

الاتصال الدعوي المعاصر في ضوء التجديد contemporary advocacy communication in the light of renewal



د. سهام بن سعيدي*

جامعة الشهيد حمّة لخضر - الوادي-

sihbensaidi@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2022/02/04 تاريخ القبول 2022/03/15 تاريخ النشر 2022/05/04



ملخص

نظرا للدور الفاعل للاتصال عموماً والاتصال الدعوي في بناء المجتمع الإسلامي ونشر الإسلام وهداية الناس ونقل المعلومات والأفكار والصّور المعبرة عن الرؤية الإسلامية، وبما أنّ أحوال الأمة تتجدّد والظّروف تتغير، كان لزاماً على الدّعاة اليوم التّجديد في خطاباتهم الدّعويّة بما يتناسب مع العصر ويتوافق مع ضوابط الشّرع، فجاءت هذه الدّراسة للبحث في واقع الاتصال الدعوي المعاصر وأهم التّحديات التي تُعيق نجاح الرّسالة الدّعويّة في ظلّ التّطور الهائل لوسائل الاتصال، معتمدين على المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستنباط والتّحليل والتّوثيق، لنستخلص بعدها جملة من المنطلقات الأساسيّة لنجاح الاتصال الدعوي المعاصر، فكان أهمها: صناعة داعية مُتمكّن من مهارات العرض والتّواصل والإلقاء، وعلى معرفة بالأنماط الدّهنيّة لمستقبل الرّسالة ومواكباً للوسائل والأساليب الاتصاليّة المعاصرة، وهذا يساعد على إيصال الرّسالة وإحداث الإقناع

* المؤلف المراسل

الكلمات المفتاحية: الاتصال - الدَّعوة - الواقع - التَّجديد - المأمول.

Abstract:

Due to the general role of the effective advocacy communication in building the Islamic community, spreading Islam, guiding people, transmitting information, thoughts and expressive pictures that represents Islamic vision and because the state of the nation are renewed and the circumstance changes. It was necessary for the preachers today to renew their advocacy speeches with what goes with the period as well as charia's control. For this reason, this study had been done, to search the reality of the new advocacy communication and for the most challenges that stops the success of the advocacy message under the great development of communication means depending on the descriptive method using both deduction and analysing. To conclude certain initial perspectives to form the modern advocacy communication. From those steps create a proficient preacher that has all the skills of displaying communication presentation and knowing the mental patterns for the message receiver, also know all the means and ways of modern communication that helps in delivering the message and convention

key words: Communication - Advocacy - Reality - Renewal - Hope

مقدِّمة:

يمتلك الإنسان خصائص ومهارات مميَّزة وأهله للاستخلاف في هذه الأرض، لكن الاختلافات بين بني البشر ساهمت في وجود صراعات ومشاكل لغياب فَنِيَّات التَّواصل والاتصال الفَعَّال الذي يعترف بالآخر وحقِّه في الوجود، ولكي يتمكَّن الإنسان من التَّواصل مع غيره لابد أن يتمكَّن أولاً من فَنِيَّات الاتصال والتَّواصل الذي يعتبر نمط حياة وأسلوب تفكير، فكيف بالمهتم بأمر الدَّعوة الذي فضله الله في كتابه العزيز ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾ (فصلت: 33) ولكي يتمكَّن القائم بالاتصال الدعوي من تحقيق رسالته وتحقيق فيه صفة الخيريَّة والأفضليَّة ﴿كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ﴾ (آل عمران: 110)، لابد له من منطلقات أساسية يستند إليها عند اتصاله بالمسلم أو بالآخر غير المسلم.

***أهمية الدراسة:** جاءت هذه الورقة البحثية لإلقاء الضوء على واقع الاتصال الدعوي المعاصر من خلال تشخيص سيرورته وأهم التحديات التي تواجهه، وكذا اعتصار جملة من المنطلقات الأساسية لنجاح هذه العملية الاتصالية.

***أهداف الدراسة:** تهدف هذه الدراسة إلى:

- إلقاء الضوء على أهم خصائص ومهارات الاتصال الناجح استناداً على القرآن الكريم و تجربة الأنبياء و الرُّسل الاتصالية.
- تشخيص واقع الاتصال الدعوي المعاصر، لنقترح بعدها أهم استراتيجيات الاتصال الدعوي الناجح.

***اشكالية الدراسة:** ماهي أهم استراتيجيات الاتصال الدعوي الناجح في ظلّ التجديد؟

***منهجية البحث:** للإجابة على هذه الإشكالية، واعتماداً على المنهج الوصفي، قمنا بتوزيع خطة العمل إلى جزأين: الجزء الأول تطرقنا من خلاله إلى مفهوم الاتصال الدعوي وأهميته وأهم الوظائف والأهداف المنوطة به، كما حاولنا تشخيص واقع الاتصال الدعوي المعاصر وأهم التحديات التي تواجهه، للخروج بجملة من الاستراتيجيات التي من شأنها أن تُفَعِّل من العمل الاتصالي الدعوي من خلال الجزء الثاني للدراسة.

***خاتمة:** نخلص من خلالها إلى اعتصار جملة من النتائج والتوصيات.

المبحث الأول: مفهوم الاتصال وأهميته

قبل أن نُعرِّف الاتصال لابد أولاً من الإشارة إلى أهمية التواصل والاتصال بين بني البشر.

المطلب الأول: أهمية الاتصال.

إنَّ الاتصال عملية متداخلة العناصر تختلف باختلاف الخبرات والخلفيات والتصورات والثقافة السائدة، فلا يمكن أن تتطابق كلياً فهي ظاهرة تتغير بشكل مستمر، فالانصال

ليس كياناً جامداً وإنما هو عملية ديناميكية تقوم على أشكال مختلفة لعناصر الاتصال باختلاف المجتمعات البشرية، وتكمن أهميته من خلال النقاط التالية:

-الاتصال ضرورة إنسانية: ترتبط العملية الاتصالية ارتباطاً وثيقاً بالحالة البيولوجية للإنسان من خلال نقل واستقبال المعاني والمعلومات والأفكار، وذلك يتطلب عملية بيولوجية تتصل بالجهاز العصبي والحواس في آن واحد، إضافة إلى البعد السيكولوجي والمتمثل في سلوك الإنسان والعوامل النفسية والشعور وغيرها من العوامل التي تُعَيِّن الفرد على فهم الرسالة الاتصالية وتلخيصها ثم نقلها ليصبح مصدراً لها من خلال حاجة الإنسان للتواصل والتعبير عن حاجياته، أفكاره، طموحاته، آرائه من خلال اللغة **﴿وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ﴾** (البقرة: 31) فالاتصال يُعَبِّرُ عن الأحداث ويستمد جذوره من الواقع وما يترتب عليه من تأثيرات متبادلة بين أطرافه¹.

-الاتصال ظاهرة واقعية اجتماعية: فهو عملية اجتماعية تخضع للظروف و العلاقات، و يمثل ميكانيزم وجود العلاقات الإنسانية ونموها وتطورها في المجتمع²، فلا يمكن للإنسان القائم بالاتصال الذي لديه مشروع اتصالي إلا أن يُتقن أدوات العصر، والأنبياء جميعاً مارسوا وأتقنوا جميع الأدوات المتوفرة في عصورهم من أجل اتصال دعوي ناجح، والإنسان لا يملك إلا أن يكون متوصلاً، فالاتصال الإنساني يتعلّق بالوجود الإنساني **﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوباً وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾** (الحجرات: 13)، فالاتصال يُشكِّل نظاماً متكاملاً حيث يعتبر عملية ديناميكية تحوي أطراف التفاعل من مُرسل ومستقبل وغيرها من الأركان، في حين يُشكِّل غياب أحد هذه العناصر أو عدم عمل أحدها وفق الوجه المطلوب إلى تعطيل العملية الاتصالية وعدم تحقيق النتائج المرجوة، فهو عملية واقعة بين أفراد وجماعات تسعى إلى تحقيق جملة من الأهداف، فهو يُعَبِّرُ عن الأحداث ويستمد

جذوره من الواقع، لذلك يعدُّ الاتصال ظاهرة حيويَّة تُبنى عليها مقوِّمات وركائز المجتمع، فالإنسان في عمليَّة اتصال دائم سواء قصد ذلك أم لم يقصد فقد يكون عفويًّا تلقائيًّا إلَّا أنَّه يحمل في مضمونه أهدافاً مُعيَّنة.

-الاتصال حقيقة حضاريَّة مستمرة: ذلك لأنَّه يُبنى على التفاعل مع الآخرين خلال سلسلة من الأفعال ليس لها بداية ولا نهاية، فهو دائم الحركة فالشخص يقوم بالإرسال والاستقبال في الوقت نفسه، فلا يمكن أن يتصل شخص بآخر، ثمَّ ينتظر الآخر حتى وصول الرِّسالة ليقوم بإرسال رسالة إليه أو يستجيب لرسالته، حيث يمتدُّ الاتصال من الماضي ماراً بالحاضر مُتجهاً نحو المستقبل، وليس له بداية ولا نهاية واضحة، فهو يتغيَّر بتغيُّر الإنسان، وبما أنَّ الحاجات الاتصاليَّة للإنسان غير ثابتة فهي تحتاج باستمرار إلى التَّوافق مع ما يحيط به من متغيرات³.

-سننيَّة الاتصال والتَّواصل: لا بد أن ندرك سننيَّة التَّواصل في حياة الأفراد لهذا هم يحسون بغيابه إذا ما افتقدوه للحظة من الزَّمن حيث نجد هذا الاتصال في كلِّ مكان وفي كلِّ لحظة، فكل فرد تقريباً يستيقظ كل صباح على صوت المنبه وبهذا يكون قد تلقى رسالة تشير إليه بالاستيقاظ وعندما، يرتدي ملابسه فإنَّ ذلك يكون نتيجة اتصال مسبق، واختيار الملابس يعتبر جزءاً من اتصال الإنسان بغيره فهو يعلم بخبرته لأنَّ هنالك أزياء مُعيَّنة تعتبر موضع قبول في مواقف مُعيَّنة، وأزياء أخرى تكون غير ملائمة بالنسبة لمواقف مُعيَّنة، وبمجرد خروجه من المنزل يتلقى مزيداً من الرِّسائل والرُّموز طوال اليوم وبذلك يمضي يومه متحدثاً ومتحدثاً إليه، وكتاباً وقارئاً ومستجيباً للعديد من الرِّسائل⁴.

لهذا فالالاتصال موجود في كلِّ مكان وزمان فهو قدم قدم الإنسانيَّة وهو أحد مُقوِّمات قيام المجتمعات واستمرارها.

المطلب الثاني: مفهوم الاتصال الدعوي.

قبل التطرق إلى مفهوم الاتصال الدعوي لابد أولاً أن نُشير إلى أن هناك خلط كبير في المصطلحات فلا بد من توضيح الفرق بين كلٍّ من الاتصال والخطاب، فالخطاب ينقسم إلى ثلاث أنواع: الخطاب الديني، الخطاب الدعوي، الخطاب الإسلامي، واختيار المصطلح يدلُّ على الفكرة ويرسم المنهج، وهناك نوع من التداخل بين المصطلحات، والمشكلة تكمن في اعتماد المصطلح الإسلامي وظاهرة أسلمة العلوم فحسب تعبير "د. بدر الدين زواقة" أن الخطاب الإسلامي هو الخطاب الإنساني لأنه من غير المعقول فصل الإسلام عن الإنسان، لأنَّ محور الرسالة الإسلامية من خلال القرآن الكريم هو الإنسان ولهذا جاء مخاطباً الناس بنسبة عالية مقارنة بالخطاب الموجه للمؤمنين ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ اعْبُدُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ﴾ (البقرة: 21)، فالخطاب الإسلامي هو خطاب إنساني لأنه جاء لتحقيق قيم الإنسان، ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا﴾ (النساء: 01)؛ أمَّا الخطاب الديني إذا عرّفنا الدين على أنه نظام اجتماعي كما عرّفه "المودودي": "أي أنه هو الذي يُحقّق قيم الإنسان في دنيا الناس"⁵ فالخطاب الديني يتوافق مع الخطاب الإسلامي، والخطاب الدعوي هو الذي يُحقّق رسالة الإسلام⁶.

أ/- مفهوم الاتصال: إنَّ الاتصال هو مفهوم حديث، وقد استخدمه علماء الاجتماع الأوائل أمثال: "تشارلز كولبي" و"جون ديوي" والتي تعني باللغة اللاتينية "communis" أي مشترك أو اشتراك، فالفرد حينما يتواصل مع غيره فهو في حالة اشتراك سواء في المعنى أو الأفكار أو المعلومات⁷، فعندما نصل إلى فهم مشترك بين أطراف العملية الاتصالية، نهدف إلى التأثير الذي يؤدي إلى الإقناع، وقد ورد في هذا: ﴿إِلَّا الَّذِينَ يَصِلُونَ إِلَى قَوْمٍ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُمْ مِيثَاقًا وَ جَاؤُوكُمْ حَصِرَتْ صُدُورُهُمْ أَنْ يُقَاتِلُوكُمْ أَوْ يُقَاتِلُوا قَوْمَهُمْ﴾ (النساء: 90) أي يتصلون.

فالاتصال هو العملية التي يقوم بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال بإرسال مثير عادة ما يكون لفظياً لكي يُعدّل من سلوك الآخرين.⁸

ب/- مفهوم الدعوة: فلا بد من الإشارة أنّ مصطلح الدعوة مرّ بمرحلتين، قبل سقوط الخلافة كانت الدعوة بمعنى الإسلام لأنّ الحاكم المسلم كان يُمارس الدعوة، وبعد سقوط الخلافة ظهر مسلم لا يصلي، امرأة مسلمة غير مُتَحَجِّبة، فظهرت كلمة الدعوة ببلاد المسلمين، فأصل كلمة الدعوة، هي الدعوة للإسلام أمّا في بلاد المسلمين هناك مصطلحات أخرى هي: الحسبة، الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، النصيحة، وغيرها، كما أشار إلى ذلك "د. زواقة" في أحد محاضراته⁹؛ وبعد ظهور الحركات الإسلامية أصبح للدعوة مدلولات أخرى، وظهر مفهوماً لها لتحقيق رسالة الإسلام¹⁰، فقد عرفها "ابن تيمية" بقوله أمّا: (الدعوة إلى الله هي الدعوة إلى الإيمان به، وبما جاءت به رسله بتصديقهم بما أخبروا به وطاعتهم فيما أمروا)¹¹، قال تعالى: ﴿وَيَا قَوْمِ مَالِي أَذْغَوْكُمْ إِلَى النَّجَاةِ وَتَدْعُونَنِي إِلَى النَّارِ﴾ (غافر: 41). حيث يعتبر تعريف "ابن تيمية" من التعاريف الأكثر تداولاً لمفهوم الدعوة، ويعرفها "محمد أبو الفتح البيانوني": (بأنّها تبليغ الإسلام للنّاس وتعليمه إياهم، وتطبيقه في واقع الحياة)¹². يُلاحظ على هذا التعريف أنّه تناول الدعوة من النّاحية الوظيفيّة التي تتمثل في ثلاث وظائف: (التبليغ، التعليم، والتّطبيق)، ويعرّفها "محي الدين . عبد الحليم": (بأنّها تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدّين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله بصورة مباشرة من خلال وسيلة إعلاميّة دينيّة مُتخصّصة، أو عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفيّة واسعة ومُتعمّقة في موضوع الرّسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدّينيّة ويدركها، ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته)¹³.

يعتبر تعريف "محيي الدين عبد الحليم" هو التعريف الرَّاجح الذي ستقوم وتعتمد عليه دراستنا، لأنه اشتمل على أسس ومنطلقات ووظائف وأهداف الدَّعوة الإسلاميَّة المنشودة والتي تشترك مع مصطلح الاتصال في الغاية وهي تحقيق الاستجابة.

ج/- مفهوم الاتصال الدَّعوي: بما أنَّ الاتصال الدَّعوي هدفه تحقيق رسالة الإسلام فإنَّه يمكن تعريفه استناداً إلى الجمع بين مصطلحي الدَّعوة والاتصال. فالاتصال الدَّعوي حسب تقديرنا هو "عمليةٌ مُخطَّطة ومدرّسة في شكل رسالة يُعبَّر عنها برموز موجهة من المرسل وهو الدَّاعية إلى المستقبل وهو المدعو، يسعى من خلالها المصدر إلى تبليغ ونشر رسالته الدَّعوية والتَّأثير في المتلقي، باستخدام كافة الوسائل المشروعة والمتاحة، اقتداءً بمنهج الأنبياء والرُّسل في الدَّعوة إلى الله واستناداً إلى تعاليم الدين الإسلامي الحنيف".

د/- وظائف الاتصال الدَّعوي والهدف منه: بالعودة إلى القرآن الكريم نجد أن الهدف منه يظهر في قوله تعالى: ﴿رَبَّنَا وَابْعَثْ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِكَ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُزَكِّيهِمْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ﴾ (البقرة: 129)، وقوله تعالى: ﴿لَقَدْ مَنَّ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْ أَنفُسِهِمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ﴾ (آل عمران: 164)، وقوله تعالى: ﴿هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ﴾ (الجمعة: 02). حيث تشير هذه الآيات إلى وظائف الاتصال الدَّعوي والتي أشار إليها "د. بدر الدين زواقة" في إحدى محاضراته والتي أختصرها، في: ¹⁴

- الوظيفة التَّعليمية.
- وظيفة التَّزكية.
- وظيفة القراءة والتلاوة للآيات بشقيها المقرؤة والمنظورة.

إنَّ الاتصال الدَّعوي المعاصر بحاجة إلى مراجعة أكثر من أي وقت مضى خاصة في الجانب الإعلامي والحضاري و القيمي، حيث يقول "أ. عمر عبيد حسنة": "وقد نكون اليوم، أكثر من أي وقت مضى، بحاجة إلى القيام بالمراجعة للخطاب الإسلامي في الدَّعوة والإعلام، وخاصة في هذه المرحلة بالذَّات حيث السُّقوط الحضاري.."¹⁵.

المبحث الثاني: تشخيص واقع الاتصال الدَّعوي.

تحدث عمليَّة الاتصال انطلاقاً من المصدر المطلق وهو الله إلى الأنبياء ومن ثمَّ إلى بني البشر، فقد أرسل النَّبي مُحَمَّد صلى الله عليه وسلم ليبلغ للناس منهج العبادة الذي ارتضاه لخلقه جميعاً، فرسالة الله تعالى هي للبشر جميعاً من خلال الخطاب القرآني المركب كلياً بواسطة شبكة تواصل وتوصيل من قبل المصدر وهو الله ليتم الاتصال، وهو ما ميز عملية الاتصال الدَّعوي عند النَّبي صلى الله عليه وسلم عن بقية الأنبياء والرُّسل، عبر ظاهرة الوحي كمبدأ اتصال عالم الغيب بعالم الشَّهادة عبر وسيط وهو جبريل عليه السَّلام وبعدها تحول الرُّسول صلى الله عليه وسلم إلى مبلغ لرسالة القرآن الكريم إلى المتلقين وهم البشر جميعاً كمتلقي حقيقي يتوجه إليه برسالته، قال تعالى: ﴿وَإِنَّكَ لَتَلَقَّى الْقُرْآنَ مِنْ لَدُنْ حَكِيمٍ عَلِيمٍ﴾ (النمل: 06)، هذه الآية فيها دلالة على دوام التَّلقي والاستقبال كأحد أهم أساسيات العمليَّة الاتصاليَّة، وإشارة إلى عمليَّة تفاعل النَّبي صلى الله عليه وسلم مع النَّص القرآني الذي تلقاه من ربِّه بواسطة جبريل عليه السَّلام ليوصله إلينا¹⁶.

الله

↓ جبريل ← مُحَمَّد ← رسالة ————— بحفاة النَّاس

شكل رقم - 1- 17

المطلب الأوَّل: سيورة الاتصال الدَّعوي.

يواجه الاتصال الدَّعوي المعاصر مجموعة من التَّحدَّيات أبرزها :

1- تحدي المفاهيم والمصطلحات: يُعاني الاتصال الدعوي المعاصر من مشكلة الخلط في المفاهيم والمصطلحات وذلك بسبب غياب التخصص، فنجد أغلب القائمين على الاتصال الدعوي من الفقهاء غير دارسين لمهارات وعلم الاتصال عموماً، ومن بين المصطلحات التي أثارت خلطاً كبيراً في هذا المجال الدعوي مصطلح "الكافر" و"الآخر" و"غير المسلم"، فالآخر الذي تقدّم له الدعوة و الكافر هو الذي وصله الإسلام بطريقة صحيحة ثم تيقّن فجحد، فقد قال ابن القيم: "الكافر من جحد توحيد الله وكذب رسوله إمّا عناداً، وإمّا جهلاً وتقليداً لأهل العناد"¹⁸؛ وغيرها من المفاهيم التي تحتاج إلى ضبط¹⁹.

2- غياب مشروع ومخطط تكوين مجتمع العلم والمعرفة: انطلاق من قوله تعالى: ﴿اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ﴾ (العلق:1) تجعلنا هذه الآية ندرك أهمية الحلقات المعرفية المهمة في مسيرة الإنسان الذي يريد الإصلاح والتغيير، فالقائم بالاتصال الدعوي الذي يريد أن يترك بصمة في دنيا الناس، لابد من مشروع مجتمع المعرفة الذي يقوم على القيم الحضارية، من خلال عملية الاتصال الدعوي الناجح، وهذا ما سعى إليه الأنبياء و الرسل فقد حاولوا التأسيس لمجتمعات قيمية، قال تعالى: ﴿لَقَدْ أَرْسَلْنَا نُوحًا إِلَىٰ قَوْمِهِ فَقَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ عَظِيمٍ قَالَ الْمَلَأُ مِنْ قَوْمِهِ إِنَّا لَنَرَاكَ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ قَالَ يَا قَوْمِ لَيْسَ بِي ضَلَالَةٌ وَلَكِنِّي رَسُولٌ مِّن رَّبِّ الْعَالَمِينَ أُبَلِّغُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَأَنْصَحُ لَكُمْ وَأَعْلَمُ مِنَ اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾ (الأعراف: 59-62).

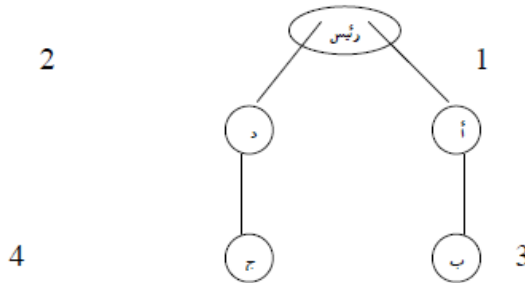
والنبي صلى الله عليه وسلم أسس لقيم حضارية في شتى المجالات فكان لازماً على الدعاة الحرص على تأسيس مجتمع معرفي حضاري لبناء وحدة الأمة الإسلامية وإحياء ثقافتها و حضارتها.

3- إهمال القائم بالاتصال لأهمية الاتصال التنظيمي ودوره في تفعيل الإعلام

الدَّعْوِي: فالاتصال الدَّعْوِي هو مشروع يحتاج إلى تنظيم مسبق لنقل وتبادل المعلومات والأفكار²⁰ فتبرز أهمية الاتصال التنظيمي كونه أداة فعَّالة للتأثير، حيث يعتمد القائم بالمشروع الدَّعْوِي في توجيه جهود العاملين معه بصفته قائم على هذه العملية الاتصالية التنظيمية سواء من خلال مؤسسة إعلامية أو غيرها، ولذلك تنبثق أهمية الاتصال في أثره الفعال على تسيير العمل في المؤسسات الدَّعْوِيَّة، لأنَّ فهم مضمون الرِّسالة يتوقَّف على عدَّة عوامل من بينها: ظروف الموقف والغرض من الاتصال والاتجاه الفكري السائد في المنظومة و الحاجة النَّفسية لطرفي الاتصال ومهارات الاتصال²¹.

ونقصد بشبكات الاتصال الناحية التنظيمية لعملية الاتصال التي تجمع بين المصدر والمتلقي، والتي تختلف في الاتجاهات حيث يمكن أن تكون على شكل صورة أو أوامر صادرة من شخص لآخر أو في اتجاهين، أي في صورة معلومات متبادلة بين شخصين بحيث يمكن لأيٍّ منهما التأثير على الآخر²².

والنماذج التالية توضح بعض أنواع هذه الشبكات التنظيمية للاتصال.

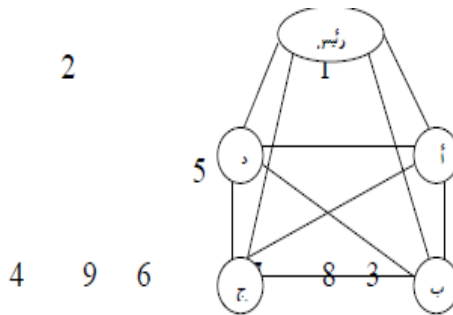


شكل-2- شبكة اتصال²³

هذا النوع من الاتصال يكون بشكل هابط مباشرة إلى جملة من المتلقين كما هو الحال للاتصال الدَّعْوِي الإعلامي المعاصر الذي يُركِّز على المرسل أو الدَّاعي المحصور في شخص الشيخ، وقد كان الرُّسل يمارسون شتَّى أنواع الاتصال من أجل إحداث الإقناع

وعدم الاكتفاء بالمحاضرات الجماهيرية، قال تعالى: ﴿أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِي حَاجَّ إِبْرَاهِيمَ فِي رَبِّهِ أَنْ آتَاهُ اللَّهُ الْمُلْكَ إِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّيَ الَّذِي يُحْيِي وَيُمِيتُ قَالَ أَنَا أُحْيِي وَأُمِيتُ قَالَ إِبْرَاهِيمُ فَإِنَّ اللَّهَ يَأْتِي بِالشَّمْسِ مِنَ الْمَشْرِقِ فَأْتِ بِهَا مِنَ الْمَغْرِبِ فَبُهِتَ الَّذِي كَفَرَ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ﴾ (البقرة : 258).

والنموذج التالي يوضح عملية الاتصال الدعوي الذي نرى بأنه الأكثر فاعلية لأنه يخلق جواً من التفاعل بين المصدر والمتلقي ويسمح بإزالة الغموض عن الرسائل المشفرة التي تصل إلى المتلقي بشكل مباشر، والتي يتكفل المصدر أو القائم على الرسالة بتوضيحها بشكل مباشر، وهذا هو الخلل الذي وقع فيه الخطاب الديني الإعلامي حسب تقديرنا، وجميع الأنبياء والرسل مارسوا هذا النوع من الشبكات الاتصالية التنظيمي والذي يعرف بشبكة الاتصال الديمقراطية كما يوضحه الشكل.



شكل-3- شبكة اتصال ديمقراطية²⁴

4- غياب التخطيط لصناعة المستقبل استناداً إلى التراث الإسلامي والحضارة الإسلامية: يقول "ولز": (إنَّ الشريعة الإسلامية هي التي تسيّر على المدينة المتحضرة في سياقها الثقافي واطارها الاجتماعي فإذا أراد إنسان أن يعرف شيئاً من هذا، فليقرأ القرآن، ومابه من نظريات علمية وقوانين وأنظمة لربط المجتمع، فهو كتاب: ديني، علمي، اجتماعي، تهديبي، خلقي، تاريخي، وكثير من أنظمتة وقوانينه تستعمل حتى في وقتنا الحالي وستبقى تستعمل حتى قيام الساعة)²⁵؛ والأنبياء كانت لهم رؤية مستقبلية فالرسول

صلى الله عليه وسلم كان يسعى لصناعة المستقبل مستخدماً كلَّ الطرق والوسائل المتاحة بعيداً عن النمطيّة، قال تعالى: ﴿وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَآخَرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ﴾ (الأنفال: 60)، فصناعة المستقبل تنطلق من التخطيط الحالي من خلال الرجوع إلى القرآن الكريم ومنهج النبي صلى الله عليه وسلم في صناعة المستقبل، قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِداً وَمُبَشِّراً وَنَذِيراً وَدَاعِياً إِلَى اللَّهِ بِآذِنِهِ وَسِرَاجاً مُنِيراً﴾ (الأحزاب: 45-46). من خلال ما جاء به من نور لبيان التّصور الواضح لهذا الوجود وللقيم التي يقوم عليها هذا الوجود و للمنشأ والمصير والمستقبل والهدف والغاية.²⁶

يكاد ينعدم التخطيط للمستقبل وصناعته في عمليّة الاتصال الدّعوي المعاصر، فجلُّ اهتمامات القائمين بالاتصال الدّعوي الحديث على الماضي والتّاريخ، فأصبح الحاضر ضحية لقراءات تاريخيّة.

5 - تركيز القائم بالاتصال على الجانب العاطفي وإهمال الجانب العقلي: تجدر الإشارة إلى أنّ هناك فرق بين الإقناع والتّأثير، فالتّأثير عاطفي وجداني، والإقناع عرفاني معرني، فرسالة النبي صلى الله عليه وسلم، عقليّة وعاطفيّة في آن واحد²⁷، فأسّس لسياسة اتصاليّة محكمة، فكلّ مرحلة دعويّة جمهورها وأساليبها²⁸؛ ولعل أحد أهم أسباب فشل الاتصال الدّعوي اليوم هو تركيز الدّعاة على التّأثير العاطفي، متغافلين عن الإقناع وأهميته كمقوم أساسي في نجاح عمليّة الاتصال التي تهدف إلى إحداث استجابة دائمة وليست مؤقتة، فترسخ الاعتقاد لدى العامة أنّ أشهر الخطباء هم الذين يكون النّاس بتركيزهم على عاطفة الجمهور المتلقي بعيداً عن الأسلوب العقلي المقنع، فهذه الإستراتيجيّة العاطفيّة التي يستخدمها القائمون على عمليّة الاتصال الدّعوي أنتجت جيلاً يبكي عند سماعه آية من الدّكر الحكيم فقط لأنّه تأثر بالخطيب، لا لأنّه أدرك

وفهم واستوعب مضمونها، فالتأثير نوعان: تأثير منتهي و تأثير لا منتهي، والذي يؤدي إلى الإقناع الذي يستوعب سلطة العقل من خلال الإدراك المعرفي وسلطة الروح من خلال الإدراك الروحي وسلطة القلب من خلال الإدراك الوجداني²⁹.

إنَّ الاتصال الدَّعوي المعاصر يعاني من عدم التَّوازن في مخاطبة كلِّ من القلب والعقل والروح أثناء عمليَّة الاتصال، فتغيير سلوك ما لا يحتاج إلى كم كبير من الخطب والخطابات، فلو اجتمع جميع الخطباء في الجزائر للحديث عن موضوع إمطة الأذى فلن يستجيب الشَّعب الجزائري، لأنَّ الإشكال في نوعية الاتصال الذي يركِّز على جوانب عاطفيَّة، جوانب تفريريَّة، جوانب إنشائيَّة، لا تحدث تغييراً مع إهمال الجوانب العقليَّة التي تحدث الإقناع، ونحن فتمتلك وسيلة اتصاليَّة دعويَّة بالجان وهي المسجد التي تنبه لها الشُّيوعيون فكانوا يقولون: "لو أنَّ لنا ما للمسلمين من مساجد، يدخل الرَّجل متوضاً، ويسمع بكل قُدسيَّة، لغزونا العالم"، وعن أبي هريرة قال: ((قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: مَنْ تَوَضَّأَ فَأَحْسَنَ الْوُضُوءَ ثُمَّ أَتَى الْجُمُعَةَ فَاسْتَمَعَ وَأَنْصَتَ غُفِرَ لَهُ مَا بَيْنَهُ وَبَيْنَ الْجُمُعَةِ وَزِيَادَةُ ثَلَاثَةِ أَيَّامٍ وَمَنْ مَسَّ الْحَصَى فَقَدْ لَعَا))³⁰. والمقصود منه هو العناية في الاستماع والبعد عما يشغل عن الإنصات³¹.

6-الرَّسالة أو موضوع الاتصال الدَّعوي: عدم خضوع الاتصال الدَّعوي إلى خطَّة واستراتيجيَّات تضبط حاجات المجتمعات الإسلاميَّة في الوقت الحاضر، فأَيُّ مادة مهما كانت تقدِّم، المفروض أنَّ يحدد جدواها وأن ترسم لها خطَّة محكمة ذات خلفيَّات وطموحات وأهداف مطلوبة لتحقيق ذلك، بالرَّغم من كثرة الدُّعاة إلَّا أنَّ المجتمعات الإسلاميَّة حالها من سيء إلى أسوأ لغياب ما يعرف بالرُّؤية الواقعيَّة لمضامين الرِّسالة الدَّعويَّة، فساهم ذلك في عدم استجابة المسلمين للخطاب الدَّعوي بالرَّغم من وجود خطباء ودعاة مشهورين، وهذا هو سرُّ عدم نجاح الاتصال الدَّعوي المعاصر، لعدم مراعاة تغيير المعايير والمؤشرات الاجتماعيَّة، فلو أخذنا داعية كان له صيت في الماضي ونقلناه إلى

الحاضر فلن يكون له نفس الصيت والتأثير اليوم لتغير المؤشرات³². والمشكلة في موضوع ومضمون الاتصال الدعوي الذي أصبح لا يؤدي دوره لغياب رؤية واقعية تقوم على استراتيجيات إقناعية، فموضوع العملية الاتصالية يعاني من التجزئـة بدل التفكيك، من خلال النظرة والقراءة التحزيبية للخطاب والتي أنتجت جيلاً يعتقد بأنه بمجرد صلاته وصيامه وقيامه الليل سيدخل الجنة غير مدرك أنّ عمارة الأرض فريضة كالصلاة؛ لقد أعد "محمد عابد الجابري" دراسة عن الخطاب العربي المعاصر، ألقى فيها بالمسؤولية والتهمة على ما أسماه بـ: "النموذج السلف"، وكرّر ذلك في كتابه كثيراً، وأبرزه في خلاصاته؛ حيث قال: "ومع ذلك فإنه لا بد من تحميل القسط الأوفر من مسؤولية هذا الفشل لماعبرنا عنه سابقاً بهيمنة النموذج السلف على الفكر العربي ونشاطاته السلفية والذي يغذي العوائق في الخطاب، بل هو معينها الذي لا ينضب، كما أنه المسؤول الأول عن انصراف الفكر العربي عن مواجهة الواقع..."³³. قال تعالى: ﴿وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾ (البقرة: 30)، والخلافة أيضاً بمفهومها الواسع الإنساني، تعتبر من الواجبات، بمعنى كلنا خليفة الله في هذه الأرض، قال تعالى: ﴿وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَيَسْتَخْلِفَنَّهُمْ فِي الْأَرْضِ كَمَا اسْتَخْلَفَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ وَ لِيُمَكِّنَنَّ لَهُمْ دِينَهُمُ الَّذِي ارْتَضَى لَهُمْ وَلِيُبَدِّلَنَّهُمْ مِنْ بَعْدِ خَوْفِهِمْ أَمْنًا يَعْبُدُونَنِي لَا يُشْرِكُونَ بِي شَيْئًا وَمَنْ كَفَرَ بَعْدَ ذَلِكَ فَأُولَئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ﴾ (النور: 55)، فلا بد من وجود موضوع اتصال دعوي شامل.

7- الاضطراب في مفهوم الآخر الذي تُقدّم له الدعوة: لا بد من إعادة النظر في مفهوم الكافر³⁴، فالخطاب القرآني خاطب الذين آمنوا، قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقُولُوا رَاعِنَا وَقُولُوا إِنَّا نَنْظُرُكُمْ وَأَسْمِعُوا لِلْكَافِرِينَ عَذَابَ أَلِيمٍ﴾ (البقرة: 104)،

وخاطب الذين كفروا قال تعالى: وخاطب النَّاسَ جميعاً، قال تعالى: ﴿الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعاً ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ﴾ (البقرة: 28)، فهل يعقل أن يكون ثلاثة أنواع من الخطاب في القرآن الكريم من المصدر المطلق وهو الله الموجه إلى المتلقين جميعاً من جميع الأجناس والطوائف والمذاهب والأديان، ليزيل الخطاب الدعوي المعاصر الخطاب الموجه لجميع النَّاس ويتعامل مع نوعين فقط، وهذا التقسيم الذي تقسّمه الصّورة النمطيّة في الخطاب المعاصر للمتلقين للرسالة الدّعوية إلى مسلمين وكفار، تقسيم جائر لا يتفق مع القرآن الكريم وعالميّته وشموليّته³⁵.

8- مركزية القائم بالاتصال في الاتصال الدعوي: من التّحديات التي تواجه الاتصال الدعوي اليوم هي محورّية القائم بالاتصال في العمليّة الدّعويّة فالشيخ هو المحور في الخطاب المسجدي، والملفتي هو مركز العمليّة الاتصاليّة في برنامج تلفزيوني، مُتجاهلين أركان العمليّة الاتصاليّة من مرسل ورسالة ومستقبل ووسيلة وحتى عنصر التّشويش الذي يمكن أن يتمثل في شخص القائم بالاتصال فهو أحياناً يقوم بعمليّة التّشويش من خلال شخصيته الكاريزما فتأثر شخصيته على الخطاب مثلاً في الدّراما عند تجسيد شخصيّة مُعيّنة يفترض أن لا يكون ممثلاً مشهوراً لأنّه سيؤثر بشخصيته على الفيلم، ولهذا الصّحابة كانوا يتعاملون مع الرّسول ويفرّقون بين الرّسول كوكي وبين الرّسول كمشرع، ولهذا فالشيخ أصبح هو المحور وليس الرّسالة فنلاحظ تعلق النَّاس بشخص الدّعاة فعند حضور دعاة مشهورين نلاحظ امتلاء القاعة بالرّغم من تفاهة الرّسالة فقد حدث تشويش، فالقائم بالاتصال بشهرته شوّش على المعنى والخطاب، فأصبحت محورّية المرسل وهو الشيخ في العمل الدعوي على حساب المضمون، وأصبح القائم بالاتصال بشهرته يُشوّش على الاتصال فطغت محورّية الشيخ على حساب المضمون، فالخطاب الدعوي يُبنّى على الأفكار لا على الأشخاص³⁶.

9- التركيز على الوعظ والتأثير العاطفي في مقابل غياب التأثير العقلي: يلاحظ

أن نسبة 90% من الخطاب الدعوي المعاصر هو وعظ وتأثير وجداني عاطفي لرفع عدد الحضور، فالفرق بين المجتمعات الغربية والمجتمعات العربية هو أن المجتمع الغربي عقلي علمي والمجتمعات العربية مجتمعات عاطفية فكان انتمائها للإسلام انتماء عاطفي، فكان لزاما على القائم بالاتصال أن يرتقي بهذا الانتماء العاطفي إلى العقلي من خلال دورات تدريبية لتأهيل الدعاة وتمكينهم من أساليب الإقناع، فالتأثير مؤقت وزائل مع مرور الوقت، كان يؤثر القائم بالاتصال الدعوي في شخص ما تأثيراً مؤقتاً فيصلي الشخص مدة معينة بعدها يترك الصلاة لغياب الإقناع في الخطاب الموجه إليه، "فالعملية البنائية لسلوك الفرد وإعادة تنظيمه بما في ذلك إعادة تعديل إدراكه واتجاهاته وصورته الذاتية تستند إلى عمليات عدة"³⁷.

10- سوء توظيف التذكير بالجزاء والعقاب³⁸: إنَّ عدم التوازن في استراتيجيات

الترهيب والترغيب كأحد أهم أساليب الإقناع بالرسالة الدعوية ساهم كثيراً في تدهور الخطاب الدعوي، فالدعاية الناجح هو الذي يركّز على التنسيق بين أسلوب الترهيب والترهيب فالأنبياء عليهم السلام ركّزوا على الترغيب والترهيب من خلال الإنذار والتبشير كأهم استراتيجيات الإقناع وتغيير السلوك، والنبي صلى الله عليه وسلم بعث بشيرا ونذيرا، قال تعالى: ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ دِينًا مِّمَّنْ أَسْلَمَ وَجْهَهُ لِلَّهِ وَهُوَ مُحْسِنٌ وَاتَّبَعَ مِلَّةَ إِبْرَاهِيمَ حَنِيفًا وَاتَّخَذَ اللَّهُ إِبْرَاهِيمَ خَلِيلًا﴾ (النساء: 125)، فالمرسل يعمل على استمالة المستقبل ويتحين الأوقات في استخدام أسلوب الترغيب والأوقات التي تلزم فيها أسلوب الترهيب وأحيانا التخويف والرجاء والمحبة، قال تعالى: ﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ﴾ (آل عمران: 159).

إنَّ التبشير والإنذار من أهم الاستمالات الإقناعية في عملية الاتصال الدعوي، وما يلاحظ على الخطاب الدعوي اليوم أنَّ القائم بالاتصال الدعوي لا يتقيد ولا يُراعي قدرات المتلقين على التَّحمل فأصبحت الخطب الدِّينية تُشَبَّه بالتَّعذيب الياباني فيصعد الخطيب إلى المنبر وهمَّة الوحيد هو ترهيب الجمهور المستقبل دون أيِّ تخطيط مُسبق للأهداف المرجو تحقيقها بهذا الاتصال والتَّواصل مع المتلقين لرسالته الدعوية وهذا خلاف الأولى، فالنَّبي صلى الله عليه وسلم كانت جلُّ خطبه عبارة عن آيات أو أحاديث بعدها ينزل من المنبر ليصلي بالنَّاس لأنَّه حَقَّق هدفه المنشود، "فعمر ابن الخطاب" صعد يوماً المنبر فظنَّ النَّاس أنَّه سيُطيل فقال كلمة واحدة على المنبر ونزل فقال له الصَّحابة: إنَّك لم تستسقي يا عمر. قال: إنَّني استسقيت بمجاديح السَّماء التي يُسْتَنْزَل بها المطر ثمَّ تلا قوله تعالى³⁹.. فهذه المهارة التي استخدمها "عمر بن الخطاب" رضي الله عنه، تُسمَّى العصف الذَّهني الذي لا بد للقائم بالاتصال الدعوي أن ينتبه لأهميتها فهذه المهارة تُهدف إلى تفعيل دور المتلقي أو المدعو في المواقف الاتصالية والتي تستخدم في الدُّروس التَّعليمية لتحفيز المتعلمين على توليد أفكار إبداعية حول الموضوع من خلال البحث عن الإجابات الصَّحيحة أو الحلول الممكنة للقضايا التي تُعرض عليهم كما أنَّه يُساعد في تعلم الطَّالِب الاحترام والتَّقدير لآراء الآخرين والاستفادة من أفكارهم من خلال تطويرها والبناء عليها⁴⁰.

11- التَّوظيف الخاطي للعلوم واستخدامها كأرضية للإقناع: كالأعجاز العلمي

الذي يجعل من المتلقي يتفاجئ لأوَّل مرَّة عند سماعه بتطابق اكتشاف علمي مع ما هو مذكور في القرآن الكريم فيتأثر المستقبل لأوَّل مرة لكن سرعان ما يطرح جملة من الأسئلة وتبادر إلى ذهنه جملة من الإشكالات، ولعلَّ أهم تساؤل يتبادر إلى ذهنه هو سبب عدم تقدُّم المسلمين وعدم أسبقيتهم لهذا الاكتشاف المطابق لما هو مذكور في القرآن⁴¹، فالأولى بمن يقرأ كلَّ يوم ورد أنَّ يكتشف ما سبقه إليه غيرنا، وهذا ما أنتج جيلاً يعيش

صراعاً داخلياً بسبب ما هو واقع وكائن وبين ما كان يجب أن يكون، وهذا ما يعرف بالتأثير عبر مرحلتين فالإعجاز العلمي مدخل وليس أرضية للإقناع⁴².

يمكن القول حسب تقديرنا أن هذه الخطابات التي تعاني سوء التوظيف للعلوم واليوم الآخر والقدر واختلال التوازن في المناهج والاضطراب في مفهوم الآخر وغيرها من التحديات، ساهمت في تخلف الدول الإسلامية من خلال غياب الخطابات التي تدعو إلى التنمية المجتمعية والخدمة المجتمعية والتنمية المستدامة والبيئة وغيرها من الخطابات الفاعلة والفعالة لقيم الخلافة والعمارة في الأرض، والنبي صلى الله عليه وسلم كان يُشجّع على البناء والتعمير حيث وَفَّقَ صلى الله عليه وسلم بين الدعوة إلى حياة أخلاقية وبين حاجات الجسد والحواس والحياة في المجتمع، حيث قال أحد الباحثين وهو "راموني": "إن الإسلام هو أعظم الأديان ملائمة لجيلنا المتحضّر ولكلّ جيل"⁴³.

13- النمطية في العرض والأداء: تُشير نصوص الوحي وتدعو إلى التجديد بما فيها من مفاتيح الاتصال الدعوي الناجح والتي تربط بين إرادة الإنسان وقدراته التسخيرية والعلمية وبين الشئ الكونية التي تضبط تغيرات المجتمع وحركته⁴⁴، وهذا ما لا يُراعيه القائمون بالاتصال الدعوي المعاصر بمختلف أشكاله من خلال النمطية في العرض وعدم التجديد في الأداء ففي الخطاب المسجدي نجد خطبة بنفس الاستهلال ونفس الشكل ونفس اللغة مع إهمال القائم بالاتصال لأهمية لغة الجسد فالخطابة مهارات وليست معارف فلا بد من رؤية دينية محدّدة تُصيب أهدافاً تخدم مجتمعاتنا الإسلامية، كما أن النمط العام في بعض البرامج الدعوية كانت تَطغى عليه النوعية القدرية وتغيب فعل الإنسان في الحياة، وحصره عند التلقّي السلبي، مع أن طمس إرادة الإنسان وتكريس صورة من لا حول له ولا قوة ليسا بالمطلب الحيوي، لاسيما أن وضع المجتمعات العربية وما تُعانيه من استعمار مُتعدّد الوجوه، إضافة إلى مظاهر العجز والسلبيّة والتّقاّس عن الفعل الخلاق سيزيد في قتل إرادة الكائن العربي في الوقت الذي يحتاج فيه إلى خطاب

يُرَكِّز على فعل الذات وقدرتها على التَّجاوز وعلى البناء وعلى التَّرميم والاستئناف من جديد مهما كان الفشل كثيراً وكبيراً، هنا من المهم التَّوفيق إلى اختيار الموضوع المناسب للظرف الآني والابتعاد عن التَّعامل العام مع الأفكار الدِّينية بدون وضعها في سياقها الدَّاخلي أو في سياق التَّلقي وشروطه أي لكي نصل إلى تحقيق الجدوى ويقوم الفاعل الدِّيني بدوره بأكثر ما يمكن من ذكاء وتكتيك إعلامي ناجح، فمن الضَّروري اعتماد طريقة انتقائية للأفكار ذات الحاجة الملحة أكثر من غيرها ذلك أنَّ ديننا غني جداً بتمجيد الفعل وبيان قيمته ومسؤوليته فيما يصدر عن الذات من أفعال، كما لا يخلو من مظاهر حبِّ الحياة وتقديس النَّفس البشريَّة ونبذ الأفكار التي تدعو لليأس والقنوط والإهمال⁴⁵.

14-عدم التَّفريق بين الهدف والغاية: فالهدف هو الذي يقوم به القائم بالاتصال كشخص لوحده، أمَّا الغايات يشترك فيها الجميع، وما يلاحظ على الاتصال الدَّعوي المعاصر أنَّه يركِّز دائماً على الغايات بالاختصار على خطاب الإقناع بالفكرة الشُّمولية، دون مراعاة التَّطور المعرفي و الاعتقادي لدى جماهير الأُمَّة؛ الذي يقتضي الانتقال إلى مرحلة الإقناع بالنُّظم التَّفصيلية⁴⁶.

15-التَّركيز على تغيير السُّلوك بدل المعتقد: إنَّ النَّبي صلى الله عليه وسلم كان يستهدف عقول ومعتقدات و أفهام الجمهور المستهدف، فقد ضلَّ ثلاثة عشر سنة يصنع الوعي ويصحِّح المعتقدات فيحدثهم عن أخبار السَّابقين فكان يُوجِّههم للتَّغيير عن طريق التَّركيز على المعتقد لا على الأوامر المباشرة، بعدها جاءت التَّشريعات السُّلوكية وهذا ما يعاني منه الاتصال الدَّعوي المعاصر الذي يُركِّز على تغيير السُّلوك وليس الفكرة أو المعتقد، فالقائم بالاتصال الدَّعوي الذي يهدف إلى التَّغيير لابد أن يؤمن بفكرة تغيير السُّلوك وينطلق من تغيير المعتقد أولاً، فكلُّ آيات القرآن تعمل على صناعة الوعي، فالخمر لم يحرم شرعاً إلَّا بعد أن بيَّن النَّبي صلى الله عليه وسلم أضراره وأخطاره وهذا

التدرج في التحريم بهدف صناعة الوعي وتغيير المعتقد الذي ترسخ في عقول الناس في الجاهلية وتعلّقهم بالخمّر، فتغيير المعتقد أدى إلى التغيير من الناحية السلوكية وأثّر هذا التغيير ظهر في الحديث "عن أبي بريدة عن أبيه قال: بينما نحن قعود على شراب لنا، ونحن على رملة، ونحن ثلاثة أو أربعة، وعندنا باطية لنا، ونحن نشرب الخمر حلا إذ قمت حتى أتى رسول الله صلى الله عليه وسلم فأسلم عليه، وقد نزل تحريم الخمر: ﴿إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقَعَ بَيْنَكُمْ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ﴾ (المائدة: 91)، فجئت إلى أصحابي فقرأها عليهم إلى قوله: فهل انتم منتهون؟ قال: وبعض القوم شربته في يده، قد شرب بعضا وبقي بعض في الإناء، فقال بالإناء تحت شفته العليا كما يفعل الحمام، ثم صبوا ما في باطيتهم، فقالوا: انتهينا ربنا، انتهينا ربنا⁴⁷.

15- عدم الاهتمام بالفن والدّراما: فهذا الجانب غائب جداً في الاتصال الدعوي باعتبار اضطراب الخطاب في التعامل مع وسائل الإعلام وقد ذهب "جورج كيلدا" في كتابه "قياس الإنقرائية" إلى أنّ أحد المتغيّرات الأسلوبية التي يجب مراعاتها لضمان نجاح الرسالة، هو احتوائها على عبارات وجمل عملية من واقع جمهور المخاطبين، يمكنهم اختبارها والتحقّق من صدقها في عالمهم الواقعي، وهذا ما تُقدّمه الدّراما من خلال معالجتها لمسائل وقضايا وأحداث واقعية⁴⁸، فاستثمار فنّ التمثيل في زمن الصورة مهمٌّ لأنّه لا بد من مسايرة وسائل العصر وعدم الانسلاخ والابتعاد من ثقافة ومنجزات عصرنا، ولعل هذا ما ساهم في تأخر المسلمين على حد تعبير "د. بدر الدين زواقة" فلما ظهرت الطباعة لأوّل مرّة حرّمها الفقهاء فتأخّرت 100 سنة لتصل إلى بلاد المسلمين، ونفس الشيء لما ظهر التّلفاز، ولهذا فالمنظومة الفقهيّة تتعامل مع الصورة والدّراما والفنّ بالتحريم ثمّ القبول بشروط ثمّ عموم البلوة، وهذا ما أشار إليه كتاب (الإصلاح الجذري) "الرمضان طارق"، حيث أشار إلى أنّ المشاركة في هذا الإصلاح، بل

الأمر متاح لمن هو خارج هذه الدائرة، فعلماء النصوص المتخصصين بأصول الفقه ليسوا الأشخاص الوحيدين الذين يتعين عليهم الإصلاح⁴⁹.

فالمنظومة الفقهية تتعامل مع الصورة والدراما بشروط، لأنّ الوسائل لا ينطبق عليها الحكم الشرعي، فالدراما هي محاكاة الفعل، والقائم بالاتصال الدعوي مدعو لتنمية كلّ الوسائل وتركيتها وتطويرها لتنسجم وقيمنا الدينيّة⁵⁰.

ما يؤخذ على الخطابات الدعوية عموماً و المسجديّة خصوصاً كثرة الترهيب وتهويل الجمهور المتلقي وسوء توظيفها لليوم الآخر والقدر والجنة والنار فغلب على الخطابات الدعويّة بأنّ "الدنيا سجن المؤمن وآخرة الكافر"، و كأنّه يهيا الإنسان أن يعيش في سجن دون أمل، دون أن يسعى للتنمية والخلافة والعمارة في هذه الأرض، ونوح عليه السلام رغب قومه في هذه الحياة والمال والبنين ﴿فَقُلْتُ اسْتَغْفِرُوا رَبَّكُمْ إِنَّهُ كَانَ غَفَّاراً يُرْسِلِ السَّمَاءَ عَلَيْكُمْ مِدْرَاراً وَيُمْدِدْكُمْ بِأَمْوَالٍ وَبَنِينَ وَيَجْعَلْ لَكُمْ جَنَّاتٍ وَيَجْعَلْ لَكُمْ أَنْهَاراً﴾ (نوح: 10-12). والله أخبرنا بأن المال والبنون زينة الحياة، قال تعالى: ﴿الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْبَاقِيَاتُ الصَّالِحَاتُ خَيْرٌ عِنْدَ رَبِّكَ ثَوَاباً وَخَيْرٌ أَمْلاً﴾ (الكهف: 46)، وبين في كتابه العزيز نموذج يريد الدنيا فقط ونموذج يريد الدنيا والآخرة ولم يفصل الدنيا عن الآخرة، كما أمر المؤمن أن لا ينسى نصيبه من هذه الدنيا، قال تعالى: ﴿وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ﴾ (القصص: 77).

المطلب الثاني: منطلقات أساسية لاتصال دعوي ناجح:

بعد أن تطرقنا لجملة من التحديات التي تُعيق مسار الاتصال الدعوي المعاصر نقترح جملة من المقومات كمنطلقات أساسية يستند عليها القائمين بالعمل الدعوي المعاصر.

1- الخلفية السيمولوجية للقائم على الاتصال الدعوي: لقد طرح النبي صلى الله عليه وسلم جملة من التساؤلات والإشكالات في غار حراء لتأتيه الإجابة عن طريق الوحي ﴿اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ﴾ (العلق: 01)، فبعد تكليف النبي صلى الله عليه وسلم بالقراءة، عن طريق وسيط وهو جبريل عليه السلام، عبّر عنه القرآن بأنه إلقاء ليهيئ المتلقي النبي صلى الله عليه وسلم نفسياً وجسدياً لهذا التكليف الذي سيكلف به ولتكون لديه خلفية عن المهمة التي سيكلف بها ﴿إِنَّا سَنُلْقِي عَلَيْكَ قَوْلًا ثَقِيلًا﴾ (المزمل: 05)، فأبى تواصل لا بد أن يقوم على خلفية فلسفية، وإحداث التغيير يقوم على قراءة معرفية مسبقة للآخر المتلقي، والإسلام ينصف الآخر مهما كان هذا الآخر⁵¹.

2- محورية القرآن: التي تدور حول الإنسان وليس الله، لتتفق كلنا كبشر من أجل الحضارة الإنسانية المنشودة انطلاقاً من قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾ (الحجرات: 13)، فالقرآن منهج متكامل يصلح لكل زمان ومكان، أمّا السنة فهي مبيّنة للقرآن الشارحة لمحتصره، المفصلة لمجمله⁵².

3- التّكامل المعرفي بين العلوم: من خلال التّوازن في استخدام العلوم كمدخل لإحداث الإقناع والتّغيير وليس كأرضية تقوم عليها عمليّة الاتصال، فلا بد من التّكامل بين علوم الوحي وعلوم الإنسان وعلوم الكون، فالّتكامل المعرفي في الخطاب مهمّ جداً لإنتاج مجتمع معرفي سواء في الخطاب المسجدي أو الإعلامي من خلال التّلفزيون الذي يهتم بالبرامج الدّينية والقضايا التي تهتم المجتمع، وكافة الموضوعات التي يُقدّمها الدّعاة من خلال البرامج التّلفزيونية⁵³.

4- دراسة مناهج الدّعوة وأساليب الإقناع: ولنا في منهج النبي صلى الله عليه وسلم قدوة، فقد استخدم المنهج الحسّي الذي يقوم على القدوة العمليّة والتّعليم التّطبيقي وتغيير المنكر بيدهومنه الحديث النبوي الشّريف الذي رواه "أبو سعيد الخدري" عن رسول

الله صلى الله عليه وسلم أنه قال: (مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ)⁵⁴، وجمع بين المنهج العقلي والعاطفي معاً، عن "أبي أُمَامَةَ" رضي الله عنه قال: "أَنَّ فَتًى شَابًّا أَتَى النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، إِثْنُ لِي بِالزُّنَا، فَأَقْبَلَ الْقَوْمُ عَلَيْهِ فزَجَرُوهُ، وَقَالُوا: مَهْ مَهْ! فَقَالَ: (أَذْنَهُ)، فَدَنَا مِنْهُ قَرِيبًا، قَالَ: فَجَلَسَ، قَالَ: (أَتَجِبُهُ لَأُمِّكَ؟)، قَالَ: لَا وَاللَّهِ، جَعَلَنِي اللَّهُ فِدَاكَ، قَالَ: (وَلَا النَّاسُ يُحِبُّونَهُ لَأُمِّهَاتِهِمْ)، قَالَ: (أُ فَتَجِبُهُ لَابْنَتِكَ؟)، قَالَ: لَا وَاللَّهِ يَا رَسُولَ اللَّهِ، جَعَلَنِي اللَّهُ فِدَاكَ، قَالَ: (وَلَا النَّاسُ يُحِبُّونَهُ لِبَنَاتِهِمْ)، قَالَ: (أُ فَتَجِبُهُ لِأُحْتِكَ)، قَالَ: لَا وَاللَّهِ، جَعَلَنِي اللَّهُ فِدَاكَ، قَالَ: (وَلَا النَّاسُ يُحِبُّونَهُ لِأُخْوَاتِهِمْ)، قَالَ: (أُ فَتَجِبُهُ لِعَمَّتِكَ؟)، قَالَ: لَا وَاللَّهِ، جَعَلَنِي اللَّهُ فِدَاكَ، قَالَ: (وَلَا النَّاسُ يُحِبُّونَهُ لِعَمَّاتِهِمْ)، قَالَ: (أُ فَتَجِبُهُ لِحَالَاتِكَ)، قَالَ: لَا وَاللَّهِ، جَعَلَنِي اللَّهُ فِدَاكَ، قَالَ: (وَلَا النَّاسُ يُحِبُّونَهُ لِحَالَاتِهِمْ)، قَالَ: فَوَضَعَ يَدَهُ عَلَيْهِ، وَقَالَ: (اللَّهُمَّ اغْفِرْ ذَنْبَهُ، وَطَهِّرْ قَلْبَهُ، وَحَصِّنْ فَرْجَهُ)، فَلَمْ يَكُنْ بَعْدَ ذَلِكَ يَلْتَفِتُ إِلَى شَيْءٍ"⁵⁵.

فقد جمع النبي صلى الله عليه وسلم بين المنهجين الحسي والعقلي، وهذا ما يغفل عنه أغلب الدعاة والقائمين على الاتصال الدعوي المعاصر، فبات لزاماً عليهم تعلُّم أساليب الإقناع من خلال دورات مُتخصِّصة جداً في الخطاب الدعوي من أجل إحداث الإقناع أمر مهم بالنسبة للقائمين على الاتصال الدعوي .

5-دراسة القائم بالاتصال الدعوي أو الداعي الأشكال الخطابية والإعلامية:

فالعامل الناجح يقوم وفق رؤية تخطيطية هادفة والمنهج العلمي الصحيح، والمنهج العلمي في القرآن الكريم يقوم على التثبت والتأثير الذي يعني العلمية والتخطيط بعكس المنهج العشوائي⁵⁶، وذلك اعتماداً على القوالب المختلفة والمتناسبة مع المواقف الاتصالية بهدف البناء المعرفي كالقالب المعتدل الذي يركّز على الفكرة الأقل أهمية ثم الأكثر ثم الأكثر بمعنى المهم ثم الأهم إلا إذا أراد أن يثير قضية معينة يبدأ بالقالب المقلوب إلى غير

ذلك من القوالب والأشكال الإعلامية التي لا بد أن يتمكن منها القائم بالاتصال الدعوي في محاولة منه لعرض صادق وواقعي للقيمة الدينية الأخلاقية بقصد تقريبها لجمهور المستقبلين⁵⁷.

6- المهارات والقدرة على التواصل: فقد أشارت الإحصائيات أن القدرة على التواصل هي من أهم عوامل النجاح، فأى إنسان ناجح هو إنسان قادر على التواصل مع نفسه ومع غيره وهذا هو الفرق بين الشخص الفاشل والشخص الناجح فلا بد من أخذ العلم والاستماع إلى تجارب وخبرات الناجحين، وقد ساهمت معرفة أسباب النجاح والفشل على ظهور علم رائج اليوم وهو علم التنمية البشرية الذي يعنى بالمهارات والتنبية إليها من خلال نمذجة الناجحين وتقليد استراتيجياتهم في الوصول إلى الهدف.

7- مراعاة قدرات ومستويات الجمهور المستقبل للرسالة: من خلال معرفة قدراتهم على الاستيعاب فقد أثبتت دراسات أن نسبة استيعاب المستقبل للكلمات التي تصل إليه فقط 7% ونسبة 38% صوت والباقي لغة الجسد، والقائم بالاتصال لا بد أن يُطبّق لغة الجسد بالاستعانة بروابط المسرح للقضاء على الملل والثوتين سواء كانت الرسالة خطبة أو في برنامج تلفزيوني أو غيرها من الوسائل الاتصالية، ولعل هذا سبب رواج وشهرة بعض الشخصيات كالشيخ شمس الدين الذي لاقى نجاحاً كبيراً لأنه يستعمل الدراما بغض النظر عن نوعية الرسالة التي يُقدّمها للجمهور، وقد استخدم القرآن الكريم جملة المهارات في الإلقاء والعرض والتي تجذب استماع المتلقي وتترك انطبعا في نفسه، ﴿وَجَاءَ مِنْ أَقْصَى الْمَدِينَةِ رَجُلٌ يَسْعَى قَالَ يَا قَوْمِ اتَّبِعُوا الْمُرْسَلِينَ﴾ (يس: 20) فلم يذكر اسم الرجل ولا المدينة حتى لا يحدث تشويشاً، فالخطاب هو رسالة ذات هدف ودلالة يمثل وجهة نظر مُحدّدة من الجهة التي توجه الخطاب، ويفترض فيه التأثير في السامع أو القارئ، مع الأخذ بعين الاعتبار جميع الظروف والملابسات⁵⁸.

ينبغي التنبيه إلى أنَّ عملية الاتصال الدعوي لا تقتصر على إرسال الرسائل الدعويَّة وكفى كما أنَّه لا يمكننا إنكار أنَّ الله وحده هو الهادي وأنَّ القلوب بيد الرحمن يقبُّها كيف ما يشاء إلاَّ أنَّه ينبغي على القائم بالاتصال الدعوي أو الداعي أن يعرف كلَّ ما يتعلَّق بمتلقي الرسالة من الظروف المحيطة به ونفسيته وقدراته على الاستجابة والتفاعل مع موضوع الرسالة، وكذا أسباب وموانع الاستجابة.

خاتمة: نخلص في الأخير إلى اعتصار جملة من النتائج والتوصيات أهمها:

- يُشكِّل الاتصال عموماً والدعوي خصوصاً أحد المقومات الرئيسيَّة لقيام المجتمعات البشريَّة، وكذا استمرار الحياة الإنسانيَّة وتطورها.
- يعتبر الإعلام جزء من الاتصال الدعوي أو أحد وسائله، لذا توجَّب على القائمين على العمل الدعوي امتلاك جميع أدواته وأجهزته والتَّمكن من استخدامها في سبيل نشر رسالة الإسلام السَّليمة.
- إنَّ الوسائل على اختلافها وتنوعها ضروريَّة في عملية الاتصال الدعوي.
- **توصيات:**
- ضرورة اهتمام القائمين على الاتصال الدعوي بالوسائل الحديثة لمواكبة العصر بإتقان التَّعامل معها وفق ضوابط شرعيَّة.
- ضرورة الاهتمام في العمل الدعوي بقوة الكلمة والصُّورة على التَّأثير والإقناع.
- الاهتمام بالدراما والفن فيستحيل تحقيق حضارة بدون مواكبة وسائل العصر وهذا ما تنبه إليه الآخرون، والمسلمون لازالوا يتناقشون في المسألة، فلا بد أن نُفصِّل فيها بهدف التَّطور، فهذه المسألة تحتاج منَّا إلى إعادة نظر لأنَّ التَّمثيل يعدُّ من أكثر الأساليب جذاباً للمتلقين، لما تتضمنه من أساليب الإثارة والتَّشويق، وجذب الحواس، فهي أسلوب ناجح في امتلاك القلوب وأسر الأفتدة، كما أنَّ فيه تصوير للواقع وفهمه فهماً كاملاً،

وذلك أقوى من شرحه والتعبير عنه، فالتمثيل الهادف الذي يدعو إلى الخير وينهى عن الشر، والمنضبط بالضوابط الشرعية وجب على الدعاة أن يستغلوه لنشر الدعوة الإسلامية.

- صناعة داعية متمكن من مهارات العرض والتواصل والإلقاء، وعلى معرفة بالأنماط الذهنية لمستقبل الرسالة كالنمط الحسي أو السمعى أو البصري وهذا يساعد على إيصال الرسالة وإحداث الإقناع فالله تعالى خلقنا مختلفين، وتمكننا من مهارات الخطاب من خلال الابتعاد عن اللوازم الكلامية والصوتية والحركية فلا بد من التغلب عليها لأنها تعتبر عنصر تشويش في عملية الاتصال.

- الاهتمام بالعلوم المعاصرة التي تخصصت في اتجاهات الجماهير وفن مخاطبة الجماهير.

- ضرورة إعمال العقل والفكر لمواجهة التحديات التي يعاني منها الاتصال الدعوي المعاصر.

- دراسة الموانع والمعوقات التي تحول دون تحقيق القائم بالاتصال التأثير والإقناع في المتلقي للرسالة الدعوية.

- الاهتمام بتكنولوجيا الإعلام واستغلالها في عملية الاتصال الدعوي فهي تختصر المسافة وتحقق الكثير ومهمة في إيصال الفكرة.

الهوامش:

¹ -محمود عودة: أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، ذات السلاسل للطباعة والنشر، الكويت - ط/2، 1989م ص 06,07

² -وداد غازي: المنظور القرآني لوظائف علم الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع - عمان - ط2013، 1م، ص18.

³ - محمد الفاتح محمدي: فضة عباسي بصلي، مدخل لعلوم الاتصال والإعلام، الوسائل النماذج والنظريات، دار أسامة للنشر والتوزيع - الأردن، عمان - ط/1، 2017م، ص 18.

⁴ - أحمد عيساوي: منهجية البحث في عملية الاتصال الدعوي، دار الكتاب الحديث-القاهرة- ط/1، 2012م، ص 27.

⁵ - أبو الأعلى المدودي: المصطلحات الأربعة في القرآن الكريم، دار القلم- الكويت- ط/8، 1401هـ-1981م، ص120.

- ⁶ - بدر الدين زواقة : محاضرة الخطاب الدعوي المعاصر، قناة الأصدالة ، تم نشرها في 2018/04/29.
- ⁷ - طلعت منا محمود: مدخل إلى علم الاتصال، د/ن- جامعة الإسكندرية د/ط، 2001-2002م، ص20.
- ⁸ - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب- القاهرة- 2، 2000م، ص18
- ⁹ - بدر الدين زواقة : المرجع نفسه.
- ¹⁰ - انظر: أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، مؤسسة الرسالة- بيروت- ط/3، 1415هـ-1995م، ص5-6-7.
- و برهان بدر الدين زواقة : محاضرة من مسجد الفردوس -عناية- تم نشرها في 2017/04/24.
- ¹¹ -أحمد بن تيمية (ت728هـ) : مجموع فتاوى ابن تيمية ، تح: عبد الرحمان بن محمد بن قاسم ، تنفيذ: مكتبة النهضة الحديثة مكة المكرمة ، توزيع : الرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين -إدارة المساحة العسكرية -القاهرة- د/ط، 1416هـ، 157/15-158
- ¹² -محمد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، المرجع السابق، ص 17
- ¹³ -محيي الدين عبد الحليم: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مكتبة الخانجي - القاهرة -د/ط، 1979م، ص140
- ¹⁴ - انظر: محمد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، مرجع سابق، ص17 وانظر: بدر الدين زواقة: محاضرة من مسجد الفردوس مرجع سابق
- ¹⁵ -طالب حماد أبو شعر: معالم الخطاب لدعوي عند النبي صلى الله عليه وسلم ، مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، الجامعة الإسلامية بغزة، 2005م، ص3-4
- ¹⁶ - حكيمة بوقرومة: المتلقي في الخطاب القرآني، دار المنتهى للنشر والتوزيع- الجزائر- ط/1، 2015م، ص36
- ¹⁷ -رسم توضيحي لعملية تلقي النبي صلى الله عليه وسلم الوحي من ربه عن طريق جبريل عليه السلام
- ¹⁸ -أبي عبد الله محمد بن أبي بكر بن أيوب ابن قيم الجوزية (691-751هـ): طريق المجرتين وباب السعادتين، إشراف: بكر بن عبد الله أبو زيد، تح: محمد أجمل الاصلاح- زائد بن أحمد النشيري، دار علم الفوائد للنشر والتوزيع، -مكة المكرمة- ط/1، 1429هـ، ص411
- ¹⁹ - بدر الدين زواقة : مرجع سابق.
- ²⁰ -عمرو خاطر عبد الغني وهذان: من القيم الحضارية في السنة النبوية ، مؤسسة حورس الدولية للنشر -الإسكندرية- ط/1، 2010م، ص8
- ²¹ -خضير كاظم حمود، موسى سلامة اللوزي، أنعام الشهابي وآخرون : السلوك التنظيمي مفاهيم معاصرة ، دار الصفاء للنشر والتوزيع- عمان، الأردن- ط/1، 2002م، ص123
- ²² -هالة منصور: الاتصال الفعال - مفاهيمه وأساليبه ومهاراته- ، المكتبة الجامعية، الاسكندرية- مصر- ط/1، 2000م، ص50
- ²³ - هادي نحر، أحمد الخطيب: إدارة الاتصال والتواصل" النظريات ، العمليات، الوسائط، الكتابات" عالم الكتب الحديث- الاردن- د/ط، 2009م، ص241-242.
- ²⁴ - هادي نحر، أحمد الخطيب: إدارة الاتصال والتواصل" النظريات ، العمليات، الوسائط، الكتابات" مصدر سابق، ص241-242

- ²⁵ -حكمت بشير ياسين: عناية السنة النبوية بحقوق الإنسان، مؤسسة نايف السعود العالمية-المدينة المنورة -د/ط، 1426هـ/2005م، ص337
- ²⁶ -سيد قطب: في ضلال القرآن، دار الشروق- مصر - ط/1، 2011 م، ج6، ص91.
- ²⁷ -بدر الدين زواقة: مرجع سابق.
- ²⁸ -رضوان بلخيري، لدمية عايدى: الأساليب الاتصالية والإعلامية للرسول صلى الله عليه وسلم في تبليغ الدعوة، مجلة المعيار- قسنطينة- عدد 42، جوان 2017. ص467
- ²⁹ -بدر الدين زواقة: محاضرة الإنسان والرؤية الكونية، دروس وخطب مسجد النور عين مليلة الجزائر، تم نشرها في : 2016/02/12
- ³⁰ -أخرجه مسلم :كتاب الجمعة ، باب فضل من استمع و أنصت في الخطبة، (588/2)، رقم857
- ³¹ - بدر الدين زواقة: مرجع سابق.
- ³¹ - طه أحمد الزيدى: مع عدد من المؤلفين: التربية الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية للإعلام الإسلامي ، دار النفائس للنشر والتوزيع -الأردن -ط/1،
- ³² - بدر الدين زواقة: مرجع سابق
- ³³ - عابد الجابري: الخطاب العربي المعاصر، مركز دراسات الوحدة العربية - بيروت -ط/4، 1992م، ص 198
- ³⁴ - أبو الأعلى المدودي: المصطلحات الأربعة في القرآن الكريم، دار القلم- الكويت-ط/8، 1401هـ-1981م، ص120
- ³⁵ -بدرالدين زواقة: مرجع سابق.
- ³⁶ - بدر الدين زواقة: المرجع نفسه.
- ³⁷ - محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية -الإسكندرية -د/ط، 1989م، ص 271
- ³⁸ - بدر الدين زواقة: المرجع السابق
- ³⁹ - محمد بن مكرم بن منظور الإفريقي المصري جمال الدين أبو الفضل: لسان العرب، دار صادر للنشر- بيروت - ، ط/3، 1414هـ، ج 15، 2/421 .
- ⁴⁰ -أسماء فوزي التميمي:العصف الذهني وعلاقته بالألغاز الرياضية ، مجلة دراسات تربوية، العدد الثامن عشر نيسان 2012م، ص 54
- ⁴¹ -انظر: بدرالدين زواقة: محاضرة الإنسان والرؤية الكونية،مرجع سابق.
- ⁴² - انظر: بدر الدين زواقة : محاضرة الخطاب الدعوي المعاصر، مرجع سابق
- ⁴³ - عمرو خاطر عبد الغني وهدان: من القيم الحضارية في السنة النبوية، مؤسسة حورس الدولية ، كلية العلوم و الآداب جامعة طيبة المدينة المنورة، ط1، /1، 2010م، ص 16
- ⁴⁴ -أحمد سلام: في منهجية الدعوة الإسلامية المعاصرة، دار الإيمان -الإسكندرية- ط/1، 1412هـ- 1992م، ص 26
- ⁴⁵ - طه أحمد الزيدى: مع عدد من المؤلفين: التربية الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية للإعلام الإسلامي، دار النفائس للنشر والتوزيع- الأردن- ط/1، 2012م، ص340
- ⁴⁶ - طالب حماد أبو شعر: معالم الخطاب الدعوي عند النبي صلى الله عليه وسلم ، مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، الجامعة الإسلامية بغزة ، كلية أصول الدين، 7-8 ربيع الأول، 1426هـ-2005م، ص 4.

- ⁴⁷ - أبو الفداء إسماعيل ابن عمر ابن كثير القرشي البصري ثم الدمشقي(ت:774): تفسير القرآن العظيم، تح: محمد حسين شمس الدين، من أول سورة المائدة إلى آخر سورة النحل، دار الكتب العلمية منشورات محمد علي بيضون- بيروت- لبنان- ط/1 1419هـ، ج 2/، ص 75.
- ⁴⁸ - هاشم نعيمش الزويبي: الإعلام الإسلامي التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن- عمان ط/1، 2016م، ص88.
- ⁴⁹ - انظر: طارق رمضان: الإصلاح الجذري الأخلاقيات الإسلامية والتحرر، ترجمة أمين الأيوبي، الشبكة العربية للأبحاث والنشر- بيروت - ط/2، 2015م
- ⁵⁰ - أحمد عيساوي: مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، دار الكتاب الحديث- القاهرة- ط/1، 2014م، ص192
- ⁵¹ - انظر: حبيب مونسي: فعل القراءة النشأة والتحول، مقارنة تطبيقية في قراءة القراءة عبر أعمال عبد الملك مرتاض، منشورات دار الغرب-وهران - ط/ 2001-2002م، ص 5-6-7-8.
- ⁵² - محمد زين الهادي الحاج علي العرماني: أسس إبراز منهج الرحمة في الخطاب الدعوي المعاصر، جهود العلماء في تنزيله على الواقع، من أبحاث المؤتمر الدولي: نبي الرحمة محمد صلى الله عليه وسلم، من تنظيم الجمعية العلمية للسنة وعلومها المنعقد في الفترة 23-25 شوال 1431هـ-30-04 أكتوبر 2010م، ص 5049.
- ⁵³ - السر علي سعد محمد: الخطاب الدعوي في القنوات التلفزيونية، دراسة تقويمية لبعض البرامج الدعوية، بتلفزيون السودان- الإمارات العربية المتحدة- د/ط، 2015-2016م، ص10.
- ⁵⁴ - مسلم بن الحجاج: صحيح مسلم، كتاب الإيمان، تح: نظر بن محمد الفريابي أبو قتيبة، دار طيبة، ط/1، 1427هـ/2006م، باب بيان كون النهي عن المنكر من الإيمان، 69/1.
- ⁵⁵ - انظر: رواد أحمد 5/ 256، والطبراني في المعجم الكبير 8/ 162، 183، و البيهقي في شعب الإيمان 4/362 (5415)، الألباني في السلسلة الصحيحة 1/ 712 (370)
- ⁵⁶ - محمد زين الهادي الحاج علي العرماني: أسس إبراز منهج الرحمة في الخطاب الدعوي المعاصر، جهود العلماء في تنزيله على الواقع، من أبحاث المؤتمر الدولي: نبي الرحمة محمد صلى الله عليه وسلم من تنظيم الجمعية العلمية للسنة وعلومها ، المنعقد في الفترة 23-25 شوال 1431هـ-30-04 أكتوبر 2010م، ص 5054.
- ⁵⁷ - أحمد عيساوي: مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، دار الكتاب الحديث- القاهرة - ط/1، 2014م، ص 204.
- ⁵⁸ - سعيد إسماعيل علي: الخطاب التربوي الإسلامي، سلسلة كتب الأمة، مركز البحوث و المعلومات -قطر- ط/1، ص09.
- المراجع.