, ٩٨, ١٠٥, ١٠٢	١٠٨	قُلْ هَدَيْتُهُ سَبِيلِي أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ
١٢٨	١١١	﴿ لَقَدْ كَانَ فِي قَصصِهِمْ عِبْرَةٌ ﴾
سورة إبراهيم		
١٣٠	٢٤	أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ
٣٢, ٣٠	٥٢	هَذَا بَلَّغٌ لِلنَّاسِ
١١٤, ١٠٤, ١٢٨	٤	وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ

٨٨	١٢	وَمَا لَنَا أَلَّا نَتَوَكَّلَ عَلَى اللَّهِ وَقَدْ هَدَانَا سُبُلَنَا وَلَنَصْبِرَنَّ عَلَى مَا آذَيْتُمُونَا وَعَلَى اللَّهِ فَلْيَتَوَكَّلِ الْمُتَوَكِّلُونَ
سورة الحجر		
١٠٢,٥٠	٩	إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ
سورة النحل		
٥١, ٣٧, ٢٨ ١٠٩, ٦٢, ٥٧ ١٣٠, ١١٢	١٢٥	ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ
١٠٤	١٠٣	وَلَقَدْ تَعَلَّمَ أَنَّهُمْ يَقُولُونَ إِنَّمَا يُعَلِّمُهُ بَشَرٌ لِّسَانُ الَّذِي يُلْحِدُونَ إِلَيْهِ أَعْجَمِيٌّ وَهَذَا لِسَانٌ عَرَبِيٌّ مُبِينٌ
٦٧, ٦٦	٨٩	وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تَبْيِينًا لِكُلِّ شَيْءٍ
سورة الإسراء		
١٠٠	٩	إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ
٨١, ٧٢, ٢٣ ١١٦	٣٦	وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا
سورة الكهف		
٧٧	١١٠	فَمَنْ كَانَ يَرْجُوا لِقَاءَ رَبِّهِ فَلْيَعْمَلْ عَمَلًا صَالِحًا وَلَا يُشْرِكْ بِعِبَادَةِ رَبِّهِ أَحَدًا
٨٧	٢٨	وَأَصْبِرْ نَفْسَكَ مَعَ الَّذِينَ يَدْعُونَ رَبَّهُمْ بِالْغَدَاةِ وَالْعَشِيِّ يُرِيدُونَ وَجْهَهُ
سورة مريم		
٨٣	٤١	وَأذْكُرْ فِي الْكِتَابِ إِبْرَاهِيمَ إِنَّهُ كَانَ صِدِّيقًا نَبِيًّا
٨٣	٥٦	وَأذْكُرْ فِي الْكِتَابِ إِدْرِيسَ إِنَّهُ كَانَ صِدِّيقًا نَبِيًّا
٨٣	٥٤	وَأذْكُرْ فِي الْكِتَابِ إِسْمَاعِيلَ إِنَّهُ كَانَ صَادِقَ الْوَعْدِ وَكَانَ رَسُولًا نَبِيًّا
سورة طه		
١١٣	٤٤	فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيْنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى
٩٩	١١٤	وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا

سورة الأنبياء		
٣٠	١٠٦	إِنَّ فِي هَذَا لَبَلَاغًا لِّقَوْمٍ عٰدِيٖنَ
١٠٣، ٦٢	١٠٧	وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعٰلَمِيٖنَ
سورة النور		
١٣٥، ٤٣، ٣٢	٥٤	وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلٰغُ الْمُبِيٖنُ
٥٨، ١٦	٣٦- ٣٧	فِي بُيُوتٍ اٰذَنَ اللّٰهُ اَنْ تُرْفَعَ وَيُذَكَرَ فِيهَا اَسْمُهُ وَيُسَبِّحَ لَهٗ فِيهَا بِالْعُدُوِّ وَالْاَصٰلِ ﴿٣٦﴾ رِجَالٌ لَا تُلْهِيهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَن ذِكْرِ اللّٰهِ وَاَقَامُوا الصَّلٰوةَ
سورة الفرقان		
٨٨	٦٣	وَعِبَادُ الرَّحْمٰنِ الَّذِيْنَ يَمْسُوْنَ عَلَى الْاَرْضِ هَوْنًا وَاِذَا خَاطَبَهُمُ الْجٰهِلُوْنَ قَالُوْا سَلٰمًا
سورة الشعراء		
٨٨	٢١٥	وَخَفِضَ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِيْنَ
٦٤	٢٢٧- ٢٢٤	وَالشُّعْرَاءُ يَتَّبِعُهُمُ الْغَاوُونَ ﴿٢٢٧﴾ اَلَمْ تَرَ اَنَّهُمْ فِي كُلِّ وَادٍ يَّهِيْمُونَ ﴿٢٢٨﴾ وَاَنَّهُمْ يَقُوْلُوْنَ مَا لَا يَفْعَلُوْنَ ﴿٢٢٩﴾ اِلَّا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا وَعَمِلُوا الصّٰلِحٰتِ وَذَكَرُوا اللّٰهَ كَثِيْرًا وَاتَّقَوْا اللّٰهَ مِنْۢ بَعْدِ مَا ظَلَمُوْا
٤٩	٢١٤	وَأَنْذِرْ عَشِيْرَتَكَ الْاَقْرَبِيْنَ
١١١	١٣	وَيَضِيْقُ صَدْرِيْ وَلَا يَنْطَلِقُ لِسٰنِيْ فَاَرْسِلْ اِلَى هٰرُونَ
سورة النمل		
٣٨	٢٨	اٰذْهَبْ بِكِتٰبِيْ هٰذَا فَاَلْقِهٖ اِلَيْهِمْ ثُمَّ تَوَلَّ عَنْهُمْ فَانظُرْ مَاذَا يَرْجِعُوْنَ
سورة القصص		
١٣٠، ١١١	٣٤	وَاخِي هٰرُونَ هُوَ اَفْصَحُ مِنِّيْ لِسٰنًا فَاَرْسَلْهُ مَعِيَ رِدْءًا يُصَدِّقُنِيْ ۗ
سورة العنكبوت		
٤٣	٤٣	وَتِلْكَ الْاَمْثَلُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ ۗ وَمَا يَعْقِلُهَا اِلَّا الْعٰلِمُوْنَ
١١٣، ٦٢، ٢٠	٤٦	وَلَا تُجٰدِلُوْا اَهْلَ الْكِتٰبِ اِلَّا بِالَّتِيْ هِيَ اَحْسَنُ اِلَّا الَّذِيْنَ ظَلَمُوْا مِنْهُمْ ۗ
٤٨، ٤٣		وَمَا عَلَى الرَّسُولِ اِلَّا الْبَلٰغُ
سورة لقمان		
١٢٤	١٩	وَاقْصِدْ فِي مَشِيْكَ وَاعْصُصْ مِنْ صَوْتِكَ ۚ اِنَّ اَنْكَرَ الْاَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيْرِ

٨٨	١٨	وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمَسَّ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ
٨٨	١٧	يَبْنِي أَعْمَالَهُ الصَّلَاةَ وَأَمْرًا بِالْمَعْرُوفِ وَأَنَّهُ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأَصْبِرْ عَلَىٰ مَا أَصَابَكَ إِنَّ ذَلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ
سورة الأحزاب		
٩٣	٣٩	الَّذِينَ يَبْلُغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَكُنْ بِاللَّهِ حَسِيبًا
١٦٣, ٨٥, ٥٢	٢٢	لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ
٧٢	٧٢	إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ
١١٣, ٨٠, ٢٢, ١٣٠	٧١	يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧١﴾ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ
سورة سبأ		
١٣٠	٢٨	وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ
سورة الزمر		
١٠٣	٢٨	فَوَيْلٌ لِّلْعَرَبِئَاتِ عَرَبِيَّاتٍ عَرَبِيَّاتٍ ذِي عُرُوجٍ لَّعَلَّهُنَّ يَتَّقُونَ
٧٣, ١٠٦	٩	قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ
سورة الشورى		
٨٥	٥٢	وَإِنَّكَ لَنَهْدَىٰ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُّسْتَقِيمٍ
١٠٤	٢٨	﴿ فَوَيْلٌ لِّلْعَرَبِئَاتِ عَرَبِيَّاتٍ ذِي عُرُوجٍ لَّعَلَّهُنَّ يَتَّقُونَ ﴿٢٨﴾ ﴾
سورة الجاثية		
١١٢	٨	وَيَلِّ لِكُلِّ أُمَّةٍ أُمَّةً ﴿٧١﴾ يَسْمَعُ ءَايَاتِ اللَّهِ تُتْلَىٰ عَلَيْهِ ثُمَّ يُصِرُّ مُسْتَكْبِرًا كَأَن لَّمْ يَسْمَعْهَا فَبَشِّرْهُ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ
سورة الأحقاف		
٣٠	١٥	حَتَّىٰ إِذَا بَلَغَ أَشُدَّهُ وَبَلَغَ أَرْبَعِينَ سَنَةً
٨٧	٣٥	فَأَصْبَرَ كَمَا صَبَرَ أُولُو الْعُرْوَةِ مِنَ الرُّسُلِ وَلَا تَسْتَعْجِلْ لَهُمْ

١٠٤	١٢	وَمِن قَبْلِهِ كَتَبَ مُوسَىٰ إِيمَانًا وَرَحْمَةً ۗ وَهَذَا كِتَابٌ مُّصَدِّقٌ لِّسَانِ عَرَبِيًّا لِّبُنْدَرِ الَّذِينَ ظَلَمُوا وَيُبَشِّرِ لِّلْمُحْسِنِينَ
سورة الحجرات		
١١٠، ٧٢	٦	يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَيَّ مَا فَعَلْتُمْ نَدِيمِينَ
١٢٤	٢	يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَرْفَعُوا أَصْوَاتَكُمْ فَوْقَ صَوْتِ النَّبِيِّ وَلَا تَجْهَرُوا لَهُ، بِالْقَوْلِ كَجَهْرِ بَعْضِكُمْ لِبَعْضٍ
سورة ق		
١١٥	١٨	مَا يَلْفُظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ
١٣٣		﴿ وَلَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنسَانَ وَنَعَلَهُ مَا نُوسِسُ بِهِ نَفْسَهُ ﴾
سورة النجم		
٩٩	٦	عَمَّهُ، شَدِيدُ الْعُقُوبِ ﴿ ذُو مِرَّةٍ فَاسْتَوَىٰ
١٤٧		﴿ وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ﴾
سورة الحديد		
٨١	٤	وَهُوَ مَعَكُمْ أَيْنَ مَا كُنْتُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ
سورة الحشر		
٦٧	٧	وَمَا ءَاتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا
سورة الصف		
٨٥، ٧٨	٣	يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ ﴿ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ
سورة الجمعة		
٥٩، ١٧		﴿ يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا نُودِيَ ﴾
سورة الطلاق		
٧٥	٣	﴿ وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا ﴿ وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَيَّ اللَّهُ فَهُوَ حَسْبُهُ

سورة القلم		
٨١،٢٢	٤	﴿ وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴿٤﴾ ﴾
سورة الجن		
٣٠	٢٣	﴿ إِلَّا بَلَاغًا مِّنَ اللَّهِ وَرِسَالَاتِهِ ﴾
سورة المدثر		
١٤٧		﴿ كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ ﴿٢٨﴾ ﴾
سورة عبس		
١٢١،٥٢	٤	عَبَسَ وَتَوَلَّىٰ ﴿١﴾ أَنْ جَاءَهُ الْأَعْمَىٰ ﴿٢﴾ وَمَا يُدْرِيكَ لَعَلَّهُ يَزَّكَّىٰ ﴿٣﴾ أَوْ يَذَّكَّرُ فَتَنْفَعَهُ الذِّكْرَىٰ
سورة الغاشية		
١٣٥	٢٢	﴿ فَذَكِّرْ إِنَّمَا أَنْتَ مُذَكِّرٌ ﴿١١﴾ لَسْتَ عَلَيْهِم بِمُصَيِّرٍ ﴿١٢﴾ ﴾
سورة العلق		
١٠٥	١	أَقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ
٩٩	٥	أَقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ﴿٣﴾ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ
سورة البينة		
٧٦	٥	وَمَا أَمْرُو إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ

فهرس الأحاديث	
رقم الصفحة	الحديث
٨١	اعْبُدِ اللَّهَ كَأَنَّكَ تَرَاهُ،
٣١	أَلَا لِيَبْلُغَ الشَّاهِدُ مِنْكُمْ الْغَائِبَ
٧٦	إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ،
٥١	شَكُونَا إِلَى رَسُولِ اللَّهِ . صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ،
٨٣	مَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصَدُقُ وَيَتَحَرَّى الصَّدَقَ
٧٦	مَنْ يَسْمَعُ يَسْمَعُ اللَّهُ بِهِ
٩٠	وَاللَّهُ لَوْ وَضَعُوا الشَّمْسَ فِي يَمِينِي
١٣٢	يُولَدُ الْمَوْلُودُ عَلَى الْفِطْرَةِ

فهرس الأعلام		
رقم الصفحة	الاسم	م
١١	ابن منظور ٧١١-٦٣٠ هـ ١٣١١-١٢٣٢ م أديب ومؤرخ، وعالم عربي في الفقه الإسلامي واللغة العربية، من أشهر مؤلفاته معجم لسان العرب*	١
١٦	سَيِّبُوِيَه (١٤٨ هـ - ١٨٠ هـ / ٧٦٥ - ٧٩٦م) عمرو بن عثمان بن قنبر الحارثي بالولاء، يُكنى أبو بشر، الملقب سيوييه: إمام النحاة، وأول من بسّط علم النحو	٢
٣١	أبو القاسم محمود بن عمر الزمخشري (٤٦٧-٥٣٨ هـ)، من علماء العربية، وأئمة العلم بالدين والتفسير واللغة والآداب	٣
٣٣	الإمام العلامة، اللغوي المحدث، أحمد بن فارس بن زكريا بن محمد بن حبيب القزويني (٣٩٥-٣٢٩) لُغَوِيّ وإمام في اللغة والأدب.	٤
٤٠	محمد منير حجاب مصري الجنسية، من مواليد عام ١٩٥٠م، عميد كلية الآداب بسوهاج وله العديد من المؤلفات في مجال الإعلام الإسلامي توفي عام ٢٠١٤م.*	٥
٤٨	أبو عبد الله مصعب بن عمير العبدي صحابي بدري من السابقين إلى الإسلام، ومبعوث النبي صلى الله عليه وسلم للدعوة إلى الإسلام في يثرب بعد بيعة العقبة، استشهد في غزوة أحد في السنة الثالثة للهجرة.	٦
٥١	حَبَّاب بن الأَرْت التميمي المتوفي سنة ٣٧ هـ صحابي من السابقين إلى الإسلام، وكان من المستضعفين الذين عُدبوا ليتركوا الإسلام، ثم هاجر إلى يثرب، وشهد مع النبي صلى الله عليه وسلم المشاهد كلها، ثم انتقل أواخر حياته إلى الكوفة، فمات بها سنة ٣٧ هـ ودُفن هناك.	٧
١١٩	محمد بن علي الشوكاني، الملقب ببدر الدين الشوكاني، من كبار علماء اليمن ولد عام ١١٧٣هـ، نشأ بصنعاء، وولي قضاءها سنة ١٢٠٩هـ ومات حاكمًا بها في سنة ١٢٥٠هـ	٩

قائمة المراجع والمصادر	
١	تفسير بن كثير للإمام الحافظ عماد الدين بن كثير الدمشقي، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية بيروت لبنان ١٤١٩ هـ - ١٩٩٨ م.
٢	فتح القدير الجامع بين فني الرواية والدراية من علم التفسير للإمام محمد بن علي الشوكاني، دار الكلم الطيب دمشق-بيروت، الطبعة الثانية ١٤١٩ هـ - ١٩٩٨ م.
٣	أنوار التنزيل وأسرار التأويل، المعروف بتفسير البيضاوي، ناصرالدين البيضاوي ج ٤ دار إحياء التراث العربي، مؤسسة التاريخ العربي - بيروت.
٤	التحرير والتنوير لابن عاشور، طبعة دار التونسية للنشر - تونس ١٩٨٤ م.
٤	تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان الشيخ عبد الرحمن السعدي، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٢ م.
٥	أضواء البيان في إيضاح القرآن بالقرآن للعلامة محمد الأمين الشنقيطي دار عالم الفوائد للنشر والتوزيع.
٦	المجرد المختصر من تفسير البيضاوي الشيخ احمد فتح الله جامي الطبعة الأولى ١٤٣٦ هـ - ٢٠١٤ م
٧	التفسير المنير في لعقيدة والشريعة والمنهج، الأستاذ الدكتور وهبة الزحيلي، دار الفكر دمشق الطبعة العاشرة ١٤٣٠ هـ - ٢٠٠٩ م.
٨	الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله صلى الله عليه وسلم وأخباره الشهير بصحيح البخاري للإمام محمد بن إسماعيل البخاري، دار البشري كراتشي باكستان، الطبعة الأولى ١٤٣٧ هـ - ٢٠١٦ م.
٩	صحيح مسلم للإمام مسلم بن الحجاج النيسابوري، كتاب الإيمان باب تحريم الكبير وبيان، حديث رقم ٩١، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء الكتب العربية- دار الكتب العلمية بيروت لبنان، الطبعة الأولى ١٤١٢ هـ - ١٩٩١ م.
١٠	الاعلام الإسلامي التلفزيوني أ.د هاشم نغميش الزوبعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٦ م.
١١	الاعلام الإسلامي المبادئ النظرية التطبيق أ.د محمد منير حجاب، دار الفجر للنشر والتوزيع ٢٠٠٢ م.
١٢	الاعلام موقف، محمود محمد سفر، سلسلة الكتاب العربي السعودي (٦٣)، الطبعة الأولى ١٤٠٢ هـ - ١٩٨٢ م.

١٣	الإسلام والشعر د. سامي مكي العاني، عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب - الكويت يناير ١٩٧٨م.
١٤	الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، بحوث وأوراق عمل، عدة مؤلفين، تمهيد ومراجعة طه أحمد الزبيدي، دار الفجر للطباعة والنشر العراق - دار النفائس للنشر والتوزيع الأردن الطبعة الأولى ١٤٢٧ هـ ٢٠٠٧ م.
١٥	الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق، دراسة إعلامية دينية سياسية/ الدكتور محمد العويني، الطبعة الأولى، أبو ظبي العين ١٤٠٣ هـ / ١٩٨٣ م.
١٦	الإعلام الإسلامي المرتجي هشام الدلاتي ص ٢، بحث تمهيدي لمرحلة الماجستير في الدراسات الإسلامية، كلية الإمام الأوزاعي للدراسات الإسلامية، بيروت - لبنان ١٤٢٦ هـ - ٢٠٠٥ م.
١٧	الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية، د. إبراهيم إمام مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٠م.
١٨	الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، د. عبد الله قاسم الوشلي، دار عمار للنشر والتوزيع _ صنعاء، الطبعة الثانية ١٤١٤ هـ - ١٩٩٣/١٩٩٤م.
١٩	الإعلام الإسلامي مقوماته.. ضوابطه.. أساليبه في ضوء القرآن الكريم دراسة موضوعية، آلاء هشام، بحث مقدم لنبل درجة الماجستير في القرآن وعلومه، الجامعة الإسلامية غزة ٢٠٠٩ م.
٢٠	الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محيي الدين عبد الحلیم، الناشر مكتبة الخانجي بالقاهرة - دار الرفاعي بالرياض الطبعة الثانية ١٤٠٤ هـ _ ١٩٨٤ م.
٢١	الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية د. عبد الحلیم محمود، الطبعة الثانية ١٤٠٤ هـ - ١٩٨٤ م. دار الخانجي بالقاهرة ودار الرفاعي بالرياض.
٢٢	الإعلام الإسلامي وخطر التدفق الإعلامي الدولي، الدكتور مرعي مذكور، رابطة الجامعات الإسلامية الطبعة الأولى ١٤٠٩ هـ - ١٩٨٨ م.
٢٣	الإعلام الإسلامي وقواعد تقويمه ميسر سهيل ص ٢٧٣ الطبعة الأولى، دار القلم، دمشق ١٤٣٣ هـ - ٢٠١٢ م.
٢٤	الإعلام في العالم الإسلامي الواقع والمستقبل - سهيلة زين العابدين حماد، مكتبة العبيكان، ١٤١٣ هـ - ٢٠٠٣ م.
٢٥	الإعلام في صدر الإسلام عبد اللطيف حمزة، دار الفكر العربي - القاهرة.
٢٦	الإعلام له تاريخه ومذاهبه - د. عبد اللطيف حمزة - الهيئة المصرية العامة للكتاب ٢٠٠٢ م.
٢٧	الإعلام موقف محمود محمد سفر، الناشر تهامة جدة، المملكة العربية السعودية، الطبعة الأولى ١٤٠٢ هـ - ١٩٨٢ م

الإعلام والاتصال بالجماهير دكتور ابراهيم امام دار الفارابي، ط الأولى ومكتبة الانجلو المصرية ١٩٩٨م.	٢٨
الإمام الشوكاني حياته وفكره، د. عبد الغني الشرجبي، مكتبة الرسالة بيروت- الجيل الجديد صنعاء.	٢٩
الأخلاق الإعلامية وكيفية تعزيزها بدر الدين بلمولاي مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية المجلد ١٣، ٢٠٢١/٢ الجزائر جامعة قسدي مرباح.	٣٠
الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي عبد الوهاب كحيل، عالم الكتب، مكتبة القدسي ١٤٠٦ هـ ١٩٨٥ م.	٣١
التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع وسائل الإعلام، فهد عبد الرحمن الشميمري، مكتبة الملك فهد - الرياض ١٤٣١ هـ.	٣٢
الدعوة الإسلامية دعوة عالمية، محمد عبد الرحمن الراوي، ، طبعة عام ١٩٦٥م، الدار القومية للطباعة والنشر.	٣٣
الدعوة الإسلامية دعوة عالمية، محمد عبد الرحمن الراوي، الدار القومية للطباعة والنشر، الطبعة الأولى ١٩٦٥م.	٣٤
الدعوة الإسلامية أصولها وسائلها للدكتور أحمد غلوش، مؤسسة الرسالة ناشرون، الطبعة الأولى ١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٤م.	٣٥
الدعوة الإسلامية منهجها ومعالمها، الدكتور أحمد عمر هاشم، دار غريب للطباعة - القاهرة.	٣٦
الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي د. محي الدين عبد الحليم، دار الفكر العربي - القاهرة.	٣٧
الدعوة الإسلامية والإعلام الديني د. عبد الله شحاته، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الطبعة الثانية ١٩٨٦م	٣٨
الرحيق المختوم، صفي الرحمن المباركفوري طبعة وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، إدارة الشؤون الإسلامية - دولة قطر ١٤٢٨ هـ - ٢٠٠٧م.	٣٩
الرسالة المحمدية: السيد سلمان الندوي من ص ١٧١ - ١٨٠، مكتبة دار الفتح دمشق، الطبعة الثالثة ١٣٩٣ هـ ١٩٧٣م.	٤٠
السيرة النبوية دروس وعبر الدكتور مصطفى السباعي، الطبعة الثامنة، المكتب الإسلامي بيروت.	٤١
السيرة النبوية دروس وعبر، د. مصطفى السباعي، المكتب الإسلامي، الطبعة الثامنة ١٤٠٥ هـ - ١٩٨٥م.	٤٢
الصاحح تاج اللغة وصحاح العربية الجوهري، طبعة دار الحديث بالقاهرة ١٤٣٠ هـ - ٢٠٠٩م.	٤٣

٤٤	العقيدة في القرآن الكريم محمد المبارك، دار الفكر.
٤٥	العلاقات الخارجية في الإسلام د. سعيد المهجر، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع لبنان
٤٦	الفائق في غريب الحديث والأثر الزمخشري، عيسى البابي الحلبي وشركاه، الجزء الثاني، الطبعة الثانية.
٤٧	القاموس المحيط، الفيروزآبادي، تحقيق: مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع بيروت، الطبعة الثامنة ١٤٢٦ هـ - ٢٠٠٥ م
٤٨	القصص القرآني عرض وقائع وتحليل أحداث، الدكتور صلاح الخالدي دار القلم دمشق، الدار الشامية بيروت، الطبعة الأولى ١٤١٩ هـ - ١٩٩٨ م.
٤٩	اللغة العربية في الإعلام بين الواقع والمأمول، محمد أبو الوفا عطيطو، بحث منشور في شبكة الألوكة، سنة النشر: ١٤٣٦ هـ - ٢٠١٥ م.
٥٠	المدخل إلى علم الدعوة محمد أبو الفتح البيانوني، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع بيروت ١٤١٥ هـ - ١٩٩٥ م.
٥١	المسؤولية الإعلامية في الإسلام الدكتور محمد سيد محمد، مكتبة الخانجي بالقاهرة - دار الرفاعي بالرياض ١٩٨٣ م.
٥٢	المعجم الوسيط في اللغة العربية الجزء الأول، طباعة مجمع اللغة العربية ونشر مكتبة الكتاب العربي - القاهرة.
٥٣	النظام السياسي في الإسلام، د. أحمد غلوش مؤسسة الرسالة، الطبعة الثانية ١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٥ م
٥٤	النظرة الإسلامية للإعلام، محمد كمال الدين إمام، دار البحوث العلمية للنشر والتوزيع، ١٩٨١ م.
٥٥	الهوية الإسلامية في زمن العولمة الثقافية الدكتور خليل نوري العاني، سلسلة الدراسات الإسلامية المعاصرة (٥٨) الصادرة عن ديوان الوقف السني، بغداد الطبعة الأولى ١٤٣٠ هـ - ٢٠٠٩ م.
٥٦	إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، أ.د. محي الدين عبدالحليم، العدد ٦٤ من كتاب الأمة الصادر عن وزارة الشؤون الإسلامية بقطر ١٤١٩ هـ.
٥٧	أسس علم النفس، د. عبد الستار إبراهيم، دار المريخ للنشر - الرياض ١٤٠٧ هـ - ١٩٨٧ م
٥٨	أصول الدعوة الدكتور عبد الكريم زيدان الطبعة الثالثة ١٣٩٦ هـ - ١٩٧٦ م.
٥٩	أضواء على الإعلام في صدر الإسلام أ.د. محمد عجاج الخطيب، الطبعة الثانية، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع ١٤٠٧ هـ - ١٩٨٧ م

٦٠	خصائص الدعوة الإسلامية، مصادرها عالميتها شمولها، محمد امين حسين، دار العلم والثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠م.
٦١	دروس تربوية من القرآن الكريم محد قطب دار الشروق بالقاهرة ط ٢١٤٢٩ هـ - ٢٠٠٨م.
٦٢	سير أعلام النبلاء الإمام شمس الدين الذهبي تحقيق حسين الأسد مؤسسة الرسالة للنشر والتوزيع بيروت الطبعة الحادية عشر ١٤١٧ هـ - ١٩٩٦م.
٦٣	صفات مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون، محمد خير رمضان يوسف، مطابع الفرزدق التجارية، الرياض، الطبعة الأولى ١٤٠٦ هـ - ١٩٨٦م.
٦٤	علم النفس الإعلامي، مفاهيم نظريات تطبيق، د. نبيهة صالح السامرائي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان ٢٠٠٦م
٦٥	علم النفس الإعلامي، مفاهيم، نظريات، تطبيقات، د. نبيهة صالح السامرائي، دار المناهج للنشر والتوزيع - الأردن - عمان الطبعة الأولى ١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٧م
٦٦	علم النفس الإعلامي، مفاهيم، نظريات، تطبيقات، د. نبيهة صالح السامرائي، دار المناهج للنشر والتوزيع - الأردن - عمان الطبعة الأولى ١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٧م.
٦٧	فجر الإسلام، أحمد أمين، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة
٦٨	كارتل، جوردن، "أسس علم النفس الاجتماعي"، ترجمة د. محمد حسن غانم، دار الفكر العربي
٦٩	لسان العرب لابن منظور الجزء السابع، طبعة دار صادر - بيروت.
٧٠	مجلة الأزهر مقال: الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ - حسن علي العنبيسي، ربيع الآخر ١٤٠٥ هـ/ يناير ١٩٨٥ م.
٧١	مدخل إلى الإعلام - د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي، دار عالم الكتب السعودية - الرياض الطبعة الأولى ١٤١١ هـ - ١٩٩١م.
٧٢	مدخل إلى علم النفس الإعلامي د. إبراهيم محمد سليمان، مجلة كلية الآداب، جامعة الزاوية، العدد السابع والعشرون الجزء الثاني يونيو ٢٠١٩م
٧٣	معجزات الأنبياء والمرسلين، إعداد سيد مبارك، المكتبة المحمودية القاهرة ٢٠٠٤م.
٧٤	معجم ديوان الأدب الفارابي، مجمع اللغة العربية - مؤسسة دار الشعب للطباعة والنشر - القاهرة.
٧٥	معجم مقاييس اللغة، ابن فارس الجزء الخامس، تحقيق عبد السلام محمد هارون - دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.

٧٦	مفردات القرآن، الراغب الأصفهاني، دار الكتب العلمية، بيروت، الطبعة الأولى ١٩٧١ م.
٧٧	مقومات الداعية الناجح في ضوء الكتاب والسنة - مفهوم، ونظر، وتطبيق د. سعيد القحطاني الناشر: مكتبة سفير - الرياض.
٧٨	مقومات رجل الإعلام الإسلامي تيسر الفتياي دار عمار للنشر والتوزيع - الأردن ١٩٨٧ م.
٧٩	منهج الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية، سليم عبدالله حجازي، دار المناير - جدة، الطبعة الأولى ١٤٠٦ هـ، ١٩٨٦ م.
٨٠	موسوعة نضرة النعيم في أخلاق الرسول الكريم، إعداد مجموعة من المختصين، دار الوسيلة للنشر والتوزيع - جدة، الطبعة الأولى ١٤١٨ هـ - ١٩٩٨ م.
٨١	نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الدكتور محمد عبد الحميد، عالم الكتب نشر وتوزيع - القاهرة، الطبعة الثالثة ١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٤ م.
٨٢	نور اليقين في سيرة سيد المرسلين محمد الخضير، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ٢٠٠٢ م.
٨٣	وسائل الاتصال تطورها ونشأتها د. محمد منير حجاب، الطبعة الأولى دار الفجر للنشر والتوزيع ٢٠٠٨ م.

فهرس المحتويات	
رقم الصفحة	الموضوع
و	شكر وتقدير
ح	مستخلص البحث
١	مقدمة
١٠	المبحث الأول: مفهوم مقومات الشخصية الإعلامية وأهميته
١٢	المطلب الأول: تعريف المقومات لغة واصطلاحاً
١٢	ثانياً: تعريف المقومات في الاصطلاح
١٤	المطلب الثاني: مفهوم الشخصية الإعلامية
١٤	أولاً: تعريف الشخصية لغة:
١٤	ثانياً: تعريف الشخصية في الاصطلاح:
١٥	تعريف الإعلام في اللغة والاصطلاح
٢١	المطلب الثالث: أهمية مقومات الشخصية الإعلامية
٢٧	المبحث الثاني: الألفاظ ذات الصلة بالإعلام وأوجه الاتفاق والافتراق بينهما
٣٠	المطلب الأول: تعريف البلاغ
٣٣	المطلب الثاني: تعريف الدعوة لغة واصطلاحاً
٣٦	المطلب الثالث: أوجه الاتفاق والافتراق بين البلاغ والدعوة وبين الإعلام
٤٢	المبحث الثالث: اهتمام القرآن الكريم بالجانب الإعلامي
٤٥	المطلب الأول: اهتمام القرآن المكي بالجانب الاعلامي
٤٥	لمحة عن الإعلام في فترة ما قبل الإسلام
٤٨	الإعلام في العهد المكي
٥٦	المطلب الثاني: اهتمام القرآن المدني بالجانب الإعلامي
٦٦	المطلب الثالث: شمولية القرآن لجميع جوانب الحياة

٧٠	الفصل الثاني: مقومات الشخصية الإعلامية في القرآن الكريم
٧١	المبحث الأول: المقومات المعنوية
٧٤	المطلب الأول: المقومات الإيمانية:
٧٤	الإيمان بالله والتوكل عليه:
٨٢	المطلب الثاني: المقومات الأخلاقية
٩٢	المطلب الثالث: المقومات النفسية
٩٧	المبحث الثاني: المقومات الحسية
٩٩	المطلب الأول: المقومات العلمية والثقافية
١٠٩	المطلب الثاني: المقومات المهنية
١١٨	المطلب الثالث: المقومات الشكلية
١٢٦	المبحث الثالث: أثر مقومات الشخصية الإعلامية في تبليغ الخطاب الدعوي
١٢٨	المطلب الأول: أثر مقومات الشخصية الإعلامية في إقامة الحجة على المخاطبين
١٣٠	المطلب الثاني: أثر مقومات الشخصية الإعلامية في استجابة المخاطبين
١٣٣	المطلب الثالث: أثر مقومات الشخصية الإعلامية في غرس القيم لدى المخاطبين
١٣٧	الخاتمة
١٤٠	فهرست الآيات
١٤٨	فهرس الأحاديث
١٤٩	فهرس الأعلام
١٥٠	قائمة المراجع والمصادر

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ