الفصل الرابع

الوسائل الإعلامية الشفوية

تعتبر الوسائل الشفوية من الوسائل الإعلامية التقليدية لقدمها، وهي أقوى الوسائل تأثيراً لمقدرتها الكبيرة على الإقناع، لأن المستمع لا يستطيع التحول عمن يتحدث إليه غالباً، وهذا يساعد على تركيز الانتباه، بخلاف الوسائل الحديثة الأخرى، وتعزز الوسائل الإعلامية الشفهية مشاركة كل من طرفي الرسالة الإعلامية (المرسل والمستقبل) إذ باستطاعة الطرف الأول أن يعرف ردود الفعل لدى مستمعيه في اللحظة عينها بتفرسه في وجوههم، حيث يتم الاتصال بينهم بصورة مبسطة بعيدة عن الروتين الإعلامي، وهذه الوسائل هي:

أ ــ المقرؤون:

كان حملة القرآن الكريم ومقرؤوه في مقدمة صفوف الإعلاميين المسلمين الذين أسهموا بإخلاص في نشر الدين الإسلامي في أرجاء المعمورة، ذلك أن القرآن الكريم بقداسته، وبما تضمنه من قيم ومفاهيم وأخبار، وما فيه من روعة وجمال، كان ولا يزال خير وسيلة يغزو بها رجل الإعلام المسلم قلوب الآخرين وعقولهم.

ولقد اعتمد رسول الله ﷺ في تبليغ دعوته للناس على تلاوة القرآن الكريم، فقد كان مبعوثوه إلى مختلف الجهات يقومون أول ما يقومون به هو إقراء الناس القرآن الكريم، وهو أول أساليب الإعلام في الإسلام، ويكفي مثالاً على ذلك أثر الصحابي مصعب بن عمير رضي الله تعالى عنه في المدينة المنورة[1]، وتأثير قراءة أبي بكر الصديق رضي الله تعالى عنه على نساء المشركين وأطفالهم.

وكان القرآن الكريم وسيلة صحابة رسول الله ﷺ، من بعده، في الإعلام

---

(1) انظر، **ابن هشام**: السيرة النبوية، مصدر سابق، ج2، ص: 76.

بدين الله تعالى على مستوى الدولة والأفراد، حيث كانت الدولة الإسلامية تعيّن معلمين يعلمون الناس من القرآن الكريم ويفقهونهم في الدين.

وهكذا يكون الإعلام عن دين الله تعالى، ماضياً وحاضراً ومستقبلاً، من القرآن الكريم، وبالقرآن الكريم، ذلك أن أمثل سبيل للإعلام عن الله تعالى إنما هو سبيل الله تعالى، قال تعالى: ﴿قُلْ إِنَّمَآ أُنذِرُكُم بِٱلْوَحْىِ﴾[1]، لأن الوحي شرعاً الإعلام بشرع الله تعالى، وهو الحق الصادق عن الحق الصادق جل وعلا، فمكانته في النفوس لا تضاهى، وأثره بالغ، وكذلك قوله تعالى: ﴿وَٱتْلُ مَآ أُوحِىَ إِلَيْكَ مِن كِتَابِ رَبِّكَ لَا مُبَدِّلَ لِكَلِمَٰتِهِۦ﴾[2].

لقد أمر الله سبحانه وتعالى، في هذه الآية الكريمة، بتلاوة القرآن الكريم تعبداً لله تعالى، وتدبراً، وإبلاغاً واضح الدلالة على مكانة القرآن الكريم الإعلامية، وكثرة آيات الدعوة والإعلام والإبلاغ والاتصال في القرآن الكريم، ولغته النموذج، وأساليبه الفريدة في التعبير، كل ذلك يدل على أن القرآن الكريم في البلاغ هو الأسلوب الأمثل في ميدان الإعلام[3].

ب ــ الجهاد:

الجهاد سبيل آخر للدعوة والإعلام بدين الله تعالى، فما كان المسلم يحمل سيفاً للجهاد، إلا وهو يعرف ماذا يريد، ولأجل ماذا يحارب؟ لقد كان يحمل السيف وقلبه مملوء بالإيمان، وفكره منور بمبادىء الإسلام، لا يضمر حقداً لأحد، ولا يبتغي الشر، ولا يؤذي طفلاً أو امرأة، أو حتى حيواناً أصم، أو شجراً أخضر، بل يريد الهداية لجميع الناس، ويريد النفع لعمومهم، سيفه إنذار للظالمين، وكلامه بشرى للعالمين.

لم يكن الجهاد في الإسلام يوماً حرباً استعمارية مبنية على القهر والغلبة، ولا لفرض العقيدة الإسلامية على أحد، لقوله تعالى: ﴿لَآ إِكْرَاهَ فِى ٱلدِّينِ قَد تَّبَيَّنَ

(1) سورة: الأنبياء، الآية: 45.

(2) سورة: الكهف، الآية: 27.

(3) انظر، الشنقيطي، سيد محمد ساداتي: مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم، الرياض، دار عالم الكتب، 1406 هـ/ 1986 م، ص: 99/ 100.

ٱلرُّشْدُ مِنَ ٱلْغَيِّ﴾[1]، بل إنه شرّع ليفتح الطريق أمام الدعوة إلى الحق والتوحيد، وإلزام الحكام الظالمين احترام العقل والحرية، وتحقيق الأمان لمن يريد اعتناق الإسلام أو البقاء على عقيدته السابقة، لقوله تعالى: ﴿وَقَٰتِلُوهُمْ حَتَّىٰ لَا تَكُونَ فِتْنَةٌ وَيَكُونَ ٱلدِّينُ لِلَّهِ فَإِنِ ٱنتَهَوْا۟ فَلَا عُدْوَٰنَ إِلَّا عَلَى ٱلظَّٰلِمِينَ ﴿١٩٣﴾﴾[2].

لقد سمحت الانتصارات التي أحرزها المسلمون للناس في البلاد المفتوحة الدخول في الإسلام، وفتح مكة المكرمة خير دليل على ذلك، وكذلك الفتوحات في بلاد فارس والروم وإفريقيا والأندلس.

وكانت الفرصة مواتية للمجاهدين والعلماء والدعاة، الإعلام عن دين الله تعالى، وبيان قواعده ونظمه في أعقاب الفتح، فكانوا ينتشرون في الأصقاع المفتوحة، ويدعون إلى الإسلام بجميع الوسائل والأساليب الإعلامية المتاحة في ذلك الوقت؛ من اتصالات شخصية، وخدمات اجتماعية، وسلوك حسن، ومعاملة طيبة، وأخلاق دمثة، وبناء للمساجد، وإلقاء خطب.

ولا شك أن «الفطرة السليمة تتقبل الإسلام بسهولة، فمبادئه السمحة تدخل القلوب، وأحكامه العادلة توافق متطلبات كل إنسان، وكذلك رحمة المجاهدين بالمحاربين وبالبلاد المفتوحة، كل ذلك كان من الأسباب القوية في إسلام هؤلاء، والانضواء تحت لوائه بعد أيام قليلة من الفتح.

ونحن نرى اليوم ما حل بالدعوة الإسلامية، بل وبالمسلمين جميعاً بعد أن نكّس علم الجهاد إلا في أماكن قليلة، وقد ترك أكثر المسلمين نصرته بالدعم المادي والمعنوي!

لقد غدوا مهزومين في أرضهم وأوطانهم بعد أن كانوا سادة دعاة فاتحين، وما أجلَّ أن يعتبر المسلمون بقول أبي بكر الصديق ﷺ: «ما ترك قوم الجهاد إلا ذلوا»[3].

---

(1) سورة: البقرة، الآية: 256.

(2) سورة: البقرة، الآية: 193.

(3) **نصر، محمد إبراهيم**: الإعلام وأثره في نشر القيم الإسلامية وحمايتها، مرجع سابق، ص: 34.

ج ــ الأذان:

يعتبر الأذان شكلاً آخر من أشكال الإعلام الإسلامي، إذ للمسلم خمس مرات، كل يوم، نداء يذكّره بعظمة الله تعالى، وبالركن الأول من أركان الإسلام، يقرر وحدانية الله تعالى، ونبوة الرسول ﷺ والدعوة إلى الصلاة والفلاح، كل هذا مرتين، وينتهي النداء العظيم بأفضل ما قاله النبيون عليهم السلام لا إله إلا الله.

ويرسخ الأذان، نتيجة تكراره واحتوائه على معان جليلة هي أساس عقيدة كل مسلم، هذه المعاني في الأذهان، ويجعلها تذكرة، يعيش المسلم حياته عليها، وينظم بها وقته ويتذكر إذا نسي، إنه شكل رائع وفريد من أشكال الإعلام الإسلامي، يسمعه جميع أفراد المجتمع الإسلامي.

د ــ المسجد:

يعد المسجد أهم مركز إعلامي بين المسلمين، ونقطة لقاء دائمة ومفتوحة بين بعضهم البعض، ولا يقتصر فيه على إقامة الشعائر التعبدية وحلقات التدريس والوعظ، بل إنه مركز لتدريب المسلمين على تطبيق الأحكام الإسلامية وإقامة العدل في المجتمع.

وتتحقق ـ من خلال لقاء المسلمين في المسجد ـ أهداف كثيرة من أهداف الاتصال الشفوي، ففي المسجد يتعرف المسلم إلى أخيه، ويكوّن معه عبر اللقاء المستمر أخوة صادقة، تتحد فيها الأفكار والتطلعات بعد تداول الآراء ومناقشتها، وفيه يتعرف المصلي على إمامه وخطيب مسجده، فتنعقد بينهما صداقة روحية متينة، ويستفيد منه في معرفة أحكام دينه، وما أشكل عليه مما يجدّ من أمور، لا يعرف موقف الإسلام منها.

يهيىء المسجد المجال للاتصال الشخصي بصورة رائعة فريدة، وكذلك الحال بالنسبة للاتصال الجماعي، إذ إن الدروس التي يلقيها إمام المسجد وخطبة الجمعة تؤدي دوراً هاماً في هذا المضمار.

ويعطي جو الخشوع الذي يشيع بين جنبات المسجد للمضمون الذي يلقيه الخطيب أو المدرس قوة وحيوية وفعالية كبيرة، و«يتميّز الدرس بقدرة المستمعين على طرح الأسئلة المباشرة، أو غير المباشرة على المدرس، بل مناقشته إن اقتضى

الأمر، وهذا بطبيعته يؤدي إلى توحيد الأفكار والتوافق بين المسلمين... ولا ريب أن وحدة الفكر والمواقف التي تتحقق من خلال المسجد من أهم عناصر وحدة المسلمين»[1].

ولنا أن نتصور مدى التأثير الإعلامي للمسجد، في مجتمع لا يخلو حي من أحيائه من مسجد أو أكثر، ولا تمر فريضة من فرائض الصلاة إلا وتقام فيها صلاة الجماعة، حيث يلتقي ملايين المسلمين ببعضهم البعض خمس مرات يومياً، إنه دين محكم إعلامياً، ومحكم اجتماعياً وسياسياً، فهو بيت الله تعالى، فيه تتنزل الرحمات لقوله ﷺ: «**وما اجتمع قوم في بيت من بيوت الله يتلون كتاب الله ويتدارسونه بينهم، إلا نزلت عليهم السكينة وغشيتهم الرحمة، وحفّتهم الملائكة، وذكرهم الله فيمن عنده**»[2].

هـ ـ الخطابة:

الخطابة فن له قواعده وأصوله، والخطيب الناجح هو الذي يستطيع أن يستحوذ على مشاعر مستمعيه في يسر، وذلك إذا كان متمكناً من علمه وثقافته، وقدرته على اجتذاب الأسماع، وإذا كان مسلماً بأبعاد القضية التي يعرضها، ملماً بأعماق المشكلة التي يبحثها، ومستوعباً عناصر الموضوع الذي يطرقه.

ولخطبة الجمعة في الإسلام شأن عظيم، لأن صلاة الجمعة فرض عين على كل مسلم، بالغ عاقل مقيم، لقوله تعالى: ﴿يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا نُودِىَ لِلصَّلَوٰةِ مِن يَوْمِ ٱلْجُمُعَةِ فَٱسْعَوْاْ إِلَىٰ ذِكْرِ ٱللَّهِ ﴿٩﴾﴾[3].

وقد أجمع العلماء على أن الإنصات للخطبة أمر واجب، لقوله ﷺ: «**إذا قلت لصاحبك أنصت يوم الجمعة، والإمام يخطب فقد لغوت**»[4].

وهذه فرصة ثمينة للخطيب وللمصلين على حد سواء، فالخطيب يحظى بجو

---

(1) **الغلاييني، محمد موفق**: وسائل الإعلام وأثرها على وحدة الأمة، مرجع سابق، ص: 111.

(2) رواه مسلم في صحيحه، في باب: فضل الاجتماع على تلاوة القرآن وعلى الذكر، وهو جزء من حديث طويل.

(3) سورة: الجمعة، الآية: 9.

(4) أخرجه مسلم في صحيحه، كتاب: الجمعة، باب: الإنصات يوم الجمعة في الخطبة.

هادىء لا يشوبه التشويش أو الاعتراض، مما يمكنه من أداء خطبته على الوجه الأكمل، والمستمعون يتمتعون بهذا الجو المفعم بالخشوع.

ـ بناء خطبة الجمعة: تبنى خطبة الجمعة على ثلاثة أمور هي:

أولاً: المقدمة، التي يمهد الخطيب فيها لموضوعه محاولاً جذب انتباه المستمعين إليه ليصغوا إلى ما سيقوله في خطبته.

ثانياً: الموضوع أو الفكرة الأساسية للخطبة وهو الجزء الهام والرئيس في الخطبة، متدرجاً من الجزئيات إلى الكليات، بحيث يحيط بجوانب الموضوع معتمداً على الحجة والإثارة معاً، لأن الخطبة تحتاج إلى قدر من الانفعال.

ثالثاً: الخاتمة، وفيها تلخيص الخطيب موضوعه بعبارات موجزة مؤثرة، ليترك في أذهان المستمعين صورة واضحة لما تطرق له[1].

صفات الخطيب:

إن مهمة الخطيب أشق وأصعب من مهمة المتحدث على أمواج الأثير، فالمتحدث على أمواج الأثير يواجه أسماع المستمعين بينما «الخطيب أو المحاضر يواجه أبصار المستمعين وأسماعهم معاً، ولهذا الفارق أهميته، فبينما للمتحدث فرصته غير المحدودة في إبراز مواهبه، إذ بفرصة الخطيب أو المحاضر محدودة إلى حد ما»[2]، ولهذا ينبغي أن يتحلى الخطيب بصفات عديدة، أهمها:

1 ـ الصوت الحسن: المقصود بالصوت الحسن أن يكون صافياً مريحاً، لا يزعج المستمع، ولا يؤذي سمعه، ولا يقرع صماخه، وأن يكون خالياً من العيوب النطقية في مخارجها، فلا تلكؤ ولا تأتأة أو فأفأة، ويكون قادراً على التلوين في الأداء حسبما يناسب المقام، ولا يكون خشناً ضخماً، أو رفيعاً ضعيفاً.

---

(1) انظر، **كارنيجي، ديل**: التأثير في الجماهير عن طريق الخطابة، مراجعة الدكتور إبراهيم جمعة، القاهرة، دار الفكر العربي، د.ت. ص: 89 وما بعدها.

(2) **السمان، محمد عبد الله**: كيف نبني مؤسسات الإعلام على أسس إعلامية، الرياض الندوة العالمية للشباب الإسلامي، 1396 هـ/ 1974 م، ص: 418.

والصوت الحسن له تأثير على إيصال الرسالة، وجذب المستمع، وتحديد انتباهه، وهو قادر ـ بقوته وجماله ـ على تحسين الموضوع وتشويقه بأدائه المناسب[1].

2 ـ إجادة التعبير: العين هي النافذة التي نطل بها على العالم، ويُطل منها علينا، تكشف نظراتها العواطف، وتكشف عما تكنّه النفس، «فمثلاً العين المفتوحة تمثل الغيظ والخوف والإعجاب، والعين المغلقة تشير إلى التواضع أو البغضاء والنظر الشزر يترجم عن الاحتقار والاستهانة، والعين المتحركة ـ يميناً وشمالاً ـ تنبىء عن الرياء والاستهزاء، والعين المنطلقة إلى السماء ترمز إلى الدعاء، والنظرة إلى الأرض تعبر عن التأثر والخشوع أو الحياء، والعين المستقرة في نظراتها تفصح عن الشوق والثبات والرجاء، والعين اللامعة ترجمان عن الظفر»[2].

والإشارة لغة متطورة، أو لفتة متحركة مفهومة، فإذا اقترنت الإشارة باللغة في موضعها الملائم أثرت تأثيراً بليغاً، وصوت الخطيب مهما تغير نبراته ونغماته، لا يكفي للتعبير عن العواطف كلها، فلا بد أن تساعده حركات اليدين والرأس والمنكبين وملامح الوجه.

3 ـ قوة الحجة: تستند الأحاديث الدينية في إثباتها على قوة الحجة والاستدلال بالمنطق، والتقريب إلى الواقع ما أمكن، لذلك ينبغي على الخطيب أن يكون قوي الحجة في حديثه، مستنداً إلى الشواهد الواجب وجودها في الموضوع لتوثيقه وضبطه وتحقيقه، حتى يكون أقرب إلى الإقناع والقبول عند المستمعين.

فلا بد للخطيب أن «يتمرس بأساليب القرآن الكريم والحديث النبوي الشريف وبكلام العرب الفصحاء، ذلك لأن الرسول ﷺ تعرض، وهو ينشر دعوة الله، إلى

---

(1) انظر، **لغز، محمد إبراهيم**: الإعلام وأثره في نشر القيم الإسلامية وحمايتها، مرجع سابق، ص: 48.

(2) **شحاته، عبد الله**: الدعوة الإسلامية والإعلام الديني، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب 1978، ص: 26.

كثير من المعاندين، فسلّحه الله بقوة الحجة التي تقهر باطلهم، وتسد عليهم كل مسلك»[1].

وقد اشتمل القرآن الكريم على جميع أنواع الحجج والأدلة التي تخضع لها رقاب الكافرين المعاندين، لأن الله تعالى علم أولاً ما يلجأ إليه أهل الضلال من مغالطات وحيل، فسلّح أهل الإيمان ودعاة الخير بما ينصرهم عليهم ويخزهم، فالانتصار بالحجة والبرهان لا يقل أهمية عن الانتصار في ميدان القتال.

وتتنوع في القرآن الكريم الحجج والبراهين القوية التي تسكت المعاندين، وتلجم أفواه المبطلين بإيضاح الأدلة المقنعة، من ذلك ما ذكره القرآن الكريم في قصة «أبي بن خلف لعنه الله إذ جاء إلى رسول الله ﷺ وفي يده عظم رميم وهو يفته ويذروه في الهواء وهو يقول: يا محمد، أتزعم أن الله يبعث هذا؟ قال ﷺ: **«نعم، يميتك الله تعالى ثم يبعثك ثم يحشرك إلى النار»**[2]. فنزل قوله تعالى: ﴿وَضَرَبَ لَنَا مَثَلًا وَنَسِيَ خَلْقَهُ قَالَ مَن يُحْيِ الْعِظَامَ وَهِيَ رَمِيمٌ ﴿٧٨﴾ قُلْ يُحْيِيهَا الَّذِي أَنشَأَهَا أَوَّلَ مَرَّةٍ وَهُوَ بِكُلِّ خَلْقٍ عَلِيمٌ ﴿٧٩﴾﴾[3].

وتتنوع أيضاً أساليب «الإقناع بتنوع الأفراد والجماعات، فرب فرد تقنعه الحجة العقلية عن طريق الذهن والوعي، وآخر تخاطبه عن طريق الحس والوجدان، وثالث تصل إليه عن طريق القصص، ومن أجل ذلك كانت أساليب القرآن الكريم متعددة، ولكنها جميعاً تصل إلى أعماق الضمير الإنساني»[4].

والخطيب الذي يدير حديثه حول شيء معين، ويعيد ليكرر في آخر كلامه ما قاله في المقدمة، وفي الموضوع، ولا يحسن كيف يربط أجزاءه، ويجمع شواهده، ويستدل له، ويوثقه، فإن المرء لا يستسيغ ما يقول، ويشعر بثقل كلامه، وصعوبة متابعته.

---

(1) **لغز، محمد إبراهيم**: الإعلام وأثره في نشر القيم الإسلامية وحمايتها، مرجع سابق، ص: 49.

(2) **ابن كثير، أبو الفداء إسماعيل**: تفسير القرآن العظيم، بيروت، دار القلم، د.ت. ج3، ص: 496.

(3) سورة: يسّ، الآية: 78/ 79.

(4) **إمام، إبراهيم**: الإعلام الإسلامي، المرحلة الشفهية، مرجع سابق، ص: 57.

4 ـ المخاطبة على قدر العقول: إن مجال الدعوة في الاتصال الشفوي المباشر أرحب باباً، وأوسع مجالاً لمخاطبة المستمعين حسب الأسلوب الملائم، وذلك بأن الخطيب في هذا المجال، بإمكانه التعرف على نفسية المتلقين ومناقشتهم، وإعطائهم ما يرغبون من معلومات بأسلوب سهل، وبخاصة إذا كان قد أوتي حظاً وافراً من الثقافة الإسلامية، وعارفاً بالبيئة وبنفسية الأشخاص[1].

5 ـ البساطة وعدم التكلف: إن من أفضل الأمور أن يبقى المرء على سجيته في الحديث، ولا يحاول التصنع أو التكلف فيه، ذلك أن الإلقاء الطبيعي السليم أدعى للانسجام، وأقرب للقبول، لقوله تعالى: ﴿قُلْ مَآ أَسْـَٔلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ وَمَآ أَنَا۠ مِنَ ٱلْمُتَكَلِّفِينَ ﴿٨٦﴾﴾[2]، أي لا أتكلف ولا أتصنع، ولا آمر إلا بما يوحي منطق النظرة، وأن التكلف والتصنع والهيئة المصطنعة تحول دون التكيف مع الحديث والارتباط به، والمحاولة لمتابعته، وربما كان لهذه الحكمة ما قاله ابن عمر رضي الله عنهما (نهينا عن التكلف)[3].

وروى ابن مسعود ﷺ أن النبي ﷺ قال: «**هلك المتنطعون**»[4] قالها ثلاثاً، «فالحديث العادي الهادىء الخالي من التعقيد والالتواء تألفه النفس أكثر، ويستجيب لندائه بسهولة، وأما عكسه مما تنفر منه النفس فلا تستسيغه»[5].

6 ـ التشويق: من الحكمة في أسلوب دعوة الناس إلى الإسلام، ولفتهم إليه مخاطبتهم من حيث يستجيبون، وبالأسلوب الذي به ينفعلون.

فالناس الذين يتباينون في كل شيء، يتباينون في ذكائهم وعلمهم، ويتباينون في أمزجتهم ومشاعرهم، ثم إنهم يختلفون في أفكارهم وتصوراتهم، ويختلفون في ميولهم واتجاهاتهم.

---

(1) انظر، **صقر، عبد البديع**: كيف ندعو الناس، بيروت، دار القرآن الكريم، 1400 هـ/ 1980 م، ص: 52.

(2) سورة: صّ، الآية: 86.

(3) رواه مسلم عن عبد الله بن مسعود ﷺ في كتاب: العلم، باب: هلك المتنطعون.

(4) رواه الترمذي عن عبد الله بن مسعود، حديث غريب، أبواب الاستئذان، باب: ما جاء في الفصاحة والبيان.

(5) **صقر، عبد البديع**: كيف ندعو الناس، مرجع سابق، ص: 53.

ويفرض هذا على الدعوة وعلى الخطيب تخيّر المدخل الأكثر مناسبة إلى نفوسهم، والأسلوب الأكثر ملاءمة إلى عقولهم.

ومفاتيح إقناع الناس بالإسلام كثيرة ومتعددة، ولا يمكن إحصاؤها وحصرها، فقد يكون مفتاح ذلك، أحياناً، حلاً يقدمه الخطيب لمشكلة معيشية، أو خدمة اقتصادية، أو قضية يتبناها، وقد يكون مقدمة مناسبة، أو حكاية طريفة، أو نكتة بارعة، أو حادثة تستجلب النظر، أو مثلاً، أو حكمة، أو بيتاً طريفاً من الشعر، أو استفهاماً يثير اهتمام السامعين أو المشاهدين.

واستعمل رسول الله ﷺ «أساليب مثيرة للشوق، أو التطلع فيما يحدث به، وليكون ذلك تهيئة للجد ومقدمة، أو مدخلاً لأمر سيخبرهم به، ومن ذلك قوله عليه الصلاة والسلام عندما صعد الصفا: **«لو أخبرنكم أن خيلاً تريد أن تخرج عليكم من سفح هذا الجبل أكنتم مصدقي»**. وإن لنا أسوة حسنة برسول الله ﷺ في أسلوب مخاطبة الناس، وإثارة نفوسهم وتنبيه قلوبهم، ولفت أنظارهم قبل الدخول في الحديث، وذلك حتى يكون المدعو متشوقاً لمعرفة الموضوع»[1].

إن البراعة في الاستهلال والتشوق في المقدمة رهن بجذب المستمع نحو الحديث المقدم، فإذا لم يكن الاستهلال مشوقاً خسر الخطيب الكثير من جمهور المستمعين والمشاهدين، لأنه لم ينجح في أسر قلوبهم ولفت أنظارهم في البداية، ومهما كان الموضوع مشوقاً في وسطه أو آخره، فإنه سيظل ناقصاً ما لم تكن مقدمته جذابة.

7 ـ عدم الإطالة: من المفيد جداً أن تكون الخطبة قصيرة، لأن ذلك أسهل على النفس، وأخف على القلب، وأدعى لمتابعة الخطيب، والاستماع إليه حتى النهاية.

فمن المعروف «أن الطاقة الذهنية محدودة، ولا يمكن لسامع في العادة، أن

(1) **الشيخ عبد الوهاب، الشيخ محمد**: مختصر سيرة الرسول، الرياض، إدارات البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد والشؤون الدينية، د.ت. ص: 161.

يتابع بانتباه لأكثر من خمس عشرة دقيقة، وبعدها يصيبه الإعياء أو الشرود ويتمنى أن يستريح حتى يجد مشوقاً آخر، ويحاول بعضهم أن يبرر حرصه على الإطالة بقوله: «أخشى أن أطيل عليكم». وكأنما يطلب تجديد الثقة، وهذا غير حسن، وبعضهم يخشى أن يتهم بالتطويل، فيترك الموقف مبتوراً وهذا أيضاً غير حسن، والأولى أن نحدد الوقت والموضوع من قبل، وأن يحترم ذلك بدقة»[1].

واقع خطبة الجمعة:

أرسى رسول الله ﷺ أسس الخطابة وتقاليدها في صلاة الجمع والأعياد وصلاة الاستسقاء ومواسم الحج، فبينما تسبق الخطابة الصلاة في الجمع، فإنها تأتي بعد الصلاة بالأعياد.

وكانت الخطابة وسيلة رسول الله ﷺ إلى سبيل الله تعالى إيقاظاً للضمائر، وحثاً على فعل الخير، وتدبراً للكون، وإيماناً بالله الواحد الأحد، ومعرفة الدين ونواهيه.

ومن المؤسف حقاً في عصرنا الحاضر أن الكثير من المنابر «أصبحت تحمل فوقها أشباه الخطباء الذين فرّغوا الخطابة من محتواها، وأخرجوها من إطارها الصحيح، وأبعدوها عن أداء أماناتها وإبلاغ رسالتها.

فلا يرى أكثرهم قرأ آية من كتاب الله تعالى، يعطيها حقها ومستحقيها، أو يروي حديثاً صحيحاً بنصه عن النبي ﷺ، أو يصيغ عبارة صحيحة من ناحية اللغة»[2].

فما أصدق ما قاله أديب العربية والإسلام مصطفى صادق الرافعي: «ألا ليت المنابر الإسلامية لا يخطب عليها إلا رجال فيهم أرواح المدافع، لا رجال في أيديهم سيوف من خشب»[3].

---

(1) **صقر، عبد البديع**: كيف ندعو الناس، مرجع سابق، ص: 53.

(2) **أبو زيد، وصفي**: فقه خطبة الجمعة، مجلة الوعي الإسلامي، الكويت، العدد 436، ذو الحجة 1422 هـ/ شباط آذار 2002 م، ص: 19.

(3) **الرافعي، مصطفى صادق**: وحي القلم، بيروت، دار ابن زيدون، ج1، ص: 25.

ولذلك نرى مصلين يتأخرون عن خطبة الجمعة، بصرف النظر عن الحكم الشرعي في ذلك، ويحضرون قبيل الصلاة حتى يعافوا آذانهم من سماع هذا الحديث الذي يخدش روعة الجمعة، ويذهب جلال اليوم وبهاءه.

وتحتاج خطبة الجمعة، في عصرنا إلى إعادة نظر، والاستفادة منها في تذكير الناس وتوجيههم، في عصر أصبحت الكرة الأرضية، رغم اتساعها، كأنها بقعة صغيرة، لا حدود لها، ولا مسافة تفصل بعضها عن البعض بين أجزائها، وباستطاعة أي إنسان، أينما وجد، أن يرى ويشاهد ويسمع ما يدور في أية منطقة دون عناء أو جهد، وهو جالس في مكانه.

والذي يرصد خطبة الجمعة في عالمنا الإسلامي تستوقفه أمور كثيرة، أهمها:

1 ـ **موضوع الخطبة**: إن الخطابة فن يحتاج إلى مواهب خاصة، والخطبة لها مقوماتها وخصائصها الفنية، لكن الغالب على خطباء اليوم الصراخ أمام مكبرات الصوت، وثقب طبلة أذن المستمع، وقد يكون الموضوع المطروح لا يحتاج إلى مثل هذا الانفعال، مما يجعل المستمع لا يستقبل المعنى المطروح الاستقبال المناسب.

2 ـ **الارتجال غير المدروس**: نادراً ما نرى خطيباً حمل قصاصة خط فيها النقاط الرئيسة التي يود طرحها والحديث عنها، وكثيراً ما نستمع إلى خطيب يتحدث عن مواضيع شتى، لا تمت لبعضها بصلة.

3 ـ **إطالة الخطبة**: يطيل العديد من الخطباء الخطبة، مما يورث المستمع الملل والضجر، ويزداد الملل عندما يتناول الخطيب موضوعاً أبعد ما يكون عن الواقع ومستوى المجتمع، أو عندما ينقل الخطباء خلافاتهم المختلفة إلى منبر الجمعة[1].

(1) انظر، **مصطفى، محمد يوسف**: دور المسجد في مواجهة قضايا العصر، مجلة الوعي الإسلامي، الكويت، العدد 309، رمضان 1410 هـ/ نيسان 1990 م، ص: 76.

4 ـ اعتماد خطب سابقة: كثيراً ما يلجأ بعض الخطباء إلى خطب ألفها علماء سلف لعصرهم، أو سبق أن ألفوها في سنوات ماضية، فينعزل بذلك عن جمهوره، وتفشل الخطبة في تحقيق أهدافها في التأثير على الجماهير، إذ تبدو متخلفة عن قافلة الزمن، بينما الناس يشغلهم حدث جلل أو أمر طارىء، ويتشوقون إلى سماع كلمة الدين، فإذا هم يسمعون نغمات قديمة لا صلة لها بما يتوقون إلى سماعه[1].

لذا ينبغي على الخطيب أن يحسن اختيار الموضوع، الذي يمس بشكل مباشر مشاكل الناس وهمومهم، ومتى ربط الخطيب نفسه بالقضايا الاجتماعية المرتبطة بمصالح الناس ومشاكلهم، فإنه يربط المجتمع بتعاليم الدين، فالخطيب عندما يخوض في قضايا المجتمع يكسب ثقة ومصداقية، ويصبح تأثيره بلا حدود، فدور الخطيب لا ينحصر في الوعظ والإرشاد فقط، بل يوظف المعاني الدينية لتقوم بدورها في تناول قضايا المجتمع، ويبين كيف يحل الإسلام بأنظمته وبأحكامه الشرعية مشاكل الفرد والمجتمع في كل زمان ومكان.

نقترح في هذا المجال:

1 ـ إحداث برامج لتأهيل خطباء المساجد، بحيث نعد خطيباً جيداً، تتوفر فيه مقومات الخطيب الناجح.

2 ـ إعداد دليل خاص للخطباء، يحتوي المعلومات والتوجيهات التي تهم الخطيب.

3 ـ تأهيل الخطباء لغوياً وفكرياً بما يتناسب مع متطلبات القرن الخامس عشر الهجري.

4 ـ وضع صندوق استفتاء في كل مسجد لأخذ آراء المصلين بالخطبة وموضوعها حتى يتم تطوير موضوع الخطبة، من خلال النقد الذاتي البناء.

5 ـ إقامة درس بعد صلاة الجمعة، يتوسع فيه الخطيب في تفصيل المعاني

(1) انظر، محمد، محمد عياد: خطبة الجمعة الواقع والمرتجى، جريدة اللواء، بيروت، السنة 34، العدد 8640، الأربعاء، 8 ذو القعدة 1417 هـ/ 24 أيار 1996 م، ص: 15.

التي ذكرها، حتى يكون المجال مفتوحاً لمن يريد الاستزادة من المصلين، وبذلك ننجو من آثار السلبية على بعض الحضور.

6 ـ تفعيل دور المسجد: توافق مؤرخو السيرة النبوية أن أول عمل قام به رسول الله ﷺ عند هجرته إلى المدينة المنورة هو بناء المسجد، ولقد استهل رسول الله ﷺ وجوده في المدينة المنورة ببناء المسجد «لكي يؤكد للمسلمين بالعمل المادي المحسوس، والواقع الفعلي الملموس، أن البناء يتجاوز ما تقع عليه العين من الحيّز الذي يشغله في أديم الأرض، ويبلغ في آثاره الإعدادية والتنظيمية أعماق المجتمع الإسلامي العتيد، وينفذ بهذه الآثار إلى كل مسلم في عملية تغيير جذرية تتناول هذا الفرد، بحيث يستحيل مع الإسلام إلى إنسان جديد ليس فيه من رواسب جهالة الجاهلية ما يشده إلى ضلاله القديم من قريب أو بعيد»[1].

ومن هذا المنطلق علينا أن نعيد الدور التربوي للمسجد، ويكون ذلك في الخطوات التالية:

1 ـ إيجاد مكتبة ثقافية وسمعية بصرية.

2 ـ الإعلان الدائم عن سلسلة دروس متنوعة.

3 ـ تأليف لجنة مسجدية من رواد المسجد تهتم بأمور المنطقة المحيطة بالمسجد، وجعل المسجد محور النشاط الثقافي والفكري والبيئي.

4 ـ تواجد إمام المسجد في المسجد، في أوقات محددة، يعلن عنها ليكون مرجعاً يجيب عن استفسارات الناس، ويتفاعل مع النشاطات القائمة في محيط المسجد.

5 ـ رعاية النشاطات الموسمية والمناسبات الإسلامية.

و ـ **الحج**: الحج من أهم وسائل الدعوة الإسلامية حيث إنه مقرون بكثير

(1) **الولي، طه**: الدور التربوي للمسجد في الإسلام، مجلة الوعي الإسلامي، الكويت، العدد 306، جمادى الآخرة 1410 هـ/ كانون الثاني 1990 م، ص: 50.

من المظاهر الإعلامية والأشكال الدعائية التي صحبت أداء هذه الفريضة من أولها إلى آخرها، «وربما كان أول شكل من هذه الأشكال الدعائية هذا النشيد الذي يردده الحجيج وهم مقبلون إلى مكة المكرمة، ويرددونه في أثناء طوافهم بالبيت العتيق، وهو النشيد الذي وضعه لهم رسول الله ﷺ، وفيه يقول: **«لبيك اللهم لبيك، لبيك لا شريك لك لبيك، إن الحمد والنعمة لك والملك، لا شريك لك لبيك، وإن الخير كله في يديك لبيك»**.

مشهد رائع جميل من مشاهد الدين، يثبت العقيدة في نفوس المسلمين، ويزرع الإيمان والسكينة في قلوب المؤمنين، وللأناشيد الحماسية في كل ثوره دينية أو سياسية أثرها الذي لا يحتاج منا إلى شرح»[1].

وهو يوم عظيم، ووقت ثمين للدعاة بتذكير المسلمين بواجباتهم، والنهوض بهم، وتزكية روح الجهاد فيهم، وتوزيع الكتب والمجلات الإسلامية بينهم، وإلقاء الخطب والدروس المفيدة عليهم عند أداء كل شعيرة.

وينبغي أن يؤلف كتاب عن نظرة الإسلام إلى الأحداث في كل عام يمضي، ليكون المسلمون على بصيرة فيما يجري في واقع الحياة، ومعرفة العدو من الصديق، وما آل إليه الإسلام والمسلمون، وما يكيد لهم الأعداء، ويترجم هذا الكتاب إلى جميع لغات المسلمين[2].

و ــ المحاضرة:

المحاضرة كالخطابة فن شفوي يهدف إلى إقناع المستمعين واستمالتهم، وتتكون المحاضرة من مقدمة وموضوع وخاتمة كالخطبة، لكنها تختلف عن الخطابة في الأمور التالية:

1 ـ موضوع المحاضرة أوسع من موضوع الخطبة، لأن التقسيم فيها يبدأ بالمبادىء ثم تقسم المبادىء إلى عناصر، أما الخطابة فبالعكس، حيث إن وقت المحاضرة أطول في الغالب، من وقت الخطبة.

---

(1) **حمزة، عبد اللطيف**: الإعلام في صدر الإسلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1978، ص: 82.

(2) انظر، **يوسف، محمد يوسف رمضان**: الدعوة الإسلامية، الوسائل والأساليب، الرياض، المؤلف، 1407 هـ/ 1986 م، ص: 16.

2 ـ يغلب طابع الإثارة والانفعال على الخطبة، في حين تعتمد المحاضرة على التحليل العلمي والأسلوب الهادىء، والمحاضر ملزم بعناصر محاضرته، أما الخطيب فإنه قد يخطر بباله معان طارئة، أو خواطر عارضة فيذكرها.

3 ـ الغالب على جمهور المحاضرة أنه خاص، بحيث نرى لكل محاضر جمهوره، أما الخطبة فجمهورها عام، وهذا ما يوجب على الخطيب مراعاته، بحيث يفهم المستمعون جميعاً كلامه[1].

خصائص المحاضرة: تتمتع المحاضرة بخصائص عديدة هامة، منها:

1 ـ اتساع موضوعها: فهي تعالج الأمور من النواحي كافة، مبينة الأسباب والنتائج والحلول، وهذا يعين المحاضر على إقناع جمهور الحاضرين بوجهة نظره، لأن المجال واسع أمامه بحيث يجول فيه كما يشاء، فيقدم الأدلة، ويسهب في ضرب الأمثلة الموضحة لفكرة، ويعيد تكرار النقاط الهامة بأسلوب متنوع ليتم له التأثير على السامعين.

2 ـ تتصف المحاضرة بالهدوء والعقلانية: لاعتمادها على المنطق والتحليل العلمي وغلبة أسلوب تقرير الحقائق وإيضاحها، وهذا يساعد على إحداث التغيير المنشود في طريقة التفكير أو المعلومات، فقد تكون هناك طريقة خاطئة في التفكير، أو معلومات مشوهة، وهنا تظهر براعة المحاضر الذي يبين الصواب في ذلك كله.

3 ـ الجمهور الخاص: للمحاضرة جمهورها الخاص من المثقفين، والجمهور الخاص عامل هام من عوامل الفهم والمشاركة، فالمحاضر لا يجد صعوبة في إفهام مستمعيه، وشد انتباههم، لأنهم حضروا بقصد السماع والاستفادة.

ويكتمل الاتصال الشخصي في المحاضرة بالأسئلة التي يلقيها الجمهور على المحاضر، وهنا تبرز أهمية المحاضرة، إذ المستمع هنا عنصر فعال إيجابي، قد

(1) رشتي، جيهان: أهمية الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، القاهرة، دار الفكر العربي 1971م، ص: 321.

يوافق المحاضر وقد يخالفه، وقد يطلب منه مزيداً[1].

والمحاضرة مجال خصيب لطرح الفكر الإسلامي وبيان حقيقة الرابطة الإسلامية التي تجعل من المسلمين أمة متميزة لها خصائصها وغاياتها، وتتيح المحاضرة «المجال لمخاطبة الفئة المثقفة التي استطاع أعداء الإسلام استمالة معظمها عن طريق بث الشبهات الضالة والمعلومات المزورة، وسبيلنا إلى ذلك أن نسهب في البيان وتقصي الحقائق»[2].

ز ـ الندوة:

الندوة كالمحاضرة فن شفوي لجمهور خاص يشارك فيها عدد من المتحدثين، وتتميز بالحيوية والإثارة والانتباه لوجود عدة أشخاص يناقش بعضهم بعضاً، ويتعرضون للموضوع الذي تدور حوله الندوة من جوانبه المختلفة، متفقين تارة ومختلفين تارة أخرى.

ـ **ميزات الندوة**: من خصائص الندوة ما يلي:

1 ـ يتولى إدارة الندوة شخص كفء، يقوم بتوجيه الأسئلة إلى أعضائها، ويشترك في النقاش وإبداء الرأي عند الحاجة.

2 ـ يشترك المتحدثون والحاضرون في الوصول إلى الرأي الراجح والأقوى بشكل يتفق مع الجو العلمي، الذي يسود أمثال هذه اللقاءات.

3 ـ يشترط في الندوة السماع لآراء الجمهور الذي حضرها، لتتحقق مشاركة جميع الأطراف، لتعم الفائدة، وتؤدي الغرض المرجو منها.

4 ـ الوصول في نهاية الندوة إلى نتيجة يتفق عليها المشتركون، وقد تصاغ في شكل توصيات أو قرارات[3].

---

(1) انظر، **رشتي جيهان**: أهمية الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، مرجع سابق، ص: 322.
الغلاييني، محمد موفق: وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، مرجع سابق، ص: 115/ 116.

(2) المرجع السابق ذاته، ص: 117.

(3) انظر، **عبد الحليم، محيي الدين**: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مرجع سابق، ص: 55 وما بعدها.

وتسهم الندوة إلى حد بعيد في تعميق الوحدة الفكرية بين المسلمين، حيث تطرح القضايا الفكرية التي تشغلهم، والتي يعد اختلافهم فيها من أهم أسباب الفرقة الموجودة بينهم، وبهذا تزداد معرفة المسلمين بعضهم ببعض، وتتوثق عرى الأخوة الإسلامية بينهم، متلافين بذلك التعتيم الإعلامي الرهيب الذي يضربه أعداء الإسلام على أخبار المسلمين في العالم.

ح ــ الاتصال الشخصي:

الاتصال الشخصي «هو الشكل الأول من أشكال الاتصال الإنساني، وظل هذا الشكل من أشكال الاتصال أكثر الوسائل المستخدمة شيوعاً على مر التاريخ، بل لقد ظلت هذه الوسيلة الأساسية لاستمرار الحياة الإنسانية بوجه عام، وقد كان الإعلام بهذه الوسائل ذا فعالية كبيرة لإعطاء التعليمات والحث على العمل، كما كان أكثر تأثيراً لأحداث التغيير في المواقف، وبقيت وسائل الاتصال الشفوي حتى بعد اختراع الكتاب والمطبعة، هي الوسائل التي ظل تفوقها ليس محل شك»[1].

والاتصال الشخصي من أول الوسائل التي استخدمها رسول الله ﷺ بعد نزول الوحي عليه، فكانت زوجه خديجة بنت خويلد ﷺ أول من آمن به، ثم تابع ﷺ تبليغ الدعوة للمقربين منه، فآمن علي بن أبي طالب ﷺ وكان صغيراً في حجره، وأبو بكر الصديق ﷺ، صفية المقرب منه، ومولاه زيد بن حارثة ﷺ، واحتذى أبو بكر حذو النبي ﷺ فآمن على يديه عثمان بن عفان والزبير بن العوام وعبد الرحمٰن بن عوف ﷺ، وبهذه الوسيلة انتشر الإسلام في أرجاء مكة المكرمة، حتى أضحى قوة يهابها صناديد قريش[2].

مميزات الاتصال الشخصي:

للاتصال الشخصي أهميته في جميع مراحل الدعوة، وبخاصة في الظروف الصعبة التي يتعذر فيها الوصول للجماهير، فيغدو الوسيلة الوحيدة للاتصال بالناس

(1) **حمزة، عبد اللطيف**: الإعلام في صدر الإسلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1971، ص: 110.
(2) **ابن هشام**: السيرة النبوية، مصدر سابق، ج1، ص: 257/ 279.

لتبليغهم دعوة الله تعالى، وتتمثل ميزات الاتصال الشخصي في الأمور التالية:

1 ـ القدرة على اختيار المتحدث معه، حيث يستطيع الداعية اختيار من يجري معه الاتصال، وهذا يساعد في الوصول إلى الغاية المنشودة[1].

2 ـ يتم الاتصال بصورة عفوية خالية من التعقيد، مما يفتح المجال للمناقشة الهادئة والمصارحة التامة، وهذا يؤدي إلى مزيد من الإقناع، وقد أشار القرآن الكريم لأهمية هذا الموضوع من التفكير بقوله تعالى: ﴿قُلْ إِنَّمَآ أَعِظُكُم بِوَٰحِدَةٍ أَن تَقُومُواْ لِلَّهِ مَثْنَىٰ وَفُرَٰدَىٰ ثُمَّ تَتَفَكَّرُواْ مَا بِصَاحِبِكُم مِّن جِنَّةٍ إِنْ هُوَ إِلَّا نَذِيرٌ لَّكُم بَيْنَ يَدَىْ عَذَابٍ شَدِيدٍ ﴿٤٦﴾﴾[2].

3 ـ يضطر الناس بطريقة الاتصال الشخصي إلى «الاستماع لمن يحدثهم في جولات غير محدودة، ثم في حالة الاتصال الشخصي يسهل على المتحدث أن يقدر رد الفعل المباشر على من يحدثهم، كما يسهل عليه أن يكيّف نفسه وحديثه تبعاً لذلك، وهذا ما لا يتيسر بالطبع للصحيفة أو الراديو، ويضاف إلى ذلك أنه من اليسير علينا أن نقتنع بوجهة نظر أناس بيننا وبينهم صلات، في حين أنه ليس من السهل أن نقتنع بوجهة نظر الكتاب والمذيعين الذين قل أن نعرفهم كما نعرف أصدقاءنا»[3].

ويتيح الاتصال الشخصي بناء الأفراد بناء إسلامياً واعياً، ويوثق علاقة المسلم بأخيه المسلم، مما يسهم في إيجاد المجتمع الإسلامي المنشود.

---

(1) انظر، **حمزة، عبد اللطيف**: الإعلام في صدر الإسلام، مرجع سابق، ص: 79.

(2) سورة: سبإ، الآية: 46.

(3) **حمزة، عبد اللطيف**: الإعلام في صدر الإسلام، مرجع سابق، ص: 110.