

الباب الخامس
النموذج الثالث
للاتصال الإسلامي
نموذج الإتصال بين فردين

يتناول هذا النموذج بالدراسة والتحليل طبيعة الإنصال داخل المجتمع الاسلامى، الذى يعتمد اعتماداً كبيراً على هذه الاتصالات. وترجع أهميتها إلى أنها تساعد على نشر الدعوة والتعليم من جهة، ومن جهة أخرى تقوم بعملية مراقبة المجتمع الاسلامى ومنع أى إنحراف أو خروج على التقاليد الإسلامية. فكل فرد من أفراد المجتمع يتحول إلى مرسل ومستقبل.

فى النموذج السابق أشرنا إلى أن الفرد يتلقى منبهات عديدة عن طريق أجهزة الاستقبال لديه، يبدأ فى إدراكها على ضوء عوامل عديدة، ثم التفكير فى الاستجابة التى يتخذها، وأشرنا إلى أنها إما أن تكون مشاعر أو آراء أو أفعالاً. وأن هذه الاستجابة قد تكون منبهاً جديداً لنفسه يستجيب له مرة أخرى. وقد قدمت النظرية الإعلامية الإسلامية أمثلة عديدة لهذا النوع من الإنصال وخاصة فى مجال العقيدة والتأكل والبحث عن الله، كما هو ممثل فى قصة إبراهيم عليه السلام عندما تأمل فى السماء يبحث عن إله.

أما على مستوى التفاعل الاجتماعى بين أفراد المجتمع الاسلامى، فإذا تخيلنا وجود أربعة أفراد فقط سنجد أن كلا منهم يتلقى منبهات خارجية وداخلية يحللها ويستجيب لها على ضوء الإطار الدلالى الاسلامى، وتعتبر هى فى نفس الوقت منبهات لكل من الثلاثة الآخرين الذين يستقبلون المنبه ويرسلون إستجابتهم إلى الآخرين، وهكذا أى أن كل فرد على مستوى أى منبه يتصل بالثلاثة الآخرين وذلك كما يتضح من الشكل الآتى:



(شكل رقم ١٠) يبين درجة التفاعل الاتصالى فى نموذج مكون من أربعة أفراد داخل المجتمع الإسلامى

ومن الرسم السابق يتضح لنا أن كل فرد من أفراد المجتمع الاسلامى يتحرك حركة هادفة وواعية تجاه مستقبل غير محدد، لكى يعمل على تعديل إدراكه على الأحداث وفقاً لإطار الدلالة الإسلامى، أو لمقاومة أى تعديل أو إنحراف عن هذا الإطار.

وذلك يوضح مدى إيمان النظرية الإعلامية الإسلامية كون الإسلام دين دعوة، ودينا عالمياً، وإيمانها بانتقال الأفكار فى شكل متواليات (١) عديدة، فلو أن كل فرد نقل أفكاره إلى آخر لأصبحتا إثنتين، ولو نقل الإثنين إلى اثنين آخرين لأصبحوا أربعة وهكذا. فإننا نجد أنه لن يمر وقت طويل حتى تنتشر المعرفة ونعم ويصل العارفون بالدعوة إلى عشرات ومئات الملايين.

وهذه الحركة الدائبة للتغيير والمراقبة واجبة على كل فرد مسلم. أى أن كل مسلم بمقتضى هذا الوجوب الذى حددته الآيات القرآنية والأحاديث النبوية أصبح داعياً على قدر إمكانياته ومعلوماته، قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ﴾ (٢). ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ﴾ (٣). أما الأحاديث النبوية: «ليبلغ الشاهد منكم الغائب» (٤). وأيضاً «والذى نفسى بيده لتأمرن بالمعروف ولتنهون عن المنكر أو ليوشكن الله أن يسلط عليكم عقاباً منه ثم تدعونه فلا يستجاب لكم» (٥).

فالقائم بالاتصال أو الداعية فى النظرية الإعلامية الإسلامية هادف، وهادف دائماً وذلك بخلاف بعض نماذج الاتصال الحديثة التى ترى أن القائم بالاتصال غير هادف. وأن قدراً كبيراً من المادة الإعلامية التى يقدمها يتم نقلها فى كل الوسائل الإعلامية بالمصادفة وبالقضاء والقدر، - كما أشار إلى ذلك - و«ستلى» و«ماكلين» فى نموذجها لتحليل عملية الاتصال.

على أن عملية الاتصال لا تتم هكذا بشكل مباشر بين أ. ب. وإنما يمكن تحليل هذه العملية إلى عناصرها الرئيسية على النحو الآتى:

١- مرسل.

٢- رسالة.

٣- وسيلة.

٤- مستقبل.

٥- هدف.

٦- رجوع الصدى.

وفى إطار هذه العناصر أشارت النظرية الإسلامية إلى عناصر ثلاثة أخرى مساعدة
وهي:

٧- الأسس الفنية للإفناع والتأثير.

٨- التخطيط.

٩- البحوث.

وحتى يحقق الاتصال هدفه بنجاح فقد تناولت النظرية الإعلامية كل عنصر من
هذه العناصر بالتفصيل، وحددت كافة العوامل التي يمكن أن يكون لها تأثير في
التقليل من فاعلية التشويش وبالتالي من فاعلية الاتصال.

وسنحاول فيما يلي تناول كل عنصر من عناصر النموذج السابق على ضوء
النظرية الإعلامية الإسلامية مشيرين إلى كافة الجوانب التي تناولتها النظرية الإعلامية
الإسلامية، مع الإشارة إلى جوانب تطبيقاتها المختلفة، وذلك فيما يلي من فصول:

الفصل الأول

تعريف الداعية وأهدافه

أولاً: تعريف الداعية:

الداعية كما يقول «إفريت روجرز» هو شخص محترف يحاول التأثير في الناس لكي يتبنوا أفكاراً معينة يشعر أنها ضرورية وهامة^(٦)، ويعرف «البهى الخولى» الداعية بأنه شخص مؤمن بفكرته يدعو إليها بالكتابة والخطابة والحديث العادى والعمل الجدى وبكل ما يستطيع من وسائل الدعاية، فهو كاتب وخطيب ومحدث وقدوة يؤثر في الناس بعمله وشخصه، والداعية أيضاً طبيب إجتماعى يعالج أمراض النفوس ويصلح أوضاع المجتمع الفاسدة، فهو قائد في محيطه وسياسى في بيته وزعيم لفكرته^(٧) كما يعرفه بعض العلماء بأنه إنسان مجهز تجهيزاً خاصاً ليقوم بمهمة شاقة دقيقة كتلك التى دعا إليها الأنبياء والمرسلون ويحدد الدعاة بأنهم كل من غلبت فكرة الدعوة على حياتهم أو كانت مهنة لهم^(٨).

ونستطيع أن نعرف الداعية بأنه شخص يستهدف التأثير في الناس بأفكار لديه خلفية واسعة عنها، يؤمن بها ويصدر عنها فى سلوكه وتصرفاته، ويستخدم لذلك كافة إمكانيات وسائل الإعلام المتاحة ومختلف الأساليب الاتقاعية من أجل تكوين رأى عام صائب علمى الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها فى معتقداته وعباداته ومعاملاته، وذلك وفق منهج علمى وفنى مدروس ومخطط ومستمر ودون أن يبنى بذلك منصبا أو جاها.

وهناك مرادفات عديدة للداعية تطلقها النظرية الإعلامية على القائمين بشئون الدعوة وفقاً لوظائفهم وهى^(٩):

- ١- الواعظ: وهو المرشد الذى ينصح الناس بالموعظة الحسنة.
- ٢- المبشر: هو الواعظ الذى يعظ الناس ويدعوهم باللطف والمعطف.

٣- المنتر: هو الواعظ الذى يعظ الناس ويدعوهم بالتخويف والترهيب والترجيع بالعقاب.

٤- المحتسب وهو المراقب على الأحكام والأوامر والمأذون له بالمراقبة من قبل الحاكم أو الأمير، ويسمى أحياناً بالأمر بالمعروف والنهى عن المنكر.

وقد أطلق علماء الاتصال الغربيون على الداعية أو القائم بالاتصال مسميات عديدة والقائمة التالية تزودنا بدليل نستدل به على مجموعة هذه الكلمات.

مفتاح الاتصال	إستخدمها	ليونبرجر	عام	٦٠
الزعماء	»	مارش وكولمان	»	٥٤
الزعماء غير الرسميين	»	ويكلنتج	»	٥١
زعماء الاستعلامات	»	شبيرد	»	٦٠
» بنى الأفكار	»	روجرز وسفيلوس	»	٦٠
أصحاب النقود المحليين	»	ليونبرجر	»	٥٣
» »	»	مورتون	»	٥٧
» «التأثير	»	أمرى ولوزر	»	٥٨
صناع الذوق	»	جماعة الرأى العام	»	٥٩
مهندسوا الأسلوب	»	كولمان	»	
شموع الاحتراق	»	روس	»	٥٨
حراس البوابات	»	كوين	»	٥٢

ويعتبر الداعية أو القائم بشئون الإعلام الدينى من أهم العناصر التى يتوقف عليها نجاح الرسالة الإعلامية. فإذا كانت مادة الرسالة قوية، وإذا كانت وسيلة الإعلام المستخدمة تتمتع بفاعلية كبيرة فى سرعة تبليغ الرسالة أو فى قوة تأثيرها، ثم نفتقد

العملية الإعلامية رجل الإعلام القادر على نقل الرسالة، وعلى إحداث التأثير المطلوب فإن هذا سيقضى حتماً على كل احتمالات نجاح العمل الإعلامي حتى ولو كان موضوع الرسالة يعالج جوانب خطيرة وهامة.

فالداعية هو العنصر الفعال في الدعوة، ولا تنتصر دعوة إلا بالداعية أو القائم بالاتصال الذي يؤمن بها ويحسن عرضها. ولهذا كان تكوين الدعاة (١٠) يعنى تكوين الأمة فالأمة العظيمة ليست إلا صناعة حسنة لنفر من الرجال.

ولاشك أن الدعوة وظيفة رسل الله جميعاً، من أجلها بعث الله تعالى إلى الناس. فكلهم بلا إستثناء، دعوا أقوامهم إلى الإيمان بالله وأفراده بالعبادة، وعلى النحو الذي شرعه الله لهم ﴿وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنِ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ﴾ (١١) ، وكما دعا الرسل أقوامهم إلى عبادة الله فقد دعا رسولنا ﷺ أمته. وتكررت الآيات التي نحث على ذلك قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا﴾ (١٢) وداعياً إلى الله بإذنه وسراجاً منيراً﴾ (١٣). ولم يقتصر الخطاب على رسولنا عليه السلام وإنما مقصود به كل بالغ عاقل من الأمة الإسلامية ذكراً كان أو أنثى.. فلا يختص العلماء وحدهم أو كما يسميهم البعض رجال الدين بأصل هذا الواجب لأنه واجب على الجميع وإنما يختصون بتبليغ تفاصيله وأحكامه ومعانيه، نظراً لسعة علمهم به ومعرفتهم بجزئياته قال تعالى ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾ (١٤). والحديث الشريف الذي رواه الامام البخارى عن ابن عباس أن النبي ﷺ قال «فليبلغ العلم الشاهد الغائب» (١٥) ويدخل فى معنى الشاهد «كل مسلم علم من أمر المسلمين شيئاً» (١٥).

على أن مقدرة الداعية على الإقناع والتأثير تتوقف على عوامل كثيرة منها عوامل متعلقة بالداعية نفسه، وهذا نص مما قال به أرسطو منذ ألفى سنة: «إن الإقناع يتحقق عن طريق شخصية المتكلم إذا جعلنا نعتقد أنه يمكن تصديقه، ومعنى هذا أن هناك صفات معينة أو ظروف معينة تتعلق بشخصية المرسل وتساعد على أن يصل إلى إقناع من يتصل به.

فما هي تلك الصفات أو الظروف المعينة التي تساعد على نجاح الداعية، وتوفر له أقصى قدر من النجاح والتأثير؟ .. وذلك ما ستعرض له في هذه الفصول:

ثانياً: أهداف الداعية:

الأهداف لفظ يعبر به عن الغايات التي توجه إليها جهودنا وهذا المبدأ من أهم المبادئ التي وضعها العسكريون للحرب، ففي الحرب الأخيرة مثلا كان للهدف عند الجندي معنى محدداً جداً، فكان يعرف أن قادراً كبيراً من التفكير والتخطيط يجب أن يترجم إلى جهود لبلوغ هذا الهدف، وأن النجاح في بلوغ هدف ما له أثره في باقي العمليات، وهذه بدورها لها أثرها على النتيجة النهائية للحرب^(١٦).

ومن المسلم به أن لكل نشاط من أنشطة الدعوة الإسلامية غرضاً محدداً يطلق عليه إسم المقصد أو الهدف. فلا معنى لنشاط لا هدف له ولا مقصد.

وتحديد الأهداف منذ البداية وإعلانها صراحة للجمهور يساعد على ضمان نجاح وإستمرار الدعوة، ولذلك كانت رسالات الأنبياء واضحة ولم يكن في دعواتهم شيء غامض أو مستتر وفي ذلك يقول الله تعالى في موسى وهارون.

﴿وَأَتَيْنَاهُمَا الْكِتَابَ الْمُسْتَبِينَ (١١٧) وَهَدَيْنَاهُمَا الصِّرَاطَ الْمُسْتَقِيمَ﴾ (١٧). كما كان صحابة رسول الله ﷺ يدركون من البداية ما معنى دخولهم في الإسلام، وما هي المراحل المحتمية التي سيخوضونها بإعتنائهم لهذا الدين^(١٨).

فهذا أحد الأنصار في بيعة العقبة يقول «أندرون على أي شيء بايعتم رسول الله؟ لقد بايعتموه على الموت». فتأكد من القول أن وضع الهدف يحقق اليقين بقدم المواجهة، فيتحقق الاستعداد لها. والاستعداد والرغبة في المواجهة لا تقل أهمية عن المواجهة ذاتها. كما أن وضوح الغاية يحقق الشعور بالشروط الذي قطعته الداعية في طريق التحقيق لتلك الغاية. وبالتالي فإن هذا الشعور يقوى فيه إرادة الاستمرار وعزم الوصول^(١٩) فضلاً عن أنه يجعل الهدف الأسمى سلسلة متابعة من المقاصد والأهداف محددة سلفاً فيتحقق هدف وراء هدف والنتيجة العامة لتحقيق هذه الأهداف هي بلوغ الهدف الأسمى الشامل المرجو^(٢٠).

على أن تحديد الداعية لأهدافه لا يكفي لنجاحه، فلا بد له من المحافظة عليها خلال ممارسة الدعوة حيث أنها متكاملة^(٢١)، ونادراً ما تكون عملاً قصير المدى.

تحديد الأولويات:

وتحديد الأولويات بين الأهداف لا يقل أهمية عن تحديدها، فمن الضروري الداعية أن يرتب الأهميات ولا يضحى بالأهم لأجل ما هو دونه في الأهمية^(٢٢). بمعنى أن يميز بين الأهداف الرئيسية التي تعكسها الخطة وبين الأهداف الفرعية التي تسمى إلى تحقيقها البرامج الفرعية المنبثقة عن تلك الخطة^(٢٣).

ولا جدوى طبعاً من تحديد هدف ما، إذا كان ذلك الهدف غير عملي أو بعيد المنال. وليس من الضروري أن يتحقق الهدف لمجرد قيام دلائل الرغبة فيه، فلا بد لبلوغ الهدف من وجود مجموعة من المصالح المشتركة^(٢٤)، أي لا بد من إيجاد مثل تلك المصالح المشتركة أو الأهداف المشتركة بين الداعية والجمهير المختلفة التي لا غنى عن تأييدها ومؤازرتها.

وتحدد أهداف الداعية على ضوء الأهداف الأساسية للدعوة، ويمكننا أن نحدد هذه الأهداف كما يلي:

١- الدعوة إلى توحيد الله عزوجل، وإفراذه بالعبادة ووصفه بكل صفات الكمال وتنزيهه تعالى عن الشريك والمثيل والصاحبة والولد، ولقد كانت هذه القضية هي القضية الأولى التي تصدت لها الدعوة الإسلامية من اليوم الأول للدعوة. ذلك لأن قضية الألوهية هي القضية الأساسية التي ليس وراءها شيء في حياة الإنسان إلا ما يقوم عليها من التفرعات المتعلقة بنظام الحياة.

٢- الإيمان بالله واليوم والآخر وما فيه من بعث وحساب وحشر وجزاء، حيث يجد المرء هناك جزاء ما قدمت يدها ويجنى ثمرة ما غرست ساعده **﴿فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ (٧) وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ﴾** (٢٥).

٣- تجلية محاسن الإسلام وبيان مزاياه وتقريب مفاهيمه وحقائقه للناس كل على حسب إستعداده ومداركه.

٤- بيان طرق العبادات من طهارة وصلاة وصيام وحج وزكاة وجهاد. مع بيان مقاصد الاسلام من هذه العبادات، وأنها ليست تكاليف جوفاء، وإنما تربية حكيمة لمشاعر النبل والصفاء والقُدوة والتماسك والتعاطف والتآلف بين الأخوة.

٥ - تحديد طرق المعاملات الصحيحة من بيع وشراء وإجارة وشركة.. إلخ.

٦- بيان المنهج السليم لعلاقة الانسان بربه ونفسه ومعارفه وجميع الناس.

٧- بيان الحلال والحرام على الصعيد العام فى كل أمر من الأمور.

٨ - الترغيب فى عمل الخير ببيان مآثره العاجلة.

٩- الأمر بالمعروف والنهى عن المنكر.

١٠ - محاربة المذاهب الهدامة ودحضها بالحجة فى وعى وبصيرة وإزاحة كل المعوقات التى تحول بين المسلم ودينه.

١١ - محاربة البدع السارية فى حياة المسلمين فى العقائد والسلوك.

١٢ - التهيب من عمل الشر وبيان آثاره السيئة عاجلة وآجلة.

وهكذا نرى أن هذه الأهداف هى التى توجه جمهور المشتغلين بالدعوة، وتجعلهم مدركين تماماً لغايتهم التى يسعون إلى بلوغها. ويستطيع الداعية أن يحدد أهدافه بوضوح إذا ما سأل نفسه باستمرار عما يريد أن يحققه. وإذا نجح فى تحديد أهدافه بوضوح أصبح من السهل عليه إختيار أفضل وأقصر الطرق التى توصله إلى هدفه.

إعتبارات أساسية:

على أن الداعية وهو يقوم بتحديد الأهداف التى سيوليها عنايته وإهتمامه يجب أن يهتم بالآتى:

١- إن ما يريده الناس قد لا يكون هو ما يحتاجون إليه فعلا، وما يعتقد أن الناس يحتاجون إليه قد لا يكون هو ما يريدونه، وإنما المهم أن تعكس الأهداف التى يحددها الإحتياجات الفعلية للجماهير.

٢- إن الداعية طيب، والطبيب لا ينصح بدواء واحد لكل المرضى، وإنما يصف الدواء بحسب الداء..... وعلى هذا النهج يجب أن يسير الدعاة وأن يظهروا مطالب الجماهير المتنوعة، وأن يدرسوا كل جمهور على حده، ويحللوا تفكيره وإنجازاته ويرسموا الخطط المناسبة له ويختاروا وسائل الإعلام المستمرة بالنسبة إليه.

٣- أن تكون الأهداف إيجابية وليست سلبية بمعنى أن تتجه إلى إحداث التأثير الطيب بدلا من أن تتجه إلى التفكير في كيفية منع أى تأثيرات معادية (٢٦).

٤- أن تكون الأهداف واقعية وصریحة وواضحة كما أنه ينبغي كتابتها لكي يعرفها الجميع.

٥- أن تكون الأهداف معقولة من حيث المال والجهد والوقت المخصص لها، فلعامل الوقت في بعض الأحيان أثر كبير في تحديد أهداف الداعية، فبالنسبة للجهاد مثلا نجد أن الهدف البعيد المدى للداعية هو تهيئة جو عام يصور أهمية الجهاد ودوره في الحفاظ على إستقلال الأمة وعقيدتها، أما الهدف المتوسط المدى فهو الحث على التدريب وإعداد القوة العسكرية الرادعة التي تمنع كل من تسول له نفسه مجرد التفكير في الاعتداء، أما عندما يقع هجوم مباشر على دولة إسلامية نجد أن الهدف المباشر هو حث الناس على الإنتظام في صفوف الجاهدين والتبرع بالمال والدماء والعمل على المحافظة على الروح المعنوية عالية. وفي مثل هذه الحالة يلجأ الداعية بحكم ضيق الوقت إلى تبسيط الأهداف وتوضيحها والإقتصار على الأهداف المباشرة (٢٧).

٦- عند تحديد الأهداف يتعين مراعاة الآراء السائدة والعادات وميول الجماهير المختلفة التي يراد التأثير فيها، وأساليب التفكير الاجتماعى والاقتصادى السائدة وأن نبحت عن نقاط التلاقى (٢٨).

تحديد الأهداف:

وعندما تكون الجهة المسؤولة عن الدعوة وزارة أو هيئة أو منظمة، فإن الإجراء الصحيح الذى يجب أن يستخدم لتحديد الأهداف يتم على النحو الآتى:

١- يعمل كل مدير مع مرءوسيه كجماعة لوضع الأهداف للفترة التالية شهر أو ثلاثة أشهر أو سنة. وقد نوضع الأهداف لفترة أطول لكنها يجب أن تكون لمجرد العلم. على أن يعاد فحصها وتعديلها في آخر كل فترة، ويجب أن تشمل الأهداف على الأبعاد الآتية:

أ- الأهداف النهائية في صورة متغيرات محددة.

ب- الأهداف التنظيمية التي تتناول نظام التفاعل والتعامل كإحداث تحسين في عملية التبليغ أو في عملية تفاعل الجماعة.

ج- الاجراءات والعمليات التي تستخدم لتحقيق هذه الأهداف.

د- الاجراءات والعمليات التي تحدد مدى الكمال في كل إجراء يتبع.

٢- في نهاية كل فترة يقدم المسئول نتائج ما تم إنجازه بالنسبة للأهداف الموضوعة، وعوامل النجاح، وما يجب عمله في الفترة التالية لزيادة النجاح والتغلب على الفشل.

٣- وفي الوقت الذي تستعرض فيه النتائج تدرس الأهداف والخطط التالية، ويدخل التحسين والتعديل على الاجراءات والوسائل تبعاً لما تكشف عنه البيانات أو تتطلبه الطرق الجديدة المحسنة (٢٩).

وهكذا تتضح لنا طبيعة عمل الداعية والتي تميزه عن غيره من القائمين بالاتصال من حيث طبيعة الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها. فهو يتصل ليؤثر ويؤثر دائماً، ولهذا فإن الهدف في حياته معنى محدداً، وكل همسة منه وكل خطوة أو حركة يجب أن يكون لها حساب على طريق دعوته، وأن يبظر إليها بقدر ما تحقق له من نجاح. بل إن النجاح السريع الحافل إن لم يبظر إليه على ضوء مساهمته في تحقيق الهدف النهائي فهو خسارة محسوبة عليه لا محالة. فعندما نظر إلى فتح مكة نجد أن رسول الله ﷺ عندما دخل مكة فاتحاً لم يبهره هذا النصر ولم يدفع به إلى الانتقام أو الشفى ممن آذوه وأخرجوه من بلده، وإنما وضع هذا الانتصار الحافل في كفة ودعوته في الكفة الأخرى وتغلب على كل العوامل النفسية، وأصدر حكمه مدوياً فوق

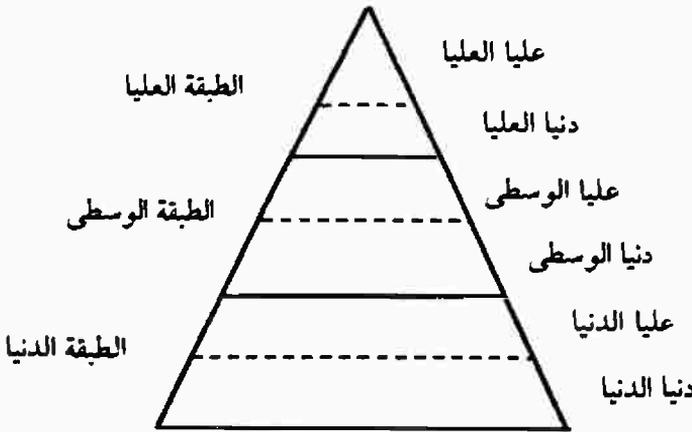
الزمان ويكل ما امتلأ قلبه من حب ورحمة لأهله وحرص على هدايتهم «إذهبوا فأنتم الطلقاء»، الأمر الذي هز قلوب أهل مكة جميعاً، وأصابهم بما يشبه الصدمة العصبية التي طهرتهم ونزعت ما فى قلوبهم من غل وحسد وحقد فتباروا إلى الايمان بالدعوة الجديدة، وتفانوا فى الإخلاص لها والعمل من أجلها، وكانوا من خير المدافعين عنها والحاملين لواءها. وبذلك تحول النصر العسكرى الرائع إلى إنتصار حافل للدعوة الإسلامية ونزل قول الله تعالى: ﴿الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا﴾.

الفصل الثاني

المركز الاجتماعي للداعية

يؤثر المركز الاجتماعي الذي يشغله الداعية على مدى نجاحه وفعالته. والمركز الاجتماعي أو المكانة الاجتماعية هي المرتبة التي يضع أفراد الجماعة فرداً منهم بناء على السمات والصفات التي لهذا الفرد والتي ينظر إليها أفراد الجماعة بالتميز والإحترام أو بالاعتراض والاحتقار. فمثلاً إذا كانت هناك جماعة دينية ووجد بين أتباعها من يتبع تعاليم الدين، ويسلك السلوك المتمشى معها، فإن في صفاته هذه بين الجماعة ما يمنحه مكانة إجتماعية عالية (٣٠).

ويلاحظ دائماً بأن المكانات الاجتماعية في أى مجتمع من المجتمعات تأخذ شكلاً هرمياً بحيث تكون المكانات العليا هي القلة والمكانات الدنيا هي الكثرة، وهذا الشكل الهرمى يختلف من مجتمع إلى آخر، ويطلق على المكانات المتشابهة إسم الطبقة الاجتماعية. ويقسم علماء الاجتماع البناء الطبقي في أى مجتمع إلى ثلاث طبقات: الطبقة العليا والطبقة الوسطى والطبقة الدنيا كما قد تقسم كل طبقة إلى طبقتين فرعيتين (٣١). عليا ودنيا وذلك كما في الشكل الآتي:



شكل رقم (١١) يبين التقسيم الطبقي للمجتمع

كما يمكن تقسيم المكانات الاجتماعية إلى قسمين:

أ- مكانات منسبة: وهى تلك التى تلتصق بالطفل أو تنسب إليه منذ ولادته.

ب- مكانات مكتسبة: وهى تلك التى يحصل عليها الفرد بجهوده وعمله (٣٢).

وللمكانة الاجتماعية للفرد أثر كبير على مقدرته الاتصالية، وهناك العديد من الدراسات التى تثبت هذا الأثر. فقد وجد «ليو نبرجر» عام ١٩٥٩ أن قادة الفكر فى مجال الزراعة يتشرون بوجه عام على طول جبهة التنظيم الاجتماعى بما تحويه من قطاعات مختلفة، ولكنهم يتركزون فى القسم الأعلى من هذا التنظيم (٣٣)، وعلى وجه العموم وجد أن الفلاحين يميلون إلى طلب النصيحة من قادة الفكر الذين يعلنونهم قليلاً فى المركز الاجتماعى، وفى دراسة أخرى له عام ١٩٥٣ وجد أن قادة الفكر يمتلكون مزارعهم فى أغلب الأحوال، وهذه المزارع فى العادة أكبر نسبياً من غيرها (٣٤). كما وجد «سايسرو» عام ١٩٥٦ أن قادة الفكر يتمتعون بمركز اجتماعى أعلى من مركز تابعيهم كما انتهى «إمرى» و«أوزر» عام ١٩٥٨ و«عبدالرحيم» عام ١٩٦١ و«فان دى بان» و«روجرز» و«بيردج» عام ١٩٦٢ أن قادة الفكر فى أوساط الفلاحين يعملون فى العادة فى مزارع أكبر من غيرها. وإنهى «روجرز» عام ١٩٥٥ من بحثه إلى أن قادة الرأى يمتلكون مزارع أكبر ويربحون دخلاً سنوياً أكبر أو يشغلون مركزاً اجتماعياً أرفع من مكانة التابعين (٣٥).

وتعبير قادة الفكر يقصده أولئك الذين يقصدهم غيرهم لطلب النصيحة (٣٦).

ويرجع السبب فى رأينا فى الأثر الذى يحدثه المركز الاجتماعى للفرد إلى عاملين:

١- الميل إلى المحاكاة: وهى خاصية من خواص الأحياء تجعل الفرد يتأثر بمشاهدة

الآخرين وهم يسلكون سلوكاً معيناً. أو يقومون بعمل من الأعمال وخاصة إذا كان ذا مركز اجتماعى متميز (٣٧).

٢- الثقة: ففكرة الجمهور الذى يتعامل معه الداعية عن الداعية نفسه قد تؤثر على

نجاحه. وهذه الفكرة تختلف باختلاف الصفات المميزة لكل من الجمهور والداعية.

كما أنها تقرر إلى حد بعيد مدى الاتصال الذى سوف ينشأ بين الداعية

والجمهور (٣٨) وعادة يكون السبب في هذه الثقة الناشئة بين الجمهور والداعية راجعة إلى ما استحوز عليه الداعية أو القائم بالاتصال من صفات ومؤهلات وثقافة فهو في إعتبار الجمهور لذلك لن يفعل إلا ما فيه الصواب. وإما لأنه بحكم ما ورثه من مكانة اجتماعية ومركز متميز وما صحب ذلك من تنشئة حسنة تجعله لا يتخذ إلا قراراً صائباً.

وفي دراسة لتحديد أثر الثقة في الداعية أو المصدر قام بها «هو فلاند» و«جانيس» وفي دراسة أخرى «لكليمان» وهو فلاند» تبين أن الأشخاص يحصلون على نفس القدر من المعلومات من مصدر يوثق به ومصدر لا يوثق به ومع ذلك فقد كان حكم الأشخاص على الأفكار المقدمة مختلفاً اعتماداً على مدى ثقتهم في المصدر (٣٩).

ونظراً لأهمية المركز الإجتماعي للداعية، فقد منحه الإسلام مكانة عظيمة قال تعالى ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾ (٤٠) فأحسن عمل يمكن أن يمارس هو الدعوة إلى الله.. والداعية هو الشخص الذي يمارس الدعوة إلى الله ويستحق هذه المكانة الإجتماعية العالية إذا جمع بين ممارسة الدعوة والحرص على العمل الصالح أى يكون هو نفسه كما حددت الآية مهتدى لعمل الخير ويؤدى الفرائض ويحتسب المحارم كما يقول «ابن كثير» فى تفسير (٤١) هذه الآية. فهو يستحق هذه المكانة بفصل ما اكتسبه من صفات عظيمة لترويض نفسه وللدعوة إلى الله ثم أيضاً للجزاء المترتب على الدعوة الثابت فى حديث رسول الله ﷺ «لأن يهدى الله بك رجلاً واحداً خير لك من حمر النعم» وفى حديث آخر.. «من دل على خير فله مثل أجر فاعله» (٤٢).

ولأهمية مركز الداعية الاجتماعى على عملية الدعوة نجد أن الله تعالى لم يختر نبياً إلا وكان معروفاً فى الوسط الذى يبعثه إليه بالشرف والنسب والطهر والعفة (٤٣) وأيضاً عندما اختار محمداً عليه الصلاة والسلام إختاره وهو فى قمة النسب من قريش وقريش فى القمة من الأنساب والأعراق بين العرب.

ولما كانت العلاقات الاجتماعية تنمو فى اتجاه أفقى داخل الطبقة الاجتماعية

الواحدة. نجد أن أقرب أصدقاء النبي عليه الصلاة والسلام كانوا أيضا هم قمم قريش في الشرف والحسب.. وهم أيضا أسرع الناس إستجابة للدعوة نظراً للثقة القائمة بينهم وبين الداعية الأول ﷺ ومن هؤلاء أبو بكر وعثمان وطلحة والزبير وعمر بن الخطاب وأبو عبيدة بن الجراح وعلى بن أبي طالب وحمزة.. فكل هؤلاء أشراف وبعضهم واسع الثراء. كما أن كل واحد من هؤلاء عندما آمن قام بنفس الدور بدعوة الآخرين المحيطين به ممن يقتنعون برأيه ويشقون فيه وله عليهم تأثير ونفوذ أديب.

فالمرکز الاجتماعي للداعية داخل النظام الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع من المقومات الرئيسية لنجاح أية دعوة.. ليس في تاريخ الدعوات دعوة كتب لها النجاح بدعاة في مؤخرة الصف الاجتماعي. بل إن الدعوة الإسلامية لم تتأخر إلا عندما أهمل شأن الدعوة، وعندما تحالفت عوامل كثيرة على وضع الدعاة في مؤخرة الصفوف اجتماعيا وماديا وأديبا وعلى هز صورتهنم الذهنية في أذهان الجماهير، وذلك بالتركيز على بعض الصفات الذميمة لدى بعضهم وتعميمها على الآخرين لإشاعة جو من عدم الثقة وكانت الصحافة هي الرائدة في هذا المجال.

وإلى جانب الصحف التليفزيون والسينما والمسرح التي لا تكاد تضيع فرصة سانحة للسخرية من رجال الدين، بطريق مباشر أو غير مباشر إلا واستغلتها.

وإذا قارنا بين موقف وسائل الإعلام من الداعية وموقف القرآن كما قدمته النظرية الإعلامية الإسلامية نجد فارقا كبيرا فالقرآن يأبى على المسلمين أن ينادوا رسول الله ﷺ براعنا ومع أنها من الرعى والرعاية ورعى الغير، أى حفظه، وراعى مصالحه وراقبها. إلا أنها مجرد إلتباسها بكلمة توهم عند اليهود والمشركين معنى فيه إيذاء لرسول الله ﷺ، لذلك نجد قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقُولُوا رَاعِنَا وَقُولُوا انظُرْنَا وَاسْمَعُوا﴾ (٤٤).

وفضلا عن ذلك فقد حددت النظرية الإعلامية الإسلامية أسلوب تعامل الجمهور مع الدعاة حتى تكون بذلك الصورة الذهنية التي تجعلهم في موقع الثقة والتأثير منهم.. وإن كانت الآيات التي تتعرض لذلك تخصص هذه المعاملة لحضرة المصطفى

ﷺ، إلا أنها أيضا ممتدة للمعلماء وللدعاة باعتبارهم ورثة الأنبياء.. قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقْدِمُوا بَيْنَ يَدَيْ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١﴾ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَرْفَعُوا أَصْوَاتَكُمْ فَوْقَ صَوْتِ النَّبِيِّ وَلَا تَجْهَرُوا لَهُ بِالْقَوْلِ كَجَهْرِ بَعْضِكُمْ لِبَعْضٍ أَنْ تَحْبَطَ أَعْمَالُكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تَشْعُرُونَ ﴿٢﴾ إِنَّ الَّذِينَ يَغُضُّونَ أَصْوَاتَهُمْ عِنْدَ رَسُولِ اللَّهِ أُولَئِكَ الَّذِينَ امْتَحَنَ اللَّهُ قُلُوبَهُمْ لِلتَّقْوَى لَهُمْ مَغْفِرَةٌ وَأَجْرٌ عَظِيمٌ ﴿٣﴾ إِنَّ الَّذِينَ ينادُونَكَ مِنْ وَرَاءِ الْحُجُرَاتِ أَكْثَرُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ ﴿٤﴾ وَلَوْ أَنَّهُمْ صَبَرُوا حَتَّى تَخْرُجَ إِلَيْهِمْ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿٤٥﴾.

وهكذا فإننا لزيادة فعالية الدعوة وتأثيرها يجب أن نعمل على وضع الدعاة في المكانة الاجتماعية والمادية اللائقة بهم، وأن نقوم أي خروج على ذلك، سواء من ناحية الدعاة ووسائل الإعلام أو من جانب البعض ممن يتخذون الدين ستارا لتحقيق مآربهم، ولو على حساب القائمين على شئون الدعوة أو الدعوة نفسها.

الفصل الثالث

اتجاهات الداعية

يعنى الإتجاه أصلا وضعا معيننا يتخذه الجسم للقيام بفعل معين. أى استعداد فيزيقى يتمثل فى إتخاذ وضع معين لأداء فعل ، إلا أن معنى الإتجاه قد أخذ يتسع شيئا فشيئا لكى يغطى جميع أنواع الاستعدادات التى تتخذ للقيام بأفعال سواء كانت هذه الإتجاهات ظاهرة، أو نفسية كامنة (٤٦).

وتوجد تعريفات عديدة للإتجاه.. فيعرفه «ألبورت» بأنه ذلك الإستعداد العقلى والعصبى الذى يتكون نتيجة للخبرات المتوالية والذى يوجه إستجابات الفرد إزاء الأشياء والمواقف المختلفة (٤٧). أما «بيرنارد» فيرى أنه الوضع الذى يتخذه الكائن نحو موضع أو موقف يرغب التوافق معه.. وحينما تتم عملية التوافق يختفى الإتجاه فيما عدا ما يتبقى منه فى الذاكرة أو فى الوضع العادى للكائن (٤٨)، ويعرفه «بوجاردس» بأنه الميل الذى ينحو بالسلوك قريبا من بعض عوامل البيئة أو بعيداً عنها ويضفى عليها معايير موجبة أو سالبة وذلك وفقا لانجذابه به إليها أو نفوره منها (٤٩) وعلى هذا فهو الأسس الكامنة فى جذور الآراء والتصرفات وهو الذى يوجهها (٥٠).

وتمثل الإتجاهات نظاما متطورا للمعتقدات والمشاعر والميول السلوكية، ينمو فى الفرد باستمرار نموه وتطوره، وتكون الإتجاهات دائما نحو شىء محدد أو موضوع بالذات، وتمثل تفاعلا ونشابكا بين تلك العناصر الثلاثة (٥١). ولايستطيع الفرد تكوين إتجاه حىال أى شىء أو شخص إلا إذا كان هذا الشخص موجودا فى محيط إدراكه. أى أن الفرد لا يستطيع تكوين إتجاهات حىال أشياء لا يعرفها أو حىال أشخاص لم يتفاعل معهم.

وتنعكس هذه الإتجاهات على عملية الاتصال بصورة مباشرة، فالإتجاهات النفسية التى يحملها كل من القائم بالاتصال أو الداعية والفرد المستقبل للرسالة تؤثر فى

عملية الاتصال^(٥٢) التي تتم بينهما عن طريق تأثيرها في نظرة كل منهما إلى نفسه ونظرتها إلى الآخر ونظرتها إلى موضوع الاتصال ذاته. فإن كانت هذه النظرة مواتية أدت إلى زيادة فاعلية الاتصال بينهما والعكس أيضا.

ومن ثَم تأتي أهمية دراسة الاتجاهات النفسية ووظائفها، وعوامل تكوينها وطرق قياسها وكيفية تغييرها أو تدعيمها.. وأثر هذه الاتجاهات سواء بالنسبة للمرسل وللمستقبل على عملية الاتصال. وما نعرض له في هذا البحث هو أثر اتجاهات الداعية أو المرسل على عملية الاتصال بصفة عامة وبهنا هنا:

١- اتجاه الداعية نحو نفسه.

٢- اتجاه الداعية نحو الجمور.

٣- اتجاه الداعية نحو الموضوع.

أولا: اتجاه الداعية نحو نفسه:

يؤثر اتجاه الداعية نحو نفسه على مدى فاعليته. فإذا كان اتجاه الداعية نحو ذاته سلبيا يحتمل أن يؤثر هذا التقييم للذات على نوع الرسالة التي يصنعها من ناحية، كما أنه من ناحية أخرى يصبح أقل ثقة في نفسه، وهذه الفكرة السيئة عن النفس ينقلها إلى الآخرين لا شعوريا وتقلل من احتمالات النجاح أمامه. أما إذا كان اتجاهه إيجابيا، وأنه يعتقد أنه محبوب، فقد يجعله هذا الاعتقاد ناجحا لثقته في نفسه^(٥٣).

وثقة الداعية في نفسه مستمدة من قوة ثقته في رسالته وفي نصر الله له، الأمر الذي يقيه أضرار اليأس، ويجنبه فقدان الأمل.. ولهذا نجد رسول الله ﷺ لم يثن عزمه عن الدعوة إلى الله تعالى عناد أهل النفي والضلال ومقابلتهم له بالإنكار وإيقاع الأذى به وبأصحابه المجاهدين الذين استمدوا منه الثقة^(٥٤) والأمل. فلم يتزعزع إيمانهم ولا ثقتهم بأنفسهم لحظة في جميع أسعوالهم، يوم كانوا في مكة محاصرين يعذبهم المشركون، ويوم هاجروا قارين بدينهم إلى الحبشة، ويوم هاجروا إلى المدينة، ويوم انتصروا في بدر وانكسروا في أحد وحوصروا في الخندق.. إنهم في جميع تلك

الأحوال التي تقلبوا فيها لم يتزعزع إيمانهم لحظة ولم يتسرب إلى قلوبهم ذرة من اليأس أو الشك في كونهم على الحق (٥٥). ومتى تدعمت ثقه الداعية بنفسه لا يضعف إيمانه مهما أنصرف الناس عنه. فقد لبث نوح عليه السلام كما أخبرنا الله عز وجل في قومه يدعو ﴿أَلْفَ سَنَةٍ إِلَّا خَمْسِينَ عَامًا﴾ (٥٦) ولم يؤمن مع ذلك إلا القليل.

والأهمية عنصر الثقة بالنفس وجب نميته لدى الدعاة، وللمسلمين درس في هذا المجال من سيدنا رسول الله ﷺ حيث نشأه الله النشأة المثالية فيقول تعالى ﴿أَلَمْ يَجِدْكَ يَتِيمًا فَآوَى﴾ (٥٧). فهذه الآية تشير إلى أهمية الإيواء الذي يصنع الثقة لأنه يكفل الحماية ويطرده الضعف إذا ما نشأ الداعية وسط ذلك. وشاب عليه.

ولعل في ذلك بعض السر في الإيواء الذي أحيط به سيدنا محمد عليه الصلاة والسلام، حيث نشأه الله يتيماً، ومن المعلوم أن ضرر اليتيم كبير على نفسية الطفل، لأنه يشعر بالضعف والعزلة ويفقده المدافع والمحامي، ويحرمه من الأنيس، ويبعده عن السلوك السليم والتربية الصحيحة.. ولهذا نحى الله رسوله من هذه الأضرار فكفله جده عبدالمطلب ثم عمه أبو طالب وكلاهما أحبه أكثر من بنيه وأحاطه بالعناية والرعاية (٥٨).

وتثمر هذه التربية في إحاطه الداعية بالثقة أنه عندما يدعو بعد ذلك يدعو في قوة مدعمه باليقين، والداعية الواثق بنفسه ينظر إلى سائر الناس من حوله فإذا هو قائدهم ورائدهم وأقربهم إلى الله.

وتحديد اتجاه الداعية نحو نفسه لا يبدأ هكذا فجأة، وإنما يبدأ منذ نشأته الأولى.. وإذا كنا نجد كثيراً من دعاة اليوم مصابين بالخوف وعدم الثقة بما قرء في نفوسهم فلأن نشأتهم الأولى جعلتهم يستهينون بهذا العمل. كما أنها لن تعددهم لمجابهة المستهترين بالحق والساحرين من الدعوة.. ولو فاتنا تكوين الثقة عند الداعية في فترة نشأته الأولى فلا يصح أبداً إهمالها بعد ذلك.

وإدراك الإنسان لحقيقة دوره تجعله يسلك سلوكاً معيناً يتفق مع هذا التوقع..

فالإنسان حيث يضع نفسه فالمدير يمارس دورا يختلف عن دور العامل والبائع دوره^(٥٩) يختلف عن دور المشتري، والأب يقوم بدور مغاير لدور الأبن وهكذا.. فالإنسان حين يواجه المواقف الاجتماعية والتنظيمية إنما يدرها بطريقة تناسب وطبيعة الدور الذي يمارسه وكذلك الداعية، فله دوره الذي يتطلب سلوكيات معينة.

ومن هنا كان حرص النظرية الإعلامية الإسلامية على توجيه نظر الإنسان إلى أهميته في هذا الكون، وإلى الحكمة من وجوده.. فهو كبير قلبه فكيف يدع قلبه^(٦٠) نهبا للغش والظلم والهوى، وهو كبير بعقله فكيف يدع عقله فريسة للجهل والخرافة، فالنظرية الإعلامية تعتمد في حماية الإنسان على إيقاظ عقله وقلبه وتبصيره بمكائنه وفضله.

لهذا كان التغيير في مراكز الأشخاص وأدوارهم الاجتماعية من العوامل التي تهز ثقتهم في أنفسهم، وتساعد على التغيير، حيث أنهم يحكم مراكزهم يستطيعون التأثير على مجريات الأحداث في المجتمع^(٦١).

وهناك إرتباط وثيق بين ثقة الداعية في نفسه، وثقة الجمهور فيه، حيث أن صورته السيئة عن نفسه ستقتل لا شعوريا منه إلى الجمهور، وتقلل بالتالي من مدى تقبلهم لدعوته، والعكس. إذا كانت هذه الثقة قائمة.. وهذا نفس ما فعلته أجهزة الإعلام بالدعوة فقد نجحت في التسلل إلى داخل نفوس الدعاة لدرجة جعلت من العمل في الدعوة حلما بغضا لكثير من الشباب وبالتالي فحين يعملون في محيطها لا يكون لهم تأثير يذكر.

ومن هنا تأتي أهمية العمل على جعل إنجاء الداعية نحو نفسه إيجابيا، حتى ينعكس ذلك على نوع الرسالة التي يصنعها، وعلى الجمهور الذي يتوجه إليه، وتزيد بالتالي درجة فاعليته ونجاحه.

ثانياً: إنجاء الداعية نحو الموضوع؛

إنجاء الداعية نحو الموضوع من العوامل التي تحدد فاعليته وعلى سبيل المثال فنحن حينما نقرأ مقالا أو كتابا أو حينما نستمع إلى مدرس أو محاضر يتكون لدينا إنطباع

عن اتجاه الكاتب أو المتحدث نحو الموضوع، وهذا الإنطباع هل هو مقتنع أم غير مقتنع بالموضوع؟.. هل يتحدث عنه بإيمان وعقيدة حقيقية أم يتظاهر بالتحمس له... وحينما لا يؤمن الداعية أو الكاتب بصدق ما يقول ويقتنع به يصبح من الصعب عليه أن ينقل معلوماته بفاعلية.. ولهذا السبب ترفض كثير من الشركات تعيين مرشح معين لشغل وظيفة بائع مالم تتأكد من أن ذلك الفرد يؤمن بالسلعة التي سيقوم ببيعها وأن اتجاهه نحوها إيجابي (٦٢).

وإذا كان هذا الإيمان بالسلعة ضروريا للبائع لترويج بضاعته، فإنه أكثر ضرورة وأهمية بالنسبة للداعية، فلا بد للداعية أن يكون مؤمنا بفكرته التي يدعو إليها ممتلى النفس والعقل بها. عارفا بحدودها وصحتها وصلاحيتها حريصا على أن يشغل الآخرين (٦٣) بها، وذلك حتى يصل إلى درجة الإقناع والتأثير.. ولهذا أيضا فإننا كثيرا ما نستمتع لخطباء أو دعاة دون أن نتأثر بهم، أو يكون لكلامهم وزن بينما تتأثر البعض الآخر من أمن بدعوته إيمانا عميقا، وأصبحت دعوته حية في كيانه، تملأ ضميره وتجعل سعادته في العمل بها والحركة من أجلها وتشغله عن كل شيء عداها (٦٤).

فلا بد من الإقناع قبل الإقناع، ولا بد من الإخلاص قبل العمل، ولذلك نجد موسى على السلام عندما كلفه الله بدعوة قومه سال الله أن يشرح صدره لأداء الرسالة حتى تصبح عنده هوايه أو متعة تهون معها الشدائد قال تعالى ﴿ قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي ﴾ (٦٥).

ونجد رسولنا ﷺ وقد بلغ به إيمانه بدعوته أن أصبحت حالته كما يحكيها القرآن ﴿ قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴾ (١٦٧) لا شريك له وبذلك أمرت وأنا أول المسلمين ﴿ (٦٦) ونجده يحرص على أن يؤكد أهمية الإيمان والاقناع بالدعوة ويختار لذلك من قصص السابقين ما يؤكد هذا المعنى ويقدمه في أسلوب شيق جذاب. روى الإمام مسلم في صحيحه أن رسول الله ﷺ قال: « كان ملك فيمن كان قبلكم، وكان له ساحر، فلما كبر قال للملك: قد كبرت فابعث إلى غلاما أعلمه

السحر، فبعث إليه غلاما يعلمه، وكان في طريقه الذى سلك راهب.. فقمعد إليه، وسمع كلامه فأعجبه فكان إذا أتى الساحر مر بالراهب وقعد إليه فإذا أتى الساحر ضربه، فشكا ذلك الراهب فقال: إذا خشيت الساحر فقل حبسنى أهلى، وإذا خشيت أهلك فقل حبسنى الساحر. فبينما هذا الغلام كذلك إذ أتى على دابه عظيمه قد حبست الناس فأخذ حجراً فقال: اللهم إن كان أمر الراهب أحب إليك من أمر الساحر فاقتل هذه الدابة حتى يمضى الناس فرماها فقتلها، ومضى الناس، فأتى الراهب فأخبره. فقال له أى بنى أنت اليوم أفضل منى، قد بلغ من أمرك ما أرى، وإنك ستبتلى، فإن أبتليت فلا تدل على. وكان الغلام يبىء الأكمه، والأبرص، ويداوى الناس من سائر الأدواء، فسمع جليس للملك كان قد عمى فآتاه بهدايا كثيرة فقال: ما مهنا لك أجمع إن أنت شفيتنى، فقال لا أشفى أحدا وإنما يشفى الله. ثم قال الغلام الذى لا يبتغى لنفسه مالا.. فإن أنت آمنت بالله دعوت الله فشفاك، فأمن بالله. فشفاه الله فأتى الملك فجلس إليه كما كان يجلس، فقال له الملك من رد عليك بصرك؟ قال: ربي قال: ولك رب غيرى قال: ربي وربك الله، فأخذه فلم يزل يعذبه حتى دل على الغلام فجىء بالغلام فقال له الملك: أى بنى قد بلغ سحرك ما تبرىء الأكمه والأبرص وتفعل وتفعل..؟ قال: إنى لا أشفى أحدا؟ وإنما يشفى الله. فأخذه فلم يزل يعذبه حتى دل على الراهب، فجىء بالراهب، فقبل له إرجع عن دينك فأبى فدعا بالمنشار، فوضع المنشار فى مفرق رأسه فشقه حتى وقع شقاه - وهذا ثبات على العقيدة وإحتمال لأشد أنواع الأذى فى سبيلها - ثم جىء بجليس الملك فقبل له: إرجع عن دينك فأبى فوضع المنشار فى مفرق رأسه فشقه حتى وقع شقاه، ثم جىء بالغلام فقبل له إرجع عن دينك فأبى فدفعه إلى نفر من أصحابه فقال: إذهبوا به إلى جبل كذا وكذا، فاصعدوا به الجبل، فإذا بلغتم ذروته فإن رجع عن دينه وإلا فاطرحوه فذهبوا به فصعدوا الجبل فقال: اللهم اكفنيهم بما شئت، فرج بهم الجبل فسقطوا، وجاء يمشى إلى الملك. فقال له الملك: ما فعل أصحابك؟ قال: كفانيهم الله. فدفعه إلى نفر من أصحابه فقال: إذهبوا به، فاحملوه فى قرقور «سفينة» فتوسطوا البحر، فإن رجع عن دينه وإلا فاتذفوه فذهبوا به فقال: اللهم اكفنيهم بما شئت

فانكفأت بهم السفينة ففرقوا. وجاء يمشى إلى الملك. فقال له: ما فعل أصحابك، فقال كفانيهم الله إنك لست بقائلي حتى تجمع الناس في صعيد واحد، وتصلبني على جذع، ثم خذ سهما من كنانتي، ثم ضع السهم في كبد القوس، ثم قل بسم الله رب الغلام، فإنك إن فعلت ذلك قتلتني.. فجمع الناس في صعيد واحد وصلبه على جذع ثم أخذ سهما من كنانته ثم وضع السهم في كبد القوس ثم قال: باسم الله رب الغلام، ثم رماه فوق السهم في صدغه، فوضع يده على صدغه في موضع السهم فمات. فقال الناس: آمنا برب الغلام. فأتى الملك فقيل له، رأيت ماكنت تحذر - قد والله نزل بك حذرك قد آمن الناس فأمر بالأخدود في أفواه السكك فحقرت، وأضرم النيران وقال - من لم يرجع عن دينه فاحموه فيها. وقيل له إقتحم ففعلوا حتى جاءت امرأة ومعها صبي فتقاعت فقال لها الغلام يا أماه أصبري فإنك على الحق (٦٧).

وهكذا ركزت النظرية الإعلامية الإسلامية على أهمية الإيمان للداعى، وريت أتباعها على الإيمان العميق الثابت الذى لا يتزعزع مهما صادفته محنة أو شدة ومهما كانت حاله من ضعف وقلة حتى لو بقى هو وحده المؤمن بها، وهو أيضا الإيمان الذى جعل بلالا رضى الله عنه يتحمل ما تحمل، وصهيبا يستعذب حرارة النار، وسمية تستخف بالقتل، وجعل الدعاة المخلصين يعملون حتى هذه اللحظة دون أن يهدأ لهم بال من إعلاء راية الحق، ورفع الظلم فى كل مكان.

ثالثا: اتجاه الداعية نحو الجمهور:

يؤثر هذا النوع من الاتجاهات على قدرة الداعية على الاتصال وهو يعنى إحساس الجمهور بحب الداعية لهم.. فحينما يدرك الجمهور أن الداعية أو القائم بالاتصال يجبهم فعلا يصبحون أقل إنتقاداً لرسائله، ويزداد إحتمال قبولهم لما سيقوله. وقد يعبرون عن ذلك أحيانا بالقول بأن هذا الداعية موفوق أو أن هناك شيئا ما فى المتحدث يجعل المستمع يحبه.. فاتجاه المصدر نحو متلقى الرسالة من العوامل التى تحدد مدى فشل أو نجاح الاتصال (٦٨).. ومن الممكن للداعية أن يجعل الناس يحبونه فعلا وذلك إذا أظهر فى تعامله مع الجمهور مزيدا من الاهتمام بهم.

وقد أكدت النظرية الإعلامية الإسلامية هذا المعنى فى أكثر من موقع، فهى توجب على الدعاة عدم استصغار أى إنسان أو الاستهانة به، لأن من حق كل إنسان أن يدعى فقد يكون هذا الذى لا يقيم له الداعى وزنا سيكون له عند الله وزن كبير. وهكذا كان رسول الله ﷺ يدعو كل إنسان يلقاه أو يذهب إليه - ولم يستصغر مثلاً شأن الستة نفر من الخزرج الذين قابلهم عند العقبة من منى وهم يحلقون رؤوسهم بعد أن ظل يعرض نفسه على قبائل العرب التى تأتى مكة فى موسم الحج ثلاث سنوات دون جدوى - وعندما دعاهم إلى الإسلام وقرأ عليهم القرآن استجابوا وآمنوا ثم رجعوا إلى قومهم بالمدينة ودعاهم إلى الإسلام فأسلموا حتى لم يبق دار من دور الأنصار إلا وفيها ذكر رسول الله ﷺ (٦٩).

وعما يؤكد هذا الحب ويدعمه معايشة الناس. فالداعية يجب أن يكون فى حياته جنباً إلى جنب مع الذين يخلصون فى إيمانهم بدعوة الحق لا يفارقهم ويبعد عنهم قال تعالى ﴿وَأَصْبِرْ نَفْسَكَ مَعَ الَّذِينَ يَدْعُونَ رَبَّهُمْ بِالْغَدَاةِ وَالْعَشِيِّ يُرِيدُونَ وَجْهَهُ وَلَا تَعْدُ عَيْنَاكَ عَنْهُمْ تُرِيدُ زِينَةَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا﴾ (٧٠) وهذه المعاشية والمشاركة تخلق جواً من الود والحب بين الداعية والجمهور. وفى إطار هذه المعاملة يجب على الداعى وهو يعامل الناس أن يشاركهم حياتهم لا يفرق بينهم بسبب جنس أو لون أو مال أو جاه قال تعالى ﴿إِنْ أكرمَكُمُ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقَاكُمْ﴾ (٧١).

وهذا الحب هو الذى سيجعل الداعية يحرض حرصاً كاملاً على من يدعوهم، ويفنى عمره كله فى سبيلهم، فهذا صاحب سورة ياسين يدعو قومه فيقتلونهم فيدخل الجنة. وبالرغم من ذلك فإنه لم ينس قومه الذين قتلوه ولا يخفى أمله فى إيمانهم حتى وهو الجنة، ﴿قِيلَ ادْخُلِ الْجَنَّةَ قَالَ يَا لَيْتَ قَوْمِي يَعْلَمُونَ ﴿٢٦﴾ بِمَا غَفَرَ لِي رَبِّي وَجَعَلَنِي مِنَ الْمُكْرَمِينَ﴾ (٧٢).

كما أن على الداعية ألا يجلس فى بيته ويستظر الناس بل أن يذهب إليهم أينما وجدوا وكانوا، فى القهاوى والنوادر ودور السينما والأتوبيسات وعلى قارعة الطرق وفى هذا يقول الإمام الغزالي «يتكفل كل عالم بإقليم أو بلدة أو محلة أو مسجد أو

مشهد ليعلم أهله دينهم وتمييز ما يضرهم عما ينفعهم وما يشقيهم عما يسعدهم، ولا ينبغي أن يصبر إلى أن يسأل عنه بل ينبغي أن يتصدى إلى دعوة الناس إلى نفسه، فإنهم ورثة الأنبياء.. والأنبياء ما تركوا الناس على جهلهم، بل كانوا ينادونهم في مجامعهم ويدورون على أبواب دورهم في الإبتداء، ويطلبون واحداً واحداً فيرشدونهم^(٧٣) وهذا الحب من الداعية للناس يجعلهم يشعرون به ويحبونه، ويحرصون على تأكيد هذا الحب بالاستجابة وتقبل رسالته والتعلق بها.

الفصل الرابع

مستوى معرفة الداعية وثقافته العامة

يرجع السر في إهتمام النظرية الإعلامية الإسلامية بالداعية إلى أنه القوة المحركة لعملية الدعوة وحركة سيرها. ولذلك فلم تترك جانباً يمكن أن يؤثر على عملية إتصاله إلا وتناولتها بالتحليل والدراسة.

ومن الجوانب الهامة الخاصة بالداعية والتي تؤثر على مدى كفاءته مستوى معرفته وثقافته العامة. وذلك لأن التعليم هو عصب الدعوة والمعلم أو الداعية هو العمود الفقري في العملية التعليمية فهو الذى ينفع فيها الروح ويجرى فى عروقها الدم. ولهذا كان وحده الإدارة والتوجيه والمنهج والكتاب والمعلم وعليه يقع عبء هذا كله، ولهذا أيضاً كان الأهتمام بإعداده لممارسة الدعوة.

وقد حددت النظرية الإعلامية الإسلامية جوانب هذا الإعداد فى النقاط الآتية:

- ١- مستوى معرفة الداعية عن نفسه.
- ٢- مستوى معرفة الداعية عن الموضوع الذى يقدمه.
- ٣- مستوى معرفة الداعية عن الجمهور.
- ٤- مستوى معرفة الداعية عن الظروف المحيطة.
- ٥- مستوى معرفة الداعية عن الظروف الاتصالي المناسب.
- ٦- الإطار العام لثقافة الداعية:

أ- ثقافة إسلامية.

ب- ثقافة تاريخية.

ج- ثقافة أدبية ولغوية.

د - ثقافة إنسانية.

هـ - ثقافة علمية.

و - ثقافة واقعية.

ل - ثقافة إعلامية.

ح - ثقافة عملية ميدانية.

وقد ترتب على ذلك أن كان إهتمام النظرية الإعلامية الإسلامية بالعلم شديداً ولهذا أيضاً كانت أول آية نزلت على رسول الله ﷺ ، والتي تمثل المبدأ الأول لهذه النظرية تدعو إلى العلم قال تعالى ﴿ اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴾ فالسعى إلى العلم وطلبه يجب أن يكون خالصاً لله وموجهاً لصالح الدعوة والرسالة.

وقد - أشرنا في الباب الأول - عند الحديث عن مستويات الدعوة إلى أن الدعوة واجبة على الجميع، كل بقدر علمه وجهده وطاقته، ولذلك فلم تشترط النظرية شرطاً للتخصص. أى أن الداعية يجب أن يكون متفرغاً ومتخصصاً فى شؤون الدعوة، وإن كانت لم تمنع من ذلك، حتى تفتح الباب على مصراعيه لأصحاب النوايا الطيبة والرغبات الصادقة. وترتب على ذلك أن أصبح هناك التاجر الداعية، والطبيب الداعية، والمهندس الداعية. فالمسلم العادى فى أى موقع كان داعية إلى الله بقوله وعمله وسلوكه. وذلك بخلاف أولئك المتفرغين لشؤون الدعوة الإسلامية.

وبحكم شمولية الدعوة فإن كل فرد من هؤلاء عليه أن يزود نفسه بقدر الثقافة الذى يساعده على ذلك. بخلاف النظريات الحديثة التى أخذت بمبدأ التخصص، فهناك المذيع فقط والصحفى فقط ورجل العلاقات العامة فقط، بل داخل كل وظيفة توجد مستويات أخرى للتخصص الدقيق. والقائم بالاتصال فى إطار هذه النظريات يتعامل مع زاوية ضيقة جداً من الثقافة، ويحاول من خلالها أن ينفذ إلى عقل القارىء أو المشاهد أو المستمع دون أن يضع فى إعتباره النظرة الشمولية للإنسان الذى يتعامل معه، وأنه كيان متكامل ما قد يراه محرر الرياضة أنه لصالحه قد يراه محرر صفحة الدين مثلاً رأياً مخالفاً تماماً.

وهذه الشمولية فى الثقافة هى ما أوجبه النظرية الإعلامية الإسلامية للقائمين بشئون الإعلام الإسلامى أو الدعوة الإسلامية. قال رسول الله ﷺ «تعلموا العلم فإن فى تعلمه لله خشية وطلبه عبادة ومذاكرته تسبيح والبحث عنه جهاد وتعليمه لمن لا يعلم صدقه وبذله لأهله قربه، لأنه معالم الحلال والحرام ومنار سبيل أهل الجنة، وهو الأنس فى الوحشة، والصاحب فى الغربة، والمحدث فى الخلوة، والدليل على السراء والضراء، والسلاح على الأعداء، والزين عند الأخلاء، يرفع الله به أقواما فيجعلهم فى الخير قادة وأئمة تقتص آثارهم، ويقتدى بأفعالهم، وينتهى إلى رأيهم».

وبمداومة الداعية على طرق باب العلم يتسع أفقه ويكسب من المعارف ما يجعله على مستوى المسئولية التى عاهد الله على القيام بها مع الناس.

وسنعرض فيما يلى لبيان العوامل السابق الإشارة إليها بالتفصيل:

أولاً. مستوى معرفة الداعية عن نفسه:

هناك حكمة شائعة تقول خيركم من عرف قدر نفسه فمعرفة النفس نصف الطريق إلى النجاح. وأكثر الناس إحتياجاً إلى معرفة أنفسهم هم الدعاة، فعلى أساس هذه المعرفة تتحدد أهداف الداعية والرسائل التى يقدمها إلى الجمهور وطريقة تعامله معهم.

فالداعية يعرف تماماً أنه مثل أى فرد يعتبر عالماً مستقلاً بذاته ملىء بالمشاعر والإنفعالات والأحاسيس والغرائز والمدركات الواعية وغير الواعية العاقلة وغير العاقلة. وأنه يتمسك فى حياته بمبدأ التطلع كدافع دائم للتطور والرقى.. وأن الخبرات المكتسبة التى كونت شخصيته وأعطته إطاراً دلالياً محدداً ساعدت على تشكيل اتجاهاته نحو كثير من القضايا والمشاكل التى تواجهه، وأنه لا يستطيع أن يتحقق من صحة كل الآراء المعروضة عليه عن مئآت الأشياء فى الحياة ولهذا فهو يعيش بعمقته، وأن لديه مركزاً للتمييز العقلى ينتقى المعلومات ويصنفها ويحدد له موقفه تجاهها.

وإدراك الداعية لكل هذه العوامل يؤثر على المضمون الذى يقدمه ويجعله أكثر تماسكاً وقدرة على تكييف هذا المضمون وفقاً لأهدافه المحددة فعلاً.

وعندما تتوافر هذه المعرفة للداعية فإنه يصبح أكثر حيوية وحرارة في دعوته أو أكثر ديناميكية كما يقول الباحثان^(٧٤) «برلون» و«ميرتز». ويشيران بذلك إلى أن المتحدث الذى يبدو فى الظرف الاتصالى حيويًا ونشيطًا يعتبر على درجة عالية من التصديق بخلاف الذى قد يبدو متعبًا فإدراك المستقبل أو الجمهور لتلك الخاصية وهو يتفاعل مع الداعية من العوامل المؤثرة على نجاح الإتصال.

وقد أوضحت النظرية الإعلامية الإسلامية السبيل أمام الدعاة لمعرفة أنفسهم قال تعالى ﴿وَفِي أَنْفُسِكُمْ أَفَلَا تُبْصِرُونَ﴾^(٧٥) كما دعيتهم إلى تأمل مظاهر قدرة الله وآثار وحدانيته فى هذا الكون الفسيح.. وذلك حتى يتعرف الداعية على نفسه وإنتاجاته وميوله وعواطفه ومشاعره وإمكانياته، وبالتالي حتى يتحرك نحو هدفه بقدر حاله وقدرته... لأن القدرة فى النظرية الإعلامية الإسلامية هى مناط الوجوب والتكليف.. ومن لا قدرة له لا وجوب عليه. ولهذا شددت النظرية الإعلامية على الذين يعلمون ولا يتحركون... قال تعالى ﴿إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنْزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالْهُدَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّاهُ لِلنَّاسِ فِي الْكِتَابِ أُولَٰئِكَ يَلْعَنُهُمُ اللَّهُ وَيَلْعَنُهُمُ اللَّاعِنُونَ ﴿١٥٩﴾ إِلَّا الَّذِينَ تَابُوا وَأَصْلَحُوا وَبَيَّنَّا فَأُولَٰئِكَ أَتُوبُ عَلَيْهِمْ وَأَنَا التَّوَّابُ الرَّحِيمُ﴾^(٧٦).

ثانياً: مستوى معرفة الداعية عن الموضوع:

من الواضح أن قدر المعرفة الذى لدى الداعية عن الموضوع يؤثر على مدى فاعليته، فهو لن ينقل موضوعاً لا يعرفه، ولا يستطيع أن ينقل بفاعلية موضوعاً لا يفهمه، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فإذا كان الداعية يعرف الكثير جداً أو كان متخصصاً أكثر من اللازم فقد لا ينجح فى نقل المعانى المطلوبة لعدم قدرته على التبسيط أو على تقديم المعلومات فى شكل يسهل على الجماهير فهمها واستيعابها.

وليس يكفى الداعية الإحاطة بالموضوع الذى يتناوله، بل يجب أن يكون فاهماً لحدود دعوته^(٧٧) عارفاً بأصولها وفروعها، وبهذا الفهم للدعوة يتمكن من تحديد الهدف الذى يدعو إليه، ويتجه نحو غاية معروفة محددة.

وتحديد أهمية العلم بالموضوع والإحاطة به للداعية أشارت إليه النظرية الإعلامية الإسلامية في قوله تعالى ﴿فَاعْلَمْ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَاسْتَغْفِرْ لِذَنْبِكَ﴾ (٧٩) فقدمت العلم على العمل، أى على ممارسة الدعوة. لأن الداعية يجب أن يكون على بصيرة ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعِيَ﴾ (٨٠) وهذا العلم بالدعوة لا يعنى مجرد الفهم العقلى فقط، وإنما أيضا كما يقول الدكتور «البهى الخولى»: التصديق القلبى، أو ما يسميه الفهم العاطفى. وهذا التصديق فى رأيه شعور يحل فى كيان المرء وإحساس يستولى على وجدانه، فيدرك به من حقائق الرسالة ما لا يستطيع العقل أدركه.

وقد يترتب على الفهم العقلى والعاطفى للدعوة نوع من التعصب لها والتعصب هو التحيز، أو التحمس للفكرة، أو العقيدة، والدفاع عنها.

وقد علم الغربيون ما للتعصب من قوة ومنعة لكل فكرة أو دعوة، فبدأوا يحاربونه فى الإسلام، ويعمدونه من رواسب الهمجية. وإذا رأوا أحدا يتمسك بدينه ويؤمن بربه إيمانا حيا قالوا عنه أنه متعصب واتهموه بالرجعية والتأخر (٨١) لكن التعصب فى الحق أمر مطلوب ولو بطل لبطلت الشرائع. وفى هذا يقول ابن خالدون فى مقدمته «إن الشرائع والديانات وكل أمر يحمل عليه الجمهور، فلا بد فيه من التعصب. إذ المطالبة لاتتم إلا بها فالمعصية ضرورية للملة، وبوجودها يتم أمر الله. وإذا ذم الشارع المعصية فإنما مراده حيث تكون على الباطل وأحواله كما كانت فى الجاهلية. وهو بهذا يشير إلى حديث رسول الله ﷺ «ليس منا من دعا إلى عصبية أو قاتل على عصبية أو مات على عصبية».

ثالثا: مستوى معرفة الداعية عن الجمهور؛

معرفة الداعية لجمهوره من أهم العوامل التى تساعد على نجاح دعوته، وبدون هذه المعرفة لن يتيسر له أن يدخل دعوته فى صميم حياة الناس، ولا أن يسكبها فى قلوبهم وأعصابهم، ويجعلها مسألة حيوية جادة يتحدث بها الناس فى مجالسهم ومنازلهم ومع أصدقائهم وأهليهم. وذلك كما حدث مع الدعوة الإسلامية فى

بدايتها، لقد آمنت القلة من أهل مكة وكفرت الكثرة العظمى، ولكن الدعوة كانت على المسألة الحاضرة في المجتمع المكي كله تشغل أذهان المؤمنين، وغير المؤمنين على السواء.. وكان الداعية الأكبر صلوات الله وسلامه عليه لا يكف عن الدعوة ساعة من نهار.

وتحقيق مثل هذا الأمر يعنى أن الداعية يدعو إلى الله على بصيرة، والدعوة على بصيره تعنى فى مفهوم النظرية الإعلامية الإسلامية الجوانب الآتية:

١- الدعوة على بصيرة بما يدعو إليه أى الإحاطة التامة بالموضوع.

٢- الدعوة على بصيرة من نفسة.

٣- الدعوة على بصيرة بطرق الإقناع وأساليب الفن الإعلامى.

٤- الدعوة على بصيرة بأحوال من يدعوه.

وحتى تكون الدعوة على بصيرة بأحوال من يدعوه بحب عليه أن يتعرف على ما يدور داخل هذا المجتمع. أى لابد له من دراسة المجتمع الذى يدعوه. وهذه الدراسة تهدف إلى جمع بيانات على قدر عال نسبيا من الصحة عن المجتمع بحيث تكون هذه البيانات بمثابة مرآة صادقة لظروف المجتمع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وموارده المختلفة البشرية والمادية.

كذلك يجمع معلومات عن الموارد الطبيعية للمجتمع، كما يجمع البيانات عن السكان من حيث عددهم، ودرجة كثافتهم، وعاداتهم وتقاليدهم والمؤسسات الاجتماعية وبنائها التنظيمى، ومدى قدرتها على القيام بوظائفها. وأيضا دراسة الأنماط المختلفة للعلاقات الاجتماعية السائدة بالمجتمع، وكذلك القيم والمعايير السلوكية الموجودة، بالإضافة إلى الإحاطة بظواهر التغيير^(٨٢) الإجتماعى الذى يسود المجتمع الذى يتعامل معه، ومدى استجابته لنتائج هذا التغيير، كما يهتم بالكشف عن مراكز القوة وبخاصة قادة الرأى والنفوذ فى المجتمع.

بالإضافة إلى ضرورة الاهتمام بدراسة طبيعة البلاد ومعرفة موقعها والبلاد

المحيطة والمؤثرات الخارجية والداخلية التي تساعد على نشر الدعوة تقف عقبة في طريقه بالإضافة إلى أحوال السكان الدينية والثقافية (٨٣).

وعلى الداعية أيضا أن يتعرف على طبائع الناس واهتماماتهم وميولهم والجماعات الأولية والثانوية التي ينتمون إليها والطريقة المثلى لتحقيق اتصال مع هؤلاء الناس (٨٤) فلكل جمهور مصالحه الخاصة التي تختلف عن مصالح الجمهور الآخر والداعية يدرس كل هذه المصالح المتضاربة والإتجاهات المختلفة وما يعترضها من تغيير وتبديل (٨٥) بالإضافة إلى دراسة نفسه الجمهور، وطريقة تربيته ودرجة ثقافته والعوامل التي تؤثر على كيفية إستجابته للرسالة الإعلامية (٨٦).

وبهذا يتعامل الداعية مع جمهوره وهو على أرض صلبة من الحقائق التي تقره منهم، والتي تجمع له وهو يحدد أهدافه لا يتوقف عند رغباته وآماله، وإنما عند رغبات الجمهور وتطلعاته وأحلامه، وتصبح أهدافه تلبية لاهتمامات أغلب الناس الذين يعمل من أجلهم من مختلفى المذاهب والأجناس والمستويات (٨٧).

وهذا الشغف بالناس وبمشكلاتهم الخاصة هو سر نجاح جميع الدعاة بدون استثناء، حيث أنه يهوى النفوس ويفتح القلوب لتلقى الدعوة ويجعل الجمهور يشعر بشيء من الحب والتقدير، فالداعية بعد أن يدرس جمهوره، ويتفهم كل ما يتعلق بهم من عوامل يمكن أن تؤثر على دعوته، لا يجلس في قمقم بل عليه أولاً أن يشعر الجمهور (٨٨). بهذا الحب وهذا الاهتمام والتقدير والحرص على كل ما فيه صالحهم وخيرهم، وشعاره من أجل إقناع الناس يجب أن نضع أنفسنا في خدمتهم وأن نمد لهم بدأ مخلصه نافعة مجردة عن الأنانية والمصلحة الذاتية (٨٩).

وللدعاة في هذا المجال قدوة في رسول الله ﷺ، فقد كانت عنايته بمصالح أمته أكبر وأعظم من أي قائد أو زعيم. فمثلا كان أول ما فعله بعد الهجرة إلى المدينة هو تأليفه بين المهاجرين والأنصار حيث آخى بين كل اثنين من المهاجرين والأنصار. كما وضع العهود والمواثيق التي تنظم علاقات المسلمين مع غيرهم من القوى الأخرى داخل المدينة وخارجها (٩٠).

وبالإضافة إلى إشعار الجمهور بهذا الاهتمام، فإن عليه معابشتهم وتقديرهم وتحسين الصلة بهم ولا يكون الداعية كذلك إلا بمخالطة الناس ومعابشتهم ومشاركتهم، حتى لا يعزل نفسه ويعيش في وادٍ والناس في وادٍ آخر.

وعلماء النفس يسمون المعاشة هذه بالمشاركة الوجدانية، يعرفونها بأنها رباط حريرى يميل القلب ويربط العقل بالعقل وبالجسم وبالروح^(٩١). أما الدكتور القوصى فيعرفها بأنها الحالات الانفعالية التى تجرى فى كائن حى آخر من نفس النوع عند إدراكه المظاهر الخارجية لهذه الحالات الانفعالية^(٩٢).

وتتبع أهمية هذه المشاركة من أنها تخلق جوا من الود والحب بين الداعية وبين الناس. ويستطيع عن طريق هذه المشاركة أن يغرس فيهم الخلال والصفات الحميدة التى يريدتها^(٩٣).

وقد حثت النظرية الإعلامية الإسلامية على هذه المشاركة وجدانيا وحسيا وعقليا حينما خاطبت الناس بصيغة الجمع.. فيقول تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا﴾^(٩٤) ﴿وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ﴾^(٩٥).

أسس المشاركة الوجدانية:

وهناك عوامل عديدة يساعد توافرها من وجهة نظر النظرية الإعلامية الإسلامية على تحقيق عنصر المشاركة الوجدانية بين الداعية وجمهوره وهذه العوامل هى:

١- تقدير جميع أفراد الجمهور وعدم التفرقة بينهم على أساس لون أو طبيعة أو عنصر.. وإنما التفاوت يكون بشيء خارج عن ذات الفرد أو عنصره كإيمان أو عمل أو ذكاء، وهو تفاوت لا يمس الإنسانية فى شيء وقد أوضح الله تعالى هذه الحقيقة بقوله ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ﴾^(٩٦).

٢- أن يكون الداعية فى حياته جنبا إلى جنب مع الذين يخلصون فى إيمانهم

بدعوته بحق، لا يفارقهم ولا يبعده عنهم رغبة من رغبات الحياة. قال تعالى ﴿وَاصْبِرْ نَفْسَكَ مَعَ الَّذِينَ يَدْعُونَ رَبَّهُمْ بِالْغَدَاةِ وَالْعَشِيِّ يُرِيدُونَ وَجْهَهُ﴾ (٩٧).

٣- إن الداعية فى مشاركتها للناس ملتزم كذلك بحسن الصلة مع الجميع تنفيذاً لقوله تعالى: ﴿وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ﴾ (٩٨).

٤- إن الداعية لا يجلس وينتظر الجمهور، وإنما عليه أن يذهب إليهم ويعرض نفسه عليهم، كما كان يفعل رسول الله عليه السلام، فقد كان يأتي مجالس قريش ويدعوهم، ويخرج إلى القبائل فى منازلها فى موسم قدمها مكة ويدعوهم (٩٩).

٥- إن المشاركة الوجدانية يجب أو تقوم على أساس إشباع إحتياجات الناس وضرورتهم الملحة، مثل تعليم الأمية وعلاج المرضى وإطعام الجياع وإشاعة الحب والرحمة بين الناس، وبذلك تصبح المشاركة الإجتماعية وسيلة لترقية المجتمع وتحقيق الأمن، حتى يتمكن من استيعاب دعوة الحق والسلام (١٠٠).

٦- يجب أن تقوم المشاركة الوجدانية على أساس حسن الثقة بالناس جميعاً فهم فى حسن الإستعداد سواء. ولذلك يجب أن يكون الداعية كله رجاء ويقين فى أن يجد الجميع أعواناً له على الخير الذى يدعو إليه، فإذا أعرض عنه إنسان أو رده بسوء فإنه لا يتوقع الشر من الآخرين أبداً.. إذ هو يدرك أنهم ينطوون على فطرة الحق، والحق مبعث الأمل والرجاء، ولهذا فهو يستقبل الآخرين برجاء جديد، ويقين جديد، كأن له فى كل فطرة، وفى كل وجه ناصراً ومعيناً (١٠١).

وكما يجب أن يسمى الداعية بنفسه إلى الناس فى مواقعهم، فإن عليه أيضاً أن يرسل مؤيديه ومعاونيه إلى المدن والقرى لنشر الدعوة، أسوة بما فعل رسول الله ﷺ فقد كان يرسل أصحابه إلى البلدان ليعلموا الناس منهاج الله قرآناً وسنة، لا يمنعه من ذلك مانع لأهمية هذا العمل وخطورته فى نشر الدين (١٠٢).

وهكذا يتضح لنا الأمر الكبير الذي تتركه المعرفة الكاملة بالجمهور على الدعوة والقائمين عليها، من حيث تحديد الأهداف ووسائل العمل وطرق الاتصال والإقناع ومن حيث قدرتها على تجميع الأنصار وإشاعة الأمل والخير والحب بين الجمهور، ومن حيث قدرتها على إقناع صميم الحياة وعلى أن تنفذ إلى حياه الناس العاطفية والعقلية لتحملهم على قبول الدعوة.

رابعاً: مستوى معرفة الداعية عن الظروف المحيطة:

يقصد بالظروف المحيطة الواقع المحيط بالدعوة وفهم هذا الواقع فهما موضوعياً من أهم العوامل التي تقرر النجاح للداعية.. فلا بد للداعية أن يفهم هذا الواقع وأن يعرف الساحة التي يعمل فيها حتى لا يكون غريباً عن الواقع الذي يريد العمل فيه أو يريد تغييره.

ويتضمن فهم هذا الواقع من وجهة نظر النظرية الإعلامية الإسلامية مجموعة عديدة من الجوانب هي:

١- مدى إدراك البيئة لواقعها المتخلف عن تطبيق المبادئ الإسلامية.. ومساعدة الداعية للبيئة على إدراك هذا التخلف من أهم العوامل نحو تغييرها، ولن يتيسر التغيير بدون الجهود الواعية للأهالي أنفسهم.. ولهذا يجب أن يتجه الداعية إلى إشارة الأهالي للتفكير في شئون مجتمعهم وتنظيم جهودهم المشتركة لمواجهة احتياجاتهم وعلاج مشكلاتهم وإثارة وعيهم، وتحريك هذا الوعي في اتجاه التطبيق الإسلامي الصحيح للمبادئ الإسلامية. ويعتبر هذا ترجمة لما دعا إليه المولى سبحانه وتعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ﴾ (١٠٣) ومن أجل هذا ينبغي الإهتمام بالجوانب الآتية:

١- تدريب المواطنين على طريقة التفكير وتنميتها في شخصياتهم عن طريق الإسهام الفعلي في العمل.

ب- إشراك المواطنين في تحديد ما يصلح لبيئاتهم واختيار الحلول الإسلامية المثلى حيث أنهم في اختيارهم سيراعون ما يتلائم مع طبيعة البيئة وواقعها.

ج- إشراك المواطنين فى عملية الإصلاح يؤدي إلى مساندتهم لهذه الجهود والاهتمام بها (١٠٤).

٢- إدراك الداعية للدعوات الأخرى المحيطة به ومعرفة ماهيتها وحدودها وما فيها من سقطات وتغيرات ويشمل ذلك كل الدعوات الهدامة والمذاهب السياسية والاقتصادية حتى يستطيع إقناع الناس بباطلها وفسادها.

٣- إدراك الداعية لواقع التيارات الفكرية المعاصرة كالميسارية والليبرالية والتيارات الاقليمية أو القومية المحدودة (١٠٥).

٤- إدراك الداعية لواقع الحركات الإسلامية المعاصرة والفرق المنشقة عنها بالإضافة إلى دراسة مؤسسات الدعوة الإسلامية القائمة كالجامعات ووزارات الأوقاف والشئون الإسلامية.. إلخ.

٥ - إدراك الداعية لأحداث الحياة اليومية ووقائعها ويمكن له أن يعد لنفسه أرشيفا أو سجلا يدون فيه كل ما يهمه من هذه الوقائع والأخبار ويصنفها ويضعها فى مكانها لحين الحاجة إليها وتتبع أهمية الأحداث من قدرتها الهائلة على التأثير على رأى العام بأكثر مما تملكه أى وسيلة اتصال لأنها تتكلم بصوت أكثر إرتفاعا من الكلمات، كما يمكنها تحويل المواقف السلبية تجاه المسائل الجدلية إلى مواقف إيجابية (١٠٦). ولعل هذا هو السبب فى عدم نزول القرآن جملة واحدة وإنما نزل متواترا حسب الأحداث والوقائع والمناسبات حتى يكون أكثر تأثيرا وتلبية لإحتياجات الناس.

خامسا، مستوى معرفة الداعية عن الظروف الانصالي المناسب؛

من العوامل الهامة التى تضمن للداعية النجاح فى دعوته، اختيار الظروف المناسب لتوجيه الرسالة الإعلامية.. فاختيار التوقيت المناسب أشبه ما يكون بالطلقة المناسبة فى المكان والزمان المناسب.. كما أن عدم اختيار الوقت المناسب قد يطيح بكل الجهود التى يبذلها الداعية.

وهناك صلة وثيقة بين اختيار الوقت والمضمون، ذلك لأن هناك موضوعات موسمية ترتبط بأوقات معينة ومناسبات معينة على مدار العام، وذلك مثل شهر رمضان والعيدين والمناسبات الدينية الأخرى. والداعية وهو يتوجه إليها إنما يتوجه بما تلمية هذه المناسبات من موضوعات، مع مراعاة إستخلاص العظة والعبرة منها وربطها بواقع الحياة الحالى، وكيف يمكن أن تساعد على تطويره إلى ما هو أفضل؟.. بالإضافة إلى حسن إستغلال الداعية لأحداث الحياة اليومية - كما أشرنا سابقا - وتقديمه لموضوعات تتمشى مع ما يشغل بال المسلمين ويجذب انتباههم.

ولا يتعارض اختيار الوقت المناسب (١٠٧) مع واجب الداعية فى الدعوة فى كل وقت وكل حين لكن المقصود هو اختيار الوقت الذى تكون فيه نفوس الناس مهينة لاستقبال دعوته، وعلى أن يبدأ من واقع ما هم فيه، فإذا كان فى عرس علم المحفلين، وإذا كان فى ماتم وعظ المعزين، وإن جلس فى قطار علم المسافرين.

حتى أيضا وهو فى السجن، وذلك مثل يوسف عليه السلام.. حينما أتيت له فرصة وهو فى السجن للهداية والتوجيه فاغتنمها ولم يضيعها.

ويدخل أيضا فى إطار إختيار الظرف المناسب للجماعة المحيطة بالفرد. فالفرد لا يتأثر وهو بمعزل عن جماعته وأسرته (١٠٨) وأقاربه وجيرانه وأصدقائه.. بل إن هذه الجماعات هى التى تمارس الأثر الأكبر ومن الأمثلة التى تؤكد أثر إختيار الوقت المناسب وتهيبته لتوجيه الدعوة، ما يحكى عن أحد العلماء، أنه كان يجلس بين مريديه، وأراد أن يحثهم على التأمل العميق الذى يسبحون به أو يفوضون فى بحار الحقيقة يستخرجون العبر، فأمر بإطفاء الأنوار فبدا المكان مظلمًا موحشا، ثم طلب من كل منهم أن يتخيل نفسه ماذا كان قبل أن يخلق؟ ماذا حصل حين أراد الله أن يجيء إلى هذه الدنيا؟ ومن أى شىء خلقه الله؟ والأطوار التى تنقل فيها حتى صار رجلا عاقلا مدبرا قويا؟ وليتابع رحلته إلى الموت حتى يبلغ الجنة والنار.. وهذا المثل الجيد فى إختيار الوقت المناسب وتهيبه المكان لتوجيه الدعوة، وتدريب المريدين على التمحص الوجدانى وتخيل أنفسهم عبر مراحل الحياة المختلفة، من شأنه أن ينمى لدى

الدعاة العقلية الواقعية، وهى العقلية التى حرص الداعى هنا على تنميتها لدى أتباعه.

ومن الأمثلة النادرة أيضا فى تهيئة المستمعين لتلقى الرسالة الإعلامية، ما حكى عن الإمام أحمد بن حنبل (١٠٩) رضى الله عنه أنه كان يعظ الناس فقال: هاهنا حصن حصين كالفضة البيضاء، وباطنه كالذهب الإبريز، فبينما هو كذلك، إذ تصدع جداره فخرج منه حيوان سميع بصير ذو شكل حسن وصوت مليح.. وعندما أثار أشواق الناس ورغبتهم إلى التطلع كشف الغطاء فإذا بيضة مشقوقة وبجانبتها فرخها الصغير الذى خرج منها إلى هذه الدنيا. فسبحان من يخرج الحى من الميت ويخرج الميت من الحى وهو على كل شىء قدير؟؟؟

سادسا: ثقافة الداعية:

أما الجوانب الثقافية العامة التى يجب أن يزود الداعية بها نفسه، فقد حددتها النظرية الإعلامية على النحو الآتى:

أ. الثقافة الإسلامية:

هى الثقافة التى محورها الإسلام مصادره وأصوله وعلومه المتعلقة به، المنبثقة عنه، وتعتبر هذه الثقافة من أهم عدة الداعية، وذلك حتى تكون مادته ثابتة الأصول وتكون دعوته وكتابه على بصيرة. وللثقافة الإسلامية مصادر وأصول هى:

١- القرآن الكريم وتفسيره: يجب على الداعية أن يدرس كتاب الله تعالى دراسة واعية يدرسه كمفكر لكل ما يحتويه من معانى ونصوص وأوامر ونواهي وقوانين وتشريعات، وأن يتمعن فى الغرض الذى نزل من أجله. وقد حوى القرآن من حقائق الغيب وحقائق النفس والحياة والاجتماع الإنسانى الكثير مما يفيد الداعية ومن هنا كان على الداعية أن يحفظ القرآن قدر ما يستطيع ليكون أقدر على استيعابه واستحضاره والاستشهاد به فى كل مناسبة، ومن لوازمه فى ذلك أن يحسن تلاوة القرآن بانتقان، وأن يدرس من أحكام التجويد ما يصحح به قراءته.

ب - السنة النبوية المطهرة: وتعتبر المصدر الثاني للثقافة الإسلامية الواجب على الداعية أن يلم بها، فهي الشارحة للقرآن والمبينة له والمفصلة لإجماله وفيها يتمثل التطبيق العملي لكتاب الله. وتتمثل السنة في أقوال النبي ﷺ وأفعاله وتقاريراته وأوصافه وسيرته.

ج - الفقه: ولا بد للداعية من قدر مناسب من الثقافة الفقهية بحيث يعرف أهم الأحكام الشرعية في العبادات والمعاملات والآداب.. وما لا يعرفه أو يستحضره يكون قادرا على مراجعة حكمه في مصادره، حتى يتمكن من تصحيح ما يقابله من أخطاء في ضوء الأحكام الشرعية. وأيضا ليعمل على تطعيم عظامه ودروسه بالأحكام الهامة التي يحتاج إليها الناس في وقتها. فإذا تكلم عن الصيام مثلا لا يكتفى بإعطاء قارئه الشريب والترغيب، بل يحرص على إعطائه خلاصة الأحكام الأساسية لكل منها بأسلوب سهل قريب مقبول.

وبالإضافة إلى ذلك فلا بد للداعية أن يلم بعلم أصول الفقه وعلم العقيدة والتصوف... إلخ.

٢. الثقافة التاريخية؛

والثقافة التاريخية مهمة أيضا للداعية فهو يجب أن يدرس التاريخ، لا للاهتمام بجزيئاته وتفصيلاته، وإنما لاستخلاص العظة والعبرة منه... وعليه أن يكون ذا وعى يقظ للوقائع التاريخية التي تخدم موضوعه وتعمق فكرته وتقدم له الشواهد الحية وليس من اللازم أن يجد هذه الوقائع في كتب التاريخ المتخصصة بل كثيرا ما يلتقطها بحسه الواعي من مصادر مختلفة، وعليه أيضا أن يهتم بربط الحوادث والوقائع بأسبابها وعللها المعنوية والأخلاقية، وخصوصا التاريخ الإسلامي فضلا عن الاهتمام بسير الرجال ومواقف الأبطال وخاصة العلماء والدعاة الصالحين على أن الداعية يجب أن يحذر في دراسته للتاريخ، فليس كل ما تحويه كتب التاريخ صحيحا. فكم حوت من المبالغات والتشويهات، وكم لعبت الأهواء والعصبيات المذهبية دورها في كتابة التاريخ، وفي رواية واقعه وتلوين أحداثه.

٣. الثقافة الادبية واللغوية:

وإذا كانت الثقافة الدينية لازمة للداعية، فكذلك أيضا الثقافة الأدبية واللغوية.. فاللغة بنحوها وصرفها لازمة لسلامة اللسان وصحة الأداء، فضلا عن حسن أثرها في القارئ وصحة الفهم لها.. فالفرد لا يفهم كتاب الله وسنة رسوله بغير التمكن من اللغة العربية.. وقد جاء في الحديث «إن من البيان لسحراً وإن من الشعر لحكماً» (١١٠).

٤. الثقافة الإنسانية:

وعنى بها أن يلم الداعية إلماما بأصول ما يعرف باسم العلوم الإنسانية مثل: علوم النفس والاجتماع والاقتصاد والفلسفة والأخلاق والتاريخ وذلك لعدة أسباب، فموضوع هذه العلوم وثيق الصلة بموضوع الإنسان بمختلف اتجاهاته وميوله.. وعلى هذا فالإلمام بهذه العلوم يعينه على فهم الناس، ويجعله أقدر على مخاطبتهم على قدر عقولهم. وهذه العلوم مثل:

أ - علم النفس: وخاصة علم النفس التجريبي الذي انتهت إليه الدراسات النفسية الحديثة، والذي تقوم دراسة الظواهر النفسية فيه على أساس الملاحظة والتجربة والقياس، وهو يساعد الداعية على قياس ومعرفة الآثار الطيبة للإيمان والتدين في نفسية صاحبه وسلوكه، كما أنه يزيده فهما لأسرار كثير من الأحكام الشرعية، فيزداد إيمانا بكمال عدل الله وحكمته.. فيما شرع.. ويبين ذلك لغيره من الأفراد.. كما يساعد علم النفس الداعية على فهم نفسية من يدعوهم ويكتب إليهم، ودراسة إهتماماتهم، ويؤثر في نفوسهم ليخاطبهم بقدر عقولهم.

ب - علم الاجتماع: وهو علم يعنى بدراسة المجتمع البشرى في مختلف جوانبه، ويعمل على تحليل ظواهره، والكشف عن القوانين التي تحكم مسيرته، ويحسن بالداعية أن يطلع على نبذة من أصول هذا العلم ومقرراته، وأحدث ما انتهى إليه.

ج - علم الفلسفة: وعلى الداعية أيضاً أن يلم بالفلسفة واتجاهاتها المادية والروحية والوضعية والمثالية، وبتاريخ الفكر الإنساني عامة والإسلامي خاصة.. وذلك ليستفيد

من دراستها فى نواحى أخرى منها أن يتمكن من فهم الأفكار والفلسفات التى غزت كثيرا من عقول أبناء المسلمين اليوم وبالتالي ليتمكن من تقويمها ومعالجة إعوجاجها وحتى يتمكن من الرد على الفكر المخالف للإسلام بسلاح الفكر نفسه.

د - علم الأخلاق: بنظرياته المختلفة وبدراسته المتعددة وهو جزء من الفلسفة لأنه يبحث عما يجب أن يكون، وموضوعه إحدى القيم الرئيسية الثلاثة التى تنشدها الفلسفة، وهى: الحق والخير والجمال. وتختص فلسفة الأخلاق بالبحث عن الخير كما هو معلوم.

هـ - علوم التربية من العلوم الإنسانية الهامة للداعية حيث أن هذا الداعية أصبح له أثره وخطره فى الحياة التعليمية بمختلف مراحلها وشتى ميادينها وأنواعها ولما كان الداعية يسمى إلى التأثير على فكر الإنسان وإنفعالاته ونزعاته، لهذا فهو يستطيع الاستفادة من علوم التربية ومن خبرات المربين وتجاربهم فى توجيه المخاطبين وإيصال المعرفة إليهم، وكيفية التأثير فى عقولهم وعواطفهم.

و - علم الإدارة: تتطلب ممارسة الدعوة فى كثير من الأحيان مقدرة إدارية وتنظيمية لقيادة فريق العمل بحيث تتم البرامج فى مواعيدها وبكفاءة تامة.

ل - علم السياسة: وتفيد دراسة مبادئ السياسة وأساليب الحكم فى معرفة العملية السياسية، وتأثير القوى المختلفة فى إدارتها، وإنعكاس هذه العملية على المنظمات والمؤسسات الاجتماعية والاقتصادية وعلى الأفراد والجماعات.

5. الثقافة الإعلامية:

والثقافة الإعلامية لا تقل أهمية بالنسبة للداعية عن الثقافة الإسلامية. فهى المدخل أو الطريق الذى يوصله إلى تحقيق هدفه من عملية الدعوة. وتكون هذه الثقافة من حصيلة مجموعة عديدة من العلوم الإعلامية التى يجب على الداعية أن يلم بها وهى:

أ - علم الدلالة: تختلف دلالة الألفاظ من مجتمع إلى آخر باختلاف الخصائص

المميزة لكل مجتمع. تتغير هذه الخصائص نتيجة للتغيرات الجذرية الحاسمة أو التراكمية البطيئة. كما أن هذه الدلالات قد تختلف داخل المجتمع الواحد في نفس العصر باختلاف الطبقة الاجتماعية أو المستوى الحضارى. ولذلك فإنه من الضروري للداعية أن يلم بهذا العلم الذى يدرس الألفاظ من حيث قدرتها على الإبانة والوضوح أو الغموض والابهام طبقا للتغيرات المذكورة.

ب - مناهج البحث: والأبحاث هى أساس عملية الاتصال. وتحتاج الأبحاث العملية إلى مواصفات خاصة لا يعرفها إلا الدارسون لهذا العلم والمتمرسون على تطبيقه. ومن الأفضل أن يقوم الداعية بنفسه بهذه المهمة حتى يضمن توفير ضمانات موضوعية أفضل للبحث.

ج - وسائل الاعلام: المختلفة وإمكاناتها الفنية وأنواعها ومزاياها والفروق الضمنية بينها من المعارف التى يجب أن يلم بها الداعية حتى يستخدمها الاستخدام الواعى الذى يحقق هدفه.

د - فنون التحرير الإعلامى والإخراج: وذلك وفقا للوسيلة المستخدمة فللصحافة مثلا هناك فنون تحرير الخبر والمقال والتحقيق الصحفى والحديث والكاريكاتور... إلخ... وكذلك هناك فنون الإخراج.. وتساعد هذه الفنون والعلوم المختلفة الداعية على صياغة مادته الصياغة المؤثرة، وإخراجها وتقديمها للجماهير فى شكل جذاب.

هـ - نظريات الإعلام: ويتضمن الأسس المختلفة للإقناع والتأثير وتغيير الاتجاهات وتدعيمها وكافة العوامل التى تؤثر على عملية الاتصال وكيف يعمل كل عنصر بكفاءة؟ ومن هنا تأتى أهميته بالنسبة للداعية بما يقدمه له من أساليب ووسائل تفيده فى عملية الدعوة.

وبالإضافة إلى ذلك توجد علوم أخرى عديدة من الضروري للداعية أن يلم بها نظرا لأهميتها القصوى له وهى علوم. الرأى العام، والدعاية والعلاقات العامة والنشر.. إلخ.

٦. الثقافة العلمية:

ونعنى بالثقافة العلمية الثقافة التي تقوم على الملاحظة والتجريب وتخضع للقياس والاختبار، مثل علوم الفيزياء، الكيمياء، والأحياء والجيولوجيا والفلك والتشريع والطب وغيرها وليس من الواجب على الداعية أن يتعمق في دراسته هذه العلوم وإنما عليه أن يطالع بعض الكتب المبسطة، وكذلك المقالات العلمية في المجالات المختلفة وترجع أهمية الثقافة العلمية للداعية لأسباب عديدة منها:

١- تمكن الثقافة العلمية الداعية من استخدامها في تأييد الدين وتوضيح مفاهيمه ونصرة قضاياه وذلك بدفع شبهات خصومه ومفتريات أعدائه.

٢- إن بعض ما محتويه الكتب العلمية يتخذ وسيلة للتشكيك في الدين مثل نظرية النسوء والارتقاء وغيرها.. ومن هنا كان لا بد من معرفة شيء عن مثل هذه الأمور حتى يمكن الداعية أن يأخذ موقفاً حياها بناء على دراسة صحيحة لا على خيالات أو إشاعات.

وبذلك يستطيع الداعية أن يجد طريقه إلى الأذهان ويقع كلامه في نفوس المثقفين المعصرين موقع القبول وحسن التأثير.

٧. الخبرة الميدانية:

توجد حقيقة هامة يغفل عنها كثير من الدعاة وجميع كليات ومعاهد الدعوة وإن كانت تضمنتها النظرية الإعلامية الإسلامية.. ذلك إنها قدمت المبادئ في إطار التطبيق ولهذا نزل القرآن متواتراً حسب الأحداث والمناسبات حتى يكون إستجابة لطبيعة الظروف الاعلامية، واحتياجات الناس وبالتالي حتى تنهيا الفرصة للمسلمين لاستيعاب ما تنزل من آيات قولاً وعملاً وسلوكاً.

وبفضل هذه الممارسة الميدانية تخرج مئات وألوف الدعاة البارزين الذين حملوا لواء الدعوة ولجحوا في تحويل الملايين بالحكمة والموعظة الحسنة إلى دين الإسلام أما عندما تحول الدين إلى طقوس جامدة وتحولت الدعوة إلى قواعد تدرس في الكليات

المتخصصة دون أن يلازمها تدريب عملي.. فقد الدعوة كل مقومات تأثيرهم.. وأصبحوا في واد والناس في واد آخر.. وكأن مهنة الدعوة أقل من المهنة الأخرى كالطب مثلا الذي يشمل على سنة إمتياز للممارسة العملية والمحاماة والصحافة التي لا تجيز قيد الفرد إلا بعد مرور فترة للتدريب العملي.

وإذا كانت معاهد الدعوة الحالية قد خرجت عن هذا المبدأ الذي أقرته النظرية الإعلامية الإسلامية فإننا نجد العكس في المعاهد والكليات التي يخصصها المسيحيون لتخريج المبشرين.. حيث نجدها تهتم بعملية التمرين على الرهبة والكهنوتية، بل تصل إلى درجة تدريبهم على تحمل مشاق التبشير والصبر عليه. والتمرين على عيشة الكفاف والقناعة وعلى المعيشة في المناطق النائية.

وإذا كنا نريد تخريج دعاة فعلا، فلا بد أن نبدأ، بأعدادهم على أرض الواقع ومن خلال الممارسة الميدانية والمتابعة الفعلية، حتى لا تصبح الدراسة في واد والواقع الفعلي للممارسة المهنة في واد آخر. ولذلك يجب أن تتضمن كليات الدعوة في لوائحها فترة محددة للتدريب العملي سنويا.. على فنون الخطابة والدعوة والاتصال الجماهيري. كما هو الحال بالنسبة لطلاب كليات التربية. ومن خلال هذا الاحتكاك يمكن للطالب أن يتعرف على أمراض النفوس وأمراض المجتمع ويستطيع أن يتخيل الأساليب لعلاجها وبذلك تصقله هذه الممارسة وتعدده لما بعد التخرج حين يبدأ ممارسة الدعوة ممارسة فعلية.

الفصل الخامس صفات الداعية

من العوامل الهامة التي تساعد على نجاح الداعية وتزيد من فاعليته ومقدرته على التأثير .. المكونات الأساسية لشخصيته .. فشخصية الداعية أو القائم بالاتصال تلعب دوراً أساسياً في تحديد نتائج عملية الإقناع لا يقل أهمية عن الرسالة التي يريد إيلاؤها إلى جمهوره أو الطريقة التي يتصل بها.

ولعل هذا هو السبب في إهتمام النظرية الإعلامية الإسلامية بتحديد العناصر المطلوبة لتكون شخصية الداعية .. وهي نفس العناصر تقريبا، التي حددتها النظرية للفرد المسلم مضافا إليها بعض الصفات اللازمة للدعاة.

والعناصر المطلوبة لتكوين الشخصية السليمة - بصفة عامة - (١١١) يجب أن تتكون من عناصر طيبة تلتقي جميعها عند نقطة ارتكاز واحدة هي الفضائل . وعلى الرغم من أنه ليس للفضائل نهاية، لأنها أكثر من أن تحصر، إلا أنه يمكن تمييزها بأنها كل فعل فعلته فرضيت فيه ريك واطمأن إليه قلبك وإستراح له ضميرك ونلت به حب الناس وإعجابهم وتقدير المجتمع وثناءه.

وتتضح لنا من ثم مدى إتساع الرقعة التي تشغلها المكونات الأساسية لشخصية الداعية . فلم تترك النظرية الإعلامية الإسلامية ناحية من نواحي السلوك البشري إلا وعالجتها بما يليق بها من خلق عال وأدب سام وسلوك كريم بحيث نرى المسلم الكامل مثلا عاليا للأدب السامي لم تشهد له الأرض من قبل مثيلا (١١٢).

والمنتبع لتاريخ الدعوات يجد أن بناء النفوس وإعداد الشخصيات القويمة يستغرق عادة وقتا طويلا، فقد بقى رسول الله صلى عليه وسلم ثلاثة عشر عاما في مكة يعالج تلك النفوس الملتوية في صبر وتدرج دون تعجل للنتائج . وبقي نوح عليه السلام يدعو ألف سنة إلا خمسين عاما .. ويرغم منزلة إبراهيم عليه السلام فلم يؤمن به سوى لوط عليه السلام، ومات بعض الأنبياء دون أن يحقق شيئا ملحوظا ولم ينقص ذلك من قدره شيئا (١١٣).

وعلى أية حال فإن إهتمام النظرية الإعلامية الإسلامية بالعناصر البنائية لتكوين شخصية الداعية تابع فى المقام الأول من طبيعة الدين الإسلامى الذى يعتمد على وسيلة الاتصال الشخصى، والتي تعتمد فى المقام الأول على القدوة الحسنة أى على جعل الداعية نموذجاً حياً لمبادئها الأمر الذى يساعد على سرعة الإقناع والتأثير.

ومن الشواهد البليغة على عظم تأثير القدوة الحسنة (١١٤) على السلوك ما تقرره كتب السيرة فى صلح الحديبية الذى كان وقعه شديداً على المسلمين تقول لما أنتهى أمر الصلح أمر عليه الصلاة والسلام أصحابه أن يحلقوا رؤوسهم ، وينحروا الهدى ليتحللوا من عمرتهم فاحتمل المسلمون من ذلك هما عظيماً حتى أنهم لم يبادروا بالإمتثال. فدخل صلى الله عليه وسلم على أم المؤمنين أم سلمة وقال لها: « هلك المسلمون ، أمرتهم فلم يمتثلوا فقالت يا رسول الله: إعذرهم فقد حملت نفسك أمراً عظيماً فى الصلح.. ورجع المسلمون من غير فتح فهم لذلك مكرويون .. ولكن أخرج يا رسول الله وأبدأهم بما تريد فإذا رأوك فعلت اتباعوك .. فتقدم ﷺ إلى هديه فنحره ودعا الحلاق فحلق رأسه فلما رآه المسلمون نواثبوا على الهدى فنحروه وحلقوا.

والهدف النهائى للقدوة الحسنة هو محاولة الوصول بالفرد المسلم إلى درجة التمثل الحى للمبادئ الإسلامية، أى أن يصبح سلوكه مطابقاً لقوله.. ويتضح هذا المبدأ فى قوله تعالى ﴿أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ﴾ (١١٥) وتتسلسل مراتب القدوة أو المثل التى تقدمها النظرية الإعلامية الإسلامية ابتداءً من رسول الله صلى الله عليه وسلم الذى وصل إلى درجة أن أصبح خلقه القرآن كما تقول السيدة عائشة رضوان الله عليها وكما قال ﷺ «أدبنى ربي فاحسن تأديبي». ولهذا دعت النظرية الإعلامية المسلمين إلى أن يكون لهم فى رسول الله أسوة حسنة قال تعالى ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ﴾ (١١٦) وترتب على ذلك كما يقول «هاملتون جيب» أن قوة تأثير شخصية الرسول عليه السلام على مواقف المسلمين تلقى كل التبجيل، وأنها عبارة عن شعور تلقائى وطبعى لا يمكن تحاشيه سواء كان ذلك فى عهد الرسول عليه السلام أم من بعده. وأن ذلك كان أكثر

من مجرد إعجاب. ويكفى أن نذكر أن علاقة الحب التي غرسها الرسول في قلوب أصحابه قد أينعت أثرها ومداها عبر القرون وبثم إثارتها وغرسها في قلب كل جيل (١١٧).

وقد نهج أصحابه المخلصون نهجه فكانوا قدوة حسنة نجم عنها توسيع نطاق المعتنقين للإسلام إيماناً منهم بصدق نوايا هؤلاء الأصحاب المخلصين ونقاء سريرتهم ورجاحة عقولهم.

وقد ترتب على نظرية المثل أو القدوة الحسنة التي أخذت بها النظرية الإعلامية الإسلامية نظرية جديدة هي نظرية الطاقات والقدرات الأساسية. فالإنسان كما خلقه الله طاقة. وتختلف هذه الطاقات والقدرات من شخص إلى آخر.

وتمثل الطاقة في كل ما خص به الإنسان (١١٨) من إمكانيات لممارسة أنواع معينة من السلوك. أي أنها الإطار الأساسي الذي يمارس الإنسان في نطاقه الأنشطة والعمليات السلوكية المختلفة. وأما المقدرة الأساسية: فتعني القدرات - الأفعال - والتصرفات التي يستطيع الإنسان القيام بها. مثال ذلك أن الإنسان يستطيع القراءة والكتابة فعلاً فالطاقة تعني الأشياء التي يحتمل أن يقوم بها الإنسان أما القدرة فهي ما يستطيع الإنسان القيام به.

والنظرية الإعلامية الإسلامية تضع في إعتبارها هذا الاختلاف في قدرات الأفراد وطاقاتهم. وذلك حتى لا ترتفع بالفرد السلم إلى مستوى التوتر والقلق الذي يسلمه إلى العجز. وذلك لأن الفرد عندما تقعد به إمكانياته عن تحقيق أهدافه يصبح في حالة يائسة ولهذا تعاملت النظرية مع الإنسان وفي إطار إمكانياته. أي في إطار القدرة الفعلية الحقيقة قال تعالى ﴿لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ﴾ (١١٩). وهذا التكليف ليس في كل الحالات وإنما في حالات القدرة فقط، فالشخص المريض والنائم والناسي ليس محللاً للتكليف، ولا موجب عليه الاقتداء حتى يسترد طاقاته وقدراته ولذلك كان تحريم الخمر والمسكرات التي تجمده هذه الطاقات والقدرات الفردية الانسانية، والتي تحرم الفرد من فرصة الاقتداء بالآخرين، ومن الفرصة في أن يكون هو في حد ذاته قدوة لغيره.

وهذا التفاعل النفسى بين أفراد المجتمع الإسلامى هو سر حيوية وبقاء هذا المجتمع. ولهذا قال رسول الله ﷺ: «مثل المؤمنین فی نواذهم وتراحمهم كمثل الجسد الواحد إذا إشتكى منه عضو تداعى له سائر الأعضاء بالسهر والحمى».

وهذا التفاعل النفسى يأخذ إطاراً عاماً تميزت به النظرية الإعلامية الإسلامية، فلم نسمع عن نظرية إعلامية حديثة، أو سلطة أو هيئة إهتمت هذا الإهتمام ولا نصفه ولا ربه قدر إهتمام النظرية الإعلامية الإسلامية بالمكونات الأخلاقية التى ترتفع بالفرد المسلم إلى درجة الكمال الخلقى، والأدب السامى، والروح العالية الشفافة التى تجعله أقرب إلى الملائكة وقمة فى التسامح والكرم والصفاء.

ويمكننا أن نحدد جوانب هذا البناء على شكل مجموعات من الصفات تأخذ التقسيم الآتى:

١ - مجموعة الصفات الإقناعية.

٢ - مجموعة الصفات الخارجية «البدنية».

٣ - مجموعة الصفات النفسية.

٤ - مجموعة الصفات الجماعية.

٥ - مجموعة الصفات التنظيمية.

أولاً: الصفات الإقناعية

وهى مجموعة الصفات أو القدرات الخاصة التى لدى الداعية والتى تجعله أكثر قدرة على الاقناع والتأثير، وهذه الصفات هى:

١ - العدالة فى الحكم على الأشياء:

فالداعية يجب أن يكون عادلاً يقف إلى جانب الحق حتى ولو ألحق به الضرر ولا يحكم على الأشياء إلا بعد دراستها وبحثها بحثاً دقيقاً من جميع وجوهها. قال تعالى

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾.

٢. حسن التصرف:

يعنى حسن التصرف القدرة على مواجهة المشكلات الجديدة ووضع الحلول المناسبة والسريعة لها، كما يعنى القدرة على الإبتكار لمواجهة المشكلات المتجددة المتعاقبة ذلك لأن كل مشكلة تتطلب حلا مختلفا عن ما سابقتها (١٢٠). بالإضافة إلى المقدرة على التنبؤ بالعواقب والاستفادة من التجارب الماضية، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم «المؤمن كيس فطن» وقال: «لا يلدغ المؤمن من جحر مرتين».

٣. الموضوعية:

رهي القدرة على السلوك والتصرف وإصدار أحكام غير متحيزة لعنصر أو لراى أو لسياسة أو لدين (١٢١).

٤. الاتزان الانفعالى:

ويقصد به أن يظهر القائم بالإتصال إنفعالاته بالقدر الذى يتناسب مع المواقف وأن يكون متحكما فى إنفعالاته فمثلا إذا واجه إعتداءً من جانب أحد أفراد الجمهور بالقول أو الفعل، لا يواجهه بالغضب، وإنما بالحلم والعفو، بالإضافة إلى المقدرة على تقيل سلوكهم حتى ولو كان غير لائق أو مناسب والقدرة على إمتصاص غضبهم ومعاملتهم معاملة أحسن (١٢٢).. وأن يتمثل حديث الرسول عليه السلام «إتق الله حيثما كنت .. وأتبع السيئة الحسنة تمحها وخالط الناس بخلق حسن» وقول الله تعالى ﴿وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ﴾.

٥- القدرة على التذكر:

يجب أن يعنى الداعية بتقوية ذاكرته وحضور ذهنه إلى أكبر حد، وذلك حتى لا يظهر الفتور فيما يقدمه للناس، بل يحاول دائما أن يضيف معلومات جديدة إلى ما لديه ويكثر منها من أى طريق، سواء بالقراءة أو المشاهدة أو الإستماع أو التجربة.

ولاشك أن امتلاك القدرة على الإستيعاب والفهم والذاكرة القوية تفيد في عمليات الإتصال الشخصى. ذلك أنها تسعفه إذا ما تعرض لما يخرجه أثناء اتصاله بأحد أفراد جمهوره، أو من الظروف المحيطة التى يتعامل معها. فضلاً عن أنها تعينه على تذكر أسماء الشخصيات (١٢٣) التى يتعامل معها ويتحدث إليها. فذكر أسماء الناس الذين نقابلهم له وقع كبير على نفوسهم، ويزيد من الروابط، ويقوى من المعرفة - وقد أشرنا سابقاً - إلى مدى إهتمام النظرية الإعلامية بتسمية القدرة على التفكير والتذكر لدى الأفراد وذلك فى النموذج الثانى للاتصال الاسلامى.

٦. الاحساس بالحياة:

الدعوة من أكثر المهن التى توفر لصاحبها فرصة الاتصال بالحياة عن قرب، وعلى الرغم من أن الطبيب والمحامى والتاجر على صلة دائمة وثيقة بالحياة، إلا أنهم لا يرون سوى بعض مظاهرها ولا يعرفون تمام المعرفة إلا بعض جوانبها، أما الداعية فهو يتصل بالناس، ويتغلغل داخل أعماقهم ويعرف جوانب قوتهم وضعفهم، والأسباب الخفية لسلوكهم، كما يعرف البواعث الحقيقية لأحداث الحياة اليومية. ولذلك فإن هذا الإحساس المرهف بالحياة والقوة المتدفقة فيها تنعكس على دعوته وتجعل الناس ترى فى أفكاره آمالهم واحلامهم أنها إستجابة حقيقية لاحتياجاتهم، مما يجعلهم بالتالى يتبنون أفكاره.

٧. الصدق فى الأقوال والأفعال:

وترجع أهمية الصدق إلى أن الداعية قدوة، وأن قدرته على الإقناع متوقفة على مدى الثقة فيه. فكلما تزايدت الثقة كلما تزايدت قدرته الإقناعية. ولن يثق فيه الناس إلا إذا كان صادقاً، وقد قدمت النظرية الإعلامية للصدق مستويات ثلاث، فهناك صدق فى النيات: وهو الذى يسبق العمل، ويجعل الداعية بقلبه وقالبه مع هذا العمل. وهذا النوع من الصدق يعنى طيب نفس الداعية، وأنه ليس هناك ما يخفيه، ثم النوع الثانى، وهو صدق الأقوال: ويعنى أن الداعية لن يقول إلا صادقاً. وهذا النوع يهدى إلى البر كما يقول الحديث الشريف والبر يهدى إلى الجنة، وإن الرجل

ليصدق حتى يكتب عند الله صديقاً. أما النوع الثالث وهو صدق الأفعال ويمثل الجانب الظاهري للعمل.

وبذلك تظمن النظرية الإعلامية إذا ما توافرت هذه الأنواع للصدق لدى الداعية وإخلاصه في عمله ظاهراً وباطناً، أياً من كان يتعامل معه . وبذلك كان ما يؤخذ على كفار قريش وقد كفروا بمحمد عليه السلام أنهم أنفسهم الذين نعتوه بالصادق الأمين فكيف وقد جربوا صدقه يكفرون به بعد ذلك . كما أنه هو الذى جعل أبا بكر الصديق يصدق في حادث الإسراء والمعراج وقال : والله إنى لأصدقه في خبر السماء فكيف أكذبه فيما دون ذلك ولهذا استحق لقب الصديق .

وعلى هذا فإن الداعية الصادق هو الداعية الموثوق به الذى يظمن الجمهور إليه ويقبلون عليه ويقتنعون به.

وهناك دراسات عديدة تبين أثر صدق القائم بالانصال أو الداعية . فمن الأبحاث التى أجريت حول هذه الصفة تبين أن مضمون الرسائل الموجهة من مصادر يقل تصديق المستقبل لها، أولاً يصدقها، ينظر إليها المستقبل على أنها منحازة وغير موضوعية . على عكس النظرة التى ينظر بها المستقبل إلى مضمون الرسائل الموجهة إليه من مصادر يصدقها. وأن هذا التصديق له تأثير كبير على آراء المستقبل .

كما تبين من الأبحاث أن عدم تأثير آراء المستقبل فى حالة قلة تصديقه للمرسل، ليس راجعاً إلى عدم إهتمام المستقبل برسالة المرسل أو عدم فهمه لها . وإنما هو راجع أساساً إلى أن تصديق المستقبل يؤثر على دوافعه نحو قبول ما يتهى إليه المرسل من إستنتاجات . غير أنه تبين أن هذا التأثير سواء كان سلبياً أم إيجابياً يتجه إل الاختفاء بعد مرور بضعة أسابيع (١٢٤).

٨. القدرة على الاتصال بالآخرين :

قد تتوافر كل الصفات الاتقاعية للداعية ولكنه يفتقد القدرة على الاتصال بالآخرين فيصبح وكأنه فقد كل هذه الصفات . فالقدرة على الاتصال بالآخرين تعتبر من أهم الصفات الاتقاعية التى يجب أن تتوافر فى الداعية. وتعنى القدرة على الاتصال بالآخرين أن الداعية يجب أن تتوافر لديه القدرات الآتية :

أ- القراءة : وهى ضرورية لسببين : للحصول على المعلومات المطلوبة من مصادرها المختلفة، وأيضاً لمساعدته على معرفة اللغة والتمكن منها حتى يكون قادراً على استعمال الكلمات التى تتفق فى مدلولها مع الإطار الدلالى للجماهير التى يخاطبها. ولذلك كانت أول آية نزلت فى القرآن تحث على القراءة باعتبارها طريق المعرفة والعلم. قال تعالى ﴿اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ﴾.

ب- الإستماع : وتتضمن مهارة الاستماع اليقظة التامة لما يقال وفهمه. ويجب أن يقرن الداعية الاستماع بالرؤية، أى أن يراقب الناس وهم يتحدثون. فالأفراد غالباً ما يعكسون أنفسهم من خلال ايماءاتهم وتعبيراتهم المصاحبة لكلماتهم، أو حتى من خلال صحتهم ، وجميع صور الاتصال غير اللفظى التى تصدر عنهم.

ج- الكتابة : ووظيفتها نقل الأفكار والمعلومات والأحداث، ويجب أن يلم الداعية بقواعد اللغة، وأن يجيد كتابه الواضحة السهلة والخالية من التعقيد والكلمات الغريبة.

د- الحديث : ويتساوى مع القدرة على الكتابة فى الأهمية وخصوصاً فى مجال الاتصال الشخصى. حيث أنه عبارة عن نوع الحديث الودى مع أفراد الجماهير، وهو ذو أثر كبير على الاقتناع والتأثير (١٢٥).

هـ- المقدرة على التفكير : تؤثر قدرتنا على إستخدام اللغة، والطريقة التى نضع بها الكلمات مع بعضها البعض على الأمور التى نفكر فيها، وعلى الطريقة التى نفكر بها، وعما إذا كنا نفكر أساساً أم لا.

وبالإضافة إلى ذلك توجد مجموعة من الصفات العامة أشار إليها «ديل كار ينجى» مؤسس معهد الدراسات الانسانية بنيويورك فى كتابه : «كيف تكسب الأصدقاء وتؤثر فى الناس» وتساعد هذه الصفات على زيادة المقدرة الاقتناعية للداعية وهى:

١ - علم توجيه اللوم دائماً للناس، أو التكلم بسوء عن أحد، وإنما يركز على الخير الذى يعرفه فى كل إنسان.

- ٢ - لا تجادل وأعلم أن خير السبل لكسب أى جدال هى أن تتجنبه.
 - ٣ - إظهار إحتراما لآراء الشخص الآخر، ولا تقل لأحد أنه مخطئ ولكن إلفت النظر إلى هذه الأخطاء من طرف خفى ، وتكلم عن أخطائك أنت قبل أخطاء الآخرين.
 - ٤ - حاول أن ترى الأشياء من وجهة نظر الشخص الآخر.
 - ٥ - دع الشخص الآخر يحسب أن الفكرة فكرته.
 - ٦ - توصل بالرفق واللين ، ودع الغضب والعنف.
 - ٧ - توصل إلى الدوافع النبيلة .
 - ٨ - قدم إقتراحات مهذبة، ولا تجعل الآخرين يعتقدون أنك تأمرهم.
 - ٩ - حبب الآخرين فيما تدعوهم إليه.
 - ١٠ - إجعل الأخطاء تبدو ميسورة الاصلاح ، واجعل العمل الذى نريدته سهلا هينا.
 - ١١ - إمتدح أقل الإجادة ، وكن مخلصا فى تقديرك للآخرين ، مسرعا فى مديحك دون أن تتجاوز الحق .
 - ١٢ - حافظ على شعور الآخرين، ودعهم يحتفظون بماء وجوههم.
- ولا شك أن الداعية الذى ينمى فى نفسه كل هذه الصفات الاقناعية يستطيع أن يصل إلى درجة عالية من الاقناع والتأثير.

ثانيا : الصفات الخارجية (البنية)

وهى مجموعة الصفات الخارجية التى تعكس مظهر الداعية الخارجى . وتمثل أهميتها فى أنها تعتبر أحد المداخل الرئيسية للنفس البشرية ذلك أن غالبية الناس تأخذهم المظاهر، وعادة ما ينجذبوا إليها. ولذلك نجد المولى عز وجل وقد تكفل باعداد أنبيائه ورسله لم يبعث نبيا ولا رسولا إلا وهو أكمل قومه خَلقا وخلقا، فهذا

يوسف عليه السلام كان غاية في الجمال لدرجة جعلت النسوة اللاتي رأينه يقلن في دهشة وذهول عندما رأينه ﴿مَا هَذَا بَشَرًا إِنْ هَذَا إِلَّا مَلَكٌ كَرِيمٌ﴾ (١٢٦) وكذلك كان محمد ﷺ، فقد وردت الأحاديث الكثيرة في جمال خلقه فضلاً عما تضمنته من حرص النبي ﷺ على أن يكون في أجمل صورة لأن الله جميل يحب الجمال..

وكما اختار الله أنبياءه ورسله وهم في قمة الكمال الخلقى والخلقى فلا بد أيضاً، ونحن نختار دعائنا أن يكونوا خالين من العيوب الخلقية التي تؤثر على السلوك، فتجعل الفرد إنطوائياً أو عدوانياً، أو يفقد الثقة في نفسه، أو ربما تكون لديه نزعة السيطرة أو الحقد.

وإذا كان الداعية لادخل له في صفاته الخلقية حيث يولد كل فرد مزوداً بها، فلا أقل من أن يحافظ على مظهره ولا يعذر في التصغير فيه. ولذلك دعت النظرية الإعلامية الإسلامية إلى الإهتمام بالمظهر. قال تعالى: ﴿يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ﴾ (١٢٧) و ﴿قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ﴾ (١٢٨) فالله تعالى يحب أن يرى أثر نعمته على عبده، ولكن بشرط ألا يدفعه ذلك إلى الخيلاء أو الفرور. وهناك مجموعة من الصفات الخارجية المكتسبة تتكامل مع بعضها في توفير المظهر الحسن للداعية وتزيد من قدرته على التأثير وهي:

١. النظافة:

وهي من الصفات الخارجية الهامة التي أكدتها النظرية الإعلامية الإسلامية، بلغ من أهميتها أنها أصبحت المدخل الأول للعبادة، فلا بد أن يسبق الصلاة وضوء.

قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قُمْتُمْ إِلَى الصَّلَاةِ فَاغْسِلُوا وُجُوهَكُمْ وَأَيْدِيَكُمْ إِلَى الْمَرَافِقِ وَامْسَحُوا بِرُءُوسِكُمْ وَأَرْجُلَكُمْ إِلَى الْكَعْبَيْنِ وَإِنْ كُنْتُمْ جُنُبًا فَاطَّهَّرُوا﴾. هناك أيضاً التخلص أي تنظيف الأسنان بالسواك يقول ﷺ «تخللوا فإنه نظافة والنظافة تدعو إلى الإيمان، والإيمان مع صاحبه في الجنة» فضلاً عن ضرورة الإهتمام بنظافة الثياب «وثيابك فطهر» ويتسع مفهوم النظافة في الإسلام حتى يشمل كل ما يشمر الجمال (١٢٩).

٢. الصحة النفسية والبدنية :

ويجب أن يتمتع الداعية بصحة نفسية جيدة ، حيث أنه بطبيعة عمله يمنح الأمان والإستقرار والهدوء للنفوس القلقة المعذبة، ولا يستطيع أن ينقل هذا الإحساس بالأمان إذا ما كان هو نفسه مفتقداً له. وقد رسمت النظرية الإعلامية الإسلامية له الحدود التي تمنحه هذه الصحة، وأجملتها في قوله تعالى ﴿ألا بذكر الله تطمئن القلوب﴾ أما من يخرج عنها فكما قال تعالى : ﴿يجعل صدره ضيقاً حرجاً كأنما يصعد في السماء﴾ كما أثبتت الدراسات الحديثة . حيث تقل نسبة الأوكسجين فيشعر بالضيق والتوتر والإختناق الشديد الذي يفقده كل إستقرار وهدوء.

أما الصحة الجسمية فهناك الآيات الكثيرة والآحاديث الصحيحة كالتى توضح لنا مدى عناية القرآن الكريم والسنة النبوية بالصحة البدنية للفرد وللداعية، ذلك أن العقل السليم فى الجسم السليم وأن الأمة التى لا يكون أبناؤها أقوياء أصحاب مكتوب عليها الفناء.

وقد اهتمت النظرية الإعلامية بضرورة الاهتمام بالصحة البدنية. ذلك لأن الدعوة شاقة ومحتاج إلى العمل المستمر^(١٣٠) والجهد الدائب وتعرض صاحبها لشدائد تهز أعصابه وتسبب له التوتر الشديد أو الإجهاد الفكرى . ولهذا فإن أداء مثل هذا العمل يتطلب إنسانا سليما يتمتع باستقرار عاطفى ونضج فكرى. قال تعالى : ﴿أحسب الناس أن يتركوا أن يقولوا آمنا وهم لا يفتنون﴾ (١٣١).

٣.البشاشة:-

ونأتى أهميتها من أنها تبعث فى الإنسان الراحة والسرور كما تفصح عن إنفراج الأسارى والإنتسراح والإقبال على الحياة بوجه عام، لهذا كان على الداعية أن يكون بشوشا حتى يقبل الناس عليه ولا يعبس فيتفرهم منه. وقد عتب رب العزة على رسول الله صلى الله عليه وسلم عندما جاءه ابن أم مكتوم يسأله وهناك أثرىاء قریش يدعوهم، فعبس وتضايق . فنزل قوله تعالى ﴿عبس وتولى﴾ (١) أن جاءه الأعمى (٢) وما يدريك لعله يزكى (٣) أو يذكر فتنقعه الذكرى (١٣٢).

فضلا عن أن الإبتسامة تخلق جوا إجتماعيا ملؤه التعاطف والمشاركة والرضا

والحب والصدافة والألفة. كما أنها تعبر عن الأدب والذوق وحسن التربية . لذلك ما كان يُرى رسول الله ﷺ إلا باشاء.. فهذه الإبتسامه الرقيقة المهذبة هي التي يجب أن يتعودها الدعاة ، حيث أنها شعاع أمل لليائس وراحة للمحزون (١٣٣).

وهكذا فإن للمظهر الحسن وحسن الهيئة والبشاشة أثرا كبيرا في جذب إنتباه الجمهور إلى الداعية . الأمر الذي يجعله يعرض نفسه للدعوة وبالتالي فقد يصل إلى درجة الإقتناع حسب توافر باقى المكونات الأخرى.

وفى كتاب تاريخ الدعوة « لارنولد توينسى » حكاية تبين أثر المظهر فى دخول واحد من اليهود وهو « سعيد بن الحسن » فى الإسلام - وذلك سنة ١٢٣٨ هـ عندما دخل المسجد ، ووجد المسلمين يقفون فى صفوف كأنهم الملائكة.. وشاهد الخطيب معتليا المنبر فى عباءته السوداء . مما جعله يشعر بالرهبة ، وهكذا نجد أن مظهر الداعية الخارجى ساعده على إثارة إهتمام هذا الرجل بالدين ، ذلك أنه جذبته إلى الإستماع إلى الخطبة ، ثم إلى الصلاة . وفى الصلاة أحس كأن الله العلى القدير يتجلى للمسلمين فى سجداتهم وركعاتهم . وأيقن فى نفسه أنه لا بد خلق ليكون مسلما فأسلم (١٣٤) .

ولهذا كان على الداعية أن يراعى حسن المظهر وإذا لم يكن حسن الخلق فلا أقل من أن يجعل نفسه حسن الهندام نظيفا بهى الطلعة، حتى يصل إلى تحقيق هدفه.

ثالثا، الصفات النفسية :

وهى مجموعة الصفات التى تنمى فى الفرد المسلم فضيلة ترفع من قدره وتحفظ كرامته وتصون شرفه، وتسمو به عن كل صفة تبخس قيمته وتمس شرفه. وقد تضمنت النظرية الإعلامية فى مجال الصفات النفسية كل الفضائل التى يجب أن يتحلى بها الفرد فحددها وحددت الطريق للوصول إليها . كما أنها لم تدع رزيلة إلا وحذرت منها ، ووضعت العراقيل فى سبيلها.

على أن النظرية الإعلامية الإسلامية حتى توضح معالم الطريق حددت مبادئ أساسية هي:

١ - مبدأ المسؤولية . قال تعالى : ﴿كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ﴾ (١٣٥)

﴿وَلَا تَرْرُ وَأَزْرَةٌ وَزَرٌ أُخْرَى﴾ (١٣٦) ﴿وَمَنْ يَكْسِبْ إِثْمًا فَإِنَّمَا يَكْسِبُهُ عَلَى نَفْسِهِ﴾ (١٣٧).

٢ - مبدأ المقدره الاختيارية : فكل إنسان بحكم تكوينه قادر على الاختيار بين الخير والشر . قال تعالى ﴿وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا ﴿٧﴾ فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا﴾ (١٣٨).

﴿قَدْ جَاءَكُمْ بَصَائِرٌ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنْ أَبْصَرَ فَلِنَفْسِهِ وَمَنْ عَمِيَ فَعَلَيْهَا﴾ (١٣٩) ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمْ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنْ اهْتَدَىٰ فَإِنَّمَا يَهْتَدِي لِنَفْسِهِ وَمَنْ ضَلَّ فَإِنَّمَا يَضِلُّ عَلَيْهَا﴾ (١٤٠).

٣ - حساب النفس «الحساب الذاتى» فكل إنسان يجب أن يراجع نفسه ويحاسبها حسابا عسيرا . قيل أن يحاسب .. وذلك على سبيل الوقفة التى قد تعيده ثانيا إلى الطريق إذا كان قد ابتعد عنه . قال تعالى ﴿فَكَيْفَ إِذَا جَمَعْتَهُمْ لِيَوْمٍ لَأَرْبَبٌ فِيهِ وَوُفِّيَتْ كُلُّ نَفْسٍ مَّا كَسَبَتْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ﴾ (١٤١) . ﴿يَوْمَ تَجِدُ كُلُّ نَفْسٍ مَّا عَمِلَتْ مِنْ خَيْرٍ مُّحْضَرًا وَمَا عَمِلَتْ مِنْ سُوءٍ تَوَدُّ لَوْ أَنَّ بَيْنَهَا وَبَيْنَهُ أَمَدًا بَعِيدًا﴾ (١٤٢).

وفى إطار هذه المبادئ الثلاثة تقدم النظرية الإعلامية الإسلامية مجموعة الصفات النفسية مختلطة ومتداخله مع الهيكل العام الإسلامى نفسه للعقائد والعبادات والمعاملات التى تتفاعل مع بعضها من أجل أن تقدم للإنسان القدوة .

فالعقائد والعبادات والمعاملات حينما ننظر إليها باعتبار الهدف المتظر والمتحقق من ممارستها، تجده فى النهايه هدفا أخلاقيا . وقد أشرنا إلى ذلك فى النموذج الثانى للنظرية الإعلامية الإسلامية .

وقد أفاضت كثير من الدراسات عندما تعرضت لحكمة مشروعية هذه العبادات على بيان أثرها على سلوك الفرد وتنمية الجانب الأخلاقى لديه . ولذلك فإننا نكتفى هنا بمحرد الإشارة إلى هذه الصفات التى تمثل البنيان الأخلاقى لدى الفرد المسلم . ومن أهم هذه الصفات العفاف والأمانة والوفاء والشجاعة وقوة الإرادة والطاعة والخشوع والخوف والإخاء والحب والإيثار والتواضع والحلم والمجاهدة والرحمة

والشكر .. الخ. هذه الصفات التي تمثل في مجموعها الأخلاق المستمدة من أسماء الله الحسنی التسع والتسمین.

أى أن النظرية الإعلامية الإسلامية تحاول الإرتفاع بالفرد والتسامى به إلى درجات التخلق بأخلاق الله تعالى ، أى أن ترتفع به إلى أقصى درجات المثالية، وذلك من خلال الممارسة الحقيقية الصادقة للإسلام . وذلك كما جاء فى الحديث القدسى : لايزال عبدى يتقرب إلى بالنوافل حتى أحبه فإذا أحببته كنت سمعه الذى يسمع به وبصره الذى يبصر به ويده التى يبطش بها وفى رواية كنت هو .

رابعاً، الصفات الجماعية :

وهى مجموعة الصفات التى يجب أن يتحلى بها الفرد باعتباره عضواً فى جماعة. فليس يكفى أن يتخلق الفرد فى ذاته بأعلى ما يكون من الصفات الجميلة والأخلاق المحمودة ، وإنما لابد وأن يتخلق أيضاً بالأخلاق التى تجعل الحياة الإجتماعية تزدهر وتنمو وتحقق التكامل بين كل أعضاء المجتمع ، ويصبح كالجسد الواحد إذا اشتكى منه عضو تداعت له سائر الأعضاء بالسهر والحمى.

ونستطيع أن نحدد من هذه الأخلاق التى حددتها النظرية الإعلامية الإسلامية

كما يلي:

١- الأخوة المؤسسة على التضامن والمودة والإخاء والتعاون والصفاء والإيثار قال تعالى ﴿وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ﴾ (١٤٣). ﴿إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ﴾ (١٤٤) ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالتَّعَدْوَانِ﴾ (١٤٥) ﴿وَلَا تَنَازَعُوا فَتَفْشَلُوا وَتَذْهَبَ رِيحُكُمْ﴾ ﴿وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا﴾ (١٤٦) ﴿وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ تَفَرَّقُوا وَاخْتَلَفُوا مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ الْبَيِّنَاتُ﴾ (١٤٧).

٢- تجنب المواقف التى تفجر الصراعات والمصيبيات بين الأفراد وتزرع فى قلوبهم الشقاق. قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ

وَلَا تَحْسَبُوا وَلَا يَغْتَب بَعْضُكُم بَعْضًا ﴿١٤٨﴾ . ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَر قَوْمٌ مِنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِنْ نِسَاءٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُنَّ خَيْرًا مِنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْمُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَنْ لَمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ﴾ (١٤٩).

٣- الحرص على الحرية والعزة وتجنب الذلة والعبودية والالتزام بمظهر القوة. قال تعالى ﴿إِنَّ الَّذِينَ تَوَفَّاهُمُ الْمَلَائِكَةُ ظَالِمِي أَنفُسِهِمْ قَالُوا فِيمَ كُنتُمْ قَالُوا كُنَّا مُسْتَضْعَفِينَ فِي الْأَرْضِ قَالُوا أَلَمْ تَكُنْ أَرْضُ اللَّهِ وَسِعَةً فَتُهَاجِرُوا فِيهَا﴾ (١٥٠) ﴿وَلِلَّهِ الْعِزَّةُ وَلِرَسُولِهِ وَلِلْمُؤْمِنِينَ﴾ (١٥١) ﴿وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ﴾ (١٥٢).

٤- الرجولة والشهامة وعدم التودد إلى الأعداء. ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا بَطَانَةَ مَنْ دُونِكُمْ لَا يَأْتُونَكُمْ خَبْرًا وَدُوا مَا عَنْتُمْ قَدْ بَدَتِ الْبَغْيَاءُ مِنْ أَفْوَاهِهِمْ وَمَا تَخْفَىٰ صُدُورُهُمْ أَكْبَرُ قَدْ بَيَّنَّا لَكُمُ الْآيَاتِ إِنْ كُنتُمْ تَعْقِلُونَ﴾ (١٥٣).

﴿لَا يَتَّخِذِ الْمُؤْمِنُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنِينَ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ فِي شَيْءٍ إِلَّا أَنْ تَتَّوَفَّا مِنْهُمْ نَفَاةً وَيُحَذِّرَكُمُ اللَّهُ نَفْسَهُ وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ﴾ (١٥٤) ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا عَدُوِّي وَعَدُوَّكُمْ أَوْلِيَاءَ تُلْقُونَ إِلَيْهِم بِالْمُودَةِ وَقَدْ كَفَرُوا بِمَا جَاءَكُمْ مِنَ الْحَقِّ﴾ (١٥٥).

٥- المغامرة والسعي طلبا للرزق: ﴿يَا عِبَادِيَ الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ أَرْضِي وَاسِعَةٌ فَإِيَّايَ فَاعْبُدُونِ﴾ (١٥٦) ﴿وَمَنْ يُهَاجِرْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يَجِدْ فِي الْأَرْضِ مُرَاغَمَا كَثِيرًا وَسِعَةً﴾ (١٥٧).

٦- الصبر على المحن ﴿وَلْيَسْلُوكُمْ بَشْيَءٍ مِنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ﴾ (١٥٨).

٧- الوفاء بالعهد: ﴿وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ﴾ (١٥٩).

٨- عدم البغى والعدوان ومكافحة الظلم ﴿وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ﴾ (١٦٠) ﴿وَلَا تَطْفَرُوا فِيهِ فَيَحِلَّ عَلَيْكُمْ غَضَبِي﴾ (١٦١) ﴿وَسَيَعْلَمُ الَّذِينَ ظَلَمُوا أَيَّ مُنْقَلَبٍ يَنْقَلِبُونَ﴾ (١٦٢) ﴿وَلَا تَرْكَنُوا إِلَى الَّذِينَ ظَلَمُوا فَتَمَسَّكُمُ النَّارُ﴾ (١٦٣).

وهذه الصفات وغيرها من التي اشتمل عليها القرآن الكريم وتضمنتها السنة النبوية تتكامل مع بعضها لتخلق لنا نوعية معينة من المجتمعات المثالية التي يتكامل جميع أفرادها ويصبحون كالجسد الواحد إذا اشتكى منه عضو تداعت له سائر الأعضاء بالسهر والحمى.

خامساً: الصفات التنظيمية؛

وهذه الصفات خاصة بالفرد باعتباره عضواً داخل تنظيم معين، يستهدف تحقيق أهداف معينة تجتمع كلها تحت كلمة واحدة هي الجهاد أى إعلاء كلمة الله وهذا النوع من الصفات يساعد على وحدة الحركة وسرعتها داخل التنظيم نفسه وأهمها:

١- العمل الجماعى: حيث يشترك الفرد مع غيره فى عمل جماعى يقومون جميعاً بتأديته فى لحظة واحدة، وبإيقاع سيمفونى يتنظم فى أعلى درجاته جميع أفراد الأمة الإسلامية. كما هو الحال بالنسبة للصلاة والصيام. وكذلك أيضاً الحج، فعلى الرغم من قيام البعض فقط بآدائه.. إلا أن باقى أفراد الأمة الإسلامية يشاركونهم فى نفس اللحظة - وهى العيد - الإحتفال بهذه المناسبة.. وبذلك تتحول الكثرة الفردية بفضل النظرية الإعلامية إلى كل واحد متماسك ومتناسق وبهذه الوحدة تتحقق الرابطة الواحدة ويتعلم المسلمون العمل الجماعى بعد ذلك فى كافة أمور الحياة سواء كان ذلك فى ميدان الحرب والجهاد أو فى باقى الميادين الأخرى.

٢- الطاعة: والطاعة واجبة ويتعلمها المسلمون أيضاً فى إطار الممارسة الفعلية للعبادات وبصفة خاصة فى الصلاة. حيث يقف المسلمون خمس مرات فى اليوم الواحد خلف الإمام لا يسبقونه حركة ولا يتأخرون عنه، ويصبحون بذلك وكأنهم صف واحد. ومن خلال العبادات تدرج النظرية بخلق الطاعة إلى باقى الأمور الدنيوية حتى إن الثلاثة إذا كانوا فى سفر أمروا أحدهم والتزموا بطاعته، وهكذا

تتدرج الطاعة حتى تصل إلى مرتبة الوجوب لأولى الأمر أوحكام المسلمين ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ﴾ (١٦٤). وهذه الطاعة ليست مطلقة وإنما مقيدة بطاعة الله، فلا طاعة لمخلوق في معصية الخالق. كما يقول الحديث الشريف. وكما قال أبو بكر الصديق رضوان الله عليه إنطلاقاً من هذا المبدأ عقب بيعة السقيفة: أطيعوني ما أطعت الله ورسوله».

٣- الصبر: وهو واجب في النظرية الإسلامية، وذلك نظراً لما يتطلبه العمل في مجال الدعوة من وقت وجهد، ونظراً لما يعترضه من صعاب ومشاق قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا﴾ (١٦٥).

٤- الإثارة والتضحية بالوقت والجهد والقدرات الفكرية، وبكل ما يمتلكه الفرد ﴿وَيُؤْثِرُونَ عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ وَلَوْ كَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ﴾ (١٦٦).

٥ - حماسة القلب: وتعنى تعلقه بالغاية، وهي العاطفة الصادقة نحو الدعوة التي تجعل صاحبها مشتغلاً بها في كل حين، كما قال تعالى حكاية عن حال حضرة المصطفى ﷺ وانشغاله تماماً بالدعوة ﴿قُلْ إِن صَلَاتِي وَنَسْكَي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾ (١٦٧).

٦- عدم اليأس لهزيمة أو لخسارة ﴿وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمُ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ﴾ (١٦٨).

٧- الإيمان بأن النصر من الله، وأن القلة مع تأييد الله تغلب الكثرة مهما بلغت من القوة ﴿كَمْ مِنْ فِئَةٍ قَلِيلَةٍ غَلَبَتْ فِئَةً كَثِيرَةً بِإِذْنِ اللَّهِ وَاللَّهُ مَعَ الصَّابِرِينَ﴾ (١٦٩).

وهكذا يتضح لنا مدى عظمة النظرية الإعلامية الإسلامية وسموها وكما لها في تعاملها مع الفرد المسلم وكيف وضعت له الأسس وحددت الصفات التي جعله إنساناً كاملاً يستخدم بأقصى قدر من الكفاءة كل إمكانياته وطاقاته من أجل إعلاء كلمة الحق والخير والعدل.

الفصل السادس الداعية والانتقاء الإعلامي

حارس البوابة

تكلمنا فى الفصول السابقة عن الدور الهام الذى يشغله القائم بالاتصال أو الداعية. وتبيننا كيف أن النظرية الإعلامية الإسلامية تفهمت طبيعة هذا الدور إنطلاقاً من إيمانها بطبيعة الدين الإسلامى نفسه من حيث أنه دين دعوة ومن ثم فلا وجود ولا انتشار له دون الدعاة المؤمنين به، والمخلصين له والذين يصدرون فى كل نصر فأنهم عن تمثل حقيقى وصادق لكل مبادئه.

وعرفنا كيف أن النظرية الإعلامية الإسلامية بلغ من إهتمامها بالداعية أنها لم تترك شيئاً يتعلق به ويؤثر على مقدرته على الإقناع والتأثير إلا وتناولت أصوله وحددت حقائقه. فتناولت أهدافه وإجتهاته نحو نفسه، ونحو الموضوع الذى يتقله، ونحو الجمهور، ومستوى معرفته عن نفسه، وعن الجمهور، وعن الرسالة الإعلامية، وعن الظروف الاتصالي، وعن الظروف السياسية والاقتصادية والإجتماعية والحضارية التى يتعامل الداعية من خلالها وتؤثر على عمله. كما تعرضت ببيان شامل لبيان الجوانب المختلفة لمستوى ثقافته العامة فحددت ألوان المعارف التى يجب أن يزود نفسه بها ولم تقتصر على مجرد المعرفة العلمية، وإنما أكدت أيضاً على أهمية الممارسة الميدانية للدعوة. وفى مجال الصفات التى يجب أن تتوافر لدى الداعية، أو بمعنى آخر فى مجال التطبيق الحى للدعوة الإسلامية فقد أكدت أهمية القدوة الحسنة كل هذا فى إطار طاقات الإنسان وقدراته الأساسية فحددت الجوانب المختلفة لهذه الصفات، وأشارت إلى الصفات النفسية والتنظيمية والإقناعية وفى إطار هذا كله أشارت إلى أهمية دور الجزاء والرغبات والاحتياجات الانسانية والحالة الذهنية والمزاجية التى يكون عليها الفرد وتوقعاته عن نفسه وعن الآخرين، والدور الاجتماعى للفرد ومركزه وباختصار كل ما يتعلق بالداعية من وجهة النظر الشمولية، والتى يمكن أن تؤثر على مدى نجاحه الإعلامى.

وإذا قارنا هذا الاهتمام الشامل الدقيق بالقائم بالاتصال فى النظرية الإعلامية الإسلامية بالإهمال الشديد - وحتى وقت قريب - للقائم بالاتصال فى النظريات الحديثة نجد أنها لم تنتبه إلى أن القائم بالاتصال لا يقل أهمية عن مضمون الرسالة الإعلامية. وقد أثمرت الدراسات التى قام بها الباحثون فى هذا المجال عن مجموعة من الدراسات فيما أطلق عليه بدراسات «حارس البوابة».

وقد انتهت هذه الدراسات إلى أن هناك العديد من المتغيرات التى تؤثر على القائم بالاتصال، والتى على ضوءها يحدد ما ينشر وما لا ينشر، منها قيم المجتمع والصحف الأخرى، ووكالات الأنباء والمعلنون والجمهور وسياسة الجريدة ورغبة الإعلامى فى أن يترقى ويحظى بمنصب أفضل والضغط الميكانيكية فى حجرة الأخبار.

أما بالنسبة للداعية أو القائم بالاتصال الإسلامى فقد حددت النظرية الإسلامية مجموعة مبادئ رئيسية تدور فى نطاقها كافة المتغيرات التى تحكم عملية اختياره وتقديمه للمادة الإعلامية وهذه المبادئ هى:

١- الموضوعية المجردة: فليس للداعية أن يتدخل بذاتيه بزيادة على ما جاء به الوحي الأمين من قواعد الدين ومبادئه كما أوضح ذلك النموذج الأول.

٢- اليقظة الكاملة: فالداعية فى حالة إنتباه ويقظه كاملة فى كل أموره كما أكد ذلك الحديث الشريف: «المؤمن كيس فطن» فهو يقدم مضمونه على ضوء الصالح العام للفرد، وصالح الجمهور وصالح الدعوة وحريص على أن يؤكد نقاط التقارب والإتفاق بين هذه المصالح التى جعلتها النظرية الإعلامية الإسلامية غير متعارضة ولا مختلفة.

٣- الضغط المتوازن: ويعنى أن الداعية وهو يقدم شروحه وتفسيراته لقواعد الدين أو وهو يقدم تحليلاته لمشاكل الحياة اليومية وأخبارها لجمهوره محكوم بنظرية الضغط المتوازن أى أن الجمهور يقف أمامه يقظا ومتنبها لأى خروج عن إطار الدلالة الإسلامى من قبل الداعية ليوجهه ويرده - كما اشرنا إلى ذلك فى النموذج الثانى.

٤- الإيجابية البنائية: وتعنى أن الداعية هادف. وهادف دائما وحركته إيجابية فى اتجاه البناء الخلاق للواقع والمجتمع. وكل مضمون يقدمه إن لم يحقق هذه الإيجابية البنائية فمحكوم عليه بالفشل والرفض، وخاصة إذا ما كان الحس الإسلامى يقظا لدى الجماهير ولم يتبلد بفعل وسائل الإعلام الحديثة.

٥- التأثير المتراكم للدعوة: من حيث أن الدعوة جهود جميع المخلصين المستمرة منذ ظهور الإسلام وحتى الآن. وعلى إمتداد الساحة الإسلامية، وأن وزن الداعية وقيمته يقيم على ضوء إضافته إلى هذا التراث الإسلامى. ولهذا كان حديث رسول الله ﷺ: «من سنَّ سنة حسنة فله أجرها وأجر من عمل بها إلى يوم القيامة ومن سنَّ سنة سيئة فعليه وزرها ووزر من عمل بها إلى يوم القيامة».

٦- عملية الإنتقاء والاختيار والتفضيل بين أنواع المضامين المختلفة تخضع لنوع من التصفية الذاتية، والداعية بحكم مراقبة الله له وخشيته الدائمة منه وبحكم الضمير الحى الذى كونه لديه النظرية الإسلامية - كما أشرنا فى النموذج الثانى - مطالب بأن يستعرض كل ما قدمه على هذا الضمير فما استراح له قلبه وأطمأن له ضميره قدمه لجمهوره، وما يعجز عن تقديمه، أو لاتعاونه الظروف المحيطة على أدائه، أو لم يأت الوقت لأدائه فله الحق فى ثواب النية الصادقة وبذلك تسبق النية العمل، وتهىء له، وتمهد له السبل.

وهكذا يتضح لنا من كل ما سبق مدى أهمية الدور الذى يشغله الداعية بالنسبة للنظرية الإعلامية الإسلامية، وأنها بحكم كافة هذه الضوابط التى تحكم عملية الممارسة الفعلية للداعية فقد ساعدت على إيجاد قدر من وحدة الشعور والى انتماء بين الدعاة وبالتالي إيجاد رابطة قوية تجمعهم وتوحد غايتهم وهدفهم. وهو الأمر الذى أشرنا إليه فى الباب الأول ولم يتوفر لنظريات الإعلام الأخرى.

وأخيراً فإذا كنت بهذا الجزء قد لمست بعض جوانب العظمة فى النظرية

الإعلامية الإسلامية فما زالت هناك جوانب أعظم سوف أتعرض لها إن شاء الله ونحن نتكلم فى الأجزاء التالية عن باقى مكونات النموذج الثالث للنظرية الإعلامية الإسلامية وعن كيفية الاستفادة من هذا البناء الشامخ لصالح إعادة الحياة إلى جسد الدعوة الإسلامية من ناحية، ومن ناحية أخرى، لتحديد معالم الطريق للإعلام المصرى، والعربى والإسلامى، فى مرحلة من أدق المراحل التى تمر بها مصر والعرب وبلدان العالم الإسلامى.

«وما توفىقى إلا بالله عليه توكلت وإليه أنيب.

مراجع الباب الخامس

- (١) عبدالبديع صقر: كيف يدعو الناس - ط ٨ - القاهرة - مكتبة وهبه - ١٩٨٠ - ص ٢٧.
- (٢) [سورة المائدة: آية ٦٧].
- (٣) [سورة النحل: ١٢٥].
- (٤) صحيح البخارى - كتاب العلم ج ١ ص ٢٧.
- (٥) رياض الصالحين ص ١٥.
- (٦) افريت روجرز: الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر - ترجمة سامى ناشد - القاهرة - عالم الكتب ص ٣١١.
- (٧) البهى الخولى: تذكرة الدعاة - القاهرة - مكتبة الشباب المسلم ص ٥.
- (٨) عبدالبديع صقر: مرجع سابق ص ٦٤.
- (٩) آدم عبدالله الأثورى: مرجع سابق ص ١٨ - ١٩.
- (١٠) محمد العزالى: مع الله دراسات فى الدعوة والدعاة - القاهرة - دار الكتب الحديثة - ١٩٧٥ - ص ٧.
- (١١) [سورة النحل: ٣٦].
- (١٢) [سورة الأحزاب: ٤٥: ٤٦].
- (١٣) [سورة يوسف: ١٠٨].
- (١٤) صحيح البخارى ج ١ ص ٦٢ - ٦٣.
- (١٥) د. عبدالكريم زيدان: أصول الدعوة الداعى والمدعو ص ١٠.
- (١٦) لتكولن دافيد كيسلى، كاتن تشايلز هبرن: الإرشاد الزراعى - ترجمة محمد المعلم ص ٦٠.
- (١٧) [سورة الصافات: ١٧، ١٨].
- (١٨) محمد الفزالى: مرجع سابق ص ٨٧.
- (١٩) رفاعى سرور: حكمة الدعوة ص ٨٨ - ٨٩.
- (٢٠) ادوارد بيرنيز: مرجع سابق ص ٣٤.
- (٢١) د. محمد البادى: البيان الاجتماعى للعلاقات العامة ص ١٦.
- (٢٢) عبدالبديع صقر: مرجع سابق ص ١٤.
- (٢٣) د على عجوة: الأسس العلمية للعلاقات العامة ص ٩٥.
- (٢٤) أوارد بيرنيز: مرجع سابق ص ٣٥ - ٣٦.

أنظر أيضا:

- David Berlo, The Process of Communication, pp.11-20.
- Wilbur Schramm, The Nature of Communication between Humans, pp 3 - 54.

(٢٥) [سورة الزلزلة: ٨،٧].

(٢٦) د. على عجوة: الأسس العلمية للعلاقات العامة ص ١٠٠.

(٢٧) د. إبراهيم إمام: فن العلاقات العامة والإعلام ص ١٦٥.

(٢٨) رفسيس ليكرت: القيادة الحديثة في المؤسسات الجماهيرية - ترجمة عمر القباني ص ٢٧٦ - ٢٨١.

(٢٩) لنكولن كلي، كاتن هيرن: مرجع سابق ص ٦٤ - ٧٤.

(٣٠) د. على فؤاد أحمد: علم الاجتماع الرفي ص ٢٧ - ٣١.

(٣١) د. على فؤاد أحمد: مرجع سابق ص ٢٧.

(٣٢) د. على فؤاد أحمد: مرجع سابق ص ٢٨.

(٣٣) أفريت روجرز: مرجع سابق ص ٢٩٦.

(٣٤) أفريت روجرز: مرجع سابق ص ٢٩٦.

(٣٥) أفريت روجرز: مرجع سابق ص ٢٩٦.

(٣٦) أفريت روجرز: مرجع سابق ص ٢٩٧.

(٣٧) د. خليل صابات: الاعلان: تاريخ أسسه وقواعده ص ١٢٣.

(٣٨) أفريت روجرز: مرجع سابق ص ٣١٥.

(٣٩) د شاهيناز طلعت: وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية ص ١٣.

(٤٠) [سورة فصلت: ٣٣].

(٤١) تفسير ابن كثير ح ٤ ص ١٠٠.

(٤٢) د. عبدالكريم زيدان: مرجع سابق ص ٢٣.

(٤٣) فتحى رضوان: الإسلام ومشكلات الفكر ص ٢٠.

(٤٤) [سورة البقرة: ١٤].

(٤٥) [سورة الحجرات: ٥،١].

(٤٦) د. محمود عودة: أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعى ص ١٧.

Allport, M. "Attitudes" in C. Marchisen Handbook of Social Psychology, 1965.P,810.

Bernard.L.L. Introduction to Social Psychology P.246. (٤٨)

(٤٩) د. ابراهيم امام: مرجع سابق ص ١٣١.

(٥٠) د. حسن محمد خير الدين: مدخل في العلوم السلوكية ص ٣٧.

(٥١) د. على السلمى: السلوك التنظيمى ص ١٤٧.

(٥٢) د. صلاح الدين جوهر: إدارة المؤسسات الاجتماعية أسسها ومفاهيمها ص ١٥٩.

(٥٣) د جيهان رشى: الأسس العلمية لنظريات الإعلام ص ١٤٥.

(٥٤) على محفوظ: هداية المرشدين ص ١٠٣.

(٥٥) د. عبدالكريم زيدان: مرجع سابق ص ٣٢.

(٥٦) [سورة الرعد: ١٤].

(٥٧) [سورة الضحى: ٦].

(٥٨) د أحمد غلوش: الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها ص ٤٣٤ - ٤٣٦.

(٥٩) د. على السلمى: السلوك التنظيمى ص ١٣٢.

(٦٠) محمد الغزالي: مرجع سابق ص ٩٤ - ٩٥.

(٦١) د. أحمد الخشاب، وأحمد النكلاوى: المدخل السيولوجى للإعلام ص ١٤٥.

Berla, The Process of Communication, p p 28 - 70 (٦٢)

(٦٣) عبدالبدیع صقر: مرجع سابق ص ٢٧.

(٦٤) حسن عبدالرؤف البدوى: سلوك الداعية ص ٨٩.

(٦٥) [سورة طه: ٢٥].

(٦٦) [سورة الأنعام: ١٦٢: ١٦٣].

(٦٧) البهى الخولى: تذكرة للدعاة ص ٥ - ٥٢.

(٦٨) د. جيهان رشى: مرجع سابق ص ١٤٦.

(٦٩) المقرئى: امتاع الاسماع ص ٣٢ - ٣٣.

(٧٠) [سورة الكهف: ٢٨].

(٧١) [سورة الحجرات: ١٣].

(٧٢) [سورة يس: ٢٦: ٢٧].

- (٧٣) الإمام الغزالي: احياء علوم الدين جـ ٣ ص ٤٥.
- (٧٤) د. جيهان رشقي: مرجع سابق ص ٥٢٥.
- (٧٥) [سورة الذاريات آية ٢١].
- (٧٦) [سورة البقرة: ١٥٩، ١٦٠].
- (٧٧) د. أحمد غلوش: مرجع ساب.
- (٧٨) البيهقي الخولي: ص ١٩٢.
- (٧٩) [سورة محمد آية ١٩].
- (٨٠) [سورة يوسف: ١٠١].
- (٨١) آدم عبدالله الألوري: تاريخ الدعوة إلى الله بين الأمس واليوم ص ١٢٥.
- (٨٢) البيهقي الخولي: مرجع سابق ص ٢١١ - ٢١٣.
- (٨٣) محمد السيد الوكيل: مرجع سابق ص ٤٠.
- (٨٤) د. أحمد غلوش: مرجع سابق ص ٤٢٤.
- (٨٥) د. إبراهيم إمام: العلاقات العامة والاعلام ص ١٦٩.
- (٨٦) د. إبراهيم إمام: العلاقات العامة والاعلام ص ٢٠٥.
- (٨٧) لكتولن كيلي: مرجع سابق ص ٨٧.
- (٨٨) علي محفوظ: مرجع سابق ص ١٤٤.
- (٨٩) دبل كارينجي: كيف تكسب الأصدقاء وتؤثر في الناس ص ٥٠ - ٦٤.
- (٩٠) آدم الألوري: مرجع سابق ص ١٥٥.
- (٩١) محمد عطية الأبراشي: الشخصية ص ٤٠.
- (٩٢) د. عبدالعزيز القوصي: أسس الصحة النفسية ص ٦٨.
- (٩٣) حسن عبدالرؤف البلوي: مرجع سابق ص ٢٨٣.
- (٩٤) [سورة المائدة: ٢].
- (٩٥) [سورة العصر: ٤].
- (٩٦) [سورة الحجرات آية ١٣].
- (٩٧) [سورة الكهف آية ٢٨].
- (٩٨) [سورة النساء آية ٣٦].
- (٩٩) د. عبدالكريم زيدان: المرجع السابق ص ٦٩.

- (١٠٠) ع: لنديع صقر زيدان: المرجع السابق ص ٩١ - ٩٢.
- (١٠١) البهي الخولي زيدان: المرجع السابق ص ٢٣٦.
- (١٠٢) عدنان النحوي: دور المتهاج الرباني في الدعوة الإسلامية ص ١٣١ - ١٣٨.
- (١٠٣) [سورة الرعد: ١١].
- (١٠٤) د. محمد كامل البطريق، د محمد جمال شديد: تنمية المجتمع المحلي ص ٧٧ - ٨٠.
- (١٠٥) يوسف القرضاوي: ثقافة الداعية ص ١٤٠ - ١٤٦.
- (١٠٦) د. محمد البادي: البيان الاجتماعي للعلاقات العامة ص ١٢٦.
- (١٠٧) عبدالديع صقر: مرجع سابق ص ٩٨.
- (١٠٨) د. محمود عودة: أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي ص ٣١.
- (١٠٩) البهي الخولي: مرجع سابق ص ١٣٥ - ١٣٦.
- (١١٠) يوسف القرضاوي: ثقافة الداعية ص ١٥ - ٧٥.
- (١١١) محمد عبدالله السمان: الثرية في الإسلام ص ١٦.
- (١١٢) د. الحسين أبو فرحة: أخلاق إسلامية من الكتاب والسنة ص ٨.
- (١١٣) عبدالديع صقر: مرجع سابق ص ١١.
- (١١٤) محمد الصباغ: من صفات الداعية ص ١٥.
- (١١٥) [سورة البقرة: ٤٤].
- (١١٦) [سورة: الأحزاب ٢١].
- (١١٧) د. عبداللطيف حمزة: الإعلام في صدر الإسلام ص ١٥ - ٧٢.
- (١١٨) د. علي السلمي: مرجع سابق ص ٧٤ - ٧٦.
- (١١٩) [سورة البقرة: ٤٤].
- (١٢٠) د. ابراهيم أمام: مرجع سابق ص ٧٢.
- (١٢١) د. محمد طلعت عيسى: العلاقات العامة ص ٤٩.
- (١٢٢) د. علي عجوة: مرجع سابق ص ٤١.
- (١٢٣) د. يل كارينجي: مرجع سابق ص ٧٨.
- (١٢٤) د. محمد البادي: مرجع سابق ص ١٨٧ - ١٨٨.
- (١٢٥) د. علي عجوة: مرجع سابق ص ٤٢ - ٤٣.
- (١٢٦) [سورة يوسف: ٣١].

- (١٢٧) [سورة الأعراف: ٣١].
- (١٢٨) [سورة الأعراف: ٣٢].
- (١٢٩) د. الحسيني أبو فرحة: مرجع سابق ص ١٢٤.
- (١٣٠) كاملة محمد صابر حجاب: عناية القرآن الكريم والسنة النبوية بالصحة البدنية.
- (١٣١) [سورة النكبات: ٢].
- (١٣٢) [سورة عبس: ١-٤].
- (١٣٣) سيد صبحي: الإنسان وسلوكه الاجتماعي ص ١٣٢.
- (١٣٤) عطية صقر: الدين العالمي ومنهج الدعوة إليه ص ١٧٤.
- (١٣٥) [سورة المدثر آية ٣٨].
- (١٣٦) [سورة فاطر: ١٨].
- (١٣٧) [سورة النساء: ١١٠].
- (١٣٨) [سورة الشمس: ٧-٩].
- (١٣٩) [سورة: الأنعام: ١٠٤].
- (١٤٠) [سورة يونس: ١٠٨].
- (١٤١) [سورة آل عمران: ٢٥].
- (١٤٢) [سورة آل عمران: ٣٠].
- (١٤٣) [سورة التوبة: ٧١].
- (١٤٤) [سورة الحجرات: ١٠].
- (١٤٥) [سورة المائدة: ٢].
- (١٤٦) [سورة آل عمران: ١٠٣].
- (١٤٧) [سورة آل عمران: ١٠٥].
- (١٤٨) [سورة الحجرات: ١٢].
- (١٤٩) [سورة الحجرات: ٩].
- (١٥٠) [سورة النساء: ٩٧].
- (١٥١) [سورة المنافقون: ٨].
- (١٥٢) [سورة الأنفال: ٦٠].
- (١٥٣) [سورة آل عمران: ١١٨].
- (١٥٤) [سورة آل عمران: ٢٨].

- (١٥٥) سورة المتحنة: ١].
(١٥٦) [سورة العنكبوت: ٥٦].
(١٥٧) [سورة النساء: ١٠٠].
(١٥٨) [سورة البقرة: ١٥٥].
(١٥٩) [سورة النحل: ٩١].
(١٦٠) [سورة المائدة: ٨٧].
(١٦١) [سورة طه: ٨١].
(١٦٢) [سورة الشعراء: ٢٢٧].
(١٦٣) [سورة هود: ١١٣].
(١٦٤) [سورة النساء: ٥٩].
(١٦٥) [سورة آل عمران: ٢٠٠].
(١٦٦) [سورة الحشر: ٩].
(١٦٧) [سورة الأنعام: ١٦٢].
(١٦٨) [سورة آل عمران: ١٣٩].
(١٦٩) [سورة البقرة: ٢٤٩].

مصادر البحث ومراجعته

- أولاً: - القرآن الكريم.
- ثانياً: - الكتب العربية والترجمة:
- ١- د. إبراهيم أمام: - العلاقات العامة والمجتمع ط ٢ القاهرة مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٥.
 - ٢- _____ فن العلاقات العامة والإعلام ط ٢ القاهرة مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٨٦.
 - ٣- _____ الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٨٥.
 - ٤- _____:
 - ٥- إبراهيم زكي خورشيد: ثقافة وكتاب - دار المعارف سلسلة أقرأ القاهرة ١٩٨٠.
 - ٦- البهي الخولي: تذكرة الدعاة - مكتبة الشباب المسلم ١٣٦٣هـ
 - ٧- أبو الحسن الندوي: الصراع بين الفكرة الإسلامية والفكرة الغربية القاهرة - دار الاقتصاد ١٩٧٧.
 - ٨- أبو الأعلى المودودي: تذكرة دعاة الإسلام - بيروت مؤسسة الرسالة.
 - ٩- أبو علوي الحداد: الدعوة التامة:
 - ١٠- د. أحمد أحمد غلوش: الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها القاهرة دار الكتاب ١٩٧٩.
 - ١١- أحمد حجاب: العظة والاعتبار - آراء في حياة السيد البدوي الدنيوية وحياته البرزخية - طنطا - مطبعة سعيد ١٩٨١.
 - ١٢- أحمد حمد: وظيفة الإمامة - القاهرة، - مطبعة السعادة.
 - ١٣- د. أحمد الخشاب، د. أحمد النكلاوي: المدخل السبيلولوجي للإعلام القاهرة - دار الكتب الجامعية ١٩٧٤.
 - ١٤- أحمد طاهر: الإذاعة والسياسة الدولية - القاهرة الهيئة المصرية للكتاب ١٩٨٠.
 - ١٥- د. أحمد محمد الحوفى: فن الخطابة - ط ٣ دار الفكر العربي.
 - ١٦- أحمد عبدالفتاح: الدعوة والدعاة لتنظيم الأسرة - القاهرة مؤسسة روز اليوسف ١٩٧١.
 - ١٧- د. اجلال خليفة: الصحافة مقروءة مرئية مدرسية سجدية تجارية إدارية - القاهرة - دار الطباعة الحديث ١٩٧٦.

- ١٨- ادوار بيرنين: العلاقات العامة فن - ترجمة حسنى خليفة ووديع فلسطين - القاهرة، - دار المعارف ١٩٦٧.
- ١٩ - آدم عبدالله الأورى: تاريخ الدعوة إلى الله بين اليوم والأمس ط٢ القاهرة - بمكتبة وهبة ١٩٧٩.
- ٢٠- آرنولد توماس: الدعوة إلى الإسلام - ترجمة حسن إبراهيم - ط٢ القاهرة، - مكتبة النهضة المصرية.
- ٢١- أنور الجندي: عالمية الإسلام - القاهرة - دار المعارف سلسلة أقرأ - ١٩٧٧.
- ٢٢ - _____: حركة اليقظة الإسلامية - القاهرة - دار الاعتصام - ١٩٧٩.
- ٢٣- أنور الجندي: قضايا العصر فى ضوء الإسلام - القاهرة - مجمع البحوث الإسلامية - سلسلة البحوث الإسلامية ١٩٧١.
- ٢٤ - _____: الصحافة والاقلام المسمومة - القاهرة - دار الاعتصام - ١٩٨٠.
- ٢٥ - د. الحسينى أبو فرحة: مآدبة الله - دراسات فى علوم القرآن - القاهرة، - دار الطباعة المحمدية ١٩٧٩.
- ٢٦ - _____: اخلاق إسلامية من الكتاب والسنة - القاهرة المجلس الأعلى للشئون الإسلامية سلسلة دراسات إسلامية.
- ٢٧ - أفريت ووجرز: الأفكار المستخدمة وكيف تنتشرى - ترجمة سامى ناشد - القاهرة - عالم الكتب.
- ٢٨- توفيق محمد سبع: قيم حضارية فى القرآن الكريم - القاهرة - مجمع البحوث الإسلامية - سلسلة البحوث الإسلامية.
- ٢٩ - جاك ميدوز: آفاق الإتصال ومنافذه فى العلوم والتكنولوجيا ترجمة حشمت محمد قاسمى - القاهرة - المركز العربى للصحافة ١٩٧٩.
- ٣٠ - جلال الدين السيوطى: الأكليل فى استنباط التنزيل - المدينة المنورة - نشر المكتبة العلمية.
- ٣١ - جمال البنا: الدعوات الإسلامية المعاصرة.
- القاهرة - مطبعة حسان ١٩٧٨.

- ٣٢ - د. جمعه على جمعه: قصة الدعوة - القاهرة - المكتبة التوفيقية القاهرة ١٩٧٦.
- ٣٣ - جورج هالس: إدارة الناس فن - ترجمة زحمد زكى محمد ط٢ - القاهرة دار المعارف ١٩٦٨.
- ٣٤ - جيمس منزيس بلاك: كيف تكون مديرا ناجحا - ترجمة عبد الحميد ثابت - ط٢ - القاهرة - دار القلم - ١٩٦١.
- ٣٥ - د. جيهان أحمد رشتى: الأسس العملية لنظريات الإعلام - القاهرة - ط٢ - القاهرة - دار الفكر العربى ١٩٧٨.
- ٣٦ - د. حسن إبراهيم حسن: التاريخ الإسلامى العام - القاهرة ط٣ المطبعة الأميرية الكبرى.
- ٣٧ - حسن إسماعيل الهضيبي: دعاة لا قضاة - القاهرة دار الطباعة والنشر الإسلامية - ١٩٧٧.
- ٣٨ - د. حسين محمد على: المدخل المعاصر لمفاهيم ووظائف العلاقات العامة القاهرة - الأملو المصرية - ١٩٧٦.
- ٣٩ - حسن البنا: مذكرات الدعوة والداعية - القاهرة - دار الشباب.
- ٤٠ - خالد محمد خالد: الدين للشعب - القاهرة - مؤسسة الأخبار - كتاب اليوم - ١١١.
- ٤١ - د. خليل صابات: الإعلام تاريخه أسسه قواعده فنونه أخلاقياته الأملو المصرية - الطبعة الأولى - ١٩٦٩.
- ٤٢ - _____: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها - الأملو المصرية - القاهرة - ط٢ ١٩٧٩.
- ٤٣ - ديل كارتيجى - كيف تكسب الاصدقاء وتؤثر فى الناس - ترجمة عبد المنعم الزيدى - القاهرة - مكتبة الخارنجى.
- ٤٥ - رئيس ليكرت: القيادة الحديثة فى المؤسسات الجماهيرية - ترجمة عمر القباني - القاهرة - دار الكرنك للنشر والطباعة والتوزيع.
- ٤٦ - زكريا هاشم زكريا: المستشرقون والإسلام - القاهرة - المجلس الأعلى للشئون الإسلامية - ١٩٦٥.
- ٤٧ - د. زيدان عبد الباقي: علم النفس الإجتماعى فى المجالات الإعلامية القاهرة - مكتبة غريب ١٩٧٩.

- ٤٨ - سعد صادق محمد سيرة الرسول عليه الصلاة والسلام - القاهرة المجلس الأعلى للشئون الإسلامية - دراسات إسلامية.
- ٤٩ - د. سمية أحمد فهمي: دور النظرية في تفسير التعليم - ط٢٢س القاهرة - مطبعة لجنة التأليف والترجمة والنشر - ١٩٥٨.
- ٥٠ - سيد سابق: دعوة الإسلام - بيروت - دار الفكر - ١٩٧٨.
- ٥١ - د. سيد قطب: الإسلام ومشكلات الحضارة - بيروت - دار الشروق.
- ٥٢ - د. شاهينان طلعت: وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية. القاهرة - الأجلو المصرية - ١٩٨٠.
- ٥٥ - د. صلاح الدين خطاب: الجانب العلمى فى القرآن - القاهرة مطابع الناشر العربى - ١٩٧٠.
- ٥٦ - صلاح نصر: الحرب النفسية - معركة الكلمة والمعتقد ج٢ القاهرة - ١٩٦٦.
- ٥٧ - عامر النجار: الطرق الصوفية - القاهرة - الأجلو المصرية ١٩٧٨.
- ٥٨ - عباسى محمود العقاد: مطلع النور - القاهرة - كتاب الهلال (٢١٣) ١٩٦٨.
- ٥٩ - —————: حقائق الإسلام وأباطيل خصومة - القاهرة دار الهلال - ١٩٦٩.
- ٦٠ - عبدالبديع صقر: كيف تدعو الناس - القاهرة ط٨ مكتبة وهب - ١٩٨٠.
- ٦١ - عبدالرحمن بن خالدون: مقدمه بن خالدون - تحقيق عبدالواحد وافي - القاهرة - ج٢ طبع ونشر لجنة البيان العربى..
- ٦٣ - عبد القاهر الجرجاني: أسرار البلاغة ج٤ القاهرة - دار المنار - ١٩٤٠.
- ٦٣ - د. عبدالعزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام - القاهرة - دار الكتاب المصرى - ١٩٨٠.
- ٦٤ - عبدالعزيز أبو الليل: الدعاية السياحية - القاهرة - دار الكاتب المصرى للطباعة والنشر - ١٩٦٨.
- ٦٥ - د. عبدالعزيز القوصى: أسس الصحة النفسية - القاهرة - ج٥ مكتبة النهضة ١٩٥٦.
- ٦٦ - د. عبدالمعظم الطمعى: أزمة التدين عند الشباب المعاصر الذاء والدواء - القاهرة - دار النصار - ١٩٧٨.

٦٧ - _____ : ساعة مع القرآن العظيم - القاهرة - دار المعاف سلسلة كتابك رقم (٩٧) -
١٩٧٩.

٦٨ - د. عبدالكريم زيدان: أصول الدعوة الداهى والمدعو - ج١ -

٦٩ - د. عبداللطيف حمرة: أزمة الضمير الصحفى - القاهرة دار الفكر العربى ١٩٦٠.

٧٠ - _____ : الإعلام فى صدر الإسلام - القاهرة دار الفكر العربى ١٩٧١.

٧١ - _____ : الإعلام له تاريخه ومذاهبه.. القاهرة.. دار الفكر العربى .. ١٩٦٥.

٧٢ - عبدالمنعم شمس: الإسلام فى مواجهة تحديات العصر الحاضر كتب سياسية.. العدد
الثامن.. دار المعارف ١٩٨٠.

٧٣ - عبدالمنعم سيمد : تقديم الإسلام وعالمنا المتطور.. القاهرة.. دار الكرنك ١٩٦٥.

٧٤ - عبدالوهاب حموده: القرآن وعلم النفس.. القاهرة.. المكتبة الثقافية.

٧٥ - عدنان النحوى: دور المنهاج الربانى فى الدعوة الإسلامية.. الرياض.. مكتبة الاعتصام
١٩٧٧.

٧٩ - علوى بن عباس المالكى: محاضرات عن الإسلام.. جده مؤسسة أبو الجديل للطبع
والنشر.. ط ٣ ١٩٧٠.

٧٧ - على سرور الزنكلونى: الدعوة والدعاة.. القاهرة. مكتبة وهبه ١٩٧٩.

٧٨ - د على جريشه: دعاة لابغاة.. الكويت.. دار البحوث العلمية ١٩٧٩.

٧٩ - على العظيم: الدعوة والخطابة.. القاهرة.. دار الاعتصام.

٨٠ - على السلمى: السلوك التنظيمى.. القاهرة.. مكتبة غرب ١٩٧٩.

٨١ - على محفوظ: هداية المرشدين إلى طرق الوعظ والخطابة.. ط ٩.. القاهرة ١٩٧٩.

٨٢ - عماد بن الفداء إسماعيل بن كثير: تفسير القرآن العظيم.. القاهرة.. ط ١ المطبعة الكبرى
الأميرية.

٨٣ - لنكولن دافيد كيلسى.. كالن تشايلزهيرون: الارشاد الزراعى ترجمة محمد المعلم.. مكتبة
النهضة المصرية القاهرة ج٢ ١٩٦٣.

٨٤ - ماهر نسيم: الصحافة والشعب، القاهرة.. مؤسسة المطبوعات الحديثة ١٩٥٧.

- ٨٥ - محمد عبدالله السمان: التربية فى القرآن: القاهرة دار الاعتصام.. سلسلة رسائل الفكرة الإسلامية.
- ٨٦ - محمد أحمد العدوى: دعوة الرسل إلى الله تعالى.. القاهرة مكتبة مصطفى الحلبي ١٩٣٥.
- ٨٧ - د. محمد البهى: السبيل إلى دعوة الحق والقائم بامرهما.. القاهرة مجمع البحوث الإسلامية.. سلسلة البحوث الإسلامية ١٩٧٠.
- ٨٨ - محمد السيد الوكيل: أسس الدعوة وآداب الدعاة.. القاهرة دار الطباعة والنشر الإسلامية ١٩٧٩.
- ٨٩ - محمد الصباغ: من صفات الداعية.. القاهرة.. مؤسسة المصرى للكتاب.. ١٩٧٠.
- ٩٠ - محمد الفزالي: مع الله.. دراسات فى الدعوة والدعاة.. القاهرة دار الكتب الحديث.. ١٩٧٥.
- ٩١ - _____: الإسلام والطاقات المعطلة.. القاهرة.. دار الكتب الحديث ط ٢.. ١٩٦٤.
- ٩٢ - محمد جلال كشك: الغزو الفكرى: القاهرة ط ٤.. المختار الإسلامى للطباعة والنشر.. ١٩٧٥.
- ٩٣ - محمد فهمى عبدالوهاب: من مقومات الداعية: القاهرة.. دار الاعتصام.. ١٩٨٠.
- ٩٤ - د. محمد سيد محمد: الإعلام والتنمية.. القاهرة.. مكتبة كمال للدين ١٩٧٨.
- ٩٥ - د. محمد فتحى: حركات الشباب الاجتماعية سلسلة الألف كتاب القاهرة.. وزارة التربية والتعليم.
- ٩٦ - د. محمد طلعت عيسى: العلاقات العامة والإعلام.. أصولها وتطبيقاتها.
- ٩٧ - د. محمد كامل الطيريق، محمد جمال شديد: تنمية المجتمع المحلى.. القاهرة الأنجلو المصرية ١٩٦٩.
- ٩٨ - محمد قطب: مناهج الفن الإسلامى.. بيروت.. دار الشروق.
- ٩٩ - محمد كامل حته: القيم الدينية والمجتمع.. القاهرة دار المعارف سلسلة أقرأ.. ١٩٧٤.
- ١٠٠ - د. محمد كمال إبراهيم جعفر: فى الدين المقارن.. القاهرة.. دار الكتب الجامعية.. ١٩٧٠.

- ١٠١- محمد عبدالرؤف يهنسى: الرأى العام فى الإسلام.. القاهرة.. مؤسسة الكتاب المصرى
١٩٦٦ .
- ١٠٢- د. محمد محمد البادى: البيان الإجتماعى للعلاقات العامة.. القاهر الأملجو المصرى
١٩٧٨ .
- ١٠٣- د. محى الدين عبدالحليم: الإعلامى الإسلامى وتطبيقاته العملية القاهرة.. مكتبة الخانجى
١٩٨٠ .
- ١٠٤- د. مصطفى الرفاعى: الإسلامى نظام انسانى.. المجلس الأعلى للشئون الإسلامى
القاهرة.. ١٩٦٤ .
- ١٠٥- _____: الإسلام انطلاق لا جمود..
- ١٠٦- محمد عزة دروزة: سيرة الرسول ﷺ.. صورة مقتبسة من القرآن الكريم.. القاهرة..
المكتبة التجارية ١٩٤٨ .
- ١٠٧- د. محمد عطية الابراشى: الشخصية.. القاهرة ط ٣.. لجنة التأليف والنشر.
- ١٠٨- محمود بن عمر الزخشرى «أبى القاسم»: اساس البلاغه.. القاهرة ط ١ دار الكتب
المصرية ١٩٥٣ .
- ١٠٩- محمد أبو زهرة: فن الخطابة.. القاهرة.. مطبعة المعلوم.
- ١١٠- محمد الراوى: الدعوة الإسلامىة دعوة عالمىة: القاهرة الدار القومىة ١٩٦٥ .
- ١١١- د. مختار التهامى: الصحافة والسلام العالمى.. القاهرة للمجلس الزعلى للفنون والأداب..
١٩٦٤ .
- ١١٢- _____: الإعلام والتحول الاشتراكى.. القاهرة دار المعارف.. ١٩٦٦ .
- ١١٣- د منىع عبدالحليم محمود: المسجد واثرة فى المجتمع الإسلامى.. القاهرة.. دار المعارف -
١٩٧٣ .
- ١١٤- ولبور شرام: اجهزة الإعلام والتنمية الوطنىة.. ترجمة محمد فتحى.. القاهرة.. الهيئة
المصرية للكتاب - ١٩٧٠ .
- ١١٥- وليام ريفرز: وسائل الإعلام والمجتمع الحديث.. ترجمة د. إبراهيم أمام . دار المعرفة.

١١٦- د. يوسف القرضاوى: ثقافة الداعية. بيروت ط٢ مؤسسة الرسالة - ١٩٧٩.

بحوث غير منشورة:

١١٧ - حسن عبدالرؤف البدوى: سلوك الداعية وأثره فى تبليغ دعوة الإسلام رسالة ماجستير.. جامعة الأزهر. كلية أصول الدين ١٩٨٠.

١١٨ - سليمان محمد الدبشة المسجد وأثره فى الدعوة إلى الله جامعة الأزهر.. كلية أصول الدين.. رسالة دكتوراه ١٩٧٥.

١١٩ - سمير عبدالعزيز: منهج القرآن فى أعداد النبى ﷺ رسالة ماجستير.. جامعة الأزهر.. كلية أصول الدين ١٩٧٨.

١٢٠ - عبدالرحمن النجار: الدعوة الإسلامية فى شرق إفريقيا. رسالة دكتوراه.. جامعة الأزهر.. كلية أصول الدين ١٩٧٩.

١٢١ - كاملة محمد صابر حجاب: عناية القرآن الكريم والسنة النبوية بالصحة البدنية رسالة ماجستير. جامعة الأزهر.. كلية الدراسات الإسلامية ١٩٨١.

١٢٢ - محمد سيد عامر: منهج الإمام أحمد بن حنبل فى الدعوة الإسلامية رسالة ماجستير.. جامعة الأزهر.. كلية أصول الدين ١٩٧٩.

١٢٣ - محمد طلعت أبو صير: الدعوة إلى الله فى القرآن الكريم ومناهجهم رسالة دكتوراه. جامعة الأزهر كلية أصول الدين.. ١٩٧٨.

١٢٤ - د. محمد منير محمد صابر حجاب: موقف الصحف اليومية من قضايا الفكر الدينى رسالة دكتوراه.. جامعة القاهرة. كلية الإعلام ١٩٧٨.

١٢٥ - —————: مقومات نجاح الصحافة الإسلامية .. دراسة تحليلية لمجلة العروة الوثقى.. جامعة أسيوط.. كلية آداب سوهاج.. استنسل.

١٢٦ - محمد يوسف محمود: الصوفية وأثرهم فى الدعوة إلى الله .. رسالة ماجستير.. جامعة الأزهر.. كلية أصول الدين ١٩٧٩.

ثالثاً: المراجع الأجنبية:

- Allport, G., w. "Attitudes" in C. Marchison (edr), Handbook of Social Psychology, 1965.
- Berlo, David K. The Process of Communication, An Introduction to Theory and Practice (N.Y. Holt. Rinehart and Winston, 1963.
- Bernard, L.L.: Intrduction to Social Psychologyd. 1926.
- Barqhroon, Charles. Information the People, New York. Pennsylvania State University, 1958.
- Christinson, Reo and Mc Williams, Robert, The Voice of the peole, New york, Dodd Medd and Company, 1970.
- Condon, John G.: Semantic and Comm.
- Gloring. A, and Wheeler, An Introduction to the Indu- strial Noise Problem Illinois, Medical, Journal, 107 (1) 1955.
- Gibb, A. R. Hamilton, Studies on the Civilization of Islam. London, R, Poulk Routled and Kegan, Paul Limited 1962.
- Hacking: The Meaning of God Experience.
- Katz, Elihu and Lazarfeld, Personal Inf luenec, Illinois, The Free Press, 1955.
- Kenneth, K, Sereno, and David, Mortonsen, Foundations of Comm Theory, New Youk, Harper, Row, 1970.
- Krech, David and Krutchfield, Theory and Problems of Social Pry- chology, Bombay, Mu Graw Hill Publishing Company, 1948,
- Claude, Shannon, W. Weaver, Mathematical Theory of Communica- tion, Urbana, University of Illinois Press. 1964.
- Schramm. Wilbur, Information Theory and Mass Comm- unication, Journalism qurterly, Spring, 1955.
- Westley, Bruce, Malcolm Macleam, A Conceptual Model for Commu- nication on Research, Journalism, qnarterly, 1957, Vol. 84.