

الفصل السابع

وسائل الدعوة الإسلامية

في ضوء مستجدات العصر

- تمهيد .
- أسس اختيار الوسيلة المناسبة للاتصال الدعوى .
- وسائل الاتصال الحديثة والدعوة : .
 - ١- الإنترنت :-
 - مفهومه - أهميته للدعوة - ضوابط استخدامه - وسائله :-
 - البريد الإلكتروني - منتديات الحوار - غرف الدردشة - المواقع .
 - ٢ - وسائل الاتصال الجماهيرى :-
 - الوسائل المقروءة :-
 - الجرائد - المجلات - الكتب - الكتيبات - النشر الإلكتروني .
 - الوسائل البصرية والسمعية :-
 - الإذاعة - التلفاز - السينما - الأشرطة السمعية والبصرية .
- تطوير وسائل الاتصال الدعوى التقليدية : .
- وسائل الاتصال الشخصى والجمعى .

• المسجد كمؤسسة إعلامية.

-الأهمية الاتصالية للمسجد.

-وظيفة المسجد الاتصالية.

تصور لتطوير المسجد كمؤسسة إعلامية:

مسجد الإدارة واللجان الرئيسية

المسجد والمؤسسات الأخرى بالمجتمع.

أنشطة الاتصال المسجدي من المنظور التكاملي:

-أنشطة الاتصال الشخصي

-أنشطة الاتصال الجمعي

-المسجد ووسائل الاتصال الجماهيري والتفاعلي.

قبل الحديث عن وسائل الدعوة الحديثة في ظل التقدم التكنولوجي
الراهن هناك ملاحظات عديدة ينبغي أن توضع في الاعتبار هي:-

١- إن لغة وأساليب الدعوة الإسلامية التقليدية في الخطبة المسجدية أو
الدرس الديني أو في المحاضرات أو المنتديات والتجمعات الشعبية هي
نفسها في الصحيفة أو البرنامج الديني في الإذاعة المرئية أو المسموعة أو
حتى على مواقع الإنترنت.. هي نفسها لم تتطور.. وهذا الواقع
التكنولوجي الجديد يفرض على الدعاة ضرورة التطور لتلبية متطلبات
الجمهور الضخم المتنوع وتكيف الخطاب الديني القادر على الوصول
إلى هذا الجمهور.. هذا التجديد ضروري لإيصال معاني الإيمان إلى
ملايين المسلمين وغير المسلمين للاستفادة من هذه الوسائل الحديثة
المتطورة.

٢- إن وسائل الاتصال الحديثة كما يقول الدكتور جعفر شيخ إدريس'
آية دالة على صدق النبوة المحمدية.. وهي فرصة كبيرة لنشر الرسالة
المحمدية.. فقد جعلت هذه الوسائل بلدان العالم أجمع بمثابة البلد
الواحد الذي كان يرسل إليه كل نبي قبل محمد صلى الله عليه وسلم ،
وفي هذا دلالة على أن الذي أرسل محمدا للناس كافة ، لا لقومه
خاصة ، هو الخالق سبحانه وتعالى الذي كان يعلم أن العالم كله
سيصير بمثابة القرية الواحدة.. فلا يحتاج إلى تعدد المرسلين.. ولا يحتاج
إلى رسول بعد الرسول الذي تعم دعوته شعوب العالم أجمعين . لقد
كان هذا التقارب بين بلاد العالم قد بدأ مع مبعث النبي الخاتم صلى الله
عليه وسلم . ولكنه ظل يزداد ويزداد مع تطور وسائل المواصلات

والاتصالات حتى وصل إلى ما وصل إليه في عصرنا.. وربما تشهد العصور التي تلينا تقارباً أكثر.. بسبب تطور أكثر في مجال الاتصالات. فمن غير الخالق سبحانه كان يعلم آنذاك أن هذا سيكون ؟ إن الترابط الذي أحدثه هذا التطور الكبير في وسائل الاتصال ليس إذن مجرد أمر دينوي بالنسبة للمسلم.. وإنما هو أمر يتصل بصميم عقيدته ، لأن فيه دليلاً يضاف إلى الأدلة المشيرة إلى صدق رسول الله صلى الله عليه وسلم .

٣- إن تقدم وسائل الاتصال الحديثة يعد من أكبر التحديات للدعاة.. فهي إلى جانب أنها يسرت لنا أيضاً وصول دعوة الإسلام إلى غير المسلمين، فقد سهلت لغير المسلمين ولا سيما الغربيين إيصال دعوتهم إلينا . وهنا مسئولية الدعاة في مواجهة هذا التحدي لتبصر المسلمين بضرورة عدم السير في ركاب الغرب والأخذ بنظمه السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأخلاقية والتربوية والدينية.. من خلال التبصير للمسلمين بحقيقة الإسلام وفي الوقت نفسه توضيح معالمه وسماحته لأولئك الذين يجهلونه من الغربيين والشرقيين على السواء.

٤- تنامي الشعور بضرورة استخدام وسائل الاتصال الحديثة في مجال الدعوة الإسلامية على مستوى العلماء والمتخصصين أو لدى المسئولين والمفكرين.. ففي دراسة للباحث سيد محمد مرعي - المدرس المساعد بكلية التربية جامعة الأزهر عن استخدام التكنولوجيا في الدعوة توصل فيها من خلال استطلاع رأى شمل مائة من أساتذة جامعة الأزهر وحوالي خمسة آلاف من طلاب الجامعة حول ضرورة استخدام التكنولوجيا في الدعوة وتوصل إلى أن ٩٨% من هؤلاء الأساتذة موافقين على استخدام ٩٠% من الوسائل التكنولوجية التي شملها

الاستطلاع في الدعوة إلى الله بينما وافق ١٠٠% من الطلاب على ١٠٠% من هذه الوسائل .

وقال إن قسم المناهج وطرق التدريس بكلية التربية بجامعة الأزهر يبحث حالياً توصية إلى مجلس الكلية ومن ثم إلى مجلس الجامعة لتدريس منهج عن استخدام التكنولوجيا في الدعوة الإسلامية يدرس في كلية الدعوة وفي أقسام الدعوة بكلية جامعة الأزهر . قال إن المنهج الذي من الممكن اقتراحه بناء على هذه الدراسة يمكن أن يتحوى على وحدة عن التعلم الذاتي باستخدام التكنولوجيا ووحدة عن الإنترنت وكيفية توظيفها في مجال الدعوة وتعليم استخدام البريد الإلكتروني والدرشة والمناقشات ووحدة عن الكمبيوتر والعروض الضوئية وعروض البيانات والوسائل المتعددة وكيفية تصميمها واستخدامها^٢ .

أما بالنسبة لتزايد شعور المسئولين والمفكرين بأهمية التكنولوجيا للدعوة.. يقول الدكتور محمود زقزوق وزير الأوقاف المصري في مؤتمر تحديث الخطاب الديني الذي عقد بالقاهرة ٢٠٠٢م يقول : "إن ثورة الاتصالات والمعلومات والثورة التكنولوجية قد فاقت كل التوقعات.. ولا يجوز أن تظل الأمة الإسلامية إزاء ذلك كله دون حراك.. وإنه لم يعد معقولاً ولا مقبولاً في ظل هذه الظروف أن يظل خطابنا الديني دون مستوى الأحداث أو أن يظل خطاباً تقليدياً جامداً متجاهلاً كل متغيرات العصر"^٣ .

وفي حديث أيضاً للدكتور زقزوق حول التكنولوجيا والدعوة بمجلة العالم اليوم بتاريخ ٢٤/١١/٢٠٠٠ قال فضيلته :

"من الشائع أن نجد جهاز كمبيوتر متصلاً بالإنترنت في مكتب أحد أئمة المساجد في مصر، لكن الأمر يختلف في المساجد بالدول الأجنبية حيث

تعد الإنترنت أداة لا غنى عنها لكل داعية للاتصال بالمواقع الإسلامية والرد على الأسئلة وأيضاً دحر أقاويل المشككين التي يروج لها البعض عبر الشبكة . وقد تبه الأزهر لأهمية الإنترنت وغيرها من الوسائل الإلكترونية كأحد أهم أدوات نشر الدعوة الإسلامية في هذا العصر .

ويقول د. محمود حمدي زقزوق وزير الأوقاف المصري إن استخدام الأدوات التكنولوجية أمر حيوي لتجديد الخطاب الديني وتطوير جهاز الدعوة، وقال أن المجلس الأعلى للشئون الإسلامية يولي اهتماماً بالغاً بتطوير الدعوة الإسلامية وفق معطيات وتكنولوجيا العصر من خلال موقع المجلس على الإنترنت والذي يحتوي على كل ما يهم المسلم في عباداته ومعاملاته اليومية بالإضافة إلى طبع الموسوعة الإسلامية التي تحتوي على المصحف المعلم على أسطوانات مضغوطة وكذلك موسوعة الحديث الشريف وموسوعة المفاهيم والتعاليم الإسلامية بإصدارات عربية ولغات أخرى.

وقال د. زقزوق إن المجلس الأعلى للشئون الإسلامية سيصدر خلال الأيام القليلة القادمة أقراصاً مضغوطة عليها ردود لجميع الشبهات والافتراءات التي أثيرت ضد الدين الإسلامي عقب أحداث سبتمبر . وتتضمن تلك الأقراص نحو ٦٥٠ صفحة من الردود ومعها نسخة إلكترونية من كتاب المنتخب في تفسير القرآن وسيلحق بها برامج وتطبيقات تسهل البحث سواء على الأقراص أو على شبكة الإنترنت .

ويؤكد هذا الاهتمام أيضاً الدكتور عبد الواحد بلقزيز الأمين العام لمنظمة المؤتمر الإسلامي في كلمته أمام الدورة الثالثة عشرة للجنة تنسيق العمل الإسلامي المشترك في الدعوة يقول "إن هناك توجهات سياسية واقتصادية وثقافية متعددة مطروحة على الساحة الدولية ، في إطار ظاهرة

العولمة. وقد تعاطم خطر الإعلام في العقود الأخيرة ، وأصبح له دوراً أساسياً في توجيه الأفكار والسياسات الدولية بصورة مباشرة أمام الفتوحات التقنية الهائلة. ومن المؤسف أن الكثيرين من المعادين لنا ولديننا الحنيف قد استفادوا من ثورة المعلومات، والتقنيات الحديثة وسخروا ذلك لمحاربتنا وكيل التهم لدينا وحضارتنا، حتى أصبح هذا الأمر من أكبر التحديات التي تواجه الأمة الإسلامية في القرن الواحد والعشرين . وهذا يعني أن علينا أن نعتى بخلق القدرات البشرية ، والمهارات التقنية ، وإيجاد الموارد المالية لإعادة تأهيل مؤسساتنا الإعلامية المشتركة ، وجعلها قادرة على إيصال الخطاب الإسلامي إلى الآخرين . إذ لا جدوى من أن نتم بالبحوث والدراسات، إذا لم تكن لدينا الوسائل العصرية لإبلاغها إلى مسامع الآخرين ومداركهم .

ويربط بين استخدام هذه الوسائل وبين تطوير أساليب الدعوة . فقد أصبح واضحاً أن على هذه الأساليب أن تتجدد باستعمال وسائل العصر الحديث، وبما تتيحه التقنيات الحديثة المتعددة في وسائل الإعلام السمعية والبصرية وغيرها، وبخاصة شبكة الإنترنت التي أخذت تحتل مكاناً هاماً في ثورة نقل المعلومات والحصول عليها ، ومخاطبة العقول ، والتأثير في مجريات العديد من اهتمامات الإنسان⁴ .

فقد شهد العصر الحديث تقدماً ملحوظاً في وسائل الاتصال عامة والديني خاصة سواء من حيث الوقت أو من حيث مدى فاعليتها أو قلة تكلفتها وسهولة استخدامها.

ولقد أدى ذلك التقدم إلى زيادة عدد هذه الوسائل ، وأصبح لكل منها الخصائص التي تميزها عن غيرها من الوسائل والقدرات الإقناعية للتأثير ومجالات الاستخدام .

وفي مجال الدعوة الدينية يمكن تقسيم هذه الوسائل على

النحو التالي :

أولاً : وسائل الاتصال التكنولوجية وتشمل :-

١- وسائل الاتصال التفاعلي .

٢- وسائل الاتصال الجماهيري .

ثانياً : وسائل الاتصال التقليدية وتشمل :-

١- أشكال التعبير الفعلي .

٢- وسائل الاتصال غير اللفظية .

٣- وسائل الاتصال الشخصي .

٤- وسائل الاتصال الجمعي .

ورغم أهمية هذه الوسائل في مجال الدعوة ، إلا أن استخدامها يحتاج إلى تصور منهجي لاستخدامها الاستخدام الأمثل من قبل الداعية ، وبخاصة بالنسبة للوسائل التكنولوجية ، وإلى الإلمام الكامل بقدراتها والإجادة التامة لاستخدامها بمهارة . وبالنسبة للوسائل التقليدية فنتحتاج من الدعاة إلى مراجعة تامة للوقوف على أشكال الاتصال التقليدي التي غفلوا عن استخدامها أو قصروا في توظيفها لخدمة الدعوة الإسلامية ، كما تحتاج إلى مراجعة النظر في دور المسجد كمؤسسة إعلامية متكاملة في المجتمع الإسلامي ، وأنه كمؤسسة قادر على توظيف واستخدام كافة وسائل وأشكال الاتصال العالية التقنية والتقليدية ، وإن كان يحتاج في الوقت نفسه إلى تصايف الجهود لدراسة هذه المؤسسة الإعلامية دراسة عصرية لإبراز قدراتها الهائلة على العطاء المتجدد في مجال الدعوة العصرية والتطوير الشامل للمجتمعات الإسلامية .

وقبل مناقشة وسائل الاتصال الدعوى على ضوء المنظور الذى أشونا إليه، نتحدث أولاً عن الأسس التى يتم على أساسها اختيار الوسيلة المناسبة للاتصال الدعوى ، لما يمثله اختيار الوسيلة من أهمية للداعية فى ضمان التأثير والفاعلية.

اختيار وسيلة الاتصال الدعوى المناسبة:

وبالنسبة لاختيار الوسيلة المثلى للدعوة يلاحظ:

١- أن التعرف على الوسيلة ومعرفة إمكاناتها وخصائصها واستخدامها يعد أحد الجوانب الاستراتيجية التى قم أى مسئول عن الدعوة الإسلامية .

٢- يفيد تحديد نوعية القناة التى سوف تستخدم فى معرفة التأثيرات التى تحدثها فى المستقبل واتجاهاته وسلوكه ، كما تفيد فى معرفة التأثيرات الخاصة للوسائل على ما تنقله من رسائل فلكل وسيلة بصماتها وتأثيراتها الواضحة على ما تنقله من رسائل .

٣- أن كل وسيلة تميل بطبيعتها إلى إبراز جوانب معينة من الرسالة أو تلقى الضوء من زاوية معينة على الأفكار والمعلومات والأبناء . فيستقبل الجمهور الرسالة من زوايا تختلف باختلاف وسيلة الاتصال . وبهذا فإن الرسالة إذا ما تناقلتها عدة وسائل فى وقت واحد فإن هذا من شأنه أن يعطى صورة متكاملة ومن زوايا مختلفة ومتعددة للرسالة الأصلية .

٤- تختلف طريقة المعالجة للرسائل باختلاف الوسيلة المستخدمة ، فالموضوع الذى تقرؤه فى تقرير أو نشرة يختلف عن الموضوع الذى نشاهده فى التلفزيون أو نسمعه فى الراديو .

٥- إن التحريف والتشويش الذي يطرأ على الرسالة يحدث بسبب سوء استخدام الوسيلة أو لحدوث عيوب فنية على عملية الاتصال التي تقوم بها الوسيلة بين الداعية والجمهور من أجل اتصال أفضل وأكثر فعالية .

٦- تحدد الوسائل وفقاً لطبيعة الرموز التي يبلغ بها المرسل رسالة معينة إلى المستقبل . وسواء أكان الرمز كلمة أم صورة أم إشارة أم حركة أم راية أم دلالات يحملها تصرف أو فعل معين .. فلا بد له من وسيلة تعبر عنه تنقله إلى المستقبل أو الجمهور .

٧- الداعية أو مسئول الإعلام الديني هو المايسترو الذي يجمع في يده كل هذه الوسائل ، وعليه أن يختار أقواها أثراً بالنسبة لجمهوره ليعرف عليها ، وأن يعرف كيف يختار الوسائل المناسبة في الوقت المناسب أيضاً ، وبحيث يكون النغم النهائي جميلاً ومؤثراً ، وبذلك يتمكن من أداء رسالته وتوفير الوقت والجهد والمال .

إن اختيار وسيلة الاتصال الديني المناسبة من أهم مسؤوليات الداعية الإسلامي بوجه خاص والمؤسسات الدعوية بوجه عام .. والمتأمل لتاريخ الدعوة الإسلامية يشاهد إلى أي مدى استفاد المسلمون قبل العصر الحديث من كل ما أنتجته العقول البشرية من تكنولوجيا في خدمة قضايا دينهم الرئيسية .

فهذا سيد الدعاة صلى الله عليه وسلم وظف لخدمة دعوته كل الوسائل والإمكانات المتاحة في عصره .. كاستخدام الاتصال الشخصي والخطابة والدروس .. والمسجد والصلاة والحج والشعر والقصص والأمثال .. كما استخدم صلى الله عليه وسلم الإشارات والمجسمات والرسم التخطيطي .. وهو أحد مكونات التكنولوجيا في العصر الحديث

، حيث أتى يوماً بعضاً وخط على الرمال خطاً مستقيماً وقال هذا صراط الله المستقيم ثم خط حوله خطوطاً متفرقة ثم قال هذه السبل على كل سبيل منها شيطان يدعو إليه ثم تلا قول الله تعالى ﴿وأن هذا صراطي مستقيماً فاتبعوه ولا تتبعوا السبل فتفرق بكم عن سبيله﴾ سورة الانعام آية ١٥٣ . وهذه الطريقة يكون صلى الله عليه وسلم قد استخدم كل ما لديه من إمكانيات تكنولوجية متوفرة في الدعوة . ولو كان الكمبيوتر والإنترنت متوافرين على عهده صلى الله عليه وسلم ، أو لو كان النبي صلى الله عليه وسلم بيننا لاستخدم الكمبيوتر والإنترنت في الدعوة إلى الله تعالى كما قال الشيخ عبد العزيز بن باز مفتي المملكة العربية السعودية السابق رحمه الله تعالى .

وهذا المنهج النبوي واجب على من كل من يتصدر للدعوة الإسلامية، خاصة وأن الإسلام علم اتباعه أن الهدف من تقدم العلم والتركيز عليه هو الانتفاع به لخدمة الدين وللمساعدة الإنسان في أن يحيا في هذه الدنيا على علاقة أفضل مع الله تعالى ، وأن يكون على وعى وعلم بما يحدث حوله حتى يزداد تقى وتقرباً من الله تعالى.. قال تعالى ﴿اقرأ باسم ربك الذي خلق﴾ سورة العلق آية ٢ .

وإذا كان المسلمون على مدى سنوات طويلة ابتعدوا عن استثمار ما أنتجته العقول البشرية من تكنولوجيا لخدمة قضاياهم الدينية حتى وصلنا حالياً لوجود فصل واضح بين التكنولوجيا والجوانب الشرعية والدعوية . وسنحاول في هذا البحث كما أشرنا سابقاً وعلى ضوء اجتهادات العديد من الباحثين أن نحدد أساليب استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة لخدمة القضايا الدينية مع محاولة تطوير الوسائل التقليدية والمزج بين

إمكاناتها الإعلامية وطاقات الوسائل التكنولوجية الحديثة كمدخل لتوظيف كافة وسائل الإعلام المتاحة على الساحة الآن لخدمة الدعوة الإسلامية .
ومن المفيد بداية وأمام التنوع الهائل في الوسائل المتاحة للدعوة وكما أوضح المنهج القرآني في ضرورة أن تكون الدعوة على بصيرة.. فإن البصيرة تعني هنا حسن اختيار الوسيلة المناسبة لنقل موضوع محدد إلى جمهور معين ، كما تعني ضرورة الوقوف على قدرات هذه الوسائل الإقناعية للاستفادة من هذه القدرات وعلى حسن فهم إمكاناتها وحسن استخدامها لإحداث التأثير الديني المطلوب . ولهذا كان ضرورياً أن نحدد للداعية الأسس التي يتم على ضوئها اختيار الوسيلة المناسبة للدعوة.. وهذه الأسس هي ° :-

١- مناسبة الوسيلة للفكرة الدينية :-

فقد تستخدم الرسم التوضيحي لتوضيح الأفكار كما فعل رسول الله صلى الله عليه وسلم عندما استخدم هذا الأسلوب كما أشرنا سابقاً.. وفي أحيان أخرى يقوم عليه الصلاة والسلام بأفعال الخير ليكون بتصرفاته قدوة للآخرين ، كزيارته للمرضى وتقديم أوجه العون للفقراء والمحتاجين والمشاركة في المناسبات المختلفة للمسلمين . وقد يستخدم الخطابة أو يلقي الدروس أو يقص القصص أو يشجع على إنشاد الشعر للرد على شعراء الكفار.. أو يستخدم لغة الإشارات للتعبير عن معان معينة.. كما أشرنا إلى ذلك في كتابنا مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة .
وقد يستخدم أكثر من شكل للتعبير عن المعنى أو الفكرة ، المهم هنا أن يختار الداعية الوسيلة المناسبة لطبيعة الفكرة التي يريد إيصالها إلى الجمهور .

٢- تحديد الأهداف :-

ويعنى أن تحول الفكرة إلى هدف اتصالي محدد يدور حول حاجات الجمهور، ويساعد تحديد الأهداف على اختيار الوسيلة المناسبة من ناحية، وعلى تحديد ما سوف تسهم به هذه الوسيلة من خلال تنظيم وترتيب محتوى الرسالة لتحقيق الهدف المحدد .

٣- مراعاة حاجات ومطالب الجمهور :-

الجمهور عنصر أساسى للتخطيط لاختيار الوسائل ، والداعية السدى يفشل فى معرفة جمهوره وخصائصه وأهدافه الاتصالية واحتياجاته يفشل بالتالى فى اختيار الوسيلة المناسبة للاتصال .

فالخصائص الخاصة بالجمهور مثل الحجم والسن والتوزيع الجغرافى والمستوى الثقافى والتعليمى والاجتماعى والمهنى ، وكذلك الخصائص النفسية للجمهور واتجاهاته وميوله وعاداته الاتصالية إلى غير ذلك من العوامل التى تساعد الداعية على اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة لتحديد الأهداف الدعوية فى الوقت المحدد وبالإمكانات المادية والبشرية المناسبة . ولا شك أن اختيار وسيلة اتصال غير مناسبة سيؤدى إلى اتصال غير فعال وغير مؤثر وبالتالى يفشل الاتصال الدعوى فى تحقيق أهدافه .

٤- مناسبة الوسيلة للقدرات الاتصالية للداعية :-

يتوقف اختيار الوسيلة على مدى توافر المهارات والقدرات الاتصالية المتعلقة بالوسيلة لدى الداعية ، فالداعية الذى يفتقد مهارات الاتصال الشخصى يكون من الأفضل له استخدام الوسائل المطبوعة أو المقروءة للاتصال بجمهوره، والداعية بصفة عامة ينبغى أن تتوافر لديه المهارة فى استخدام اللغة اللفظية سواءً كانت منطوقة أم مكتوبة وأن يكون ملماً

برسالته عارفاً بكيفية تصميمها بطريقة تتناسب مع الوسيلة المستخدمة والجمهور المستقبل للوسيلة ، وذلك ليتمكن من استخدام الوسائل المناسبة استخداماً فعالاً .

٥- الخصائص العامة للوسيلة :-

يتحدد الاستخدام الأمثل للوسائل بالإضافة إلى العوامل السابقة بالخصائص العامة التي تتميز بها الوسائل ، وبخاصة حينما يطابق الداعية بين هذه الخصائص العامة ومدى ملاءمتها للأهداف ومناسبتها للمضمون والجمهور والموارد والطاقات المتاحة ، وذلك على النحو التالي :

• انتشار الوسيلة :

تعنى مدى قدرة الوسيلة على الانتشار وتغطيتها لقطاعات واسعة وتليتها لاحتياجات الفئات المختلفة من الجمهور ، والطبقات المقصودة من الاتصال .

• سرعة الوسيلة :

وتعنى قدرة الوسيلة على توصيل الرسالة الدينية إلى الجمهور في الوقت المطلوب ، فعندما يرغب الداعية في مواجهة فتنة طائفية أو التوعية بالحج في موسم الحج ، لا يكون أمامه إلا الإذاعة والتلفزيون في حالة الجماهير الفقيرة، وتأتي بعدهما الصحف ثم المجلات ثم وسائل الاتصال الشخصي والجمعي، إذ تستغرق دورة سريان المعلومات فيها زمناً أطول بكثير وفقاً لحجم الجمهور وانتشاره الجغرافي، وتعد السرعة عاملاً مهماً في تبليغ الرسالة الإعلامية ، إذ توفر الفرصة لنشر الأفكار العاجلة في أقصر وقت ممكن.

• المشاركة والتجاوب "رجع الصدى" :

هو أحد الخصائص للموازنة بين الوسائل الاتصالية باعتباره أحد العوامل التي تؤدي إلى نجاح الدعوة وتقوية أثرها . ويعنى المؤثرات المتبادلة بين مرسل الرسالة الإعلامية ومستقبلها ، هذه المؤثرات توجه الرسالة الإعلامية توجيهاً إنسانياً سليماً ، إذ تساعد الداعية على تغيير أو تعديل ظروف الأداء وفقاً لهذه الاستجابات كما يحدث حينما نتحدث ، فمن خلال ملامح الوجه والتعليقات نحدد مدى الاستجابة للرسالة الإعلامية. ويلاحظ أن التجاوب يتناسب عكسياً مع السرعة والانتشار، الوسائل السريعة كالإذاعة والتلفزيون والصحف أقل في التجاوب من الوسائل البطيئة كالحظب والدروس والمحاضرات.. وإن كانت تكنولوجيا الاتصال أتاحت للإذاعة والتلفزيون من خلال التقدم التكنولوجي بالبرامج الحوارية واشترك الجمهور قدراً من المشاركة والتجاوب أكثر مما كان عليه في السنوات السابقة .

• العمر الافتراضى للوسيلة :

تختلف الوسائل الاتصالية من حيث العمر الافتراضى لبقاء الرسالة الإعلامية ، فبينما تتصف المنشآت التي تبني لتوصيل دلالات معينة كالمراكز الإعلامية والمساجد بالبقاء لعشرات السنين ، تتصف وسائل إعلامية أخرى بالبقاء لفترات أقل كالكتاب ثم المجلات فالصحف، وتأتى أخيراً الإذاعة والتلفزيون التي لا تكاد تترك أثراً باقياً بعد بثها، والداعية يختار من هذه الوسائل ما يوافق غرضه ، فلتحقيق الإعلام السريع يختار الإذاعة، ولمعالجة القضايا والأفكار الدينية المعقدة يختار الوسائل المطبوعة، ولإعطاء انطباعات دائمة ومستمرة يستخدم خطبة

الجمعة والحوار والمناقشات مع الجمهور أو من خلال المشاركة في الأعمال الخيرية للجمعيات الأهلية .

• كثرة التعرض وتكراره :

الاستخدام المتكرر لوسيلة ما في موضوع واحد ، فبعض الوسائل كالكتب الدينية تسمح بتكرار العرض ، في حين أن وسائل أخرى كالمحاضرة والخطبة مثلاً لا تعالج الرسالة إلا مرة واحدة ، ولكن يمكن من خلال النشر الإلكتروني للشرائط السمعية والبصرية ومواقع الإنترنت الاحتفاظ بهذه الميزة للخطب والمحاضرات ووسائل الاتصال المباشر الأخرى .

• التأثير المباشر :

ويعنى المفاضلة بين الوسائل من حيث القدرة على مخاطبة الجمهور العام أو مخاطبة فئة مقصودة ، فالتعرض الانتقائي يعنى الأخذ في التقدير عدد الأشخاص الملامين الذي تصل إليهم الوسيلة خاصة أن بعض برامج الدعوة تهدف إلى التأثير على فئات خاصة .

• العادات السمعية والبصرية :

فلكل وسيلة جمهور معين ، ولكل جمهور عادات سمعية وبصرية معينة ، حيث تتفاوت قدرة الوسيلة على التأثير في المستقبل بالنسبة لنوع الحواس المرتبطة بها، فالرسالة المرئية أكثر فاعلية من الرسالة المسموعة، كما أن الرسائل المسموعة المرئية أكثر فاعلية من تلك التي تعتمد على حاسة واحدة لاستقبالها، وتطبيقاً على ذلك يمكن القول أنه كلما تعددت الحواس زادت فاعلية الاتصال ، وترتفع بالتالي درجة

الاستجابة لدى المستقبل ، وبخاصة إذ وافق الاستعمال عاداته السمعية والبصرية .

• مكانة الوسيلة :

أى السمعة والشهرة والثقة التى تتمتع بها الوسيلة ومصداقيتها ، فهذه المكانة تؤثر على محتوى الوسيلة وما تقدمه من رسائل ولذلك كان المسجد بحكم ما له من مكانه أفضل الوسائل للدعوة الإسلامية .

٦- موازنات الاختيار المبدئى للوسيلة :-

فى إطار المقومات أو العناصر السابقة يختار الداعية أو المؤسسة الدعوية الوسيلة التى تساعد على تحقيق أهداف برامجها بأكبر كفاية وبأقصى سرعة وبأقل تكاليف .

ويراعى الداعية فى هذا الاختيار الخصائص المميزة لكل وسيلة على حدة، فلكل وسيلة سماتها وإمكاناتها ، وأن يتصور مبدئياً حدود ما تسهم به كل وسيلة من الوسائل المختارة لتحقيق هدفه . وأن يتراوح فى الاختيار بين الوسائل الفردية والجماعية والجاهورية والتفاعلية وأن يكون الاختيار فى إطار تناسب التكلفة مع التأثير المنتظر ، أى يراعى الآتى :-

• أن تكون الوسيلة اقتصادية .

• وفى إطار الميزانية المحددة .

• وفى إطار ما هو متاح بالفعل .

وأن يرتبط الاختيار ببرنامج يتضمن :

• وقت البرنامج ، والتوقيتات المحددة لاستخدام الوسائل المختلفة .

• نوع ومراحل تطور البرنامج ، فربما نستخدم وسيلة ما كالأصحافة

فى مرحلة ونستخدم المحاضرات والندوات والمناقشات فى مرحلة

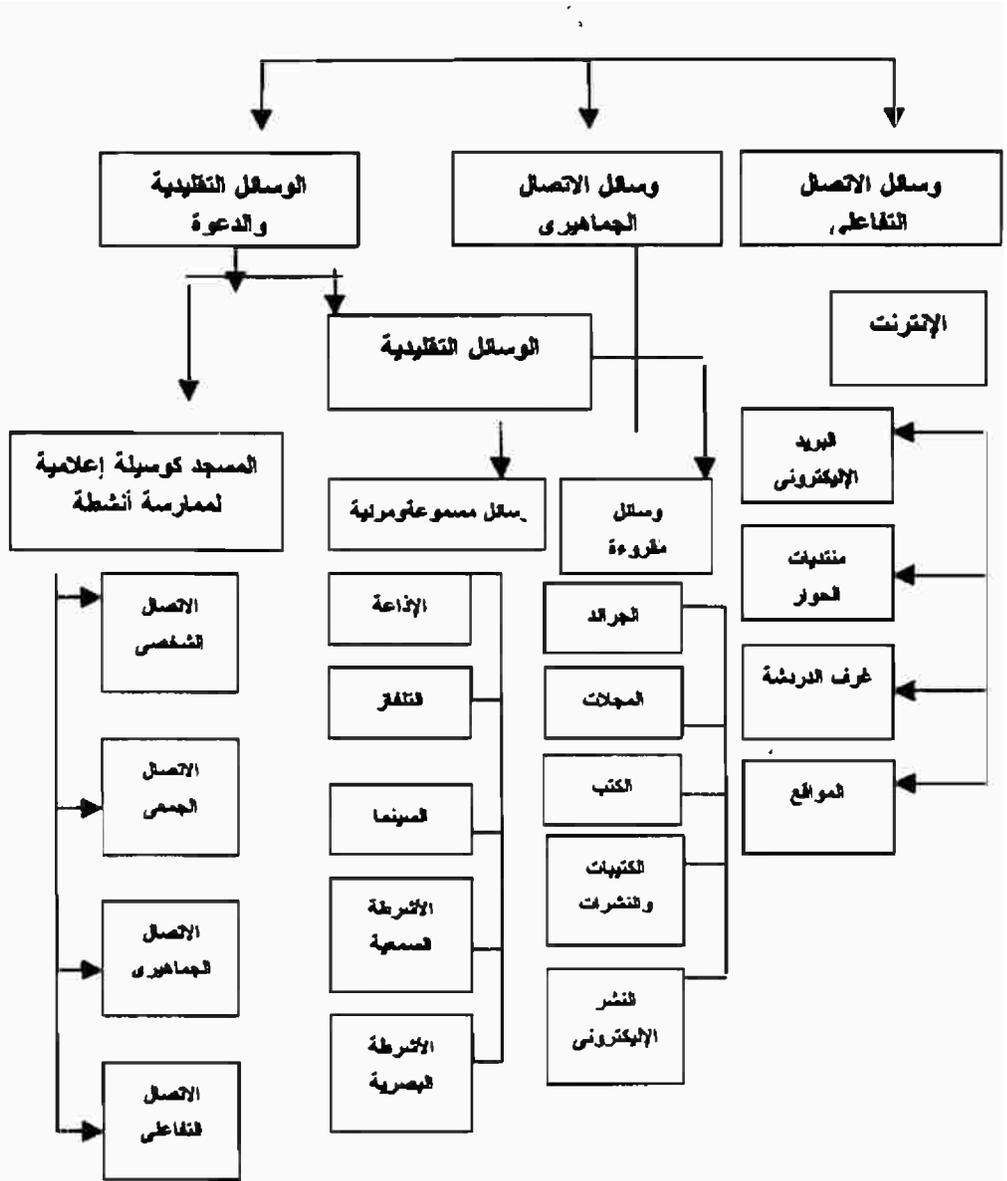
أخرى ، ولا بد من توزيع استخدام تلك الوسائل على مختلف مراحل البرنامج حتى نتمكن من استغلال جميع الوسائل التي تحت تصرفنا استغلالاً كاملاً .

ومن خلال تحليل المقومات السابقة يقترح الداعية الوسائل الاتصالية المناسبة، ويقارنها بالوسائل الأخرى التي يمكن أن تصلح لتحقيق الأهداف نفسها، ولكن يأتي ترتيبها عند الاختيار في مرتبة أقل.

ومن خلال ذلك يتحقق الداعية من سلامة اختياره للوسائل الاتصالية المناسبة لتحقيق أهداف برنامجه الاتصالي .

الدعوة الإسلامية ووسائل الاتصال الحديثة :-

الوسائل المتوافرة للدعوة حالياً والتي تساعد على إيصال الدعوة بصورتها الصحيحة والمؤثرة للناس عديدة ومتنوعة ويمكننا أن نقسمها على النحو التالي :-



شكل رقم (٢٠) يبين وسائل الاتصال الدعوى في ضوء المستجدات التكنولوجية

أولاً : وسائل الاتصال التفاعلي "الانترنت" :-

جاءت الإنترنت ثمرة التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والحاسبات الإلكترونية والأقمار الصناعية وأشعة الليزر والألياف البصرية والتصوير المجسد ثلاثي الأبعاد .

ويطلق على الإنترنت أسم الطريق السريع للمعلومات.. فهناك مرور في شبكة الإنترنت.. وهذه الكلمة تعبر عن سريان المعلومات في هذه الشبكة، وتقاس السرعة بالبت أى الحرف في الثانية . والكيلو، مليون حرف فيقال سرعة المعلومات ٥٠ كيلو بت في الثانية.. وقد وصلت السرعة في عام ١٩٩٢ إلى ٤٥ مليون بت في الثانية ويتنظر أن تصل إلى ألف مليون بت في الثانية.

وقد شهدت الإنترنت تطورا كبيرا أثر على المؤسسات والمنظمات الموجودة في المجتمع وعلى طريقه عمل هذه المؤسسات بل وعلى أداء العاملين بها .

ويتيح الإنترنت لمستخدم الكمبيوتر الحصول على معلومات مقروءة ومسموعة ومرئية عبر صفحات إلكترونية يتصفح فيها المستخدم من خلال حاسبه الشخصي . كما تسمح بمشاهدة الصور ولقطات الفيديو بالصوت والصورة.. وتوجد على شبكة الإنترنت صفحة لكل موقع ولها عنوانها الخاص مثل عنوان البريد الإلكتروني وتتضمن هذه الصفحة معلومات خلفية عن الشركة أو المنظمة أو الفرد وجدول بمحتويات ما يتضمنه الموقع^٦ .

وفي مجال الدعوة الإسلامية يمكننا أن نشير إلى وسائل اتصال عديدة عبر الإنترنت يمكن أن تفيد في عرض القضايا الدينية وإبراز سماحة الإسلام

وبث القرآن الكريم بأصوات المقرئين المشهورين وتفسيراته.. والسيرة النبوية والحديث النبوي والتعريف بعلماء المسلمين وسيرهم ، وذلك من خلال المواقع الإسلامية والبريد الإلكتروني ومجموعات المناقشة والمجموعات الإخبارية وعقد المؤتمرات عن بعد والمجلات الإلكترونية، وأيضاً من خلال تبادل الآراء والأفكار مع الآخرين^٧ .
ولهذا فالإنترنت كوسيلة تكنولوجية متقدمة جداً ومهمة جداً للدعوة الإسلامية .

أهمية الإنترنت للدعوة الإسلامية :-

تمثل هذه الأهمية في جوانب عديدة أهمها :-

- ١- وصول الدعوة الصحيحة من خلال الشبكة إلى أماكن يصعب الوصول إليها ، وقد كنا نعد تبليغهم الدعوة ضرباً من الخيال .
- ٢- سهولة الاتصال بالمسلمين أو غير المسلمين في مختلف أرجاء المعمورة بالكتاب والصوت والصورة المتحركة والثابتة ، فيحصل يسر الاتصال مع تنوع الأسلوب .
- ٣- قلة التكلفة ، فإرسال المعلومات عبر الإنترنت لا يكلف عشر معشرو الطرق التقليدية كإرسال الكتب الدعوية والأشرطة الدينية والأفلام التعليمية إلى بلاد المسلمين البعيدة والقرية .
- ٤- ازدياد نسب المطلعين في بلاد المسلمين على مواد هذه الشبكة ، مع ملاحظة ضخامة عدد المطلعين في البلاد الأخرى وهذا يمكن الداعية من الاتصال بأعداد ضخمة من الناس .
- ٥- تعاظم المواقع الأجنبية وما تتضمنه من بدع وفساد سواء باللغات الأجنبية — وهذا هو الأغلب — أم باللغة العربية، مما أثر سلباً على

عوام المسلمين من جهة هضم الأفكار السيئة، أو المناهج المنحرفة، أو الأخلاق المنحطة .

٦- تملك الأمة الإسلامية طاقات هائلة من شباب اجتمع فيه الفقه والحماس والحرص ، وتحتاج هذه الطاقات إلى توجيه واستغلال ، ولكن الكثير منها معطلة أو مهددة ، لعجز في الإلقاء ، أو خجل من اللقاء ، أو تحقير زائد للذات ، فائر عليها ، ولكن من خلال الشبكة يستطيع الأبكم والخجول والمعوق وغيرهم أن ينشروا الخير كل على قدرته ، وعلى هذا نستطيع استغلال تلك القدرات وتوظيفها في مجالاتها المختلفة .

٧- نستطيع من خلال هذه الشبكة تكثير الأعوان للمسلمين في أرجاء المعمورة .

٨- دوام الاتصال بالمسلمين ، ومدهم بكل جديد ومفيد ، بخلاف ما يحصل الآن من جهة الاتصال بكثير من المسلمين في العديد من البلدان ثم الانقطاع عنهم .

٩- إيصال وجهة نظرنا إلى الآخرين، فإن لم نفز بإسلامهم ، فلا أقل من تحييدهم وتخفيف شرهم .

١٠- قطع الطريق على أهل الباطل ، وذلك بفضح أباطيلهم، وتعريه شبههم .

١١- جمع الله في الموقع الواحد كل خير، فهو كتاب مقروء، وكلام مسموع، وصور ورسومات وأفلام مرئية، وعلى هذا ترتع فيه نفس المؤمن بلا كلل ولا ملل .

١٢- تمكن هذه الشبكة الدعاة من فتح ثغرات في جدار العدو ، من خلال إسلام أهله أو تحييدهم عن إعاقة الدعوة الإسلامية ومحاربة

أهلها ، وبالتالي يقف العدو حيرانا بين المسلمين ، سواء كانوا داخل أو خارج أرضه ، وبين اقتناع أهله بعدم عداوة المسلمين .

١٣- إيجاد البديل النظم المرتب للمسلمين بصورة حسنة ، وهيئة هيمية ، وذلك في كافة ما يحتاجون إليه في دينهم ودنياهم .

١٤- نزع ثقة الناس عن أهل الباطل ، وإلباسها أهل الحق ، وذلك من خلال الجهود والخدمات المقدمة لهم .

١٥- فتح أبواب الدعوة من خلال الشبكة عند إغلاق غيرها ، فإذا لم يستطع الداعية إلقاء محاضرة فتح له بهذه الشبكة طريق للخير يحضره أضعاف من كان يحضر محاضرات المساجد والقاعات^١ .

ضوابط استخدام الإنترنت في مجال الدعوة الإسلامية :-

توجد حقائق أساسية أشار إليها أحد الباحثين في مجال استخدام الإنترنت في الدعوة الإسلامية وهي :-

١- الإنترنت كأى جهاز إعلامى سلاح ذو حدين ، إن وظف في نشر العلم والخير وتثبيت العقيدة الإسلامية وتدعيم الأخلاق وربط الجيل المسلم بأجداده وتاريخه وتوجيه الأمة إلى ما يصلح أمرها وتربية الأجيال نحو حياة أفضل ، فعندها يكون الإنترنت وسيلة للبناء .

وإذا استعمل لأجل ترسيخ الفساد والانحراف ونشر الميوعة والانحلال وتحويل الجيل إلى مبادئ غير إسلامية ، وأخلاق غير فاضلة ، عندها يكون الإنترنت وسيلة هدم لا بناء .

٢- الإسلام لا يعادى الحضارة أو المدينة ، ولكن ليس ذلك وحده هو السر في عظمة الإسلام ، ولكن عظمة الإسلام تكمن في أنه لا يعانق إلا الحضارة النافعة ولا يؤاخذ إلا المدينة الراشدة والتطور المفيد ،

والإنترنت ووسائل الإعلام العامة هي من ثمرات هذه الحضارة فقد أبدعها عقل خلقه الله وأبدعه لنا، والإسلام يقف منها موقف الموجه والمصلح المتبصر الواعي، حتى تستخدم هذه الوسائل في نشر العلم والخير ودعم العقيدة والأخلاق والمثل العليا قال الله تعالى: {وَسَخَّر لَكُمْ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِنْهُ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يُفَكِّرُونَ} سورة الجاثية آية ١٣، وهذا هو الأصل وإلا: {فليحذر الذين يخالفون عن أمره أن تصيبهم فتنة أو يصيبهم عذاب أليم} سورة النور آية ٦٣.

٣- أن نعي بعض المفاهيم والآليات والمحددات التي لا يتصور تقديم الدعوة الإسلامية بدونها، فلنكي نستطيع بحق خدمة الدعوة الإسلامية فلائبد من مراعاة الآتي :-

■ أن نوسع دائرة مفهومنا عن الدعوة الإسلامية ذاتها. فالدعوة إلى الإسلام لا تعني الاقتصار على بث منات المراجع التراثية والبحثية عبر شبكة الإنترنت، بل الأهم كيف نطوع كل هذا إعلاميا حتى يستفيد منه الإسلام والمسلمون بصورة حياتية وحضارية، مع الحفاظ على ثوابت الأمة ومقدراتها.

■ أن نفهم محددات الدعوة الإسلامية، وهو أن أى قصور أو خلل في الأشخاص القائمين على الدعوة والذي يتسبب كثيرا في تشويه صورة الدعوة لا يعني أن العيب في الإسلام بل في بعض المسلمين.

■ كى نخدم الدعوة الإسلامية على شبكة الإنترنت، فليس من المفيد أن نقتصر على كل ما هو إسلامى دون سواه، ولكن علينا أن نقدم كل ما هو إسلامى، إضافة إلى كل ما هو مشيد، فليس من الضروري أن نكرر جملة: "يقول الإسلام"، "يقول الإسلام"،

لأنه يكفيننا أن نعبر بالمادة التي نقدمها عما نريد أن نقوله عن ديننا، لأنه من السهل أن نقول: "يقول الإسلام"، ولكن من الصعب أن نعرض الإسلام في أحسن صورة .

■ كى نخدم الدعوة فلا بد أن نحدد ما تحتاجه الدعوة بالفعل لأن الفرق كبير بين ما نريد أن نقدمه نحن وبين ما تحتاجه الدعوة الإسلامية بالفعل ، فليست المشكلة كيف نخدم الدعوة الإسلامية عبر وسيلة الإنترنت ولكن المشكلة تكمن — غالبا — في فهمنا المحدود لطبيعة الدعوة الإسلامية ذاتها ، لأنه من السهل أن تجد آلافا يتبنون الدعوة إلى الله، ولكن القليل من هم من يستوعب المفهوم الشامل للدعوة الإسلامية، بمعناه اللامحدود، وهذه مشكلة خطيرة تلقى بظلالها على واقع الدعوة .

وإذا تبعنا المواقع العربية والإسلامية على الإنترنت لوجدنا مئات المواقع التي تتبنى الدعوة إلى الله ، ولكن كم موقعا منها يطبق المفهوم الشامل للدعوة الإسلامية وبصورة عصرية ومناسبة ؟

وبالتالى فليس غريبا أن يدعو البعض دون أن يؤثروا ، لأنهم يهتمون بالكم دون الكيف، والدعوة بهذا الشكل ما تقدمت خطوات إلا تقهقرت أكثر ، فالواقع يفرض علينا أن نكون أكثر جذبا وتأثرا ودراسة لنوعية الجمهور وأن يكون الاهتمام بالكم والكيف معا .

إن المفهوم الشامل للدعوة إلى الله يطرح أمامنا تحولا خصبة لزرع فيها مجد وذكاء ودراسة شاملة وعميقة ، وعليه فإن أى مادة بناء نافلة تقدم على الشبكة هي من الخير الذى يبحث عليه الإسلام ويتعهده ويحرص عليه ويشيب فاعله وزائره ، وإن كل لحظة نقد فيها أى خير على الشبكة معناه أننا نقدم لحظة من الخير ، والمحجب كذلك

لحظة من الشر ، وعليه فإن أى مواد سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو عملية أو تكنولوجية أو فنية ، ما دامت تستند على ثوابت الدين فهى من الإسلام وروحه ، بل وتؤصل كذلك مبدأ كون الإسلام منهج حياة .

- كل كلمة طيبة تكتبها على الإنترنت هى دعوة .
- كل بريد إلكترونى تستمره فى توطيد أو اصر الأخوة والدعوة إلى الله بكلمة طيبة أو سلوك جميل ، هو دعوة إلى الله .
- كل حوار مفيد وبناء تشارك فيه هو دعوة إلى الله تثاب عليها .
- أى تصويب لصالح الأمة تشارك فيه هو شهادة حق عليك أداءها .
- أى فضيلة تحت عليها بحكمة وذكاء هى إضافة رائعة فى عالم الدعوة^٩ .

وسائل الاتصال عبر الإنترنت :-

ووسائل الاتصال عبر الإنترنت عديدة وأهمها :-

أ - البريد الإلكتروني .

ب- المواقع .

ج- منتديات الحوار .

د - غرفة الدردشة .

أ - البريد الإلكتروني :-

يعد البريد الإلكتروني من الوسائل التكنولوجية الحديثة التى تستهدف تسهيل وصول المعلومات على الفور ، ويمكن أن تكون هذه البيانات فى شكل نصوص ، أو صوت ، أو رسوم . يتم ذلك باستخدام نظم البريد التى تعتمد على الحاسب الإلكتروني فى استقبال الرسائل، وتخزينها، ونقلها إلى أماكن بعيدة . ويوجد نظامان أساسيان للبريد الإلكتروني يسمى النظام الأول Store and Forward ويتعامل مع الصوت والنصوص المطبوعة، ويسمى النظام الثانى Facsimile ويتعامل مع الرسوم فقط^{١٠} .

وهو أحد خدمات شبكة الإنترنت . يمكن من خلالها لأى مستخدم ، أن يرسل بالبريد الإلكتروني إلى أى مستخدم آخر للإنترنت . وهذه الوسيلة يمكن الاتصال بالجمهور فى جميع أنحاء العالم من خلال رسائل مكتوبة ومسموعة ومرئية بتكلفة رخيصة .

والإنترنت هى مجموعة من المستخدمين للشبكة والذين يرسلون بريداً إلكترونياً إلى عنوان واحد ويحصلون على نسخ من البريد الذى يتم إرساله إلى هذا العنوان ، وهناك الآلاف من قوائم البريد على الشبكة فى مئات الموضوعات المتخصصة، ولهذا فإن قوائم البريد من الأماكن الممتازة للوصول إلى الجماهير المستهدفة المحددة .

والبريد الإلكتروني فى مجال الدعوة الإسلامية هو نوع من الدعوة بالمراسلة وكان موجوداً منذ فجر الدعوة الإسلامية.. فالتواصل بين الداعية والأفراد محور مهم من محاور الدعوة الإسلامية . ولقد استخدمه الرسول صلى الله عليه وسلم حين أرسل رسائله إلى الملوك والحكام يدعوهم فيها إلى الإسلام . ولو أن الغاية من ذلك هى دعوة الشعوب بعامة.. إلا أن مراسلة الفرد تتميز بالخصوصية والتركيز وتكون مدعاة إلى الاستجابة وسبباً فى الهداية .

وواجب جميع المسلمين بصفة عامة والدعاة بصفة خاصة الاهتمام بالدعوة بالمراسلة.. وباب المراسلات موجود فى جميع الصحف والمجلات وينشر عناوين الأصدقاء الراغبين فى الصداقة بالمراسلة.. ولعل المساجد ومؤسسات الدعوة مسئولة عن ترشيد هذا الأسلوب بتزويد المراسلين بالمؤلفات والكتيبات والوسائل السمعية والبصرية التى تفيدهم مع تحقيق التواصل مع المسلمين الآخرين ومع غير المسلمين من أبناء وشباب الشعوب الأخرى .

وباستخدام البريد الإلكتروني على الإنترنت والقوائم البريدية نستطيع أن نراسل أعدادا ضخمة من الجماهير وأن نرد على مشكلاتها وأن نواجه شكوكها بالبيان العلمي والأدلة الواضحة. فهو باب واسع للدعوة إلى الله، لكن يحتاج إلى دراسة ووعي وتفكير جيد في الرسالة التي نبثها ومتى وكيف نبثها؟.. وأن تكون هناك جهات مسئولة يمكن للمرسلين الاتصال بها والحصول على المعلومات، وأيضا لتوحيد الجهود حتى لا تشتت وتتضارب في إطار الرؤى الشخصية والخلافات المنهجية والتي تنعكس على الآخرين.

ب- جماعات النقاش :-

أصبح الاتصال الجمعي أحد ملامح شبكة الإنترنت وذلك من خلال انتشار جماعات النقاش أو منتديات الحوار أو جماعات الأخبار والتي تسمح للأشخاص ذوي الاهتمامات المختلفة أو غير المحدودة بالمشاركة في محادثات "تخيلية" أو "اعتبارية". وتتيح شبكة الإنترنت آلافا من جماعات الأخبار التي تناقش أي موضوع أو قضية يمكن أن تخطر على البال .

وتعتبر محادثات جماعات الأخبار "اعتبارية" لأن المشتركين لا يتحدثون مع بعضهم البعض في الزمن الحقيقي وإنما يرسلون الرسائل إلى جماعات الأخبار ويتلقون ردود أو رسائل أخرى في وقت لاحق .

وعادة ما يدير المنتدى وسيط يتلقى الأسئلة والإجابات على ملف خاص يسمى **Frequently Asked Questions (FAQ)** . ويمكن أن يستخدم العميل هذا الملف ليرى ما إذا كانت المشكلة أو السؤال الذي يطرحه سبق الإجابة عليه أم لا ، وبالتالي يحصل على إجابة فورية على سؤاله دون انتظار الإجابة من جماعة الأخبار.

ويمكن للدعاة من خلال جماعات النقاش أو منتديات الحوار المشاركة برسائل دعوية سواء بإنشاء قضية جديدة أو بالإضافة إلى قضية موجودة بالفعل.. في الحالة الأولى تكون المواضيع مطروحة من قبل الموقع والمطلوب هو تعليق الزوار، وميزة هذا الأسلوب التحكم في المعروض . والثانية عندما يترك للزوار المجال لطرح موضوعات . وميزة هذا الأسلوب فتح الباب لإبداع الزائر وشعوره بالمشاركة واتساع المشاركة بحيث تشمل أفراداً من بلدان عديدة .

والمهم هنا أن يتسم الزائر في مناقشته بآداب الحوار في الإسلام وبالإنارة والحكمة والدكاء في العرض والتناول للقضايا الدينية .

وبالنسبة لضوابط المشاركة في النقاش يقول الشيخ عبد الله بن مبارك: " لا بد أن يعي الإنسان أن الهدف الأساسي من النقاش هو الوصول إلى الحقيقة، ولذلك لا بد للشخص أولاً أن ينظر إلى الموقع الذي يدخله للنقاش والاستفادة، فإن كان موقعا يراعى الأخلاق والآداب الإسلامية ويضبط المشاركات عن المهاترات والقبل والقال الذي لا فائدة منه فإن المسلم عندها يظمن ويدخل مثل هذا الموقع . أما المواقع الفوضوية في طرحها ونقاشها وما أكثرها فوقت المسلم أغلى من أن يضيعه فيها " .

ومن أهم أخلاقيات الحوار والنقاش ألا يدخل الإنسان الحوار إذا كان لا يحمل العلم الذي يضيف للنقاش فائدة ومعرفة جديدة، لأن مشركته لا تعدو أن تكون تضييعاً لوقته ووقت الآخرين أو ربما تشوش عليه فكرة وعقيدته .

وبالنسبة لآداب الإشراف على هذه المواقع "للمشرفين الذين تعينهم إدارة الموقع" يقول :

لابد من مراعاة حفظ الدين من التشويه والتشويش وكل ما يتصل
بعقيدة المسلم وكذلك أعراض الناس وخصوصا العلماء وينصح باتباع
الآتى :-

١- قطع دابر الفساد من أصله، فكل موضوع أو نقاش يطرح وفيه
رائحة الفتنة والخيانة لهذا الدين والمساس بكرامة الناس والعلماء
خصوصا يشطب ويشطب صاحبه .

٢- تشجيع الخير وما يدعو إلى وحدة المسلمين وما فيه بيان للحق
والعدل .

٣- شطب المشاركات الهزيلة والتي لا فائدة منها حفظا لأوقات الناس .

٤- لابد من الالتزام بحقوق الكاتب وعدم الاعتداء على طرحه من غير
الرجوع إليه إلا في حالة الإساءة أو مخالفة ضوابط الكتابة في ذلك
الموقع .

٥- الفصل في النزاعات القائمة بين المشتركين في المواضيع والقضايا
المطروحة وذلك بالرجوع إلى أهل العلم .

ورغم ذلك فهناك المتنديات الإسلامية نلمس فيها بعض المشاركات
الدعوية والأفكار الإصلاحية من البعض ، وهذا توفيق من الله فجزاهاهم الله
خييرا .

لكن أيضا توجد الكثير من المتنديات تملوها سمات الغفلة والضياح .
رغم وجود دواعي الإصلاح الملحة في مثل هذه المواقع ، هؤلاء يحتاجون
إلى كلمة صادقة وتذكير بالمعروف وعبرة رقيقة وموعظة مؤثرة وإزالة
لبس وكشف شبهة . وقد يكون لواقع دعوتك أثرا في نقلهم من الكفر إلى
الإيمان، أو من الغفلة إلى الحق.

ج- غرف الدردشة :-

أحد أشكال الاتصال الجمعى المعاصر ، ويوفر إمكانية عقد المسلمات "الدردشة" أو التحدث مع الآخرين من خلال برنامج **Internet Relay Chat (IRC)** ، ويتم هذا الحديث عن طريق الكتابة وليس الكلام ، بمعنى أن يكتب المشترك فى هذه الخدمة ما يريد ثم يتلقى الرد على سؤاله أو استفساره على شاشة العرض "المونيتور" ولكى تتم المسامرة "الدردشة" يحتاج المشترك إلى IRC-Chlint وهو عبارة عن برنامج Software يربط المشترك بالخادم أو المستول عن المسامرة Server .

والدردشة من خلال برنامج I.R.C هى نظام متعدد المستخدمين يتيح التواصل بشكل فورى عبر الإنترنت ، وقد تم تطوير هذه الخدمة فى فنلندا عام ١٩٨٨ . وللانضمام إلى هذا البرنامج يجب أن يكون لديك برنامج العمل Client program على حاسبك الشخصى أثناء اتصالك بالإنترنت، وبعض الإصدارات الحديثة من هذه البرامج قادرة على تدعيم خدمة عقد المؤتمرات عن بعد بالصوت والصورة بجانب دعمها للمحادثة من خلال لوحة المفاتيح^{١٢} .

وتعد غرف الدردشة باب واسع للخير فى مجال الدعوة وذلك إذا ما أحسن استخدامه من قبل المتسامرين.. ولكنه فى نفس الوقت كثير الأخطاء والمحاذير.. وخاصة بالنسبة للمرأة التى قد تتعرض للإثارة من قبل البعض.. ولأهمية دعم مسيرة الدعوة النسائية على الشبكة لا نقول بإغلاق الباب سدا للذرائع، ولكن نوصى المرأة بضرورة التعامل بحذر مع الرجال، وتتجنب التفتيح والمثيرات.. وللرجل أيضا أن يتحلى بالتقوى والخلق

الفاضل وينأى بنفسه عن السفاسف والمثيرات.. وألا يجعل حديثه مشجعا
بالعاطفة، ويفضل ألا تحدث المرأة أو تكاتب إلا من تعرف صلاحه .

د - المواقع الإليكترونية :-

عبارة عن صفحة خاصة على شبكة الإنترنت تصمم بحيث تستخدم
كواجهة عرض تقدم للمستخدمين كافة المعلومات التي يريدون معرفتها
ويشتمل الموقع إلى جانب النصوص على الصور والرسوم والخرائط، كما
يزود بالصوت الناطق والموسيقى المصاحبة والألوان وكافة عوامل الجذب
المختلفة . وعند إنشاء الموقع يتم الإعلان عنه على الإنترنت ومن خلال
الجرائد والمجلات والبريد الإليكتروني والإعلانات وكافة المطبوعات
الأخرى . وبالنسبة للمواقع الإسلامية على الشبكة فهي عديدة ومتنوعة
ومتشابهة المضمون ومنها ما هو حكومي أو شبه حكومي ومنها ذى
الصفحة الخدمية والعديد منها مجهول الشخصية.. وأكثر ما تقدمه هذه
المواقع هي الخدمات المعرفية متمثلة فى المكتبة الإليكترونية .

وفى دراسة للمهندس أشرف صلاح الدين عن المواقع الإسلامية على
الشبكة يقسمها إلى الأقسام الآتية^{١٣} :-

- مواقع القرآن الكريم والصوتيات .
- مواقع جهات ومؤسسات إسلامية ودعوية إسلامية .
- مواقع جهات بحثية إسلامية لخدمة الباحثين .
- مواقع بوابات إسلامية شاملة .
- مواقع شخصيات إسلامية .
- مواقع شخصية فردية .
- مواقع متفرقة .

ويحذر الباحث من وجود مواقع محسوبة على الإسلام والمسلمين تتحدث عن الإسلام من وجهة نظر ديانات أخرى وليست ذات محتوى جيد. ومن وجود مواقع تحمل أسماء إسلامية ولكن محتوياتها بعيدة كل البعد عن الإسلام مثل موقع "الله أكبر" الذي أطلقه أحد النوادي الليلية الإسرائيلية الإباحية وتدخلت عدة جهات إسلامية للضغط على الجهة المستولة عن تسجيل أسماء المواقع لتغيير الاسم وتم ذلك بالفعل .

وفي هذه الدراسة يلاحظ الباحث بالنسبة للمواقع الإسلامية ما يلي^{١٤}:-

معظم المواقع يتم استضافتها في أمريكا أو دول أوربية ومعظمها تترك نواحي الحماية الأمنية وتأمين محتويات الموقع للشركات المستضيفة .
محتويات المواقع التي أنشئت بمجهود شخصي فردي إستاتيكية المحتوى بمعنى أنه لا يتم تحديثها بصفة دورية .

الكثير من المواقع الإسلامية على الشبكة تحتوي تكرارا لموادها وتشابها في المحتوى.

باستثناء عدد قليل من المواقع التي تعد على أصابع اليد التي تقوم بدور تفاعلي بينها وبين زوارها، فمعظم المواقع تفتقر لهذه النقطة بل ولا ترد على رسائل البريد الإلكتروني لزوارها، والمواقع الإسلامية الحكومية باستثناء القليل منها تقوم إما بالتعريف بأنشطة الجهة الإسلامية صاحبة الموقع ووسيلة الاتصال بها، وتفتقر إلى أساليب التحديث والتطوير لمواكبة التقدم الهائل في تقنيات العصر .

ويرى الباحث أننا في حاجة إلى جهد أكبر لتوحيد الجهود من خلال إنشاء جهة عليا تتبع أحد المنظمات العربية أو الإسلامية للتسيق بين

المواقع الإسلامية على الإنترنت وتغذيتها بالمعلومات والتنسيق بينها وإمدادها بقائمة للمواقع الإسلامية التي تنضم للشبكة العالمية كل ساعة. وبالإضافة إلى ذلك فلا بد من الاعتماد على المنطق العلمي في تحديد القضايا التي تناولها هذه المواقع بحيث لا تعرض إلا بطريقة علمية مدروسة بعيدا عن الكتابات السطحية الهزيلة.. وأن يكون هناك تقارب في الرؤية المنهجية ولا بد من إعمال فقه الأولويات في عرض القضايا فلا تعظم القضايا البسيطة وتمش الأمور العظيمة، وهذه مهمة أساسية لعلماء المسلمين في اجتماعاتهم ومؤتمراتهم .

كذلك من ناحية أخرى لا بد من الارتفاع بمستوى إعداد الدعاة وتدريبهم لإجادة استخدام هذه التقنية.. وفتح الباب لكافة المسلمين الراغبين في تعلم هذه التقنية وتزويدهم بالمعارف اللازمة من خلال إنشاء الجامعات الإسلامية المفتوحة ومن خلال مراكز التدريب المتخصصة والمؤهلة لإعداد الدعاة وغيرهم على استخدام وتوظيف هذه التقنية الحديثة بوسائلها لخدمة الدعوة الإسلامية .

كما نحتاج قبل التفكير في إنشاء مواقع جديدة إلى علاج جوانب القصور عى المواقع السابقة، وتحقيق التكامل والربط بين هذه المواقع تحقيقا لتكاملية الإسلام وشموليته ومنع تشتت الجهود.. وأن يقدم الموقع جديدا لم تتضمنه المواقع القائمة وأن يرتبط بها أيضا للاستفادة منها .

وسائل الاتصال الجماهيري والدعوة الإسلامية :-

١- الوسائل المقروءة : وتشمل وسائل عديدة أهمها الجرائد والمجلات والكتب والنشرات والكتيبات .

أ - الجرائد والمجلات :-

يصدر في الوطن العربي عدد كبير من الجرائد والمجلات غير الدينية فضلا عن الصحف والمجلات التي تصدر خارج الوطن بلغة عربية ويملكها مسلمون.. بالإضافة إلى الصحف الدينية العامة والدوريات الدينية المتخصصة.. وبالتركيز على الصحف غير الدينية يلاحظ أنها تساهم بصورة عامة في تحقيق رسالة الإعلام الديني.. إما بتخصيص أبواب ثابتة ودورية للفكر الديني أو بالدعوة للمبادئ التي يدعو لها الإعلام الديني المتخصص . لكن من ناحية أخرى يلاحظ وجود مشكلات تواجه الإعلام الديني الصحفي منها :

١- نشرها لآراء تخالف الدين مخالفة صريحة في الوقت الذي تخصص فيه أبوابا ثابتة للفكر الديني .

٢- نشر إعلانات تحتوي على صور فاضحة .

٣- قلة نسبة المساحة التي تفرد لها للفكر الديني .

٤- لا ينطلق الخطاب الديني في المؤسسات الصحفية من خطة منظمة للتوعية الدينية ويفتقد في الوقت نفسه التنسيق مع المؤسسات الإعلامية والدعوية الأخرى^{١٥} .

٥- التركيز على الكتابات والدراسات الدينية النمطية والابتعاد في أغلب الأحوال عن معالجة المشكلات التي تمس واقع الحياة في المجتمع الإسلامي من المنظور الديني . وإن كانت المجلات المتخصصة تساهم في هذا المجال بدور كبير لكن جمهورها محدود بالقياس إلى الصحف العامة .

ومسئولية المؤسسات الصحفية في مجال الإعلام الديني تتمثل في:

١- بحث ومعايشة مشكلات المجتمع الإسلامي وقضاياها المختلفة ومعالجتها معالجة إسلامية واعية .

٢- الاتصال بالصادر الإعلامية في الداخل والخارج لمواكبة الأحداث المحلية والعالمية التي تمه المجتمع الإسلامي والموقف الإسلامي .

٣- الاهتمام بالجانب التربوي للنشء المسلم من خلال إنشاء صحف دينية مستقلة أو تخصيص ملاحق أو صفحات تخاطب النشء على اختلاف أعمارهم وفتايم بما يتناسب من الأساليب الإعلامية .

٤- حسن اختيار وإعداد الصحفي أو الكاتب المتخصص في الشؤون الإسلامية ١٦ .

٥- تحرير الأخبار وكتابة التعليقات والتحقيقات بما يتفق وخدمة الإسلام ضمناً .

٦- تعريف الجمهور بأصول وأحكام الدين الإسلامي والكشف عن جوهر الدين وإزالة الشوائب التي يلصقها البعض ظلماً بالدين ومحاربة البدع والخرافات .

٧- الرد على التساؤلات والاستفسارات الدينية مدعومة بوجهات نظر وفتاوى العلماء والباحثين الإسلاميين ١٧ .

ب- الكتب والكتيبات :-

تزخر المكتبة الإسلامية بكم هائل من الكتب والمؤلفات الدينية المتنوعة والتي تعتبر المرجع الفنى لكل قارئ أو كاتب أو باحث أو مثقف، كما يوجد بالإضافة إلى ذلك كم كبير من الكتيبات والنشرات التي تصدرها

الهيئات والمؤسسات الدعوية والأفراد والمهتمين والتي تتناول قضايا وشئون دينية مختلفة وبأسلوب سهل .

ولكن تعاني هذه الكتب من قلة التوزيع إذ يتراوح المطبوع عادة من مائة نسخة إلى عدة آلاف فقط وتوزع في عدة أعوام فضلا عن ارتفاع أسعارها لتزايد التكاليف سنويا .

الوسائل المقروءة والنشر الإلكتروني :-

وللاستفادة من التقدم في مجال تكنولوجيا الاتصال بالنسبة لوسائل الاتصال المقروءة الصحف والمجلات والكتب والكتيبات.. الخ يمكن الاستفادة من إمكانيات النشر الإلكتروني.. والإنترنت بإصدار الصحف الإلكترونية¹⁸ الدينية أو إعادة بث الصفحات الدينية بالصحف العامة والصحف والمجلات الدينية على مواقع خاصة بها على الشبكة الأمر الذي يساعد على وصول المعرفة الدينية إلى عدد غير منظور من الناس، وعلى تحظى حواجز الزمان والمكان، وبما يتيح للمستخدمين التواصل بالصحف والإجابة عن تساؤلاتهم فضلا عن تكلفته المحدودة والسرعة العالية في الإنجاز مع ضمان الجودة والكفاءة العالية وبأقل جهد .

ونفس الشيء أيضا بالنسبة للكتب وبصورة خاصة القرآن الكريم وكتب السنة والكتب الدينية الأخرى.. مع الاهتمام ببث ترجمات لها في المواقع الإسلامية المتخصصة . وبذلك تسهل على ملايين المسلمين في شتى بقاع المعمورة التعرف على الدين الصحيح والرجوع إلى مصادره الأصلية. كما يمكن الاستفادة من صور النشر الإلكتروني الأخرى بالنسبة للوسائل المقروءة من خلال بث خدمات غير تفاعلية مثل التليتكست وخدمات تفاعلية مثل الفيديو تكست والبحث المباشر وخدمات منفصلة

مثل اسطوانات الفيديو وديسكات الكمبيوتر "السيديات C.D" وهى شرائط يمكن عرضها بأجهزة الكمبيوتر.. وتتضمن برامج القرآن الكريم والأحاديث والفتاوى وكتب التراث والكتب المتنوعة المختلفة فى الأدب والقصة والشعر .

ولاشك أن الاستفادة من مجالات النشر الإلكتروني غير الأقراص المدججة والنشر الإلكتروني عبر الإنترنت للدعوة الإسلامية سيساعد على الوصول إلى جمهور هائل.. فضلا عما يتمتع به النشر الإلكتروني من مزايا فريدة تجعله من أنسب الوسائل لبث الدعوة دون شروط.. خاصة وأن هناك استغلال مكثفا من قبل غير المسلمين^{١٩} للاستفادة من هذه التقنية الحديثة فى خدمة عقائدهم.. فهذا بابا الفاتيكان يهتم شخصا بالإنترنت والنشر الإلكتروني للمسيحية وأفكارها وعقائدها ويقول : يجب على الكنيسة أن تفيد من كل تطور تكنولوجى للتبشير بالمسيحية.. وقام فى عام ١٩٩٥م بالفتح موقع للفاتيكان على الإنترنت لنشر ترجمات الإنجيل إلى كل لغات العالم.

٢- الوسائل المسموعة والمرئية :-

وتشتمل على وسائل عديدة أهمها الإذاعة المسموعة والمرئية والسينما وشرائط الكاسيت والفيديو .

أ - الإذاعة المسموعة :-

أوسع وسائل الإعلام انتشارا ، وأكثرها شعبية وجمهورها هو الجمهور العام بجميع مستوياته ، فستطيع الوصول إليه مخترفة حواجز الأمية والعقبات الجغرافية والقيود السياسية التى تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام .

وتتخذ الإذاعة للوصول إلى جمهورها أشكالاً اتصالية مختلفة مثل التمثيلية والريورتاج الإذاعي والإعلان والأغنية .

وباستعمال الموسيقى والمؤثرات الصوتية يمكن هيئة ذهن الجمهور لتلقى الرسالة الإعلامية وخلق الجو النفسى المناسب لتقبل الفكرة والاقتناع بها . إلا أنه يجب ألا يغيب عن الذهن أن فترات اليوم تختلف من حيث مناسبتها للموضوعات المختلفة ، فما يصح إذاعته في الصباح لا يصح في المساء، ويلاحظ إلى جانب ذلك أن تكلفتها أعلى منها في حالة الصحف أو المجلات وأقل من السينما والتلفزيون .

وتمتاز إلى جانب ذلك بدف الصوت البشرى وتأثيره، وهذا يجعلها أكثر الوسائل قدرة على الاستهواء والإيجاء وبخاصة مع قليل الحظ من الثقافة، بالإضافة إلى الإحساس الجماعى الذى يتوفر لجمهورها مهما تباعدت أماكنه، ومع ذلك فالإذاعة في مجال الإعلام لا تغنى عن الاجتماعات والمطبوعات والموضوعات في الصحف والزيارات الشخصية ، فهي وسيلة لزيادة مفعول هذه الوسائل جميعا .

وتمتاز الكلمة المذاعة بإمكان تسجيلها وإعادة إذاعتها أكثر من مرة ، فتكتسب في كل مرة قوة إضافية ، فضلا عن قدرتها على بث الاهتمام بالمسائل العامة وفي سرعة تجميع الجماهير حول رأى معين وخاصة أوقات الأزمات^{٢٠} بالصورة التى نجدتها في البرامج التى تحشد لها كافة وسائل الجذب والإثارة والتنوع في استخدام الفنون الأخرى كالحوار والمنوعات الثقافية والتمثيليةات .

ومن الناحية الدعوية، نلاحظ بالنسبة للإذاعة العامة والتلفزيون أن نفس الإذدواجية القائمة بالصحف العامة موجودة أيضا في الإذاعات العامة على مستوى الكثير من بلدان العالم العربى، فالبرامج الدينية محصورة في

مساحة ضئيلة من خريطة الإذاعة اليومية وفيها يتم فقط الالتزام الدينى.. ولا تخرج عن أشكال محدودة، كالحديث الدينى والندوة الإذاعية الدينية وبرامج الفتاوى ولم يتم استثمار إمكانيات الفن الإذاعى فى هذه البرامج . وهناك إذاعات إسلامية عامة تلتزم التزاما كاملا بالتوجهات الإسلامية وفى نفس الوقت تقدم مختلف الأشكال البرمجية لكن فى إطار إسلامى سواء كانت تلك البرامج اجتماعية أو ثقافية أو ترفيهية أو أحاديث ودراما وموسيقى وغناء وبرامج حوارية كإذاعة المملكة العربية السعودية .

بالإضافة إلى الإذاعات الإسلامية المتخصصة وهى إذاعات تديع على مدى ساعات إرسالها قراءات من القرآن الكريم والأحاديث النبوية وشرحا وتفسيرا لقواعد الدين الحنيف كما تقدم برامج عن القيم السلوكية الإسلامية وذلك مثل إذاعة القرآن الكريم من القاهرة. وإذاعة القرآن الكريم من مكة المكرمة والرياض وإذاعة نداء الإسلام والتي بدأت باسم صوت الإسلام وبثت برامجها من مكة المكرمة .

وفى رأينا أن وجود إذاعة إسلامية متخصصة أمر ضرورى لتلبية احتياجات الجمهور المتخصص لكن بالنسبة للإذاعات العامة فى المجتمعات الإسلامية فالمفروض أنها تنطلق من مجتمعات تنص دساتيرها وموائيقها أنها تحكم بالشريعة الإسلامية، ولا بد لهذه الإذاعات فى هذا الإطار أن تنطق باسم الإسلام عقيدة وفكرا فى كل ما تقدمه من مواد إعلامية مسموعة أو مرئية بما يخدم المسلمين وقضاياهم ويؤدى إلى نشر الفكر الدينى ويلبى متطلبات المستجدات الحياتية فى قطاعات السياسة والثقافة والعلم والاقتصاد والاجتماع.. وتتصدى فى الوقت نفسه لدعوات الإلحاد والانحلال الخلقي والغزو الثقافى والفكرى، حماية للذات وللوجود العربى والإسلامى كله .

وفي موثيق الشرف الإذاعي والإعلامى لكثير من البلدان الإسلامية نجد مواداً تنص على ذلك ، وإن كانت تحتاج إلى تفعيل من ذلك ميثاق الشرف الإذاعي لاتحاد الإذاعة والتليفزيون المصرى والذي تضمن بيان الواجبات ومنها^{٢١} :-

• يجب أن تؤكد البرامج على القيم الدينية والأخلاقية التي يقوم عليها المجتمع المصرى كما تشجع التقاليد الصالحة التي ورثها الشعب على مدى تاريخه الطويل.

• يجب أن تحرص البرامج على اعتبار مكارم الأخلاق والعمل المخلص والالتزام بمبادئ الدستور الأخلاقية والاجتماعية معياراً للتفاضل بين الناس.

• يجب أن تحرص البرامج على تقديم الفن الرفيع والفكر الجاد وعلى الترفيه البعيد عن الإسفاف والابتذال .

• يجب أن تعنى البرامج بالتراث القومى العلمى والثقافى فى عصوره المختلفة وخاصة دور الحضارة الإسلامية فى إثراء الإنسانية وإبراز قدرتها على تجديد العطاء .

• يجب أن تعنى برامج الأطفال بتأكيد احترام الآباء والعرف والأخلاق والسلوك الحميد مع عنايتها بتنمية متوازنة لشخصية الطفل علمياً وثقافياً وتربوياً وأخلاقياً .

وبالنسبة للإذاعات الموجهة للجمهور خارج العالم الإسلامى فلا بد أن تكون محل اهتمام كل الدول الإسلامية.. فهناك الإذاعات الدولية الموجهة من القاهرة ومن وظائفها التعريف بمبادئ الإسلام وتعاليم الدين الإسلامى . مع التركيز على الجوانب الإنسانية والحضارية التي يدعوا إليها الإسلام وإبراز دور الحضارة الإسلامية فى تطور فروع العلم والمعرفة والرد

على الاقتراحات الموجهة من المسلمين في الخارج بالإضافة إلى برامج تعليم اللغة العربية^{٢٢} .

وقد أتاح استخدام القمر الصناعي الفرصة لبث هذه الإذاعات عبر قنواته الإذاعية لزيادة قدرتها على الانتشار والوصول بوضوح إلى كافة أرجاء المعمورة .

ويلاحظ أن الكنيسة ومؤسسات التنصير فطنت منذ وقت مبكر إلى أهمية الإذاعة بالراديو وقد جاء التعبير عن ذلك بقولهم "إن كل جهاز ترانزيستور قد يصبح مبشرا بالمسيح. وأن هذا الجهاز الذي ساعد الناس على سماع كلمة الإنجيل ينبغي أن يكرس لخدمة الله" .

وفي سبيل ذلك قامت عشرات الهيئات والمنظمات الإذاعية المسيحية في أنحاء متفرقة من العالم بإنشاء المحطات الإذاعية وتبادل البرامج والحوارات والاستشارات والخبراء وعقد المؤتمرات وتنفيذ التوصيات وعقد الندوات العلمية وإقامة الدورات التأهيلية والتدريبية للكوادر والعناصر التي تعمل في هذه المحطات وإجراء البحوث والدراسات على جماهير المستمعين للكشف عن مدى تأثير هذه المحطات وفعاليتها، فضلا عن تقويم وتطوير خططها وبرامجها . ومن هذه المؤسسات الرابطة الكاثوليكية للراديو والتلفزيون ومقرها سويسرا، والرابطة العالمية للإذاعة المسيحية ومقرها جنيف، والاتحاد العالمي للاتصالات المسيحية بلندن ، وجمعية التنصير العالمية بالراديو بنيوجرسي بالولايات المتحدة^{٢٣} .

ولاشك أن الإسلام والمسلمين كانوا في مقدمة الأغراض المستهدفة بهذا النشاط، وواجبنا هو مواجهة التحدي وبنفس الأسلوب العلمي الذي استخدمونه.. لأننا أصحاب دعوة تفرض علينا أن تكون عن بصيرة كما أمرنا المولى سبحانه وتعالى .

ب- الإذاعة المرئية "التلفاز" :-

من أكبر الوسائل الإعلامية تأثيراً على الجمهور لما اجتمع لها من مقومات الجذب والتأثير المختلفة.. وعلى الرغم من أن التلفاز ساعد على تطوير الفنون الإعلامية في كل المجالات إلا أن مجال الإعلام الديني لم يحظ بنصيبه المفروض .

كل ما حدث هو انتقال أو تكرار للبرامج الإذاعية إلى شاشة التلفاز فأضيفت الصورة إلى الصوت في الندوة الإذاعية وبرامج الأحاديث والفتاوى.. ولم نحسن الاستفادة من الإمكانيات الهائلة للصورة . رغم أنها تنطبع في الذهن بعكس الكلمة.. مثلاً صورة الحجيج يطوفون حول الكعبة وما تتركه في النفس من تأثيرات، تعد أبلغ دليل على تأثير الصورة الحية والذي يفوق كل وصف .

ولذلك ظلت الدعوة الإسلامية في التلفزيون تعاني من نفس المشكلات القائمة بالإذاعة المسموعة كما أشرنا سابقاً. وزاد من هذه المشكلات تزايد تقنية البث التلفازي في الوقت الذي لم تتوافر لأغلب الدعاة القدرات الفنية لفهم وتوظيف هذه القدرات لخدمة الدعوة، وكذلك فقدان القدرة على إنتاج البرامج التلفازية القادرة على الجذب والتأثير والمماثلة للبرامج الأخرى المحلية والمستوردة . ومن ناحية أخرى فقد رضى التلفزيون لنفسه^{٢٤} أن يدخل عصر هوة الدعوة غير المتخصصين والذين لا تتعدى ثقافتهم بعض القراءات الهامشية إلى جانب تخصصاتهم الأصلية في الزراعة أو الطب أو الهندسة أو التجارة ويقدمهم على أنهم دعاة.. وللأسف استطاع بعض هؤلاء إهمار المشاهدين وتحقيق شهرة كبيرة مكنتهم من احتلال مراكز بالقنوات الفضائية ومن إغراق

الأسواق بأشرطة تسجيل تتضمن فتاوى حسب الطلب لإرضاء المشاهدين واستغلال نزواتهم ياغراقهم في غيبات وأوهام أبعد ما تكون عن العقل والمنطق وصحيح الدين . وذلك خلافا لما كان عليه التليفزيون في الستينيات والسبعينيات حينما كان يعتمد على نخبة من أعلام الفكر الإسلامى أمثال الشيخ أحمد حسن الباقورى والشيخ محمد أبو زهره والدكتور عبد الحلیم محمود والشيخ على الخفيف وغيرهم .

وقد استفاد التليفزيون من التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال والأقمار الصناعية فظهرت القنوات الفضائية عبر الأقمار الصناعية والتي تزيد الآن عن ٥٠٠ قناة عامة فضلا عن القنوات المتخصصة.. وهناك القمر الصناعى المصرى والعربى وعشرات القنوات العربية والتي انتقلت بفضلها إلى فضاء أرحب وأوسع وجمهور أعرض، ولكن بنفس التناقضات والمضامين القائمة بالقنوات المحلية بل زاد عليها التنافس على الجمهور بالمزيد من عرض البرامج المستوردة التي لا تتفق مع مبادئ الإسلام، وبأغاني الفيديو كليب بما تتضمنه من إثارة جنسية وشهوانية للشباب وبمختلف الأشكال، وتفوقت في ذلك القنوات اللبنانية .

أما القنوات ذات الطابع الإسلامى فمحددة مثل قناة اقرأ والنار والمجد.. ولمواجهة هذا التحدى يشير العلماء^{٢٥} إلى ضرورة إنشاء قمر صناعى إسلامى للاتصال واستخدام هذا القمر لخدمة الإسلام والمسلمين، لإشباع الاحتياجات الأساسية للمسلمين، ولمواجهة التحديات المختلفة وبخاصة القمر الصناعى الإسرائيلى الذى يمثل شوكة في قلب العالم الإسلامى.. خاصة وانه مقرر له أن يغطى المملكة العربية السعودية ومصر والعراق وسوريا ولبنان وليبيا والسودان وإيران وتركيا.. أى منطقة قلب العالم الإسلامى .

وكما أشرنا سابقا فنحن لا نحتاج إلى موائيق جديدة ولا أهداف جديدة.. فالموائيق قائمة والأهداف التي حددها التلفزيون للبرامج الدينية معروفة.. ولكن نحتاج كما يقول الصحفى محمد إبراهيم بجريدة الأهرام إلى أساليب جديدة ومنها^{٢٦} :-

• مطلوب أن يكون الخطاب الدينى عنصرا أساسيا من عناصر الرسالة الإعلامية للتلفزيون، ولا يقتصر تركيز البرامج والمسلسلات الدينية على المواسم والمناسبات فقط كما يجب أن يعاد النظر فى مواعيد بث هذه البرامج ، حتى لا تكون مجرد دقائق ملء الفراغات "الميتة" من ساعات الإرسال التلفزيونى .

• تحقيق التوازن عند إنتاج البرامج الدينية فيما يخص بالفترة الزمنية لهذه البرامج . فمن الضرورى الإكثار من البرامج ذات التأثير الأقوى على المشاهدين مثل : الندوات الدينية والأعمال الدرامية وسير الشخصيات الإسلامية وبرامج المسابقات وغيرها ، مع التقليل من البرامج القصيرة ذات المعالجات الهامشية ضعيفة التأثير .

• الدعاة الإسلاميون وضيوف البرامج الدينية يجب أن يكونوا من المتخصصين فى العلوم الإسلامية مع عمل دورات تدريبية لهم حول كيفية مخاطبة جمهور المشاهدين للتلفزيون .

• زيادة مساحة برامج القرآن الكريم للتلاوة والتفسير والمساعدة على حفظ واستظهار الآيات القرآنية ، وعدم الاقتصار على تلك الدقائق فى بداية ونهاية الإرسال ، حيث لا يوجد معظم المشاهدين أمام التلفزيون فى تلك الأوقات .

• إذا كان الهدف من إذاعة الآذان فى مواقيت الصلوات هو أن يتوقف المشاهد لأداء الصلاة ثم يعود مرة أخرى للمتابعة ، فالمطلوب أن يذاع

الآذان من جميع القنوات ، ولا يقتصر على مجرد التنبيه ، كما يحدث في القناة الثانية .

• المواجهة الجدية لما يثار من الخراءات ومغالطات ضد الإسلام — سواء عن جهل أو سوء نية — ويحتاج ذلك إلى متابعة يقظة لكل ما يذاع وينشر داخليا وخارجيا .

• لا شك أن رسالة التلفزيون الدينية ستكون أكثر عمقا وتأثيرا إذا تم توجيهها إلى فئات محددة عمريا حسب احتياجاقتهم مثل المرأة والطفل والشباب والمسنين وغيرهم .

وهناك بالإضافة إلى ذلك عوامل أخرى تساعد على زيادة فاعلية التلفزيون كوسيلة إعلامية للدعوة الإسلامية ومنها:-

١- أن تفرغ مجموعة مسلمة غيرة لتابعة ما يرى وما يسمع قبل أن يث ويكون لها الحكم الفوري النافذ.. وألا تقبل هذه المجموعة عملا فيه مساس بالمفاهيم الإسلامية ، فمن اتقى الشبهات فقد استبرأ لعرضه ودينه .

٢- أن يحاسب كل من يخالف في الكلمة أو الصورة أمرا إسلاميا محاسبة فورية حتى ترتفع في نفوسنا والقائمين على الجهات أمانة المسئولية قلل تعالى : { ما يلفظ من قول إلا لديه رقيب عتيد } سورة ق آية ١٨ .

ج- السينما :-

الإمكانيات الهائلة للسينما معروفة.. والتأثيرات الضارة الهائلة للسينما في المجتمعات الإسلامية معروفة، وتزايدت بفضل عرض قنوات التلفزيون والقنوات الفضائية لهذه الأفلام.. وبفضل استخدام أشرطة الفيديو.. وتعد الآن أحد أهم وسائل الغزو الثقافي الغربي بما تنقله من قيم وأفكار غير

مناسبة لمجتمعاتنا وبأساليب وصلت الغاية في الفن السينمائي تأليفا وإخراجا.. فهي واقع قائم وذو تأثير لا جدال في البحث فيه .

لكن الموقف من السينما عموما أخذ في التبلور في العالم العربي وليس من الصعب تحديد ملامحه.. وبالنسبة للمسلمين بشكل خاص.. فالمتدينون عموما لا يذهبون إلى صالات السينما لاعتقادهم بجرمة مشاهدة الأفلام المعروضة فضلا عن عدم ارتياحهم لجو الصالات السينمائية . وهناك جزء من المسلمين قريب من التدين يشاهد السينما بشكل محدد وانتقائي.. وبقية المسلمين يشاهدون السينما بشكل عادي وإقبال كبير حسب احتياجاتهم ومستوياتهم الثقافية والاجتماعية والمادية وحسب توافر دور السينما .

وعندما نوازن بين السينما والتلفزيون نلاحظ أن المتدينين أنفسهم يقتنون أجهزة التلفزيون والفيديو ويشاهدون الأفلام بشكل انتقائي غالبا.. وباقي المسلمين يشاهدون هذه الأفلام على قنوات التلفزيون والقنوات الفضائية وأشرطة الفيديو دون خروج^{٢٧} .

وفي تاريخ الإسلام مجالات كثيرة يمكن للسينما من خلالها أن تحقق أفضل الخدمات الإسلامية.. إن إنتاج أفلام تعرض للقصص القرآني.. وللفتوحات الإسلامية وللشخصيات الإسلامية البارزة سيرك انطباعات كبيرة لدى المشاهدين عن القيم الإسلامية والعلاقات البارزة في مسيرة الحضارة الإسلامية . كما أن عرض مشكلات العصر والحياة والإنسان وهمومه وآماله وطموحاته برؤية إسلامية يسهم في توجيه المسلمين إلى طرق مواجهة مشكلاتهم وعلاجها من المنظور الإسلامي .

والمشكلة التي ستواجهنا هنا هي إعداد الكوادر المسلمة المبدعة في مجالات الفن السينمائي والقادرة على توظيف هذا الفن لخدمة الدعوة الإسلامية .

ومشكلة الإنتاج والتسويق القادر على ملء الساحة الإعلامية بالإنتاج الكافي لملء الفراغ والاستغناء عن استيراد الأفلام" وعند الضرورة توضع ضوابط وشروط ملزمة " خاصة وأن الساحة الإسلامية بحكم ضخامتها قادرة على استيعاب حجم هذا الإنتاج الضخم وعلى توفير الربح الوفير للمنتجين ، ومن ناحية أخرى فإن تصدير هذه الأفلام وبثها على القنوات الفضائية الموجهة يمكن أن يحقق هدف الحوار التكافى ويقدم صورة صحيحة مشرفة عن الإسلام والمسلمين للآخرين في المجتمعات غير الإسلامية .

٤- الأشرطة المسموعة والمرئية :-

من وسائل الدعوة المهمة، والتي يحكم طبيعتها يمكنها أن تنافس الوسائل الجماهيرية الأخرى.. حيث أنه يمكن الاستفادة منها على أى حقل يكون فيها السامع وفى أى مكان أيضا، فى السيارة أو الطائرة أو القطار.. كما أنها تسمح بالانتقائية فالمستمع هو الذى يختار ما يسمعه أو يشاهده وفى الوقت المناسب له .

كما يمكن استخدامها فى نقل المحاضرات والخطب والندوات وتعكس الصلة الحميمة مع المتحدثين .

ونلاحظ على هذه الأشرطة فى الوقت الحالى أنها تكرر لما نسمعه فى الخطبة المسجدية أو الدرس الدينى أو الندوة فى الوقت الذى استفادت فيه الأشرطة المسموعة والمرئية ذات المحتوى الهابط والتي تخلو من القيم بل وتتصادم مع القيم الإسلامية من كافة مقومات الفن الإعلامى وكافة أساليب ومؤثرات التأثير.. ولذلك لابد من إعادة النظر فى طبيعة الشريط الإسلامى من حيث المحتوى ومن حيث المقومات الفنية ومن حيث الكوادر

القادرة على إعداده وإنتاجه وتسويقه وتمويله.. ليكون بديلا عن الأشرطة الأخرى وليحتل مكانته اللائقة في مجال الدعوة الإسلامية .
تطوير وسائل الدعوة التقليدية.

وسائل الاتصال الشخصي والجمعي:-

اختلفت الوسائل التي استخدمتها الدعوة الإسلامية لتوصيل الخطاب الديني إلى الناس وفقا لظروف العصر ومستجداته التكنولوجية وبالصورة التي ساعدت على انتشار الإسلام في كل أرجاء المعمورة .

وإذا بحثنا في وسائل إعلام عصر النبوة نلاحظ أن الرسول عليه الصلاة والسلام استخدم كافة الوسائل المتاحة في هذا العصر.. فقد اعتمد لتوصيل الدعوة الإسلامية كما أشرنا سابقا على وسائل الاتصال بالفعل من خلال تقديم يد العون والمساعدة للمحتاجين وزيارة المرضى وتبادل الهدايا والمشاركة في المناسبات الاجتماعية المختلفة للمسلمين . كما اعتمد وسائل الاتصال غير اللفظية كتعبيرات الوجه وحركات الجسم والتعبير بالأشياء المادية والتي تمثلت في جوانب كثيرة خاصة بالاحتفالات الإسلامية، وفي زى متميز للمسلمين، وفي تربية اللحية وقص الشارب . وفي استخدام الرسوم البيانية للتعبير، وأيضا استخدم صلى الله عليه وسلم الزيارات والاجتماعات والمقابلات والناقشات والمحادثات والخطابات والرسائل النبوية .

ومن وسائل الاتصال الجمعي استخدم الخطب العامة والدروس والاحتفالات والمعسكرات والغزوات. وقبل هذا كله القرآن الكريم كأعظم وسيلة إعلامية من لدن حكيم عليم والهدى النبوي الشريف ووسائل الاتصال الديني الأخرى المميزة للإسلام كالصلاة والخطب الدينية

في الجمعة والعديد والحج - والوسائل التي تؤكد التواصل الاجتماعي كالحج والزكاة .

وكان استخدامه صلى الله عليه وسلم لهذه الوسائل من خلال منهج دعوى متكامل تضمن الإعداد الحسن للدعاة وللرسالة الإعلامية الموافقة لظروف الجمهور ومتطلباته مع المتابعة المستمرة والتقويم المباشر لضمان تحقيق التأثيرات المرجوة وبدون إكراه أو ضغط من أى شكل كان ، وفي إطار مؤسسة إعلامية متكاملة تمثلت في المسجد النبوي الذي كان يـمـوج بالحركة ويلبي كل احتياجات المجتمع الإسلامي التشريعية والتعليمية والثقافية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية ويواجه في الوقت نفسه كافة التحديات التي تواجهها الدعوة الإسلامية .

وإذا انتقلنا إلى العصر الحديث سنلاحظ أن هناك تقدما ملحوظا في وسائل الاتصال سواء من حيث السرعة أو من حيث مدى الفاعلية أو من حيث التكاليف أو من حيث سهولة الاستخدام.. أو من حيث القدرات الإقناعية لكل من هذه الوسائل.

وفي مجالات العلاقات العامة والإعلام الأمني والإعلام السياحي والخدمة الاجتماعية، ومجالات التنمية المختلفة سنجد عشرات البحوث والدراسات التي تتناول وسائل الاتصال عامة والشخصي والجمعي بخاصة، وتبحث في قدراتها وإمكانياتها وأساليب توظيفها لتحقيق الفعالية لهذه الأنشطة، وقد كشفت هذه الدراسات عن تنوع كبير لهذه الوسائل في الوقت الراهن .

فإضافة إلى وسائل الاتصال بالفعل ووسائل الاتصال الغير لفظية توجد وسائل الاتصال الشخصي كالتليفون والتلغراف والتيلكس والفاكس والدوائر التليفزيونية المغلقة، وهناك التقارير والرسائل ولوحات

الإعلانات، وهناك الزيارات والاجتماعات والمقابلات والمناقشات والمحادثات. ومن وسائل الاتصال الجمعي توجد صحف الحائظ ومجلة المنشأة والنشرات والكتيبات والملصقات والندوات والمحاضرات والمؤتمرات والمناظرات والخطب والمعارض والاحتفالات والرحلات والمعسكرات.

ورغم الدراسات والبحوث التي يجريها العلماء لتوظيف إمكانيات وطاقت هذه الوسائل وغيرها لتلبية احتياجات أنشطة المؤسسات والأنشطة المجتمعية المختلفة، إلا أننا نلاحظ بالنسبة لمجال الدعوة الإسلامية ندرة الدراسات التي اهتمت بهذا المجال، بل ونلاحظ عدم تفعيل إمكانيات الكثير من هذه الوسائل، بل وعدم استخدام العديد منها في مجال خدمة الدعوة الإسلامية، لعدم وجود المؤسسات الراعية لممارسة أغلب هذه الأنشطة، ولجمود وظيفة المسجد على مجرد ممارسة بعض الأنشطة التعبدية، كما ستوضحه بعد قليل .

ولتحديد واقع استخدام الدعوة الإسلامية لمستجدات هذا العصر في مجال الاتصال الشخصي والجمعي وبالتالي محاولة البحث لتطوير هذه المستجدات لخدمة الدعوة الإسلامية ينبغي أن نشير أولاً إلى مجموعة من الملاحظات هي :-

١. عزلة المسجد عن حركة الحياة في المجتمع الإسلامي.. فبعد أن كان يمثل مركز القيادة والتوجيه والتصحيح لحركة المجتمع الإسلامي بأكملها، أصبح نتيجة التطور المادي والنمو السكاني ونشأة المجتمعات الحديثة وتعدد مؤسسات الخدمة بها في معزل عن حركة الحياة.. واقتصرت وظيفته على أداء العبادات فقط وبخاصة الصلوات والخطب الدينية والدروس الدينية عقب الصلوات.. ويلاحظ أن هناك بعض المساجد الكبرى حاولت الخروج من هذه

الدائرة الضيقة بتوسيع نطاق الخدمات للمجتمع المحلي من خلال تقديم العلاج الجماعي بالمستوصفات التي ألحقت المساجد.. وتوفير خدمة تعليمية من خلال المدارس الملحقة وأحيانا توجد ساحة للرياضة وقاعة للأفراح والعزاء .

٢. الفجوة القائمة بين جمهور المسجد والقائمين على شؤون الدعوة فليست هناك صلة قائمة بالفعل.. إذ يقبل الجمهور على المساجد انطلاقا من واجب الدعوة الدينية ثم يعودون من حيث أتوا بعد أداء الصلوات أو بعد الاستماع إلى الخطبة الدينية، والتي أصبحت تنقصها الكثير من المقومات وخاصة ملاحقة الاحتياجات المتجددة لجمهور المسلمين والتجاوب مع واقع الحياة في المجتمع المحلي، الأمر الذي جعل مئات الآلاف من المنابر على امتداد العالم الإسلامي بعيدة عن التأثير في الرأي العام، أو خلق رأي عام إسلامي تجاه المشاكل والتحديات والقضايا المختلفة التي تواجه المسلمين اليوم .

٣. افتقاد الرؤية المنهجية الواضحة.. فنسبة كبيرة من أئمة المساجد في العالم الإسلامي ينطلقون من رؤية شخصية وليسوا مؤهلين للدعوة، ورغم محاولة بعض الدول كمصر ضم كافة المساجد الأهلية لإشراف وزارة الأوقاف ووضع خطط منظمة للدعوة، إلا أن الواقع العام يفيد افتقاد التنسيق والتخطيط والرؤية المنهجية الواضحة الأمر الذي انعكس على واقع المسلمين بالفرقة والاختلاف والتشتت بين الآراء والمذاهب المختلفة وإعلاء شأن القضايا الأقل أهمية وتمييز القضايا الحيوية والملحة للمسلمين .

٤. اختلاف المنطلقات الفكرية والعملية التي تحدد توجهات كل من مؤسسات الدعوة والإعلام للوصول إلى الأهداف المطلوبة، رغم أنه

من المفترض أنهما يرتكزان على قاعدة معرفية وثقافية مشتركة مستمدة من طبيعة المجتمع المسلم ومن انعكاسات خصوصياته الثقافية، ورغم اعتمادهما على قنوات اتصالية مشتركة في الوصول إلى أهدافهما على الرغم من اختلاف الأشكال والأساليب والمضمون. ورغم الإدراك العام لأهمية الدعوة للارتقاء بالوعي العام للمجتمع من خلال المنهج الإسلامي ومنطلقاته الفكرية الداعية إلى توازن الاهتمامات الإنسانية واتساقها حتى لا تطفئ الجوانب المادية للحياة على جوانبها الروحية. وحتى لا يؤدي الاندماج في الجانب الروحي للحياة إلى توهم مثاليات لا وجود لها في الواقع الذي يعيشه الفرد بالشكل الذي يؤدي إلى انسحابه من هذا الواقع أو إعلان الحرب عليه بالتطرف والخروج على المجتمع^{٢٨}.

٥. أدى التقدم في العصر الحديث إلى تضخم الهيئات والمنشآت الحكومية والاقتصادية والاجتماعية وإلى تقعد المشكلات وتشابك العلاقات والمتغيرات بحيث أصبحت في حاجة إلى الاتصال الفعال الذي يساعده على خلق نوع من الاستجابة تجاه أهداف هذه المنشآت حتى تحقق أهدافها في كسب ثقة الجمهور وتأييده.. وتساوت في ذلك المؤسسات الحكومية كالوزارات والمؤسسات الاقتصادية والاجتماعية ونشأ من ثم علم العلاقات العامة الذي يعمل على تحسين الصورة الذهنية لهذه المنشآت لدى أفراد المجتمع بما يحقق الأمن والاستقرار والرخاء.

ولذلك وجدنا اهتمام هذه المؤسسات بالإعلام بأنواعه ووسائله المختلفة الجماهيرية والجمعية والشخصية وأخيراً التفاعلية كما أشرنا سابقاً.. ومن حيث التخطيط والإنفاق وإعداد الكوادر والإنتاج الإعلامي

التميز والتقويم والمتابعة.. واجتهد المتخصصون في البحث لتوظيف هذه الوسائل بما يلبي المتطلبات المختلفة، وحددت هذه الدراسات الطرق المثلى لتوظيف الإعلام ووسائله لخدمة أهداف هذه المنشآت . ولكن بالنسبة للإعلام الديني فقد اقتصرت هذه البحوث على دراسة جوانب مختلفة للإعلام الديني بوسائل الإعلام العامة.. وعلى دراسات قليلة لبعض المؤسسات الدعوة الإسلامية كوزارة الأوقاف. وظل الإهمال قائما لأسس توظيف وسائل الاتصال الشخصي والجمعي لخدمة الدعوة الإسلامية . كما ظل المسجد كمؤسسة إعلامية متكاملة بمعزل عن هذه الدراسات باستثناء الدراسات ذات الطبيعة التاريخية أو التي ركزت على جانب الاتصال الديني كوظيفة أساسية للمسجد .

وفي إطار دراستنا لتطوير استخدام وسائل الاتصال الشخصي والجمعي لنشر الفكر الديني، لا بد لنا من دراسة المسجد كمؤسسة إعلامية مركزية وراعية لهذه الأنشطة، كأساس للبحث في استخدامنا لهذه الوسائل، ولوسائل الاتصال الجماهيرية والتفاعلية بالمنظور الديني، وإعادة تفعيل دور المسجد ليحتل المكانة اللائقة به في المجتمع الإسلامي كموجه للتمية والتطور والسلام الاجتماعي وكراع للقيم الأخلاقية ضد موجات التطرف والإرهاب والانحلال .

المسجد كمؤسسة إعلامية مركزية :-

الأهمية الاتصالية للمسجد:

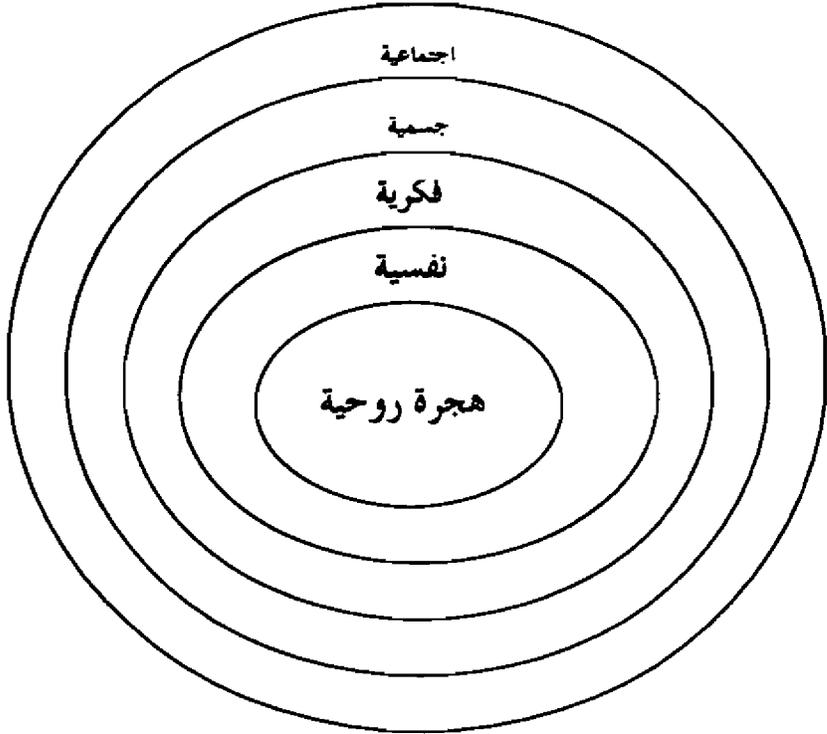
للحديث عن المسجد كمؤسسة إعلامية لا بد أن نشير أولاً إلى أسباب أهمية المسجد للمجتمع الإسلامي، ووظائفه، وتمثل الأسباب الخاصة بأهميته في النقاط التالية :

١ . إن المسجد في الواقع ليس إلا مركزاً للتجمع ونقطة للانطلاق تعلن فيه التعبئة الروحية الدائمة خمس مرات في اليوم ، وتعلن فيه التعبئة الروحية التوجيهية مرة في كل أسبوع.. وكان مع هذه التعبئة الروحية والثقافية في صدر الإسلام تعبئة عسكرية وتنظيم سياسي وإداري واقتصادي يشمل شئون الناس كافة دنيا ودينا ، إعداداً وتوجيهاً، ثم انفصلت التعبئة العسكرية لتجد لها مكاناً آخر بعيداً عن المسجد، وانفصل كذلك التنظيم السياسي والإداري والاقتصادي ليجد له مكاناً آخر.. وإن بقيت التعبئة الروحية في خطبة الجمعة وقليل من دروس الوعظ .

٢ . كانت حركة الحياة اليومية خاضعة لنظام المسجد وتوقيته، فالمسلمون يخفون من منامهم لاستقبال يومهم عندما يتبين الخيط الأبيض من الخيط الأسود من الفجر ويبدءون نشاطهم وانطلاقهم في شئون الحياة بالتوجه إلى خالق الحياة ومبدع الوجود، ثم يتقبلون في معاشهم يصارعون ما يعترضهم من عوائق ويهرعون أثناء هذا الصراع إلى ربهم سبحانه يسألونه العون مع كل نداء للصلاة، أن هلموا إلى الاستزادة من مدد السجود وتعبئة الروح لتضمنوا الغلبة والفوز ، فالمسجد للمسلمين إذن هو نقطة التجمع ومركز الانطلاق الذي ترتبط حركة الحياة اليومية بنظامه وتوقيته وشعائره وعباداته .

٣. يمثل المسجد كنقطة ارتكاز قوة جذب مركزية تجذب إليها الأفراد والجماعات في حركة دورية مستمرة تتكرر في اليوم والليلة خمس مرات ويتحرك المسلم بمقتضاها خمس حركات تتجمع صوب نسق واحد هو المسجد.. وترتبط بأداء شعيرة إسلامية هي الصلاة.. وهذه الحركات الخمس أو الهجرات اليومية الخمس تعد أحد الدعائم الأساسية لمكونات الطرف الاتصالي المسجدي وأنماطه الاتصالية، وأحد المحددات الهامة لخصائص الاتصال المسجدي ووظائفه . وهذه الهجرات الأساسية الخمس في حياة المسلم تعد تأكيدا لمعنى الهجرة النبوية الشريفة من مكة إلى المدينة.. وتأكيدا للمعاني السامية للهجرة، باعتبارها مبعث الأمل والانطلاق من الضيق إلى السعة، ومن الشدة إلى الأمل، ومن الضعف إلى القوة . وتأكيدا أيضا للارتباط الإيجابي بالواقع، والسعي للسيطرة على المتغيرات والظروف المحيطة.. مثلما كانت الهجرة النبوية الشريفة تأسيسا لواقع جديد يهيئ للدعوة الإسلامية فرصة الانطلاق والتحرر.. وهذا الارتباط بين البيئة والمسجد وبين معنى الهجرة يفسر لنا السبب في أن بناء المسجد كان أول عمل للرسول عليه الصلاة والسلام بعد الهجرة .

٤. إن نشأة التكوين المادي للمدينة الإسلامية تعكس التوافق بين الهجرة والمسجد ، فقد كان بناء المسجد أول عمل تال للهجرة ، أو بمعنى أدق مكمل لها باعتبارها المكان الذي تحقق للمسلم من خلاله الهجرات الخمس الأساسية المؤكدة لمعنى الحركة في تاريخ الدعوة . وهذه الهجرات هي هجرات روحية، ونفسية وفكرية وجسمية واجتماعية ، كما يتضح من الشكل التالي:



شكل رقم (٢١) بين الهجرات الخمس اليومية للمسلم

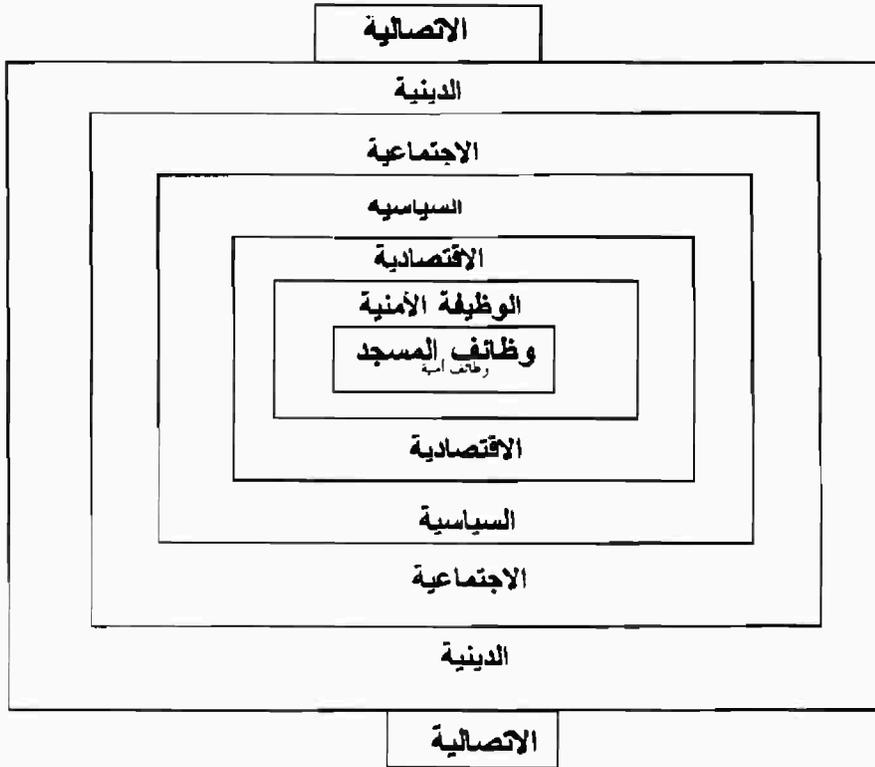
وتعد هذه الهجرات الخمس إحدى الدعائم الأساسية لمكونات الظرف الاتصالي المسجدي وأنماطه الاتصالية ، وأحد المحددات الهامة لخصائص الاتصال المسجدي ووظائفه . وإذا أضفنا إلى هذا صفة الموقع الاتصالي — وهو هنا المسجد وخصائصه — اتضح لنا الطبيعة الخاصة لخصائص الاتصال المسجدي وشموليتها المستمدة من شمولية المسجد وموقعه من البناء العقائدي للمسلم .

٥ . كان المسجد أول عمل إيجابي نحو إقامة الدولة في الإسلام، فكان الجامعة التجريبية التي تأخذ على عاتقها مهمة تحويل القيم والمبادئ الإسلامية إلى سلوك واقعي، وبحكم شمولية الإسلام لكافة جوانب الحياة السياسية

والاقتصادية والاجتماعية والدينية والثقافية والحضارية كانت الوظائف الأساسية للمسجد، وكان الموقع المتميز للمسجد باعتباره الممثل لروح الإسلام وشموليته. وكان منطقة القلب من المدينة الإسلامية.

وظيفة المسجد الاتصالية:

ولهذا تعدد الوظائف الاتصالية للمسجد وتتمازج وترتبط بوظائفه الأساسية الأخرى، وهي الوظيفة الأمنية وتأتي في مقدمة الوظائف باعتباره أساس حماية المجتمع المسلم من الفتن والانقسامات والشائعات، وأساس لمواجهة التحديات التي تواجه هذا المجتمع، والوظيفة الاقتصادية، والوظيفة الثقافية، والوظيفة الاجتماعية، والوظيفة الدينية، وكما يتضح من الشكل التالي^{٢٩}:



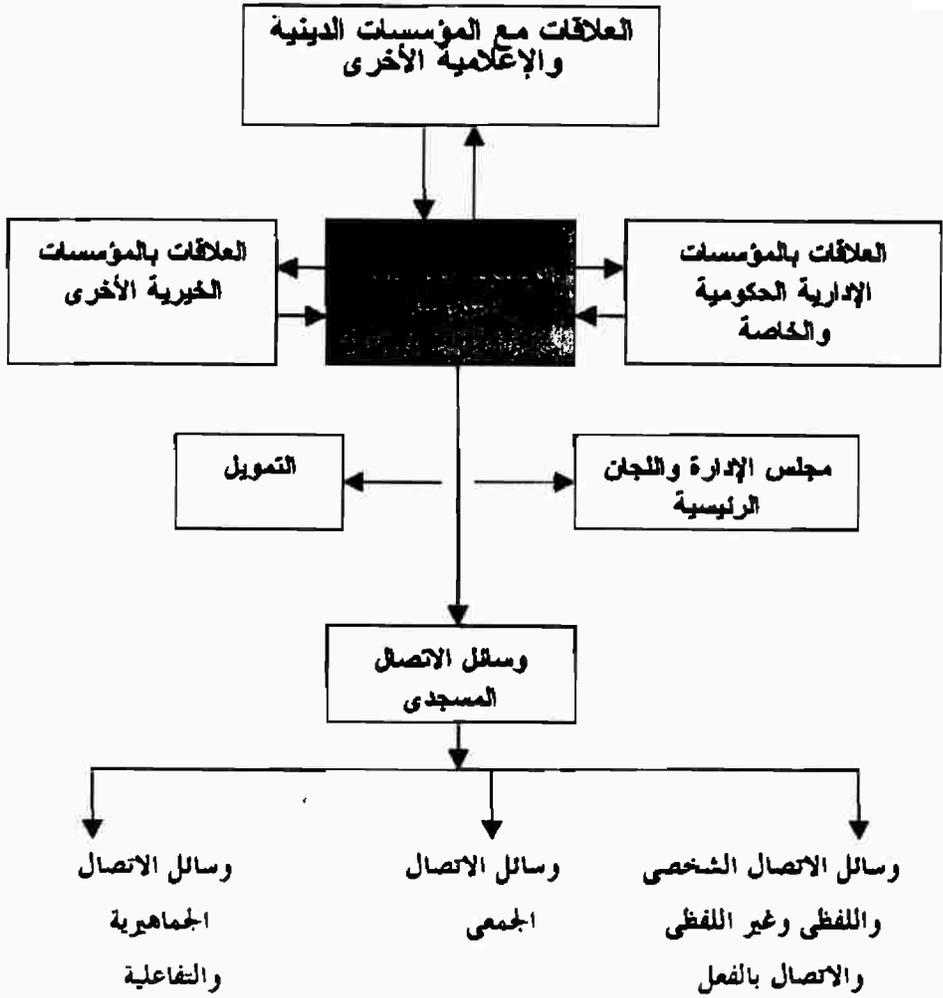
شكل رقم (٢٢) يبين وظائف المسجد الأساسية

وتكشف الوقائع والأحداث التي عاشتها الأمة الإسلامية أن المسجد فوق أنه ملتقى الركوع والسجود مؤسسة إعلامية متكاملة تواجه الناس دوماً بشعائر الإسلام وندائه وتلح عليهم بذلك كل يوم فتوقظ الوعي الإنساني مستهدفة إرساء طرح العقيدة الإسلامية وغرس مبادئها وتعاليمها في نفوس وعقول الجماهير^{٣٠} .

تصور لتطوير دور المسجد كمؤسسة إعلامية:

ولذلك فإن أول ما ينبغي للنهوض للدعوة الإسلامية عامة والإعلام الديني خاصة هو بحث الوسائل التي تدعم دور المسجد في قيادة حركة الحياة في المجتمع الإسلامي وبحيث لا يفصل المسجد عن تفاصيل ما يجري في الحياة اليومية للمجتمع .

ولعل التصور التالي للمسجد يعكس الصورة المثالية للمسجد في واقع الحياة اليومية للمجتمع الإسلامي، ويوفر للمسجد الفرصة كمؤسسة إعلامية لأداء وظائفه المختلفة ، وللإستفادة من كافة وسائل الاتصال الأخرى في تحقيق التفاعل بينه كمؤسسة إعلامية وبين المنشآت الإدارية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى، وكذلك بينه وبين المؤسسات الدينية والإعلامية الأخرى . والتصور الإداري لتفعيل هذا التطور ومصادر التمويل المختلفة . وذلك كما يتضح من الشكل التالي :-



شكل رقم (٢٣) يبين دور المسجد
كمؤسسة إعلامية متكاملة في المجتمعات الإسلامية المعاصرة

ولتوضيح دور المسجد كمؤسسة إعلامية متكاملة في المجتمع الإسلامي
المعاصر سنركز الحديث على الجوانب التالية :-
١- مجلس الإدارة واللجان الرئيسية .
٢- المسجد والمؤسسات الأخرى .
٣- وسائل الاتصال المسجدي من المنظور التكاملى .
أولا : مجلس الإدارة واللجان الرئيسية :-

يكون لكل مسجد مجلس إدارة برئاسة إمام المسجد وعضوية ٦
أعضاء يختارهم جمهور المسجد من صفوة المجتمع المحلى المتطوعين والراغبين
في عمل الخير.. وتكون مسئوليتهم تحديد السبل المختلفة لتطوير الأداء
الدينى للمسجد فى إطار الخطط العامة لوزارة الأوقاف، وتحديد الأنشطة
الثقافية والاجتماعية للمسجد وأوجه البر المختلفة والإشراف على تنفيذها.
ويعاون مجلس الإدارة فى أداء أعماله أربعة لجان يتم اختيارهم من بين
المتخصصين والمهتمين بشئون الدعوة والراغبين فى العمل التطوعى
الخيرى.. وهى :-

١- لجنة الاتصالات :-

وتتلخص أهدافها فى :-

- تلقى المكالمات والاستفسارات الدينية والرسائل البريدية وإعداد
الردود عنها من قبل المتخصصين .
- تلقى الاقتراحات والشكاوى الخاصة برواد المسجد والاتصال
بالجهات المحلية لحلها.
- التعرف على ذوى الحاجات والفقراء وتحديد احتياجاتهم.
- زيارة المرضى من أبناء الحى.

- المشاركة باسم المسجد في المناسبات المختلفة لسكان الحي.
 - الاتصال بالجهات الحكومية والمؤسسات والشركات والمصانع والمستشفيات والمؤسسات الأهلية لتحقيق أوجه مشاركة المسجد في تلبية احتياجاتها الدينية والاجتماعية . سواء بالمشاركة في الندوات أو المحاضرات التي تعقدها، أو بالمساهمة بالدعاة المتخصصين في المجالات المختلفة كحماية البيئة أو تنمية الوعي الادخاري أو المرورى أو الصحي، أو لتنمية قيم حسن الأداء والإتقان طبقاً لأهداف هذه المؤسسات .
 - التنسيق والاتصال مع الجهات الدينية الأخرى والتعاون في كل ما من شأنه خدمة الدعوة وتبادل الخبرات .
 - إنشاء موقع للمسجد على الإنترنت تبث من خلاله الدروس والمحاضرات والأنشطة المختلفة للمسجد والرد على الاستفسارات.
- ٢- لجنة الدعوة والتعليم :-

- وتختص بما يلي :-
- إنشاء فصول التقوية بالمسجد للطلاب الفقراء .
- المشاركة في جهود محو الأمية بالاشتراك مع الجهات المحلية المهمة بهذا المجال .
- تنظيم المحاضرات العامة للتوعية الدينية بالمدارس ومراكز الإعلام وقصور الثقافة .
- التوعية بقيم الإبداع والتفوق ونشر الوعي العلمى بين الشباب .
- تنظيم مكتبة المسجد وتزويدها بالمواد العلمية والمواد السمعية والبصرية في الجوانب التي تخدم المعرفة الدينية والمعارف العلمية .

- إصدار صحيفة حائط أسبوعية خاصة بالمسجد تتضمن جوانب دينية وثقافية واجتماعية وأنشطة المسجد.. وأخبار المجتمع المحلي .
- إصدار كتيبات خاصة للتوعية في المجالات المختلفة بالاستعانة بمختصين وبمعاونة الجهات الأخرى داخل المجتمع .
- تنظيم المسابقات الثقافية والدينية للأطفال والشباب .

٣- اللجنة الاجتماعية :-

وتختص بما يلي :-

- ١- رعاية الأطفال اليتامى وأطفال الشوارع والأرامل بالحمى وتوفير سبل المساعدة لهم .
- ٢- المساهمة في حل المشكلات الأسرية .
- ٣- رعاية الحقوق المختلفة للمرأة والأطفال والمسنين وحميتهم من أى تعدى .
- ٤- تنظيم الرحلات الترفيهية لأبناء الحمى في إطار الالتزام بالقيم الإسلامية .
- ٥- تنظيم معسكرات الكشافة لشباب الحمى بالاشتراك مع الجهات الحكومية والأهلية لأغراض الخدمة العامة .
- ٦- تشجيع المواطنين على الاشتراك في أنشطة الجمعيات الأهلية الخيرية الأخرى .
- ٧- تنظيم قوافل الدعوة والخير بالاشتراك مع المؤسسات الأخرى للأحياء الشعبية والكفور والنجوع للتوعية الدينية والصحية والبيئية وحل المشكلات المختلفة .

٤- لجنة الإيرادات :-

ومهمتها :-

- ١- تدعيم موارد المسجد من خلال ما تخصصه وزارة الأوقاف من ميزانيتها ومن إيرادات الأوقاف .
 - ٢- ترشيد دافعي الزكاة لأوجه البر المختلفة داخل الحى للقيام بها بأنفسهم أو بإنابة إدارة المسجد عنهم فى ذلك .
 - ٣- جمع التبرعات من الجهات الحكومية والخاصة والأفراد .
 - ٤- اتخاذ إجراءات شراء الهدايا للمسابقات والأجهزة التى تحتاجها المكتبة والمواد السمعية والبصرية اللازمة والمستلزمات التكنولوجية المختلفة وفقا للإجراءات المتبعة فى المصالح الحكومية .
 - ٥- مراقبة الإيرادات والمصروفات ومسك الدفاتر .
 - ٦- نشر الوعى بين المسلمين بأهمية الجهاد بالمال .
- فالحضارات تقوم على الفكر والمال معا ، كما يمكن بتسخير الأموال لنشر الأفكار المختلفة، والنهوض بالدعوة الإسلامية يحتاج لاشك فى جانب منه إلى أموال لدعم الوسائل التى يمكن من خلالها نشر الدعوة بالمطبوعات والكلمة المسموعة والمرئية وتأسيس المساجد ودور العبادة، وتفعيل الدور الاجتماعى للإسلام ببناء الأندية الاجتماعية ودعم مشروعات زواج الشباب المسلم . والمسلمين أصحاب رسالة عالمية {وما أرسلناك إلا رحمة للعالمين} سورة الأنبياء آية ١٠٧ . ويقتضى ذلك منهم الوصول بأفهام الدعوة الإسلامية إلى كل البشر فى كافة أصقاع الأرض .
- ولهذا وجب على الأغنياء أن ينفقوا فى سد حاجات المحتاجين من البشر وخاصة المسلمين منهم "من كان فى حاجة أخيه كان الله فى حاجته ، ومن ييسر

على معسر يسر الله عليه في الدنيا والآخرة" ، قال تعالى : { وَمَنْ يُوقِ شُحَّ نَفْسِهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ } سورة الحشر آية ٩ ، إن تكاتف الجهود لعمل الخير يكون ذا أثر أبقي وأنفع للأفراد وللأمة .

إن تفعيل دور المسجد في واقع حياة المجتمع الإسلامي يأتي في إطار مواجهة التحديات التي تواجهها الدعوة الإسلامية . وإذا قارنا جهود الدعوة الإسلامية حتى داخل المجتمعات الإسلامية لوجدنا أنها تكاد تكون متواضعة . في لقاء مجلة الأسرة^{٣١} العدد ١٠٤ أجرتة مع أحد القساوسة الذين من الله عليهم بالإسلام تضمن مقارنة بين نشاط التنصير ونشاط الدعوة الإسلامية تستحق منا وقفة للتأمل والمقارنة ولاستهراض الهمة لدفع عجلة الدعوة.. جاءت المقارنة على النحو التالي:-

وجه المقارنة	التنصير	الدعوة الإسلامية
الدعم المادى	دعم الحكومات الغربية ودعم الشركات الكبيرة	دعم يسير يقوم به أهل الخير في ظل مضايقات كثيرة
الأوقاف	مبانى ضخمة وإيرادات وبدائل الضرائب	أوقاف قليلة جداً
الإدارة	إدارات كبيرة وقوية ذات دراسات علمية	إدارة شخصية غير خاضعة لأى تقييم
تأهيل الداعية	<ul style="list-style-type: none"> • منذ طفولته يهيا للدعوة • يرضخ لدورات علمية عميقة • يدرس طبيعة الشعب الذى يبشر فيه • يتكلم ثلاث لغات على الأقل • يستلم مرتبات ضخمة 	<ul style="list-style-type: none"> • يرسل بطريقة عفوية • بعضهم لا يعرف غير اللغة العربية • لا يعرف كيف يخاطب الشعب • مرتبات ضئيلة
شمولية الدعوة	<ul style="list-style-type: none"> • تنصير وتأهيل للعمل المكتسب وإقامة إذاعة ، وإغاثة وعلاج طبي وكليات علمية 	<ul style="list-style-type: none"> • الاكتفاء باللقاء المواعظ وتوزيع الكتب وأحياناً إغاثة ونادراً علاج
العلاقات الداخلية	<ul style="list-style-type: none"> • علاقات مع سفراء الدول الغربية • علاقات رسمية مع وزارة الداخلية • علاقات بالإعلام والصحف 	<ul style="list-style-type: none"> • لا توجد أى علاقات رسمية غالباً • تعمل أحياناً في الخفاء مما يعرضها للإغلاق
الطاقم الدعوى	طبيب وممرض ومعلم وإدارة مالية وإدارة تموين وسيارات وطائرات	داعية ومؤن إغاثة

ثانيا: المسجد والمؤسسات الأخرى بالمجتمع:-

المسجد ليس مجرد مؤسسة للعبادة فقط ولكنه بالإضافة إلى ذلك مؤسسة اجتماعية تؤثر وتتأثر بالمؤسسات الأخرى الموجودة بالمجتمع .
ومسئولية إدارة المسجد تحقيق التواصل مع المؤسسات الدعوية الأخرى داخل المجتمع والمؤسسات الأعلى التابعة لها من حيث التوجيه والتخطيط والتنسيق .

كما أن مهمتها التكامل مع الهيئات الحكومية وهيئات القطاع الأعمال والقطاع الخاص في محاولة التعرف على أهدافها من الاتصال بال جماهير ومحاولة التنسيق معها ومعاونتها في تحقيق هذه الأهداف، خاصة وأن البعد الديني يمثل قاسما مشتركا في كافة القطاعات.. بالنسبة لحماية البيئة وحقوق الأطفال والمعاقين والمسنين ونظافة البيئة وترشيد الإنفاق والمساهمة في المشروعات.. إن أى مجال تنموى لا يمكن له النجاح بدون مراعاة البعد الديني.. وهنا يمكن لإدارة المسجد المعاونة من خلال المحاضرات والندوات والخطب الدينية وغيرها في تحقيق هذه الأهداف.

وكذلك بالنسبة للجمعيات الأهلية والخيرية والمؤسسات الاجتماعية والاقتصادية الأخرى بتفعيل هذا التعاون يمكنها الوصول إلى أهدافها وحشد وتعبئة الجماهير للمشاركة في تحقيق هذه الأهداف.

إن من مهام الداعية أن يحمل مهمة التغيير والإصلاح، وتعميق الفكر الإسلامى في أوساط الأمة، والمشاركة في الأعمال العامة كالاتحادات المهنية والجمعيات الخيرية والتشكيلات السياسية والتنظيمات الشعبية المختلفة، والمؤسسات ذات الصبغة العامة يشترك فيها ليوصل إليها فكر الدعوة الإسلامية، ويحدث في صفوفها عملية التغيير والاتجاه نحو الهدف التعميرى

الشامل أو يبادر لتأسيسها، أو توجيه من يستجيب لتأسيس مثل هذه الأعمال .

ينبغي للداعية أن يعمل بكل جهده لإشراك الأمة فيها، ولا يفكر حصرها بالدعوة.. كما أنه ليس ضروريا أن يظهر اسم الدعوة من خلال هذه النشاطات.. بل ليس صحيحا في بعض الأحيان أن تحمل هذه النشاطات اسم الدعوة .

أن وجود الداعية بفكره وتأثيره أو وجود أنصار الدعوة في هذه النشاطات أو سيرها في الخط الإسلامي الأصيل وعدم تعارضها مع نشاط الدعوة إلى الله سبحانه وتعالى في المؤسسات الاجتماعية يعني أن هذا العمل والنشاط يسير وفق منهج الدعوة الإسلامي، فليس لدى الدعوة من غاية غير أحداث عملية التغيير الإسلامي، ووضع أعمال الأمة على المسار الإسلامي الصحيح، وأبعادها عن التنازع والصراع.

ومن عمل الداعية أيضا العمل على كسب المؤيدين والأنصار للوقوف إلى جانبها وتأييد موقفها ومشاريعها. وبقدر ما يكون العمل الخاص قويا وسليما من الناحية الفكرية والتخطيطية والتنظيمية والتنفيذية يكون التأثير والفاعلية في أوساط الأمة قويا وفاعلا : والعكس صحيح .

ثالثا: أنشطة الاتصال المسجدي:-

١- أنشطة الاتصال الشخصي:-

وهو أقوى وسائل الاتصال تأثيرا وفيه يمارس الأفراد نشاطهم داخل المسجد من خلال اللقاءات الفردية التي تحدث دائما بين المسلمين وبعضهم البعض من ناحية، وبينهم وبين الإمام أو خطيب المسجد أو الواعظ والمعلم من ناحية أخرى في صورة لقاءات شخصية قبل وبعد الصلاة للسؤال عن

الأمر الدينية أو للاستفسار عن الأحداث والفتاوى أو توجيه النصح للغير في مختلف المسائل .

كما أن هذه الوسيلة متاحة لكل فرد لكي يؤدي عن طريقها واجب الدعوة التي أوجبه الله على كل مسلم ومسلمة حيث تتسم هذه الوسيلة بسهولة الاتصال وإمكانية التصديق لأن المصادر معروفة وجديرة بالثقة^{٣٢} . وقد كان الاتصال الشخصي هو أول خطوات العمل الإعلامي الكبير الذي مارسه رسول الله صلى الله عليه وسلم وحقق به أعظم الإنجازات في مراحل الدعوة الإسلامية.

وتزيد قدرة الاتصال الشخصي على التأثير حينما يكون الداعية أو المسلم قدوة حسنة بسلوكه وتصرفاته، لا يكفى بمجرد القول فقط، وحينما يتسم بالبساطة وحسن الخلق... وحينما يبادر بنفسه إلى تقديم يد المساعدة للآخرين، وتقديم المنح والتبرعات، وحينما يشارك في المناسبات الاجتماعية والدينية والأحداث الخاصة، وحينما يساعد في توظيف العاطل ومعالجة المرضى أو المساهمة في نفقات علاجهم، وحينما يسامح المخطئ... ويهادى الأصدقاء والمعارف. إن الدعوة بالفعل والسلوك والتصرفات والأقوال والأفعال الحسنة كما كان يفعل رسول الله صلى الله عليه وسلم من أنجح السبل للتأثير واكتساب القلوب.

وبتطبيق واقع الهدى النبوي على مجالات الاتصال الشخصي ليس للدعاة فقط ولكن بالنسبة للأفراد العاديين، فبالنسبة للزوجة مع زوجها يمكنها من خلال الاتصال الشخصي إذا كان معتادا على الاستماع لجهاز التسجيل أن تضع له مجموعة من الأشرطة الدينية المشوقة مع استبدالها عندما ينتهى الزوج من الاستماع إليها. ويجب مراعاة مسادة الشريط، فيجب أن يكون موضوعه مباشرا ومبسطا ومناسبا لمستوى ثقافة الزوج.

ويستحب أن يكون موضوعه حول قصص واقعية أو عبر أو عظات أو سيرة النبي صلى الله عليه وسلم وغيرها من المواضيع المشوقة. ويجب تجنب المواضيع الفقهية والفتاوى لأنها تشتت الفكر خصوصا عند قيادة السيارة، وقد ينتج عنه فهم مشتب يضيع الفائدة المرجوة منه .

كما يمكنها سؤال الزوج عن بعض الأمور الدينية، وفي حال عدم معرفته أجوبة الأسئلة فعلى الزوجة أن تطلب من الزوج البحث والسؤال عن الجواب لأنه باب للتثقيف في أمور الدين .

ويمكنها إعانة الزوج على البر وصلة الرحم كتنظيم أو تخصيص يوم في الأسبوع لزيارة الأقارب، واستغلال المناسبات كالأعياد السنوية أو شهر رمضان في زيارة الأقارب بدلا من ضياع الوقت في الملاهي أو الأسواق .
التذكر والوعظ {فذكر إنما أنت مذكر} سورة الفاشية ٢١، وذلك بتذكيره كلما نسي أو أهمل في شئ من الدين

ومحاولة هدايته للدين وبيان أثر الإيمان والتدين على الحياة الدنيوية والآخروية كما في الحديث .. "أو زوجة صالحة تعينه على نصف دينه" .
كون مفتاحا للخير والصلاح، كاستغلال كل وقت أو مناسبة وربطها بما يتعلق بموضوع المناسبة بحديث أو آية لأن هذا يشعر الزوج بأن كل صغيرة وكبيرة في حياته اليومية متعلقة بالدين مثل (آداب السلام — آداب المجالس — حقوق الجار — التعامل مع الزملاء في العمل.. الخ) .

إذا كان الزوج مدخنا ، فعلى الزوجة أن تهديه شريطا يبين آثار التدخين على الصحة وأن الإسلام لم يوجب شرائع وفرائض على المسلم فقط ولكن اهتم بصحته ويسعاده وكلا الجانبين المادى والمعنوى .

إذا كان الزوج يحرص على قراءة الصحف اليومية فعلى الزوجة توفير مجلة إسلامية مع الصحف، لما في المجلات الإسلامية من مواضيع إسلامية قيمة مثل (المجتمع - الأسرة.. الخ) .

يفضل أن توفر الزوجة في الغرفة كتيبات سريعة القراءة قوية التأثير لأن الإنسان بطبعه يمل الكتب المطولة أو المليئة بالإطناب أو التشبهات والكنايات التي يصعب فهمها .

ونفس الشيء أيضا يفعله الزوج مع زوجته وأبنائه، أما المعلمة أو المعلم.. فيمكنها أن تبدأ الدرس يوميا بنصح تلميذاتها عن طريق كتابة حديث شريف أو آية قرآنية أو أقوال السلف الصالح على لوحة الدرس في بداية كل حصة طوال العام الدراسي . وهذا معناه أن الطالبات أو الطلبة يتعلمن الكثير من أمور الدين . كما يمكن إعداد نشرات أسبوعية على جميع صفوف المدرسة بها نصائح وتوجيهات تفيد الطلاب .

وفي الصالونات الأدبية واجتماعات الأصدقاء يمكن للداعية توجيه النصيحة لتلافي بعض المفاسد التي يلاحظها كالتيممة والنفاق مع ملاحظة اختيار الوقت المناسب حتى لا تضع الفائدة منها .

كذلك إذا كانت هناك ندوات تقام في المساجد أن يقوم باصطحاب أصدقائه وأبنائه والمرأة تصطحب بناتها وصديقاتها . وفي الأماكن العامة إذا رأيت منكر فعليك بالنصح المباشر للمسؤول .

أما مع الأطفال :-

١- يجب أن يربوا تربية إسلامية وذلك بفرس مبادئ الإسلام في نفوسهم فإن التعليم في الصغر كالنقش على الحجر وذلك بتعليمهم

قراءة القرآن الكريم وحفظه والمداومة على الصلاة وغيرها، ويمكن الاستعانة بمحفظ أو محفظة براتب شهري.

٢- استغلال وقت لعبهم، باللعب المفيد مثل التسالي الإسلامية كمسابقة الأسبوع في حفظ سورة قصيرة من القرآن وغيرها .

٣- تشجيعهم على حفظ القرآن عن طريق مكافآتكم عند نهاية الحفظ .

٤- تعويدهم على العادات السلوكية الصحيحة مثل آداب السلام وآداب الطعام واحترام الكبار وغيرها.

ومع أبنائنا البالغين يمكننا :-

١- تشجيعهم على القراءة والمطالعة مع عمل مكتبة منزلية تحتوي على الكتب الدينية والعلمية والتاريخية التي تثرى ثقافتهم.

٢- تشجيعهم على عمل مكتبة خاصة بهم لكي نتعرف على ميولهم ومواهبهم ونعمل على تنميتها لتقدم للأمة عقولا منفتحة على العالم مثقفة واعية.

٣- تعويدهم على الذهاب للمسجد وحضور صلاة الجمعة وحضور الندوات الدينية.

٤- المشاركة في مسابقات حفظ القرآن الكريم في المدرسة أو على مستوى الدولة وغيرها.

ب- الاتصال الجمعي :-

يتحقق من خلال المشاركة في الصلوات وفي الصيام وفي الحج كما يتحقق من خلال المسجد في الخطب الدينية والندوات والمحاضرات ودروس الوعظ.. وإن فهم الدعاة لفلسفة هذه العبادات وحكمة مشروعيتها وبضوابط الأداء الإعلامي الجيد للخطب والدروس ونقل هذه الفلسفة

للناس وفهم طبيعة الاتصال الدينى الجمعى وطبيعة المسجد وما تضمنه من مؤثرات من حيث الاستعداد بالوضوء والتزكية والانفلات من أثر المشكلات الدنيوية يساعد على توفير أفضل السبل لضمان تأثير وسائل الاتصال الجمعى الدينى فى الجمهور خاصة وأنه يأتى بطريقة تعبدية وعن اقتناع كامل.

ودور مؤسسات الدعوة والكليات الدعوية هو العمل على دراسة هذه الوسائل من الزوايا الإعلامية والنفسية والاجتماعية بتوفير أفضل السبل للارتقاء بها.

ومن ناحية أخرى فإن توسيع دائرة تأثير هذه الوسائل من خلال البث عبر وسائل الاتصال الجماهيرى كالصحافة والإذاعة والتلفزيون وعبر الإنترنت يجعل الاتصال الجمعى الدينى اتصال قومى ودولى بدون قيود أو حدود.. ولعل أحاديث الشيخ الشعرواى عبر التلفزيون وعبر شرائط الفيديو وعبر البث المباشر فى القنوات الفضائية خير دليل على تأثير هذه الوسائل وعلى قدرتها على التأثير فى الرأى العام وتنمية الوعى الدينى الصحيح.

ومن ناحية أخرى يتحقق الاتصال الجمعى عبر وسائل كثيرة منها صحف الحائط ، والنشرات والكتيبات والملصقات والندوات والمحاضرات والخطب العامة والمؤتمرات والمعارض والاحتفالات والرحلات والمعسكرات والقوافل الدعوية إذا انطلقت من داخل المسجد وبالاشتراك مع الجهات الحكومية والأهلية والمؤسسات الأخرى من خلال خطة منظمة وأهداف واضحة محددة لتنمية الوعى والسلوك الدينى وتحقيق أهداف المنشآت الأخرى الخيرية والتنموية.. وفى إطار التعاون بين المؤسسات الدعوية

كوزارة الأوقاف، والجهات الأخرى المستولة كوزارة الشباب والرياضة والثقافة والإعلام والشئون الاجتماعية.. والجمعيات والهيئات الأخرى. فالرحلات بعامة والرحلات الدعوية بخاصة لها أهداف تربوية بعيدة المدى ، حيث تحقق الرحلات أهدافا تربوية منها:

١- التربية على الثقة بالنفس واستثمار الإمكانيات الشخصية .
٢- التربية على روح التعاون والعمل في إطار الجماعة وإنكار الذات.

٣- اكتساب مهارات عملية وثقافية وبدنية.
والرحلات الدعوية تضيف إلى الأهداف السابقة بعدا إسلاميا ذا أثر بالغ في تقوية شخصية الشاب المسلم ، وتساعد على تقوية أواصر الأخوة الإسلامية بين الشباب المسلم وتؤلف بين قلوبهم .
إن الهدف من عملية الاتصال هذه هو زيادة قدرة المؤسسات الدعوية على التأثير على الآخرين ، لذلك فإن الخبرة والمهارة في عملية الاتصال وإن كانت هامة لكل الأفراد ومنظمات قطاع الأعمال والقطاع الخاص والحكومي، إلا أننا نرى أن توافر هذه الخبرات أكثر أهمية للعاملين بالمنظمات الخيرية والمؤسسات الدعوية، فمن الضروري أن يكونوا على مستوى عال من الخبرة والمهارة في عملية الاتصال، وذلك لأهدافهم النبيلة ودورهم الكبير وخدماتهم الجليلة التي يقدمونها للأفراد والجماعات .
لاشك أن العمل الجماعي من خلال هذه المؤسسات وفي إطار قيمى ومن خلال الاستفادة من التواجد والانتشار المكثف للمساجد، ومن خلال ما يمثله المسجد من قيم دينية في المجتمع الإسلامى أمر ضرورى للبعث الروحى والحضارى للمسلمين في مختلف مجالات الحياة وأنشطتها المختلفة.

المسجد ووسائل الاتصال الجماهيرى :-

وهذه الوسائل كما أشرنا يمكن للمسجد الاستفادة منها بتوسيع دائرة المستفيدين من خلال التنسيق مع المؤسسات الإعلامية لبث خطبة الجمعة والدروس والمحاضرات الدينية.

ومن خلال إصدار الصحف والمجلات أو المشاركة في تحريرها سواء بالمراسلة أو بفتح باب العمل للدعاة في هذه المؤسسات الإعلامية. مع قيامه بإصدار الصحف والمجلات والإذاعات والقنوات الفضائية الدينية.. وفي الوقت نفسه العناية بالإنتاج الإعلامى الإسلامى وتأهيل الكوادر الفنية المؤهلة والمدربة والقدرة على اقتحام هذه المجالات بأخلاق الداعية وبتقنية العصر وبروح المدنية.

إن مشكلة الفراغ الدينى التى أشرنا إليها من فى دراستنا للدكتوراه والى التى أحييت عام ١٩٧٨ ترجع إلى قصور أجهزة الإعلام العام فى توفير التوعية الدينية الكافية. ولعلنا إن لم نبادر بمنهج علمى وبروح قادرة على التجديد وتوظيف أقصى إمكانيات العصر لخدمة الدعوة الدينية، ستمتأ الساحة بأنصاف الدعاة والجهلاء بالدين، والذين أصبحوا الآن يمتلكون ناصية تكنولوجيا البث المباشر، والبث عبر الإنترنت، فى آلاف المواقع ... التى تتزايد بصورة مستمرة، ويمتلكون القدرة على إنتاج الشرائط السمعية والبصرية وعلى استخدام كافة المستجدات. وهم الآن بالفعل يبتون سمومهم وأفكارهم الضالة والمنحرفة وبخاصة للأطفال والشباب الجاهل بأمور كثيرة من الدين.. وحين ينجحون فى مسعاهم، إذا تركنا لهم الساحة خالية، ولم نبدأ من الآن فى التحرك والتنسيق وتوحيد الجهود الحكومية الأهلية.. الدعوية والإعلامية.. لن ننجو من الفرقة والانقسام والاختلاف، ولن ننجو من تطرفهم.. ولا مما سيمارسونه من إرهاب لجميع المسلمين وغير المسلمين على السواء.

هوامش الفصل السابع

- 1-<http://islamselect.Com/conts/dawah/dawahwawsaelaletsal.htm>
- 2-<http://news.masrawy.com/masrawynews/29042003/135100news.htm>
- ٣ محمود زفروق : الخطاب الديني ومواجهة متغيرات العصر ، وزارة الأوقاف ، ج.م.ع ، تجديد الخطاب الديني ، لماذا وكيف ، ص١٦-١٧ .
- 4-<http://www/oic-oci.org/press/arabic/may%202003/mecca.htm>
- ٥ محمد منير حجاب ، سحر محمد وهبي : المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، ج٢ ، المدخل الاتصال ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ١٩٩٤ .
- ٦ محمد منير حجاب : الموسوعة الإعلامية ج٢ ، ص٤١٣-٤١٦ ، ج٧ ص٢٧١٩ .
- ٧ محمد منير حجاب : الإعلام السياحي ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ٢٠٠٢ ص٢٢٠ .
- 8-<http://www.islammemo.cc/filz/one-news.asp?idnews=18>
- 9-<http://www.islamonline.net/Daawa/Arabic/display.asp?hquestionID=439>
- ١٠ محمد منير حجاب : الموسوعة الإعلامية ج٢ ، ص٤٨٤ .
- ١١ محمد منير حجاب : الموسوعة الإعلامية ج٢ ، ص٩٤٠ .
- 12- <http://www.al-waha.net/is.html>
- ١٣ محمد منير حجاب : الموسوعة الإعلامية ج٢ ، ص٩٤٠ .
- 14-<http://www.w.l.waha.net/is.html>
- ١٥ إبراهيم إسماعيل : الإعلام الإسلامي ووسائل الاتصال الحديثة ، مرجع سابق ، ص٨٧-٨٨ .
- ١٦ حامد عبد الواحد : الإعلام في المجتمع الإسلامي ، مرجع سابق ، ص١٢٦ .
- ١٧ إبراهيم إسماعيل : مرجع سابق ، ص٨٩ .
- ١٨ الجريدة الإلكترونية : هي توظيف لخدمة الفيديو تيكس (البيانات الموثقة) التفاعلية ثنائية الاتجاه في تقديم طبعات إلكترونية من الجرائد ، ويتم النفاذ إليها بواسطة المشترك بأسلوب النفاذ إلى بنوك المعلومات ، بالضغط على النهاية الطرفية للحاسب الإلكتروني الملحق بجهاز التلفزيون ، أو رقم تليفون النظام ، بالكود المحدد ، فيستطيع المشترك الحصول على مجموعة الجرائد التي يريدها ، وبعد ذلك يستطيع الحصول على جريدة

معينة ، ثم اختيار قسم معين من الجريدة وحتى خبر أو موضوع معين داخلها ، ويمكن للطباعة الملحقة بجهاز التلفزيون ، أن تنتج نسخة ورقية من الخبر أو الموضوع في ثوان ، ويطلق مصطلح الجريدة الإلكترونية أيضا على الصحف التي تبث من خلال موقع محدد على الإنترنت وقد تكون نفس الصحيفة المقروءة وقد تكون صحفا إلكترونية خالصة .

١٩ فهد بن محمد المالك : النشر الإلكتروني لترجمات معاني القرآن الكريم في خدمة الدعوة:
<http://www.saaaid.net/afkar/37.htm>

٢٥ د. محمد منير حجاب : الموسوعة الإعلامية ج١ ، ص ١١٩-١٢٠ .

٢١ عبد المجيد فكري : الإعلام الإسلامي الواقع التحديات المستقبل ، مرجع سابق ، ص ٣٩-٤٠ .

٢٢ المرجع السابق ، ص ٤٨ .

٢٣ كرم شلى : الإذاعات التنصيرية الموجهة إلى المسلمين العرب ، مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة ١٩٩١ ، ص ٩٣ .

٢٤ محمد إبراهيم : التلفزيون والبرامج الدينية ، الأهرام ١٥ أغسطس ٢٠٠٣ .

٢٥ د. ماجى الحلوانى : القصر الصناعى الإسلامى ، تحدى حضارى وضرورة العصر ، الأنجلو المصرية ، ١٩٨٧ ، ص ١٢٥ .

٢٦ محمد إبراهيم : رؤية إسلامية / التلفزيون والبرامج الدينية ، الأهرام ٢٩/٨/٢٠٠٣ .

٢٧ محمد وليد جذاع : الموقف من سينما إسلامية ، دار الوفاء ، القاهرة ط٢ ، ١٩٨٩ .

٢٨ محمود حماد : الإعلام والدعوة ، التكامل والتضاد ، ص ٦٠ .

٢٩ محمد عبدالستار عثمان: المدينة الإسلامية- حوار للدكتور/ محمد منير حجاب، حوار حول دور المسجد الاتصالي، علام المعرفة، عدد (١٢٨) أغسطس ١٩٨٨م، ص ٣٥٧-٣٦٠ .

٣٠ محمد السيد : رأى العام فى الإسلام ، دار الفكر العربى ، القاهرة ١٩٩٠ ، ص ٣١٨ .

[31-http://www.saaaid.net/aldawah/43.htm](http://www.saaaid.net/aldawah/43.htm)

٣٢ محمد سيد محمد : رأى العام فى الإسلام ، مرجع سابق ، ص ٣١٩-٣٢٠ .

الفصل الثامن

تقويم النشاط الاتصالي الدعوى

- مفهوم التقويم .
- واقع التقويم في لغة الخطاب الديني المعاصر .
- التقويم واجب إسلامي .
- أهداف تقويم النشاط الدعوى .
- أهميته .
- أنواع التقويم للأنشطة الدعوية :-
 - تقويم أداء الداعية .
 - تقويم برامج الدعوة .
 - طرق تقويم النشاط الدعوى .
 - أساليب التقويم .
 - أدوات التقويم .

مفهوم التقويم :-

نحتاج في مجالات العمل الدعوى إلى تفكير قياسي فيما يتم فعلاً من أعمال، فإذا كانت الدعوة تحدث تغييرات في الجمهور.. فكيف نستطيع أن نقيس هذا التغيير في المهارات والمعرفة والاتجاهات .

والنشاط التقويى للدعوة لا يقل أهمية عن الأنشطة الأخرى كالتخطيط والتنسيق وترشيد لغة الخطاب واختيار المضمون المناسب واختيار الوسائل المناسبة ومراعاة متطلبات الجمهور وغيره.

والتقويم حكم كفى على أنشطة الدعوة الإسلامية، وترادفها كلمة النقد والتقدير، ويستخدم القياس والفاعلية كمرادف للتقويم عندما يكون الحكم على الأنشطة الدعوية كميأ أى نعتمد على أساليب القياس لتحويل الوحدات الكيفية إلى وحدات كمية حتى يمكن قياسها .

والهدف الأساسى للتقويم هو رفع الكفاءة الاتصالية للدعوة، ومساعدة الدعاة على تحقيق مزيد من النجاح والتأثير والانتشار للدعوة الإسلامية .

واقع التقويم في لغة الخطاب الدينى المعاصر :-

واقع الدعوة الإسلامية الآن يفيد إهمال جوانب التقويم للنشاط الدعوى.. فالخطاب الإسلامى كما يقول الشيخ القرضاوى خطاب يخاطب نفسه ولا يفترض أن أحدا يسمعه.. وذلك في إطار الحديث عن الخطاب الإسلامى بعد أحداث ١١ سبتمبر.

فخطابنا — نحن المسلمين — قبل ذلك العصر كان ذا طابع محلى ، أى أننا نخاطب فيه أنفسنا، ولا نفترض أن هناك من يسمعوننا أو يقرؤنا ، أو يطلع على إنتاجنا ، وهذا — بلا ريب — صحيح، وينطبق على طوائف

منا، كانت تكلم نفسها في داخل دارها ، ولا تحسب أن أحد ينصت لقولها، أو يهمله خطابها وربما كان خطابها يجرح الآخر ، أو يؤذيه أو يخيفه، وربما كان هذا الخطاب يحقر الآخرين أو لا يلقى لهم بالا ، ولا يقيم لهم وزناً ، وربما كان مشحوناً بالغضب عليهم ، والبغض لهم ، بسبب موقفهم من الإسلام وقضايا أمتنا، والوقوف مع أعدائنا، وربما كان هذا نتيجة لعدم المعرفة الكافية بالآخر ، وقد قيل قديماً : من جهل شيئاً عاداه ، وربما كان هذا أو كان غيره ، لكن كل هذا مسوغ للنظر في خطابنا الديني المسموع والمقروء لمعرفة هل هو ملائم لعصرنا أم لا؟ وهل تتحقق به الدعوة إلى الله على بصيرة ؟ وهل يستوفى هذا الخطاب شروط الكلام البليغ الذي يجسد المطابقة لمقتضى الحال أم لا ؟

وهذه التساؤلات تعنى عدم اهتمامنا بتقويم النشاط الدعوى، ولا بمحاولة التعرف على تأثيره بالنسبة للجمهور المسلم في البلدان الإسلامية، أو بتأثيره على غير المسلمين في البلدان غير الإسلامية .

فلم نحاول تقويم المستوى العلمى للخطاب الدينى.. ووجدنا نتيجة لذلك أعدادا كبيرة من الدخلاء يتسلقون المنابر ويستولون على صفحات الصحف والبرامج الإذاعية والتليفزيونية وليست لديهم دراية بالدين الإسلامى ويخاطبون الجماهير باسم الدين .

ولم نحاول تقويم المستوى الفكرى والثقافى للخطاب الدينى ولا المستوى اللغوى، ولا المستوى النفسى والشرعى .

إن افتقاد التقويم والمتابعة على مستوى المؤسسات الدعوية والإعلامية وعلى مستوى الدولة أتاح الفرصة للجهلاء ودعاة التطرف للدعوة باسم الدين ولم يكذب يتنبه إليهم أحد، مما ساعد على زيادة البلية والفجوة داخل المجتمعات الإسلامية .

واقفاد التقويم نتيجة طبيعة لاقفاد القحطيط والقنسيق فى المقام الأول
واقفاد الااهتمام بدراسة الوسائل والأساليب والجمهور من ناحية ثانية.
وكل ذلك نتيجة الارتجال فى الدعوة بصفة عامة.. قد تكون هناك
أنشطة مخططه لبعض المؤسسات الإسلامية تقوم بها وزارات الأوقاف
والدعوة فى البلدان الإسلامية، وقد تكون هناك متابعة عن طريق التقارير
لبعض هذه الأنشطة . لكن بصورة عامة نفتقد لوجود مؤسسات علمية
قادرة على القحطيط والقويم العلمى لأنشطة الدعوة فى مختلف المجالات
داخلياً وخارجياً.. يعمل فى نطاقها أخصائون وباحثون لديهم الخلفية
الدينية والدراية العلميه بشئون القويم لتحديد السلبيات القى تواجه
الدعوة الإسلامية وأسس تلافيها فى أى قحطيط مقصور لهذا النشاط .
القويم واجب إسلامى:-

ورغم هذا القصور فى النشاط القويمى، إلا أن منهج الدعوة القرآنى لم
يفغل عن الإشارة إلى أهمية القويم لمختلف جوانب النشاط الدعوى .
فالقرآن الكريم فى إطلاق عام يدعو كل مسلم إلى قويم عمله والاستفادة
من هذا القويم لخططه المستقبلية ليكون فى وضع أفضل . قال تعالى {يَا
أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ} سورة الحشر آية
١٨ . وفى مجال متابعة الجمهور وقويم ردود أفعاله وما يعتره من تغيرات
والتحسب لمواجهتها، يأمر القرآن الكريم الدعاة وعلى رأسهم رسول الله
صلى الله عليه وسلم بضرورة المتابعة المستمرة بقول تعالى {وَلَا تَعُدُّ عَيْنَاكَ
عَنَّهُمْ} سورة الكهف آية ٢٨ .

وكتيراً ما يقلب الداعية على أمره ويشعر باليأس والإحباط نتيجة
ضعف تأثير دعوته.. وهنا يقول القرآن {لَعَلَّكَ بَاخِعٌ نَّفْسَكَ أَلَّا يَكُونُوا

مُؤْمِنِينَ إِنْ نَشَأْ نُنَزِّلْ عَلَيْهِمْ مِنَ السَّمَاءِ آيَةً فَظَلَّتْ أَعْتَابُهُمْ لَهَا خَاضِعِينَ {
سورة الشعراء الآية ٣، ٤. وكذلك مثل نوح عليه السلام عندما انتهى
من تقويم نتائج دعوته وأصابه اليأس، قال تعالى {قَالَ رَبِّ إِنِّي دَعَوْتُ
قَوْمِي لَيْلًا وَنَهَارًا.. فَلَمْ يَزِدْهُمْ دُعَائِي إِلَّا فِرَارًا} سورة نوح آية ٥، ٦. وفي
حالة اليأس من قبولهم الدعوة دعا عليهم ، يقول تعالى {وَقَالَ نُوحٌ رَبِّ لِمَا
تَدْرَأُ عَلَيَّ وَالْأَرْضِ مِنَ الْكَافِرِينَ دَيَّارًا.. إِنَّكَ إِن تَذَرَهُمْ يُضِلُّوا عِبَادَكَ وَلَا
يَلِدُوا إِلَّا فِاجِرًا كَفَّارًا} سورة نوح آية ٢٦.

والتقويم بالمفهوم الإسلامي ليس لنشاط الدعوة الإسلامية فقط، وإنما
للأنشطة الإعلامية المضادة، للرد على الافتراءات على الإنترنت ومواجهة
الأكاذيب.. مثال ذلك قوله تعالى {يَسْأَلُونَكَ عَنِ الشَّهْرِ الْحَرَامِ قِتَالٍ فِيهِ
قُلْ قِتَالٌ فِيهِ كَبِيرٌ وَصَدٌّ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَكُفْرٌ بِهِ وَالْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَإِخْرَاجُ
أَهْلِهِ مِنْهُ أَكْبَرُ عِنْدَ اللَّهِ وَالْفِتْنَةُ أَكْبَرُ مِنَ الْقَتْلِ} سورة البقرة آية ٢١٧.

وكذلك التقويم يتناول أنشطة المناوئين البارزين.. هذا كعب بن مالك
لما تأخر عن تبوك، نزل القرآن في شأنه.. وهذا حاطب ابن أبي بلتعنه فعل
شيئاً ففعل في حقه القرآن، وهذا كتاب الله فضح المنافقين الذين كانوا
جزءاً من مسيرة تبوك وكان لابد من فضحهم وبيانهم حتى لا يتأثر بهم
غيرهم .

فالتقويم وكما أوضح القرآن أحد المقومات الأساسية لنجاح الدعوة
الإسلامية . وإهمال التقويم على المستوى المؤسسي وإهمال الإنفاق عليه
والتأخر في إنشاء المراكز المتخصصة له.. أو التحجج بأن التقويم يفضح
سلبيات الدعوة الإسلامية، كل هذا أدى إلى تفاقم المشاكل للدعوة
وتأخرها وعجزها عن سد الفراغ الديني داخل المجتمعات الإسلامية، وعن
ملاحقة التيارات والدعوى الفاسدة والتحديات والتهديدات التي أصبحت

جلية، لا تهدد الدعوة الإسلامية فقط وإنما المجتمعات الإسلامية برمتها، في وجودها واستقلالها وحياتها وأمنها .

أهداف تقويم النشاط الدعوى :-

تحدد أهداف التقويم لأنشطة الدعوة الإسلامية وبرامجها، ممن يقوم بالتقويم ؟ ووسيلة التقويم والمواد التي يتناولها.. والإمكانيات والخبرات المتوافرة لإجراء التقويم.. والتقويم من شأنه على أية حال أن يطرح تأثيرات ونتائج على من يتم تقويمه .

وبالنسبة لنشاط الدعوة الإسلامية يمكننا أن نحدد أهداف التقويم على النحو التالي :-

- ١- المساعدة في تحديد المدى الذي وصل إليه تحقيق الأهداف العامة للدعوة الإسلامية والأهداف الخاصة للمؤسسة الدعوية.. وكذا المساعدة على توضيح هذه الأهداف .
- ٢- توفير البيانات المتعلقة بالموقف الاتصالي . لأهميتها عند تخطيط البرنامج الدعوى .
- ٣- قيمة اختبار دورى يعطينا التوجيه في التحسين المستمر للعمل . فبدونه لا يكون لدينا الأساس الواضح لتقدير عملنا .
- ٤- إعطاء دليل على قيمة البرنامج .
- ٥- إتاحة الشعور بالرضا للدعاة وللمؤسسات الدعوية بعد فهمهم وتقديرهم لما أنجز .
- ٦- يساعدنا في معرفة احتياجاتنا للجهد المركز.. وللإمكانات المطلوبة.
- ٧- يعطينا الثقة والضمان .
- ٨- له قيمته في خلق الثقة عند الجمهور بإعطائه الحقائق ٢ .

أهمية التقييم :-

ورغم الصعوبات التي تكتنف عملية تقييم أنشطة وبرامج الدعوة الإسلامية . إلا أنه نشاط يجب أن تمارسه هذه المؤسسات ولا يقل أهمية عن الأنشطة أو الوظائف الأخرى .

ولتوضيح أهمية التقييم للنشاط الدعوى يمكننا تشبيه الداعية بقبطان السفينة في البحر . عليه أن يعرف أى طريق يجب أن يسلك ؟ . وأن يعرف أين هو ؟ . ولهذا فإنه يحتفظ في سفينة دائماً بوصولة في اتجاه ثابت يحدد بها طريقه ، وكلما انحرفت عدل من خط سيره ، وإلا فلن يصل إلى هدفه . وتسمى عمليات تعديل المسار بعمليات التقييم . ويقدر ما تكون عمليات التقييم هادفة وموضوعية بقدر ما يمكن الإفادة منها في تحسين ممارسة أنشطة الدعوة الإسلامية .

فالتقييم بهذا يعد نوعاً من المراجعة والتحقق بالنسبة لنشاط الدعوة الدينية، ويساعدنا في التعرف على احتياجاتنا . وفي الوقت نفسه يعطينا الثقة والضمان، كما أن له قيمته في خلق الثقة عند الجمهور بإعطائه الحقائق .

وتؤكد أهمية التقييم من خلال الأهداف التي يحققها لأنشطة الدعوة الإسلامية وأهمها :-

١- الحكم على البرامج الدعوى من حيث تصميمه وبنائه ومصادر المعلومات التي استندت إليها الإدارة أو الداعية في بنائه . والأهداف المحددة له ومدى ارتباطها بأهداف الدعوة ككل والإجراءات التنفيذية التي اتخذت لتنفيذه، والإمكانات المادية والبشرية ومدى كفايتها وكفاءتها لتحقيق الأهداف .

٢- تقويم طرق إنجاز العمل من حيث أساليب الأداء والمعوقات وكيفية مواجهتها، وذلك للتعرف على أساليب تحسين الأداء مستقبلاً وما يتيح ذلك من فرص للدعاة لتعزيز مكانتهم وزيادة قدراتهم في التأثير في الجماهير .

٣- يساعد التقويم في الحكم على مدى نجاح تنفيذ برنامج الدعوة وعلى تتبع صلاحيته لتحقيق الأهداف . وهل كان من الممكن الوصول إلى نتائج أفضل لو اتبعت طرق بديلة؟.. كما يساعدنا في التعرف على المشكلات التي واجهت التنفيذ حتى يتم تلفيها عند التخطيط لبرنامج جديد، وأيضاً مدى التوازن بين التكلفة والإنجازات التي تحققت .

٤- يوفر التقويم للإدارة معلومات ضرورية عن طبيعة عملية الاتصال الديني نفسها وعناصرها ومخرجاتها تساعد الإدارة على اتخاذ الإجراءات المهمة لإنجاح برامج الدعوة الدينية العامة . وذلك مثل المعلومات الخاصة بالوسائل والرسائل المفضلة للجمهور المقصود. والأمور التي تنفره أو تشككه أو تجعله لا يتجاوب مع الدعاة مهما كانت الرسالة واضحة، وذلك بسبب نقص التأهيل الثقافي أو التربوي أو التعليمي . وكذلك المعلومات الخاصة بجوانب ضعف عملية الاتصال سواء كانت لأسباب فنية لتدني مستويات الدعاة أم لنقص الخبرة والتأهيل أم كانت ناتجة عن الأداء الضعيف لنقص الحوافز مثلاً . وأيضاً المعلومات عن القيمة الحقيقية لمخرجات المؤسسات الدعوية . بتحديد مدى تأثير الخطب والدروس والنشرات والكتيبات والأشرطة والبرامج.. فليس المهم هو الإنتاج، وإنما المهم أن نصل إلى الجمهور ونؤثر فيه لخدمة أهداف البرنامج .

خصائص التقييم لأنشطة الدعوة الإسلامية :-

ليحقق تقييم أنشطة الدعوة أهدافه يلزم أن تتوفر له الخصائص

الآتية:-

١- الشمول :

بمعنى أن يكون التقييم شاملاً لجميع مكونات النشاط الدعوى . وللظروف البيئية المحيطة ، وللأهداف المحددة . وأن يقيس إلى جانب المعلومات المهارات والاتجاهات، ومدى قدرة الدعاة على حل المشكلات واستخدام أساليب واستراتيجيات التفكير المختلفة . مدى فاعلية الوسائل والرسائل والاستراتيجيات والتكنيكات المطبقة.

ويلاحظ أن التقييم في إطار هذه الصفة يوفر لنا معلومات مهمة عن مختلف جوانب النشاط الدعوى والبيئة المحيطة، كما يساعدنا على تقييم مستوى إلمام الدعاة بالعوامل والمتغيرات البيئية المحيطة.. وكذلك معرفة كافة الجوانب النفسية الخاصة بالدعاة، ويساعد المؤسسات الدعوية على استثمار كافة إمكاناتها وطاقاتها لتحقيق الأهداف المنوطة بها في إطار الأهداف العامة للدعوة الإسلامية ككل .

٢- الاستمرارية :-

وتعنى أن يصاحب التقييم جميع عمليات النشاط الدعوى في كل خطوة وفي كل عملية.. واعتبار التقييم عمليات تتم بعد انتهاء النشاط أو البرنامج يعنى عدم الفهم لدور التقييم . فالتقييم عمليات تأتي قبل وأثناء وبعد تنفيذ البرنامج .

٣- التقييم عملية وقائية وعلاجية معا :-

فالتقييم يشمل عمليات تشخيص نواحي الضعف والقوة في برنامج الدعوة : بهدف العمل على وضع خطط لمعالجة نواحي الضعف وتدعيم جوانب القوة . كما يتضمن أيضاً العمل على ترجمة النتائج المتوصل إليها من عمليات التقييم إلى خطة عمل أو برنامج للمساعدة على تحسين الأداء وتطويره بما يضمن فاعلية أكثر لتحقيق الأهداف .

أنواع التقييم للأنشطة الدعوية :-

ينقسم التقييم للنشاط الاتصالي الديني قسمين أساسيين :-

١- تقييم أداء الدعاة.

٢- تقييم البرامج.

ويقصد بتقييم أداء الدعاة قياس مدى تحقيقهم للأهداف المحددة لهم في برنامج معين أو نشاط معين. كما يقصد به قياس نوعية سلوكهم بما يتناسب مع الأعمال المنوطة بهم .

أما تقييم البرامج فيقصد به قياس النتائج التي تحققت من تنفيذ برنامج معين أو نشاط معين سواء كان الإنجاز مرحلياً أم نهائياً .

ونعود لنؤكد على ضرورة أن نضع في التقدير عند التقييم الوسط أو البيئة التي ينفذ فيها البرنامج المعين أو المشروع أو النشاط والتي يعمل داخلها الدعاة المنوط بهم تنفيذ البرنامج ، فلقد تبين أن هذا الوسط أو البيئة تتفاعل داخلها متغيرات كثيرة تؤثر على حجم الإنجاز .

ويلاحظ هنا أن كفاءة المقاييس المستخدمة في التقييم تحدد بقدرتها على إعطاء نتائج مؤكدة تتعلق بحجم الأداء ونوعيته والعوامل المؤثرة فيه . أما إذا كانت النتائج ضعيفة أو لا تدل إلا على مؤشرات فقط فإن هذا

يعنى أن المقاييس المستخدمة ليست كافية ، وتحتاج إلى إدخال تطوير معين أو استخدام مقاييس أخرى أكثر قدرة على تحقيق الأغراض المستهدفة منها.. فليس في كل الحالات تكفى النتائج الضعيفة أو المؤشرات لإعطاء صورة حقيقة لقيمة العمل أو لكفاءة الدعاة.

١- تقويم أداء الداعية:-

يهدف التقويم هنا تقويم أداء كل شخص من العاملين في مجال الدعوة على أساس الأعمال التي أتمها خلال فترة معينة وتصرفاته مع من يعملون معه .

وفي هذا المجال نشير إلى ضرورة تجميع بيانات معينة عن الدعاة

تتضمن:-

- الاستعداد الشخصي للداعية للقيام بواجبه دون توجيه أو تنبيه .
- إمكانية الاعتماد على الداعية : أى مدى استعداده لبسندل مجهود أكبر إذا طرأ من الظروف ما يستلزم ذلك .
- إنتاجية الشخص : وتعنى كمية الجهد الذى بذله الشخص خلال فترة زمنية معينة.. وكذلك مدى الدقة التي روعيت في بذل هذا المجهود. ويتحدد الإنتاج هنا في عدد الخطب والدروس التي أنجزها والندوات التي شارك فيها.. و النشرات والصحف والكتيبات التي أعدها ، والصحف والمجلات التي راسلها، وكذلك أيضاً قدر مساهماته في البرامج الإذاعية أو التلفزيونية، ومدى مساهماته على شبكة الإنترنت من حيث عدد الرسائل التي استقبلها أو رد عليها، وعدد ساعات الحوار في منتديات المناقشة التي شارك فيها، وكم

- إضافته إلى موقعه على الشبكة أو إلى الموقع الرئيسى للمؤسسة الدعوية .. إلخ .. ومدى كفاءته ودقته فى إدارة هذا النشاط .
- التفكير المتزن : ويقصد بهذا التعرف على قدرة الشخص على الإلمام بظروف الدعوة ومشاكلها ، وجميع البيانات الخاصة بذلك وتنظيمها بطريقة يمكنه الاستفادة منها فى حل هذه المشكلات .
- المقدرة العلمية : ويراد بها مدى استعداد الشخص للتعرف على جميع النواحي المتعلقة بوظيفته وتحسين أدائه بابتكار أساليب جديدة.
- المواظبة: وتعنى مدى الالتزام بمواعيد الحضور والانصراف.. ولوائح الإجازات وعدم التمارض .
- وعلى ضوء ذلك يمكن تقويم أداء الدعاة وتحديد قدراتهم وجوانب النقص لديهم ونوعية الدورات التدريبية اللازمة لزيادة كفاءتهم .

ثانيا: تقويم البرامج :-

تقويم البرامج الاتصالي الدعوى هو عملية وزن وتقدير لمقدرة السياسات والقواعد والإجراءات والخطوات التى تضمنها البرنامج العملى للخطة من حيث الأهداف التى حققها مقارنة بالأهداف المحددة . أو بمعنى آخر توفير إجابات محددة عن الأسئلة الآتية :-

- كيف قمنا بالعمل ؟
- ماذا حققنا ؟
- هل كان من الممكن الوصول إلى نتائج أفضل ؟
- هل ما أنفق على البرنامج يوازى ما حققه من نتائج؟ وهل تم الإنفاق وفقا لما تقرر مسبقا ؟

ولهذا يرتبط تقويم البرنامج الدعوى ارتباطاً مستقبلياً ببناء البرنامج الجيد.. لأن الهدف الأساسى لهذا التقويم هو الحكم الكمى والكيفى على البرنامج بالصورة التى تحدد مدى فعاليته فى تحقيق أهداف الخطة الدعوية، وفى الوقت نفسه إبراز نقاط الضعف والقوة فى البرنامج وفى المهارات الاتصالية للدعاة القائمين على تنفيذه .

مراحل تقويم برامج الدعوة الإسلامية :-

وفى هذا الإطار فإن المراحل الأساسية لتقويم البرنامج الدعوى هى :-

- تقويم الإطارات التخطيطية الأولى .
- تقويم الجوانب التنفيذية للبرنامج .
- تقويم الآثار الناتجة .

١- تقويم الإطارات التخطيطية الأولى :-

ويهدف هذا الإطار إلى تقويم المعلومات التى صمم على ضوئها

البرنامج وتتضمن المجالات الآتية :-

- تقويم المعلومات التى توافرت للمخطط عن أهداف الدولة من الدعوة وأهداف المؤسسات الدينية والسياسات التنفيذية للهيئات الأخرى ذات الصلة بالنشاط الدينى .
- تقويم المعلومات المتوافرة للمخطط عن طبيعة العلاقات بين المؤسسة الدعوية والمؤسسات الأخرى بالمجتمع ومدى التنسيق بين الأنشطة المختلفة لهذه المؤسسات .
- تقويم المعلومات المتوافرة عن الظروف البيئية والتحديات المحيطة ومدى الاستيعاب لتأثير هذه الظروف على عمليات النشاط الدعوى.

- تقويم المعلومات المتوافرة عن الموقف الحالى أو طبيعة المشكلة التى استلزمت التخطيط.. والأسباب التى نجم عنها هذا الموقف .
- تقويم المعلومات الخاصة بمدى توفر الإمكانيات المادية والبشرية .
- المعلومات المتوافرة عن الوسائل الاتصالية والجمهور والأساليب المختلفة للإقناع والتأثير والاستراتيجيات والتوقيتات المناسبة للظرف الاتصالى .
- تقويم الإجراءات التنفيذية للبرنامج المحدد والتكليفات اللازمة .
- وفى ضوء هذه المعلومات يتم تقويم المدخلات الأساسية التى سلعدت المخطط على تصميم البرنامج .

٢- تقويم الجوانب التنفيذية للبرنامج الدعوى :-

- ويشتمل هذا البعد التقييمى على مجموعة من الأهداف الفرعية هى :-
- مدى فهم الدعاة القائمين على تنفيذ البرنامج للواجبات المحددة لكل منهم ؟
- مدى التزام البرنامج بالميزانية المحددة ؟
- هل وصلت الرسالة الإعلامية والدعوية إلى الجمهور المستهدف . وفى الوقت المناسب ؟
- وهل استخدمت أفضل الوسائل المناسبة لتحقيق الهدف ؟
- ما حجم التعرض للرسالة الإعلامية ؟ ومدى كفايته لتحقيق الأهداف المحددة ؟
- مدى مطابقة الرسالة لمتطلبات الموقف ؟ ومدى الخبرة أو الابتكار الذى توفر لها ؟
- مدى إثارة الرسالة لاهتمام الجمهور ؟

٣- تقويم الآثار الناتجة عن تنفيذ البرنامج :-

ونعنى بها دراسة التأثيرات الملموسة أو المستمرة للرسالة الدينية في تغيير الاتجاهات والآراء حول مشكلة معينة.. ومدى النجاح الذى حققته لرسم صورة طيبة للمؤسسات الدينية وللدين في أذهان الجماهير.. ومدى نجاح الرسالة في تزويد الجماهير بالمعلومات الصحيحة عن الدين والى تساعد على توضيح موقف الدين من القضايا المختلفة.. وفي الوقت نفسه قياس حجم العملية لتطوير البرامج المماثلة في المستقبل على ضوء عملية التقويم .

ثانياً: طرق التقويم :-

تختلف الطرق المستخدمة للتقويم وفقاً للأنشطة الدعوية.. فهناك أنشطة يمكن تقويمها كمياً.. وأخرى يمكن تقويمها بطرق غير مباشرة على أساس المقارنة بمقاييس أخرى وثالثة يكون التقويم لها على أساس التقدير الشخصي .

١- التقويم عن طريق المقاييس الكمية :-

هناك بعض الأنشطة الدعوية التي يمكن إخضاعها للقياس الكمي.. بمعنى أنه يتم مقارنة بيانات فعلية بأهداف محددة ومعبر عنها كمياً بحيث يمكن تحديد أى انحراف بدقة والتعبير عن هذا الانحراف كمياً مثل :

- تحليل نوعية الجمهور حسب جهودات الاتصال .
- تحليل الجماهير الذين نرغب في الاتصال بهم وإقناعهم إلى المجموع الكلى الذين نرغب في إقناعهم .

• تحديد مدى تأثير النشاط الدعوى من خلال قياس المعرفة الزائدة
نتيجة التعرض، أو قياس التغييرات التي حدثت، أو قياس مدى
التطور في الوعي العام بالقضايا الدينية .. إلخ

٢- تقويم عن طريق المقارنة بالمقاييس :-

ونظراً لأن أغلب أعمال الدعوة يصعب التعبير عنها كمياً فإنه يمكن
الحصول على درجة معينة من التقويم عن طريق غير مباشر بوضع مقاييس
معينة يعتمد عليها في التقويم مثل :

- معايير إعداد الدعاة وتناسب أعدادهم مع حجم النشاط الدعوى .
- معايير تتعلق بتكامل أعمال الدعوة الإسلامية مع باقى الأنشطة
الإعلامية بالمجتمع .
- معايير الصفات الخاصة بالدعاة .

٣- التقويم عن طريق التقدير الشخصى :-

تعتمد هذه الطريقة على التقدير الشخصى للمسئولين عن النشاط
الدعوى نظراً لأن هناك بعض العوامل التي لا يمكن قياسها إلا عن طريق
الملاحظة الشخصية مثل :

- تحليل الإجراءات التي تتبع في تصميم برنامج العلاقات العامة .
- تحليل درجة معرفة الجمهور وما يطرأ عليه من تغييرات .
- تحليل مهارة المؤسسات الدينية في مواجهة المشكلات الخاصة
بالدعوة.
- تحليل العلاقات بالجهات المؤثرة في عمل الدعوة .
- تحليل إمكانيات نظام المعلومات في توفير البيانات اللازمة ورفعها إلى
الجهات المختصة في الوقت المناسب .

أساليب التقييم :-

توجد ثلاثة أساليب لتقييم البرامج الاتصالية للدعوة الإسلامية ، ويتوقف استخدام هذه الأساليب على طبيعة البرنامج والمدة الزمنية لتنفيذه. وهذه الأساليب هي :-

- التقييم السابق .
- التقييم المرحلي أو الجزئي .
- التقييم اللاحق .

التقييم السابق :-

يفيد التقييم المسبق لبرنامج الدعوة في رصد وتحديد الآثار المختلفة المحتملة للبرنامج مقدماً بما يساعد على اتخاذ كافة الإجراءات لتلافي حدوثها، ومن ناحية أخرى لزيادة التأثيرات المطلوبة . كما يضمن للمؤسسات الدينية تحقيق الأهداف المتوقعة وعدم ضياع النفقات التي ستكبدها لتنفيذ هذا البرنامج .

والتقييم السابق أو القبلي للبرنامج الدعوى يشتمل على جانبين ، فبينما يتعلق الجانب الأول بصحة الإجراءات والمعلومات التي استند إليها في وضع البرنامج.. فإن الجانب الثاني يتعلق باختيار البرنامج وتطبيقه على عينة من الجمهور وملاحظة رد فعلها المباشر للرسالة الدعوية .

٢- التقييم الجزئي :-

ويستخدم في برامج الدعوة الطويلة المدى كبرامج تحسين الصورة الذهنية للمسلمين في الغرب، أو برامج التنشئة الدينية للأطفال والشباب والتي يستلزم تنفيذها سنوات طويلة . في هذه الحالة يتم البرنامج على مراحل.. ويتم تقييم كل مرحلة على حدة للتعرف على مواضع القصور في

كل مرحلة وتلافيها في المراحل التالية للبرنامج ، ويتم في نفس الوقت أيضاً
تقويم مراحل الخطة بصفة دورية للتعرف على قيمة ما تحقق من نتائج وما لم
يتحقق وتحديد معوقات التنفيذ وتلافيها . كما يفيد التقويم الجزئي في تقويم
قطاعات محددة ، كتقويم نشاط الاتصال الدعوى في منطقة جغرافية محددة،
أو تقويم نشاط الاتصال المسجدي، أو النشاط الدعوى عبر الإنترنت، أو
النشاط الدعوى للمرأة، أو للتوعية البيئية مثلاً.. الخ

٣- التقويم اللاحق :-

يفيد في تحديد الآثار الفعلية للبرنامج وفي تقويم مدى تزايد المعرفة
الدينية لدى الجمهور المقصود.. ويتم عادة بعد انتهاء تنفيذ البرنامج..
وكثيراً ما أدت بحوث التقويم إلى إثبات صدق بعض المبادئ المتعارف عليها
أو العكس.. وقد يصل في بعض الحالات إلى نتائج مخالفة للقواعد العامة .
على أن أهمية التقويم تزداد حينما نخرج منه بمعلومات محددة عن حجم
التأثير الفعلي للبرامج، والإجراءات الواجب اتباعها في المستقبل لتطوير
برنامج جديد على ضوء عملية التقويم.

أدوات التقويم :-

الأدوات أو الوسائل التي يمكن استخدامها لقياس أنشطة الدعوة
الدينية عديدة ومتنوعة . وقبل أن نحدد هذه الوسائل علينا أن نشير إلى
أمور هامة يجب أن تتوافر لهذه الوسائل لتكون تامة المفعول . وهذه الأمور
هي :-

• الصلاحية :

بمعنى أن تقيس الوسيلة المستعملة للقياس ما تعتقد أنك تقيسه سواء
كان القياس تسجيلاً لحقائق أو أفعال أو سلوكيات .

• الثبات :

بمعنى هل سيقدم الاختبار نفس النتائج عندما يطبقه آخرون ؟ أى مدى ثبات المقياس .

• الموضوعية :

يعتبر الاختبار موضوعياً إذا كانت النتائج المستخلصة لا تتأثر بالجوانب الذاتية للذين يقومون به أو ينفذونه .

• العملية :

بمعنى مدى قيمة النتائج التى نحصل عليها بالمقياس إلى ما ينفق فى سبيل الوصول إليها من مال وجهد وأيدى عاملة .

• البساطة :

وتعنى أن نجعل النماذج والأساليب مبسطة وسهلة الاستعمال وسهلة الفهم على الناس وسهلة التلخيص .

أما بالنسبة للأدوات أو الوسائل المستخدمة فى تقويم أنشطة الدعوة الإسلامية فهى بإيجاز كما يلى :-

• تحليل المحتوى وبأخذ فى أبسط صورته تجميع ما قدمته وسائل الدعوة والإعلام من قضايا ومعلومات دينية للتعرف على مدى الاهتمام بالدين أو تحليل محتوى خطب الجمعة لمعرفة مدى اتصالها بحل مشكلات المجتمع مثلاً .

• دراسة اهتمامات الجمهور : للتعرف على درجة الاهتمام التى يوليها الجمهور لحضور خطب الجمعة والدروس التى تلقى بالمساجد والندوات الدينية ومدى قراءته للصحف والمجلات أو المطبوعات الدينية أو للصفحات الدينية بالصحف العامة وقدر المشاهدة للبرامج الدينية مثلاً

وذلك كخطوة أولية لتحديد حجم انتشار الرسالة الدينية والتعرف على معوقات هذا الانتشار.. وهذه الدراسات لا بد أن تتبعها دراسات أخرى لتحديد درجة استيعاب وتذكر وتأثير هذه المواد .

• بحوث المستمعين والمشاهدين .

• مقاييس الاتجاه : وتظهر ما يشعر به الجمهور نحو هذه القضايا وما إذا كانوا ضد أو مع مسألة معينة أو حقيقة معينة .

• الاستقصاءات : لمعرفة آراء الجمهور في مسائل متنوعة .

• اختبارات المعرفة وسعة الإدراك والمعلومات العامة .

• معدلات المهارة : لتحديد مقدار المهارة المكتسبة وإلى أى درجة تكتسب .

• تاريخ الحالة : وتستخدم لدراسة حالة : مؤسسة دينية معينة، جمعية محددة، شخصيات دينية مؤثرة .

• الدراسات التجريبية للتعرف على تأثير برنامج معين في تقديم معلومات أو تغيير اتجاهات أو آراء.. أو التأثير على سلوكيات معينة.

التقرير النهائي :-

تجمع كل نقاط التقييم في تقرير تعدده الجهة المسئولة عن التقييم ، سواء أكانت إدارة تابعة للمؤسسة الدعوية أم منشأة مستقلة للتقييم ، ويعرض على المسئولين بالمؤسسات الدعوية للإفادة منه في تخطيط البرامج التالية، وبعد التقرير وفقاً لأسس علمية تساعد على تحقيق الغرض منه وفوق كل شئ يجب أن يكون التقرير صادقاً ودقيقاً ومتضمناً للبيانات الإحصائية للنتائج بعد التمهيد والتعليل لها ويتبع في إعدادده نفس الخطوات التي تتبع في إعداد التقرير العلمي. ٣

هوامش الفصل الثامن

1-<http://www.balagh.com/thaqafa/w90yk2yf.htm>.

٢- محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي : المداخل الأساسية للعلاقات العامة، ج٢ المدخل
الاتصالي، مرجع سابق، ص٢٢٣.

٣- المرجع السابق : "بتصرف" ص ٢٥١:٢٢٤.
انظر أيضا:

محمد منير حجاب: الأسس العلمية للبحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر
والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٢م.

خاتمة

إذا كنا في هذا البحث قد تعرضنا لمقومات منهج الدعوة الإسلامية في ظل الظروف الراهنة من حيث الملامح المميزة لهذا المنهج، والتحديات التي تواجهها الدعوة الإسلامية، ومستلزمات هذا المنهج من حيث السياسات والخطط الدعوية وفقاً للأسس العلمية، ومن حيث الإعداد الجيد للدعاة والفهم الموضوعي للجمهور ولأساليب لغة الخطاب المناسبة ومحتوى هذا الخطاب، ولكيفية توظيف وسائل الاتصال التقليدية والجماهيرية والتفاعلية من خلال مؤسسة الاتصال المسجدي .

وركزنا من خلال هذا البحث على أهمية التنسيق بين مختلف الجهود الدعوية والإعلامية وعلى أهمية العمل الخدمي في مجال الدعوة الإسلامية وعلى إطلاق مفهوم الدعوة بمعناه الواسع ليتسع لجميع ممارسات الدعاة المحترفين والمسلمين العاديين داخل بلدان العالم الإسلامي وخارجه .

ونود أن نؤكد هنا على حتمية النجاح لمنهج الدعوة الإسلامية لأنه المنهج الذي يؤكد قيمة العلم وحتمية الثقافة وضرورة الوعي الفردي والجماهيري، ويؤكد على أهمية الثقة بالنفس والشعور بإرادة التغير وبدور الأمة، وبحق الإنسان في الحرية والحياة، وبحقه في احترام إرادته وعقله وإعطائه الدور اللائق.

إنه المنهج الذي يعلى شأن القيم الإنسانية ويدعو إلى التسامى ويوازن بين متطلبات الإنسان المادية والروحية والنفسية والاجتماعية والعقلية .

إنه منهج الله لهذه الأمة لتكون أمة وسطا ولتكون الشاهدة على جميع الأمم أمام الخالق يوم القيامة {وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ} سورة البقرة آية ١٤٣ .

وعلينا أن نكون عند حسن ظن ربنا بنا، وأن نكون كما أمرنا سبحانه وتعالى {وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ} سورة البقرة آية ١٩٥، {وَجَاهِدُوا فِي اللَّهِ حَقَّ جِهَادِهِ} سورة الحج آية ٧٨، {اتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ تُقَاتِهِ} سورة آل عمران آية ١٠٢. وقوله تعالى {وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ} سورة الأنفال آية ٦٠، وهذا كله يكون النصر وتحقيق الآمال كما وعدنا سبحانه وتعالى {وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ} سورة العنكبوت، آية ٦٩.

صدق الله العظيم .

أهم مصادر البحث ومراجعته

- أولا : القرآن الكريم
- ثانيا : الأحاديث النبوية:
- صحيح البخارى .
- ثالثا: كتب عربية ومعربة:
- إبراهيم أبو عرقوب: الاتصال الإنسان ودوره في التفاعل الاجتماعي. دار محمد لاوى للنشر والتوزيع عند الأردن - ١٩٩٣
- إبراهيم إسماعيل : الإعلام الإسلامى ووسائل الاتصال الحديثة - دعوة الحق - رابطة علماء العالم الإسلامى عدد ١٣٣٣
- إبراهيم إسماعيل : الإعلام الإسلامى ووسائل الاتصال الحديثة ، دعوة الحق ، رابطة علماء العالم الإسلامى ، مكة المكرمة ، عدد ١٣٣٣ ، سبتمبر ١٤١٤ هـ
- إبراهيم إمام : أصول الإعلام الإسلامى - دار الفكر العربى - القاهرة - ١٩٩٥
- _____ : الإعلام الإذاعى والتلفزيونى - دار الفكر العربى - القاهرة ١٩٧٩ .
- _____ : الإعلام الإسلامى - الأملو المصرية - القاهرة - ١٩٨٥
- _____ : الإعلام والاتصال بالخطأ - الأملو المصرية - القاهرة - ١٩٨١ م.
- _____ : العلاقات العامة والمجتمع - مكتبة الأملو المصرية - القاهرة ١٩٧٦ .
- إبراهيم درديرى : لغة الإعلام اليوم ، الرياض ، دار العلوم للطباعة والنشر ، ١٩٨١ م.
- إبراهيم عبدالله المسلمى : إدارة المؤسسات الصحفية ، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٩ م.
- إبراهيم عبدالموجود : عصر المعلومات ، القاهرة ، الدار الشرقية ، ١٩٩٣ م.
- أبو الأعلى المودودى : الإسلام اليوم ، القاهرة ، دار التراث العربى للطباعة والنشر ، ١٩٧٥ م.

أبو المجد السد نوفل : الدعوة إلى الله : خصائصها ومقوماتها ومناهجها ، القاهرة : دار المعارف ، طبعة أولى ، ١٩٧٧ .

أبو حامد بن محمد الغزالي : إحياء علوم الدين ، دار البيضاء .
إجلال خليفة : الوسائل الصحفية وتحديات المجتمع الإسلامي المعاصر - الأنجلو المصرية - القاهرة ١٩٨٠ .

إحسان عسكر : المدخل إلى العلاقات العامة - دار النهضة العربية - القاهرة ١٩٧٥ .
أحمد إبراهيم الشريف : الدعوة الإسلامية الأولى - سلسلة الكتب التاريخية - عدد ٥ - القاهرة - دار القلم ١٩٦٥ .

أحمد أبو زيد : سيكولوجية الرأي العام والدعاية - القاهرة - عالم الكتب - ١٩٦٨ .

أحمد سمائلوفتش : فلسفة الاستشراق وأثرها في الأدب المعاصر - دار المعارف - مصر - ١٩٨٠ -

أحمد غلوش : الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها - القاهرة - دار الكتاب المصري .
آدم عبد الله الألوري : تاريخ الدعوة إلى الله بن الأمس واليوم - مكتبة وهبة - الطبعة الثالثة ١٩٧٩ .

_____ : تاريخ الدعوة بين الأمس واليوم ط٢ - القاهرة - مكتبة وهبة ١٩٧٩
إسماعيل صبرى عبد الله : في التتمية العربية ط٢ - دار المستقبل العربي - القاهرة ١٩٨٣ .

إفريت روجرز : الأفكار المستحدثة وكيف تنشر - ترجمة سامي ناشد - القاهرة - عالم الكتب -

ابن فارس .. معجم مقاييس اللغة .

البهى الخولى : تذكرة الدعاة - مكتبة الشباب المسلم - القاهرة - ط ١ ١٣٦٣ هـ .
الحبيب الشطى : أخلاقيات الإعلام في العالم الإسلامي ، مجلة رابطة العالم الإسلامي ، مكة ، عدد سبتمبر ، أكتوبر ١٩٨٠ .

الشيخ طه الولى : المسجد في الإسلام ، بيروت ، دار العلم للملايين ، ١٩٨٨ م .

- المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة - حلقة التكامل بين أجهزة الثقافة وأجهزة التعليم ، القاهرة ، دار الثقافة ١٩٧٩ .
- الموسوعة العربية الميسرة - دار الشعب - ١٩٩٥ - ص١٧٤٨ .
- انور الجندي : عالية الإسلام ، سلسلة أقرأ (٤٢٦) ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٧٧
- بسيوني إبراهيم: دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة، ١٩٩٣م.
- تيسير محجوب الفتياي : مقومات رجل الإعلام الإسلامي - دار عمار للنشر والتوزيع - عمان - ١٩٨٧ .
- جمال عبدالمعطي: الإنترنت والاستخدامات المتطورة، القاهرة، الدار العربية للكتاب.
- جميل صليب : المعجم الفلسفي - دار الكتاب اللبناني - بيروت - ١٩٧٣ .
- جيهان أحمد رشق : الأسس العلمية لنظريات الإعلام - القاهرة - دار الفكر العربي ط٢- ١٩٧٨ .
- حامد عبد الواحد : الإعلام في المجتمع الإسلامي - دعوة الحق - رابطة العالم الإسلامي - عدد ٣٣ سبتمبر ١٩٨٤ .
- حسن الشرفاوي : نحو علم نفس اسلامي ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٧٩
- حسن خير الدين : العلاقات العامة والمبادئ والتطبيق ط٢ - القاهرة - مكتبة عين شمس ، ١٩٦٠
- حسن عماد مكاوي: أخلاقيات العمل الإعلامي، الدار المصرية اللبنانية.
- حسين فوزي النجا : الإسلام والسياسة ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، دار الشعب ١٩٧٧
- زهير الأعرجي : الرأي العام الإسلامي وقوة التحرك - دار التعاون والمطبوعات - بيروت - ١٩٨٤ .
- زياد أبو غنيمه : السيطرة الصهيونية على وسائل الإعلام - الأردن - عمان - دار عمار للنشر والتوزيع ١٩٨٤ .

- سعيد إسماعيل صيفي: الإعلام الإسلامي النظري في الميزان، الرياض، مكتبة الملك
لهد، ١٩٩٧م.
- سفتحي رضوان: الإسلام ومشكلات الفكر، سلسلة أقرأ (٣٧١) دار المعارف،
القاهرة، ١٩٧٣
- سمير حسين: الإعلام والاتصال بالجمهير والرأى العام - عالم الكتب - القاهرة
١٩٧٥.
- سيد سابق: دعوة الإسلام، الطبعة الأولى، بيروت، دار الفكر، ١٩٧٨
- سيد محمد ساداتي: الرأى العام في ضوء الإسلام — عالم الكتب للنشر والتوزيع
— الرياض ١٩٨٩م.
- عبد العزيز عبد الله: التعريب ومستقبل اللغة العربية - المنظمة العربية للتربية والعلوم
والثقافة - القاهرة - معهد البحوث والدراسات العربية ١٩٧١ .
- عبد القادر حاتم: الإعلام في القرآن الكريم - مطابع الأهرام التجارية - القاهرة -
١٩٨٥ .
- عبد القادر طاش: الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي - مكتبة العيكان - الرياض
١٩٩٥ .
- عبد الكريم زيدان: أصول الدعوة، الداعى والمدعو، الطبعة الأولى، ج ١،
المختار الإسلامي، بدون تاريخ.
- عبد اللطيف حمزة: الإعلام في صدر الإسلام - الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفكر
العربي، ١٩٧١
- عبد المجيد شكرى: الإعلام الإسلامي - الواقع - التحديات - المستقبل - العربي
للنشر والتوزيع - القاهرة - ١٩٩٩ .
- عبد المجيد شكرى: دراسات في الإعلام: فنون الراديو في ضوء متغيرات العصر،
القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٥م.
- عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي - عالم الكتب -
مكتبة القدس - القاهرة ١٩٨٥.
- عبدالفتاح عبدالنبي: تكنولوجيا الاتصال والثقافة، القاهرة، دار العربي، ١٩٩٠م.

عبدالقادر طاش: الإعلام وقضايا الواقع الإسلامى، مكتبة العبيكان، ١٩٩٥م.
عبدالنعم محمد حسين: الدعوة إلى الله على بصيرة، القاهرة، دار الكتاب المصرى،
١٩٨٤م.

عدنان النحوى : دور المنهاج الربانى فى الدعوة الإسلامية - دار الاعتصام - القاهرة
- ١٩٧٩ -

على السلمى : السلوك التنظيمى - مكتبة غريب - القاهرة - الطبعة الأولى ١٩٧٩ .
على جريشه : نحو إعلام إسلامى ، القاهرة مكتبة وهبة ، ١٩٧٧ .
على على حسين : استيعاب التكنولوجيا وتحديات العصر أكاديمية البحث العلمى
١٩٩٢ .

على محفوظ : هداية المرشدين إلى طريق الوعظ والخطابة - القاهرة - دار الاعتصام -
الطبعة التاسعة - ١٩٧٩ -

_____ : هداية المرشدين إلى طريق الوعظ والخطابة - ج١ - القاهرة - ١٩٧٩
ص ١٤٤ .

فادى إسماعيل: الخطاب العربى المعاصر، بيروت، المؤسسة الجامعية، ١٩٩١م.
فاروق محمد العامرى: خدمات الإنترنت، القاهرة، الدار العربية للكتاب، ١٩٩٧م.
كرم شلى : الإذاعات التنصيرية الموجهة إلى المسلمين العرب ، مكتبة التراث
الإسلامى ، القاهرة ١٩٩١ .

لنكولن داتيدكىسلى - كالتن تشايلز هيرن : الإرشاد الزراعى - ترجمة محمد المعلم -
مكتبة النهضة المصرية - ١٩٦٣ .

ليلى عبد المجيد : سياسات الاتصال فى العالم الثالث ، الطباعى العربى للنشر والتوزيع
، القاهرة ١٩٨٩ .

ماجى الحلوانى : القمر الصناعى الإسلامى ، تمهدى حضارى وضرورة عصرية ،
الأنجلو المصرية ١٩٨٧ .

محمد أركون : الإسلام والأخلاق والسياسة - ترجمة هشام صالح - مركز الاتحاد
القومى - بيروت - ١٩٩٠ .

محمد السيد الوكيل : أسس الدعوة وآداب الدعاة - القاهرة - دار الطباعة والنشر الإسلامية .

محمد الصادق عفيفي: الفكر الإسلامي، القاهرة، مكتبة الخانجي، ١٩٧٧م.

محمد الغزالي : الإسلام في مواجهة الزحف الأحمر - ط ٨ - القاهرة - مكتبة وهبه . ١٩٨٤ .

_____ : مع الله - دراسات في الدعوة والدعاة - القاهرة - دار الكتب الحديثة - ١٩٧٥ -

محمد بن أبي بكر الرازي ، مختار الصحاح .

محمد خير رمضان : من خصائص الإعلام الإسلامي - دعوة الحق - رابطة العالم الإسلامي - عدد ٩٧ - ١٩٩٠ .

_____ : من خصائص الإعلام الإسلامي - دعوة الحق عدد ٩٧ - رابطة العالم الإسلامي مكة المكرمة ١٩٩٠ .

محمد سيد محمد : المسؤولية الإعلامية في الإسلام - مكتبة الخانجي - القاهرة - دار الرفاعي - الرياض ١٩٨٣ .

_____ : المسؤولية الإعلامية في الإسلام ، مكتبة الخانجي ، القاهرة ، دار الرفاعي ، الرياض ، ١٩٨٣ .

محمد شومان : العولة ومستقبل الإعلام العربي - مركز الدراسات السودانية - القاهرة - ٢٠٠٠ .

محمد علي العويني : الإعلام الإسلامي الدولي ، عالم الكتب ، القاهرة ١٩٧٨ .

_____ : الإعلام الإسلامي بين النظرية والتطبيق - عالم الكتب - القاهرة ط ٢ ، ١٩٨٧ ،

محمد عوض محمد : الاستعمار والمذاهب الاستعمارية - القاهرة ١٩٦٦ .

محمد محمد البادي : البيان الاجتماعي للعلاقات العامة - القاهرة الانجلو المصرية - ١٩٧٨ -

محمد منير حجاب : الإعلام الإسلامي : المبادئ - النظرية - التعمق - دار الفجر للنشر والتوزيع - القاهرة - ٢٠٠٢م .

- محمد منير حجاب : الإعلام السياحي ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ٢٠٠٢ .
- _____ : الإعلام والتنمية الشاملة - دار الفجر - القاهرة ١٩٩٩ .
- _____ : الدعاية السياسية قديما وحديثا - دار الفجر للنشر والتوزيع - القاهرة - ١٩٩٩ .
- _____ : الموسوعة الإعلامية ٧ ج - دار الفجر للنشر والتوزيع - القاهرة - ٢٠٠٣ .
- _____ : مبادئ الإعلام الإسلامي - المطبعة المصرية - الإسكندرية - ١٩٨٢ - محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي : المداخل الأساسية للعلاقات العامة - دار الفجر للنشر والتوزيع - القاهرة ١٩٩٣ .
- _____ ، سحر محمد وهبي : المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، ج٢ ، المدخل الاتصالي ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ١٩٩٤ .
- _____ محمد منير حجاب : مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة - دار الفجر - القاهرة - ١٩٩٩ .
- _____ : نظريات الإعلام الإسلامي - الهيئة المصرية العامة للكتاب - فرع الإسكندرية - ١٩٨٢ .
- _____ : دراسات في الفن الصحفي — الأجلو المصرية — ١٩٧٢ .
- _____ : أساسيات الرأي العام، القاهرة، دار الفجر، ١٩٩٨ م.
- _____ : الإعلام والتنمية الشاملة، القاهرة، دار الفجر، ١٩٩٨ م.
- _____ : التفسير الإعلامي لصحيح البخاري، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩٣ م.
- _____ : الدعاية السياسية وتطبيقاها قديما وحديثا، السعودية، دار الفجر، ١٩٩٨ م.
- _____ : العروة الوثقى، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٢ م.
- _____ : قضايا البيئة من منظور إسلامي، القاهرة، دار الفجر، ١٩٩٩ م.
- _____ : مهارات الاتصال للإعلاميين، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩٩ م

- _____ : موقف الصحف اليومية من قضايا الفكر الدينى ، رسالة
دكتوراه، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ١٩٧٨
- محمد منير مرسى : التربية الإسلامية وتطورها في البلاد العربية - القاهرة - عالم
الكتب - ١٩٨٢ .
- محمود أحمد حماد : الإعلام والدعوة بين التكامل والتضاد - دار السعادة للطباعة -
القاهرة ١٩٩٤ .
- محمى الدين عبد الحليم : الإعلام الإسلامى وتطبيقاته العملية - مكتبة الخانجي ١٩٨٠ .
- _____ : الرأى العام فى الإسلام - دار الفكر العربى - القاهرة - ١٩٩٠ .
- مرعى مذكور : الإعلام الإسلامى الطباعى فى الدول غير الإسلامىة - دار المعلوف -
القاهرة ١٩٨٥ ، ص ١٢٨ .
- _____ : الصحافة الإخبارية والمستولية الإسلامىة للمندوب الصحفى ، القلهرة،
دار الصحوة ، ١٩٨٨ .
- مصطفى كمال : معتقة النظم الإسلامىة - مكتبة وهبة ، القاهرة ١٩٧٨ - ص ٥ -
١٨ .
- هنرى لاوست : نظريات "شيخ الإسلام" ابن تيميه فى السىاسة والأجتماع عن ترجمة
محمد عبد الرحيم على - دار الأنصار - القاهرة ١٩٧٩ .
- ثالثا : رسائل جامعىة :
- حسن عبد الرؤوف البدرى : سلوك الداعىة وآثره فى تبلىغ الدعوة الإسلامىة -
رسالة ماجستير غير منشوره - جامعة الأزهر - كلية أصول الدين
١٩٨١ - ص ٣٣٨ - ٣٤٠ .
- مصطفى الجزىرى : رسالة المسجد الإعلامىة - رسالة ماجستير غير منشورة - كلية
الآداب - جامعة أسىوط - ١٩٨٧ .

رابعاً : مقالات وبحوث :

الأهرام - ٢٤/٨/٢٠٠٣م - حوار مع العلماء حول الاجتهاد ضرورة والتجديد
أهم، عبد الحسيب الختاني .

رابطة العالم الإسلامي : مجلة العالم الإسلامي ، عدد ٧٩٤ ، الاثنين ٢٥ ربيع الأول
١٤٢٤هـ .

رشدى فكار : الإسلام بين دعائه وأدعيائه وأعدائه ، محاضرات الموسم الثقافي
١٩٧٥-١٩٧٦ ، أدب الدعوة والدعاة .

سماحة الشيخ أحمد كفتار ومفتى العام للجمهورية العربية السعودية في حديث لجريدة
البيان بتاريخ ٢٢/١٢/١٩٩٨م .

مجلة الدعوة : عدد ٢١ أغسطس ٢٠٠٢م - أسبوعية إسلامية جامعة تصدر عن
مؤسسة الدعوة الإسلامية .

محمد إبراهيم : التلفزيون والبرامج الدينية ، الأهرام ١٥ أغسطس ٢٠٠٣م .

_____ : رؤية إسلامية / التلفزيون والبرامج الدينية ، الأهرام ٢٩/١/٢٠٠٣م .

محمد حسن الأمين : حديث حول الحوار والوحدة - مجلة المنطلق اللبنانية عدد ١٠٥ ،
ص ٢٦ .

محمد عثمان نجاني : مبادئ التعلم من القرآن الكريم - مجلة عالم الفكر - المجلد الثلثي
عشر (الكويت - وزارة الإعلام يناير ١٩٨٢ .

محمد عصمت : معنى الدعوة في القرآن - مجلة النبأ - عدد ٢٤ - ربيع الأول السنة
الخامسة ١٤٢٠هـ .

محمد وليد جذاع : الموقف من سينما إسلامية ، دار الوفاء ، القاهرة ط٢ - ١٩٨٩ .

محمود أحمد شوقي : حل مشكلات العالم الإسلامي بالتربية - مجلة العالم الإسلامي -
عدد ١٧٧٦ - ٧ ذو القعدة ١٤٢٣هـ .

خامساً : مواقع على شبكة الإنترنت :

<http://www.saa'id.net/aldawah/43.htm>

<http://www.balagh.com/thaqafa/w90yk2yf.htm>

<http://www.iico.org/al-alamyiah/issue-149/Moslem-unit.htm>

- <http://www.almuallem.net/tarbeya3.html>

<http://www.baqiatollah.org/waha/waha/waha7.htm>
<http://web2.ahram.org.eg/acpss/ahram/2001/1/1/y1un17.HTM>
<http://www.dawaweb.info/tech.php>
<http://www.oic-oci.org/arabic/main/information%20stratigy.htm>
<http://www.almanar.net/issues/11/5.htm>
<http://www.muslimworldleague.org/html/menu3/m3i1-ahdaf.htm>
<http://www.muslimwordleague.org/minority/mahawer.htm>
<http://islamselect.Com/conts/dawah/dawahwawsaelaletsal.htm>
<http://news.masrawy.com/masrawynews/29042003/135100news.htm>
<http://www.oic-oci.org/press/arabic/may%202003/mecca.htm>
<http://www.islammemo.cc/filz/one-news.asp?idnews=18>
<http://www.islamonline.net/Daawa/Arabic/display.asp?hquestionID=439>
<http://www.al-waha.net/is.html>
<http://www.saaaid.net/afkar/37.htm>

سادسا: المراجع الأجنبية:

- Andrew Hart, A Practical guide, Understanding the Media, London and New York, 1996.**
- Antou, Richard and Illiya Harik, Rural Politics and Social Change in the Middle East, UNESCO, ASFEC, Ocasional Paper V, Sirse layan, 1967.**
- Barry L. Sherman, Telecommunications Management, Broadcasting/ Cable and the new Technologies, McGraw-hill, New York, 1995.**
- Belmont, CA, 1971.**
- Bob Franklin and Nigel parton, Social Work, the media and Public Relations, Routledge. London and New York, 1991.**
- Carole Chester Working in public Relations, How to Books, 1998.**
- De fleur, Melvin, Thearies of Mas Commuication, New york, David Makay Company, 1975.**
- Ehninger, D., Gronbeck, B.E., Mckerrow, R.E. et al. Principles and Types of Speech Communication: Theory and Practice,**
- F.C. Gillman, Practical Public Relations, Uni., Book Stall 5 Ansari Road, New Delhi, 1976.**

- Glyn, Alkin: Sound Recording and Reproduction, Third Edition, Focal Press, 3ed. Edition, 1996.**
- Hamid Mowlana: Global Information and World Communication, New Frontiers in International Relations, New York, London, 1986.**
- James Watson, Media Communication, An Introduction to Theory and Process, Macmillan, 1998.**
- Jay Black & Jennings Bryant: Communication, Understanding the past, Brown & Bench, Chicago, 1995.**
- John Edridge, Jenny Kitzinger Kevin Williams, The Mass Media and Power in Modern Britain, Oxford, 1997.**
- K.M.Newton: Theory into Practice, A Reader in Modern Literary Criticism, Macmillan, 1992.**
- Lundsteen, S.W. Listening: Its Impact on Reading and Other Language Arts, National Council of Teachers of English, New York, 1971.**
- Nicky Stanton, Mastering Communication, 3 rd Ed, Macmilian Press LTD. 1996.**
- Nicky Stanton, Mastering Communication, Macanillan Press LTD, Third Edition, 1996.**
- Owen Hargie et al., Social Skills in Interpersonal Communication. Routledge, London and New York, Third Edition, 1994.**
- Philip M. Taylor, Global Communications, International Affairs and the Media Since 1945, London, New York, 1996.**
- Schramm, W., Responsibility in Mass Communication (NY, Harper, 1957).**
- Sereno and Mortensen, (ed.) Foundation of Communication Theory (NY, Harper and Row, 1970).**
- Steve Heath, Multimedia and Communications Technology,1996.**

Stuart Harris: Human Communications, 3rd Ed,
New York, NCC, Blackwell Limited, 1993.

**William H. Marnell: The Right to Know Media and the
Common Good, The Seabury Press, New
York, 1973.**

...behavioral professional...
...of the...
...of the...
...of the...

...of the...
...of the...
...of the...