

العوامل التكوينية المؤثرة في أداء القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي

د. محمد أحمد رابعه**

د. محمد أبو غزلة*

تاريخ قبول البحث: 2021/10/10م

تاريخ وصول البحث: 2021/08/01م

ملخص

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى العوامل التكوينية المؤثرة في أداء القائم بالاتصال ودورها في إقناع الجمهور بمضمون الرسالة الاتصالية، من خلال دراسة هذه العوامل في ضوء القرآن الكريم والدراسات الإعلامية الحديثة، واستخدم الباحثان المنهج الاستقرائي القائم على استقراء مفردات الموضوع من مصادرها العلمية، الشرعية والاتصالية وغيرها، والمنهج الاستنباطي المقارن الذي يتجه إلى تحليل النصوص الشرعية المتضمنة دلالات اتصالية، واستنباط العوامل التكوينية الخاصة بالقائم بالاتصال منها، ومقارنة دلالات النصوص بما تؤكد الدراسات الاتصالية المستجدة.

وقد توصل البحث إلى جملة من النتائج، منها: أن هناك خمسة عوامل لها تأثير مباشر في أداء القائم بالاتصال هي: نية القائم بالاتصال، ومهاراته، والثقة به، ومستواه المعرفي، وكونه قدوة للمتلقي. وأن مهارة الترميز في الاصطلاح الإعلامي الحديث تقابل مهارة البيان في المفهوم القرآني الكريم. وأنه يمكن تقليل أثر التنافر بين المصادقية والفكرة المطروحة بالنسبة للجمهور ببعض الإجراءات. وأن رواسب النظام الاجتماعي ومصالحه يمكن أن تؤثر في اعتماد مصادقية القائم بالاتصال. وغيرها من النتائج والتوصيات.

كلمات مفتاحية: الإعلام، الإعلام الإسلامي، عوامل تكوينية، قائم بالاتصال، البيان، الترميز.

Formative factors affecting the performance of the communicator in Islamic media

Abstract

The aim of this study was to identify the formative factors affecting the performance of the communicator and their role in convincing the public of the content of the communication by studying these factors in the light of the Holy Quran and recent media studies.

The researchers used the extrapolative approach based on extrapolating the vocabulary from their scientific sources; Legitimacy, connectivity, etc. and comparative deductibility, which tends to analyses legitimate texts with communication connotations, to derive the formative factors of the communicator from them, and to compare the semantics of the texts with what is confirmed by the emerging empirical studies.

* أستاذ مساعد، وزارة التربية والتعليم.

** أستاذ مشارك، جامعة اليرموك - dr.mrb2020@gmail.com

The research produced a number of findings, including: Five factors have a direct impact on the performance of the contact person: Communicator's intention, skills, reliability, level of knowledge and being model. The of coding in modern media terms corresponds to the skill of statement in the Quranic concept. The impact of the discord between credibility and the idea for the public could be reduced by certain actions. The deposits and interests of the social system could influence the credibility of the contact person. and other findings and recommendations.

Keywords: Media, Islamic Media, Formative Factors, Communicator, Statement, Coding.

الإطار المنهجي للدراسة.

أولاً: المقدمة.

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على المعلم النبي الأمي الأمين، محمد صلى الله عليه وعلى آله وصحبه أجمعين. وبعد؛

فإن المتتبع لرسالات السماء التي قصها علينا القرآن الكريم يجد أن الحوار منصب على الرسول أو النبي وهو الذي يمثل في عُرف الإعلام الحديث (القائم بالاتصال)، وهذا الاهتمام يتمحور حول الاصطفاء والاجتباء والإعداد بالتربية والصناعة وما شابه وصولاً إلى تكون الشخصية الرسالية بكافة مواصفاتها التي يريدها الله تعالى.

وبناء عليه، فلا بد أن يمتلك القائم بالاتصال جملة من المواصفات كالثقة والخبرة والقدرة على الترميز للرسالة الإعلامية... إلخ، التي تجعله قادراً على تحمل عبء الرسالة الاتصالية، تماماً كما جعل الله تعالى هذه الشروط في أنبيائه ورسوله؛ لأن مقام الإرسال مقام تتقاطع فيه المعارف مع الخبرات والقدرات لتسهم في نهاية المطاف في إنجاح الرسالة الاتصالية. وذلك كله لعظم مسؤوليته وجسامته خطر المنصب الذي يجب أن يتولاه، فلا بد أن يكون القائم بالاتصال ذا موهبة وخبرة مهنية في حقل الاتصال، نكياً يتحمل المسؤولية وله القدرة على التكيف مع الجماهير بحسب المستويات والفروق الفردية، يحس بمشكلات المجتمع ويتفاعل معه، وصفات أخرى عديدة وأجلها أن يكون قنوة حسنة للأخريين وذا ثقافة جامعة شاملة عالمياً بكثير من القضايا التاريخية، والأدبية واللغوية، والإنسانية، والعلمية، والإعلامية، والعملية الميدانية⁽¹⁾.

أما الدارسون المحدثون لخصائص المرسل وصفاته، فيرون أن هناك شروطاً لا بد من توافرها؛ حتى يكون قادراً على القيام بمهامه، حيث يرى (ديفيد بارلو) وجود شروط أساس يجب توافرها في المرسل (القائم بالاتصال) وتتلخص: أولاً: مهارات الاتصال الخمس وهي: مهارة الكتابة، ومهارة التحدث، ومهارة القراءة، ومهارة الإنصات، والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال. وثانياً: اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه، ونحو الموضوع، ونحو المتلقي. وثالثها: مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع. ورابعها: مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي، وطبيعة أدوارها التي يقوم بها والوضع الذي يراه الناس فيها مؤثراً على فاعلية الاتصال⁽²⁾، في حين يرى (ألكسيس تان) وجود ثلاثة عوامل تجعل المصدر

مؤثراً في إقناع جمهوره، وهي: المصدقية، والجاذبية، والسلطة أو النفوذ⁽³⁾.

وسيتم مناقشة هذا الشرط باعتباره عوامل نجاح القائم بالاتصال في الإقناع بمضمون رسالته الاتصالية، ولكن بصورة أكثر تكاملية بين المفاهيم؛ ضماناً لعدم التكرار أو الإسهاب في العرض. مع بيان الشروط الإسلامية الزائدة عن هذه الشروط في الأدب النظري الإسلامي تجاه من يمثلون هذه الوظيفة في كافة أشكالها، سواء أكان محدثاً أو راوياً باعتبار أن القائم بالاتصال أو المصدر أو المرسل يحتاجون لنفس شروط الراوي من جهة والمحدث من جهة أخرى، حيث إن ثقة القائم بنفسه مهمة جداً لكن ثقة الجمهور به أولى وأهم.

ثانياً: المنهجية.

وتشتمل على عدد من الإجراءات وعلى النحو الآتي:

(1) مشكلة البحث وأسئلته:

لما كان البحث يحتاج لتحديد مشكلته، وضبطها حتى يتمكن من حلها، من خلال التوصل إلى نتائج تسهم تحقيق أهداف البحث، لذا جاءت مشكلة هذا البحث في التعرف على العوامل التكوينية المؤثرة في أداء القائم بالاتصال، والتي تتحول إلى عوامل لازمة أو مساعدة في حصول الإقناع بمضمون رسالته الاتصالية، ومن ثم القيام بتأصيل هذه العوامل من الكتاب والسنة ومقارنتها بما جاء في كتب الإعلام الحديث. وسيعمل الباحثان على معالجة هذه المشكلة من خلال الإجابة عن السؤالين التاليين:

السؤال الأول: ما مفهوم القائم بالاتصال ووظيفته؟

السؤال الثاني: ما المهارات التكوينية المؤثرة في أداء القائم بالاتصال ودورها في نجاح الرسالة الاتصالية؟

(2) أهمية البحث:

تتضح أهمية هذه البحث من خلال ما يلي:

- 1- التعرف إلى العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال من أجل التركيز عليها.
- 2- يركز على ركن أساس لعملية الاتصال وهو القائم بالاتصال، وتركز على الجانب الأهم في تكوينه وهي المواصفات والكفايات اللازمة لنجاح عمله.
- 3- يقوم على تأصيل المادة العلمية من المصادر الأصلية (القرآن الكريم والسنة النبوية) من أجل الإسهام في تأسيس فكر إعلامي إسلامي يساعد الدارسين والعاملين في الميدان عند تأديتهم لعملهم الإعلامي ليكونوا أكثر ثقة بترائهم وأشد تمسكاً بدينهم، وأوعى لمعايير قبول رسالتهم وخطابهم الإعلامي، وأكثر انفتاحاً على العالم، وأعمق إقناعاً للمخاطبين.
- 4- تقديم مادة نظرية تقوم على المقاربة ما بين القديم والحديث، وتعمل على تحديث المفاهيم والمصطلحات بحيث يسهل تعريف الدارس بالماضي وربطه بالواقع من خلال منهجية توائم ما بين القديم والجديد.

وعليه، فإن هذا البحث يأتي ضمن الجهود الرامية إلى صياغة مفهوم القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي من خلال رسم معالم شخصيته المستندة إلى الأصول الإسلامية مع الاستفادة من المنجزات العملية الحديثة في هذا المجال سواء أكانت نظرية أم عملية، حتى يتمكن القائمون على إعداد الكوادر الإعلامية من تربية وإعداد جيل من الإعلاميين المؤمنين بالإسلام كدين ومنهج حياة صالح للتطبيق في كل زمان ومكان، ويسهموا في نشر صورته الحقيقية وبناء المجتمعات الإسلامية بناءً صحيحاً من خلال الكلمة والصورة الملترمتين بأحكام الدين الحنيف.

(3) منهج البحث:

يعتمد هذا البحث على المنهج الاستقرائي، والمنهج التحليلي الاستنباطي، بحيث يعتمد إلى استقراء نصوص القرآن الكريم والسنة النبوية وتحليلها لاستنباط أهم ما ورد فيها حول مواصفات القائم بالاتصال - بالمفهوم الاصطلاحي الحديث- التي تؤثر في قدرته على إقناع جمهوره بالرسالة الاتصالية التي يريد أن يوصلها لهم؛ مع مقارنتها بما أوردته الكتب والبحوث العلمية في مجال الإعلام والاتصال الحديث.

(4) المصطلحات والتعريفات الإجرائية للدراسة:

- **الإعلام الإسلامي:** هو إطار فكري عام يحدد طبيعة النشاط الإعلامي من حيث منطلقاته وغاياته، ويحدد تركيبة النظام الإعلامي في المجتمع المسلم، ويوجه مسيرة الممارسة الإعلامية وفق تصورات الإسلام الفكرية وتشريعاته الاجتماعية وتوجيهاته الأخلاقية⁽⁴⁾.
- **العوامل التكوينية:** هي مجموعة الكفايات والمهارات والقدرات التي يمتلكها القائم بالاتصال في ممارسته الإعلامية وأدائه لرسالته الاتصالية⁽⁵⁾.
- **القائم بالاتصال:** هو الشخص الذي يقوم بالحوار بداية، فيضع أفكاره ورؤاه على شكل رموز تُعبّر عن المعنى الذي يقصده بهدف تحقيق أثر معين، وقد يكون القائم بالاتصال شخصاً عادياً أو معنوياً كأن تكون شركة أو مؤسسة ما، كما أنّ المرسل قد يكون المصدر نفسه أو يكون شخصاً آخر يوعد المصدر له بإرسال الرسالة⁽⁶⁾.
- **البيان:** يمكن تعريف البيان إجرائياً بالاستناد إلى المعنى اللغوي والبلاغي للبيان بأنه الكشف والإيضاح عن المعاني التي يريد المرسل (القائم بالاتصال) إيصالها للمستقبلين لرسالته الاتصالية من خلال النطق والترميز والتدليل عليها بحيث تكون بيّنة واضحة لدى المتلقي⁽⁷⁾.
- **الترميز:** ويعني صياغة الرسالة الاتصالية برموز دالة من حروف وكلمات وصور وأيقونات تكون مشتركة الفهم والدلالة بين أطراف الاتصال⁽⁸⁾.

(5) الدراسات السابقة:

إنّ أية دراسة أو بحث علمي يتم إجراؤه يحتاج إلى الاطلاع على جملة البحوث والدراسات التي أجريت في موضوعه،

وفي حدود إطلاع الباحثين فإن دراسة (صيني، 1988)⁽⁹⁾: والتي هدفت للتعرف على شروط القائم بالاتصال عند المسيحيين والمسلمين، وتوصلت إلى جملة من النتائج من أهمها: وجود اختلاف بين المسيحيين والمسلمين في تصور شروط المصدر المثالي؛ يعزى هذا الاختلاف إلى اختلاف في الموقف الفكري العام أي التأرجح بين التحرر والمحافظة بشكل عام. وكذلك وجود اختلاف أثر الانتماء الديني في تصور شروط المصدر المثالي باختلاف نوع المصدر، فهناك مصادر أساسية تنشئ الرسائل ابتداءً، ومصادر تقوم بعكس الرسائل أو إعادة بثها، وطبيعة الرسالة التي يبثها. فمن صفات المصدر المثالي القدوة والأخلاق، وكذلك إعطاء المسيحيين اهتماماً أكبر لصفات المعرفة والقدرات العقلية ورفض التماثل العقدي بين المصدر والجمهور، وبينت كذلك وجود بُعد أخلاقي لصفات القدوة كما أكدت على ذلك الاجتهادات المستنبطة من الكتاب والسنة، ولا يقتصر الأمر على كون القدوة أسلوباً فاعلاً في الإقناع والتعليم فقط. وأوضحت أنّ هناك فجوة بين شروط علماء الحديث للراوية العدل وشروط كتب الدعوة من جهة وتصور المسلمين لشروط المصدر المثالي من جهة أخرى.

الإطار النظري للدراسة:

مفهوم القائم بالاتصال، ووظيفته والعوامل المؤثرة في أدائه.

يتناول هذا الفصل عدداً من المتطلبات الضرورية لبناء خلفية نظرية عن البحث، ولا بد قبل تناول القائم بالاتصال بالبحث والنظر، أن يتم تعريف الاتصال وعناصره، ورسم نموذج بصورة مبسطة، وعلى النحو الآتي:

أولاً: تعريف الاتصال وعناصره:

يُعرّف الاتصال بأنه: عملية تفاعل اجتماعي تهدف إلى تقوية الصلات الاجتماعية في المجتمع عن طريق تبادل المعلومات، والأفكار والمشاعر التي تؤدي إلى التفاهم والتعاطف والتحاب أو التباغض⁽¹⁰⁾.

أما عناصره فتشمل على ستة عناصر رئيسة هي⁽¹¹⁾:

- 1- المرسل أو المصدر أو القائم بالاتصال: (Sender, Source, Communicator) وهو منشئ الرسالة الاتصالية، بغض النظر عن موقعه أو فئته العمرية، أو مستواه الاجتماعي.
- 2- الرسالة: (Message) هي أساس عملية الاتصال، بل هي قلب عملية الاتصال، وتمثل المحتوى الذي يريد المرسل أن يوصله إلى المستقبل، ولها أشكال مختلفة، فقد تكون على شكل رموز ملفوظة أو مكتوبة أو إشارات حركية أو غيرها.
- 3- الوسيلة أو القناة: (Medium, Channel) وهي الأداة التي تنقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، وتتعدد أنواعها وأشكالها، فقد تكون من خلال وسيلة مقروءة، أو مسموعة، أو مرئية، وقد تجمع بينها جميعاً كما هو الحال في الوسائط المتعددة (Multimedia)، وقد تكون مباشرة من خلال الحواس الإنسانية.

4- المستقبل أو الجمهور: (Receiver, Audience)

وهو الهدف من عملية الاتصال، والجهة المستهدفة لإعلامها بمحتوى الرسالة الاتصالية والتأثير فيها.

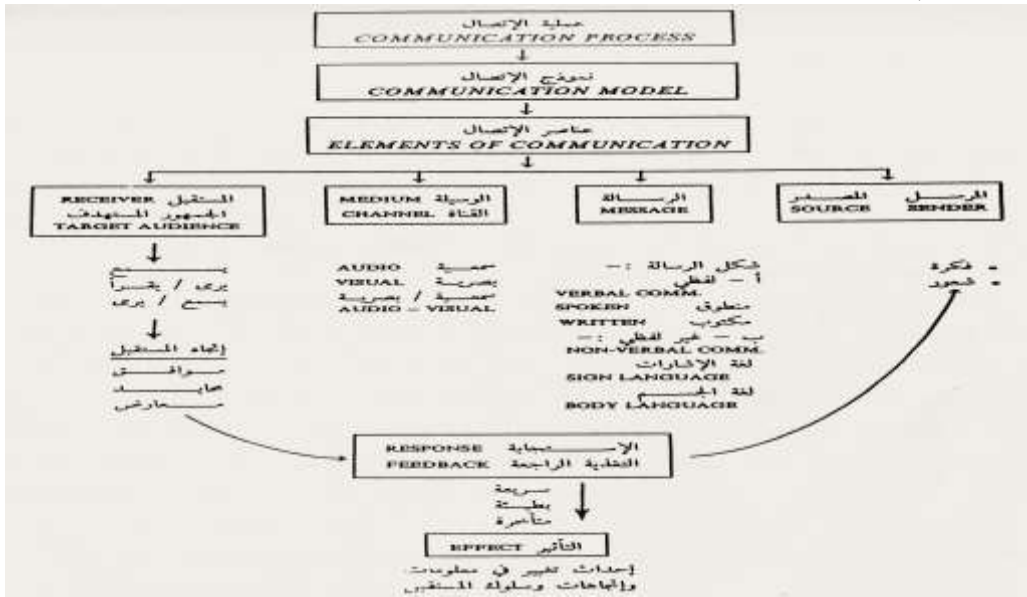
5- الاستجابة: (response feedback reaction)

وهي ردة الفعل التي يبديها المستقبل تجاه الرسالة الاتصالية، وقد تكون إيجابية أو سلبية، بالقبول أو الرفض، وقد تكون فورية أو متأخرة، ويعتمد ذلك على مدى وضوح الرسالة من قبل المرسل وعلى مدى فهم الرسالة من قبل المستقبل.

6- التأثير: (Effect)

وهو المحصلة النهائية للاتصال، ويتم بتغيير معلومات أو اتجاهات، وسلوك المستقبل بما يتفق وأهداف المرسل.

والشكل التالي يوضح نموذج العملية الاتصالية وعناصرها وكيفية حصولها:



وخلال عملية الاتصال تتم عمليات فرعية أخرى قد تكون مكملة أو ضرورية لاستكمال دورة الاتصال، وأخرى قد تعوق عملة الاتصال، وهذه العمليات يتوقف عليها نجاح الاتصال أو فشله في تحقيق أهدافه، وهي⁽¹²⁾:

1. **الخبرة المشتركة:** فحينما يكون أطراف العملية الاتصالية لديهم خبرات مشتركة ومتشابهة، فإن فرصة تحقيق نجاح الاتصال تكون متاحة بطريقة فاعلة، وعلى النقيض كلما كانت الخبرات بين مرسل الرسالة ومتلقيها متباعدة وغير متقاربة كلما صعب التفاهم والتفاعل.
2. **الترميز (كود الترميز):** فكود الرسالة هو مجموعة الرموز التي يضعها المرسل وفق ترتيب معين يحقق معناها ويوصل مدلولها إلى المتلقي، فعملية ترميز الرسالة تكون من خلال صياغة مضمون الرسالة برموز معينة وفق ترتيب معين لتحقيق التفاهم والاستجابة بين المرسل والمتلقي.

3. التشويش: ويمثل التشويش أي عائق يحول دون القدرة على إرسال الرسالة أو استقبالها على الوجه الكامل، ومن التشويش: التشويش الميكانيكي الذي يتمثل بوجود عيوب في صوت المرسل أو سمع المتلقي، أو أية مؤثرات أخرى تحول دون وصول الرسالة للتحقيق أهدافها. والتشويش الدلالي بعدم وضوح دلالة الرموز الحاملة للرسالة للمعنى المقصود، كأن تكون الرموز غامضة وغير واضحة أو تكون دالة على أكثر من معنى.

4. التأثير: هو نتيجة الاتصال وثمرته، وقد يكون الأثر معرفي أو نفسي أو سلوكي، وينبني التأثير على مدى قوة الرسالة ووضوحها وموثوقيتها ومصداقية مصدرها.

وفي إطار الدعوة الإسلامية والاتصال الإسلامي فإن نموذج الاتصال الإسلامي جاء شاملاً وكاملاً لعناصر العملية الاتصالية التي أصل لها خبراء الاتصال، وقد عرض أبو عرقوب لعناصر العملية الاتصالية من خلال تقديمه لأنموذج الاتصال الإسلامي الذي يتكون من: المرسل وهو رب العزة سبحانه مصدر الرسالة والموحي بها، والرسالة المتمثلة بالوحي الإلهي (القرآن الكريم والسنة النبوية)، والمستقبل وهم كافة الناس، والاستجابة المتمثلة بقبول الرسالة أو رفضها بدخول الإسلام أو الجحود والكفران، والتأثير المتمثل بمدى الالتزام برسالة الإسلام قولاً أو عملاً⁽¹³⁾.

ثانياً: مفهوم القائم بالاتصال ووظيفته: هو الشخص الذي يبدأ الحوار بصياغة أفكاره في رموز تعبر عن المعنى الذي يقصده⁽¹⁴⁾. ويعرفه العوفي⁽¹⁵⁾: بأنه الشخص الذي يقوم بالحوار بداية، فيضع أفكاره ورؤاه على شكل رموز تُعبّر عن المعنى الذي يقصده بهدف تحقيق أثر معين، وقد يكون القائم بالاتصال شخصاً عادياً أو معنوياً كأن تكون شركة أو مؤسسة ما، كما أن المرسل قد يكون المصدر نفسه أو يكون شخصاً آخر يوعد المصدر له بإرسال الرسالة.

أما وظيفة القائم بالاتصال: إن الوظيفة التي يتوجب على القائم بالاتصال القيام بها هي الإخبار أو التبليغ أو الاتصال بالجمهور، وبالتالي فإن من أولوياته القيام بصياغة رسالة اتصالية بصورة متقنة، من خلال اختيار الرموز المناسبة للتعبير عن فكرة تعبيراً صحيحاً ودقيقاً، وفي حال التقصير في ذلك يمكن أن تنهار عملية الاتصال⁽¹⁶⁾.

ثالثاً: العوامل التكوينية المؤثرة في أداء القائم بالاتصال:

لكي يستطيع المرسل أن يؤثر في الآخرين ويحقق أهداف العملية الاتصالية، فلا بد من تحقق شروط معينة، وتوافر مهارات اتصالية معينة لديه⁽¹⁷⁾. وهناك ثمة عوامل تتأثر بها عملية الاتصال، وفيما يلي عرضها وبيان أهميتها في العملية الاتصالية:

العامل الأول: مهارات القائم بالاتصال:

تُعرف المهارة بأنها: نشاط هادف يتطلب تدريباً وممارسة منظمة يُكسب الأخصائي الاجتماعي قدرة على الاختيار الواعي وتوظيف المعارف والنظريات والخبرات والمبادئ المهنية لتنمية أدائه في مجالات الممارسة لتحقيق عملية المساعدة للأنساق التي يتعامل معها في المواقف الصعبة بسهولة ويسر مع الاقتصاد في الوقت والجهد⁽¹⁸⁾.

وعليه يتوجب على القائم بالاتصال أن يمتلك خمس مهارات أساسية؛ اثنتان منها تتعلقان بوضع الفكرة في رموز هما مهارة الكتابة ومهارة التحدث، واثنتان متصلتان بفك الرموز هما القراءة والاستماع، أما الخامسة فهي القدرة على التفكير ووزن الأمور؛ لأن القدرة على التفكير تساعد في تحديد الأهداف⁽¹⁹⁾.

وعليه فإن مهارة المرسل في صياغة الرسالة صياغة واضحة توصل الهدف وهو ما يطلق عليه (الترميز)؛ والذي يُعد من أهم المهارات التي يجب أن يتقنها المرسل لإنجاح مهمته وإيصال رسالته.

وأشار العوفي إلى أن الرسالة تتكون من رموز تتمثل في الكلمات المكتوبة، أو المنطوقة، أو الإشارات، أو الصور، وغيرها. وبالتالي فالرسالة تمثل المعلومات والآراء والمشاعر والاتجاهات التي يرغب المرسل في نقلها إلى الآخرين عبر رموز معينة تسهم الخبرة المشتركة بين المرسل والمتلقي في فهمها وتفسيرها⁽²⁰⁾.

ويقابل مهارة الترميز في المفهوم الإعلامي مفهوم (البيان)، وهي مهمة الرسل والأنبياء الكرام عليهم الصلاة والسلام، حيث يشير القرآن الكريم إلى القدرة على البيان، وقد ورد ذلك في أكثر من موطن من كتاب الله تعالى، ﴿وَلَمَّا جَاءَ عِيسَى بِالْبَيِّنَاتِ قَالَ قَدْ جِئْتُكُمْ بِالْحِكْمَةِ وَلِأُبَيِّنَ لَكُمْ بَعْضَ الَّذِي تَخْتَلَفُونَ فِيهِ فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا﴾ [الزخرف: ٦٣] فسمّى الله تعالى الرسالة بـ (البيانات) وهي من البيان وهو الوضوح.

يقول الراغب الأصفهاني: "البيان: الكشف عن الشيء، وهو أعمّ من النطق؛ لأنّ النطق مختص بالإنسان، ويسمى ما بيّن به بيانا. قال بعضهم: البيان يكون على ضربين: أحدهما بالتسخير، وهو الأشياء التي تدلّ على حال من الأحوال من آثار الصنعة. والثاني بالاختبار، وذلك إما يكون نطقاً، أو كتابة، أو إشارة. فمما هو بيان بالحال ﴿وَلَا يَصِدَّنْكُمْ الشَّيْطَانُ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ﴾ [الزخرف: ٦٢]، أي: كونه عدواً بيّن في الحال... وما هو بيان بالاختبار ﴿بِالْبَيِّنَاتِ وَالزُّبُرِ وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ وَلَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ﴾ [النحل: ٤٤]، وسمّى الكلام بياناً لكشفه عن المعنى المقصود إظهاره نحو: (هذا بيان للناس) [إل عمران: ١٣٨]⁽²¹⁾.

وعليه، فإن البيان بالاختبار والمعرفة يتوافق مع مفهوم الترميز فكلاهما محتاج إلى النطق والكتابة، وبهذا يمكن إطلاق وصف المرسل أو القائم بالاتصال ابتداءً على من أتقن الترميز أو البيان لقدرة على صياغة الرسالة. ويسهم امتلاك هذه المهارة بالتدليل على جدارة القائم بالاتصال وأهليته، فعندما اتهمت قريش النبي ﷺ بالجنون، جاء رد التهمة عنه معللاً بقدرته على البيان؛ لأنّ المجنون لا يمتلك القدرة على البيان وإن تحدث بكلام فيه بيان إلا أنه لا يستقيم له الأمر طويلاً فيقع في الخطأ، ﴿إِنْ هُوَ إِلَّا نَذِيرٌ مُّبِينٌ﴾ [الأعراف: ١٨٤]، ويتضمن هذا البيان تقديم أدلة وبراهين على صحة ما يقول لهم، وكل ذلك يتم (ترميزه) صياغته في قوالب فصيحة باهرة⁽²²⁾.

ومن صور البيان أيضاً ما أشار إليه القرآن الكريم في سياق إقامة الحجة على المبلّغين والمدعويين بأنّ الله تعالى قد وصى لهم الرسالة الإلهية، فقال تعالى: ﴿وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ﴾ [التقصص: 51] فتوصيل القول لهم يقتضي إقامة الحجة عليهم بإبلاغهم محتواه ورسائله، وبلغة (ترميز) يعرفونها ويعون معاني الخطاب ودلالاته.

وهذا المعنى ذكره المفسرون، فشيخ المفسرين ابن جرير الطبري يورد معنيين لقوله تعالى: (ب) بيّنا، ووصلنا⁽²³⁾ وهذا

ما ذكره ابن كثير أيضًا⁽²⁴⁾: ومن لوازم البيان أن يكون الكلام بيّنًا واضحًا مفهومًا لدى المخاطبين والمبلغين. قال ابن عثيمين -رحمه الله-: ﴿وَصَلْنَا﴾ من التوصيل، وحرّوفها الأصلية (وصل)، والوصول إلى الشيء: بلوغ غايته، والمعنى أن الله ﷻ يؤكّد في هذه الجملة يؤكد بحروف ثلاثة، وهي القَسَم واللام و(قد)، أنه وصل لهم القول. وقوله: ﴿وَصَلْنَا لَهُمْ﴾، المعروف أن (وصل) تتعدى بـ(إلى)، فيقال: (وصل إليه)، ويقال: (وصل إليه)، و(أوصل إليه) هذا المعروف. وهنا عُديت باللام، تعديتها باللام؛ لأنها تضمنت معنى الوصول والبيان⁽²⁵⁾.

وهذا ما يسميه علماء الاتصال الانشائية والانقرائية في نص الرسالة الاتصالية، ومعنى ذلك أن يكون مضمون الرسالة واضحة مستوعبا من قبل المتلقيين، سواء أكان هذا المضمون معلومات مكتوبة أم مواد مسموعة أو حتى مرئية، فكلما كانت الرسالة واضحة ومفهومة من قبل المتلقي كلما زاد تأثيرها فيه واستجابته لمضمونها⁽²⁶⁾. وفي الجانب الآخر قد يطعن البعض بقدره المرسل على الترميز (البيان) فيلجأ لاتهامه بتهم عديدة، ومن ذلك ما قاله فرعون في حق موسى ﷺ، ﴿أَمْ أَنَا خَيْرٌ مِنْ هَذَا الَّذِي هُوَ مَهِينٌ وَلَا يَكَادُ يُبِينُ﴾ [الزخرف: ٥٢] فأشار فرعون لنقص في قدر موسى ﷺ في الصياغة بسبب الحبسة التي في لسانه؛ بأنه غير قادر في نفسه ولا له قوة بلسانه على تصريف المعاني وتبويب البيان يستجلب القلوب ويدهش الألباب فيكثر أتباعه ويضخم أمره⁽²⁷⁾.

ويميز البقاعي بين القدرة اللغوية والمراد بها الفصاحة، وبين التمكن من إيراد الحجج، فإنه في مقام الاستدلال وإيراد الأدلة والحجج فإن شأن الفصاحة يتراجع وتتقدم عليه القدرة على البرهنة والاستدلال؛ لأنه المقصود من البيان في ذلك الأمر، بعكس موضوعات التذكير والخطابة والوعظ أو التعليم فهي تحتاج ذلك وتتطلبه⁽²⁸⁾.

ووفق الاعتبارات السابقة على القائم بالاتصال التمييز ما بين أهداف أو أغراض الرسالة، فالبيان أو الترميز ليس واحداً في أسلوبه وهدفه، فهدف التعليم والتوعية ليس كمثل المحاججة والبرهنة وعرض الأدلة لإثبات وجهة النظر أو الفكرة. وقد أكد على هذا أبو الفضل الصوري في مقدمة تكثرته عن يتسلم أمور الكتابة والمراسلة والديوان، حيث يقول: "يجب أن يكون صبيح الوجه، فصيح الألفاظ، طلق اللسان، شديد الذكاء، متوقد الفهم، حسن الكلام إذا حدّث، حسن الإصغاء إذا حدّث"⁽²⁹⁾.

العامل الثاني: موثوقية القائم بالاتصال ودورها في نجاح الرسالة الاتصالية (الثقة بالمصدر):

أما الثقة في اللغة من (وثق) والواو والثاء والقاف كلمة تدلّ على عقْد وإحكام⁽³⁰⁾. ووثق به يثق بكسر الثاء فيهما (ثقة) إذا اتئمنه⁽³¹⁾. وفي الاصطلاح الإعلامي: هي إدراك المتلقي عن القائم بالاتصال بأنه يشارك في الاتصال بشكل موضوعي دون تحيز⁽³²⁾ وينقسم هذا العامل إلى ثلاثة أقسام رئيسية:

القسم الأول: ثقة القائم بالاتصال تجاه نفسه⁽³³⁾:

وتتمثل في توافر جوانب في القائم بالاتصال من أهمها الثقة بالنفس المنعكسة عن مكنة وقدرة وكفاءة، ومن ذلك "عزة النفس، ومعرفة الإنسان نفسه وما خصه الله به من مزايا، وما حباه من نعم، ومركز الإنسان الاجتماعي، ومهاراته

في مجال الاتصال والإقناع، كل ذلك مما يتيح لاتصاله أسباب النجاح؛ لأن ثقة الإنسان بنفسه مدعاة للثبات والاتزان⁽³⁴⁾. وهذا مما يعزز وجود نموذج بشري سوي في تحقيق اتصال إعلامي أمثل⁽³⁵⁾؛ لأنه الأنسب في تطبيق معايير الصفات البشرية التي يمكن قياسها بالنسبة لغيرها مما يمتلكه عامة البشر.

وقد تعرّض القرآن الكريم لهذا العامل بصور متعددة في قصص الأنبياء والمرسلين الكرام، مما يؤكد على أهميته وكذلك سبق القرآن الكريم في الإشارة إليه والتأكيد عليه، ومن أمثلة ذلك ما جاء في قوله تعالى على لسان يوسف عليه السلام: ﴿يَا حَفِيظُ عَلِيمٍ﴾ [يوسف: ٥٥]، وهذه الثقة صادرة عن معرفة بالذات، وإمكاناتها، لذلك عززت إرادته في الطلب من أجل القيام بواجب يمكنه إتمامه على أحسن وجه. وهناك معرفة صادرة عن المصدر الأول وهو الله تعالى: ﴿وَأِنَّهُ لَدُوٌّ عَلِيمٌ لِمَا عَلَّمْنَاهُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾ [يوسف: 68]، وقد كان لهذه الشخصية الواثقة دوراً كبيراً في مواجهة ألوانٍ أخرى من الابتلاءات، تختلف في شكلها وطبيعتها عن الألوان الأولى وتواجهها بذلك الاكتمال الناضج الواعي، وبذلك الطمأنينة الساكنة الواثقة الواعية⁽³⁶⁾. وعليه فإن مما يستفاد من توافر عامل الثقة واكتمال جوانبه في شخصية القائم بالاتصال أنها تمكنه من التعامل مع كافة المواقف والأحداث والظروف سواءً أكانت طارئة أو متوقعة؛ وذلك لوجود ثبات نفسي يقيني بالقدرة الذاتية لهذا الشخص. ويترتب عليه أيضاً أنه لا يجوز للقائم بالاتصال أن يتراجع أو يعتذر عن القيام بموقف اتصالي أو مباشرة عملية اتصالية أو دعوية إذا علم من نفسه هذه الثقة مع القدرة؛ حيث إن هذه الآية أصل لوجوب عرض المرء نفسه لولاية عمل من أمور الأمة إذا علم أنه لا يصلح له غيره؛ لأن ذلك من النصح للأمة، وخاصة إذا لم يكن ممن يتهم على إثارة منفعته نفسه على مصلحة الأمة. فلا يعارض هذا ما جاء في صحيح مسلم عن عبد الرحمن بن سمرة رضي الله عنه، قال: قال لي رسول الله صلى الله عليه وسلم: «يا عبد الرحمن لا تسأل الإمارة فإنك إن أعطيتها عن مسألة وكلت إليها وإن أعطيتها عن غير مسألة أعنت عليها»⁽³⁷⁾: فيقرر أنفاً أن ثقة القائم بالاتصال بنفسه مهمة للغاية في تحقيق جودة العمل ابتداءً وإلزامية قيامه بالعمل عند حصول الندرة والاحتياج له في ذلك الأمر.

القسم الثاني: ثقة القائم بالاتصال تجاه موضوع الاتصال:

إن رضا المصدر أو القائم بالاتصال عن مضمون رسالته يؤثر إيجاباً في نوعيتها وتميزها، وكذلك عدم رضاه عنها أو عن بعض محتوياتها يتسبب في انخفاض احتمالات القدرة على الإقناع بها⁽³⁸⁾، كلما كان القائم بالاتصال مؤمناً بفكرته وتشبعاً منها كلما كان أكثر إشعاعاً وأعمق أثراً في الآخرين؛ لأن انعكاس إيمانه الداخلي سيظهر في رسالته ومنطوق كلامه وسيماءات لغته الجسدية.

حيث إن الجمهور لديه القدرة على ملاحظة هذا الجانب في شخصية القائم بالاتصال، فمن خلال: طريقة عرضه لمحتويات رسالته، وكذلك مدى تجاوب الإشارات الصادرة عن لغة الجسد من الوجه واليدين وغيرها، ومدى تطبيقه هو لما يدعو إليه. فهو بالتالي - وعلى الرغم من كونه مرسلًا - مطالب بتلبية مطالب هذه الرسالة والتعامل معها في واقع حياته العملية إن كان محتواها عملياً أو الالتزام بأطرها إن كان نظرياً، وقد أكد هذا الجانب القرآن الكريم: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ * كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ﴾ [الصف: ٢ - ٣].

وأما عن ثقته بموضوعه وبقينه بمصداقيته وسلامة محتواه، فالأمثلة كثيرة في القرآن الكريم ومنها: ﴿قُلْ إِنِّي هَدَانِي رَبِّي إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ دِينًا قَنِيمًا مِثْلَ إِبْرَاهِيمَ حَنِيفًا وَمَا كَانَ مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾ [الأنعام: ١٦١]، فهذه الآية تبين أن الرسول ﷺ في أعلى درجات الاقتناع وهو الإيمان بما جاءه من ربه، لذا فهو يدافع عنه ويعمل به. ويؤيد هذا نصوص قرآنية كثيرة كشفت عن إيمان رسل الله صلوات الله وسلامه عليهم المطلق بما أرسلوا به: ﴿قُلْ إِنِّي عَلَى بَيِّنَةٍ مِّن رَّبِّي وَكَذَّبْتُمْ بِهِ مَا عَنَدِي مَا تَسْتَعْجِلُونَ بِهِ إِنَّ الْحُكْمَ لِلَّهِ يَتَّصِلُ أَلَّا اللَّهُ يَقْضُ الْحَقَّ وَهُوَ خَيْرُ الْفَاصِلِينَ﴾ [الأنعام: ٥٧] أما صالح ﷺ فيؤكد هذا الأمر بأسلوب آخر قائم على الشك ومشكلة الشك المقابل من قومه، يقول تعالى على لسانه: ﴿قَالَ يَا قَوْمِ أَرَأَيْتُمْ إِنْ كُنْتُمْ عَلَى بَيِّنَةٍ مِّن رَّبِّي وَآتَانِي مِنْهُ رَحْمَةً فَمَنْ يَنْصُرُنِي مِنَ اللَّهِ إِنْ عَصَيْتُهُ فَمَا تَرِيدُونَ نِي غَيْرَ تَخْسِيرٍ﴾ [هود: ٦٣] وفي هذا يقول الإمام الرازي: "اعلم أن قوله تعالى: ﴿إِنْ كُنْتُمْ عَلَى بَيِّنَةٍ مِّن رَّبِّي﴾ وَرَدَّ بِحَرْفِ الشَّكِّ وَكَانَ عَلَى يَقِينٍ تَامٍ فِي أَمْرِهِ إِلَّا أَنَّ خِطَابَ الْمُخَالَفِ عَلَى هَذَا الْوَجْهِ أَقْرَبُ إِلَى الْقَبُولِ" (39) ثم شعيب ﷺ يقدم شواهد والمستندات لهذه الثقة وكيفية بنائها: ﴿قَالَ يَا قَوْمِ أَرَأَيْتُمْ إِنْ كُنْتُمْ عَلَى بَيِّنَةٍ مِّن رَّبِّي وَرَزَقْنِي مِنْهُ رِزْقًا حَسَنًا وَمَا أُرِيدُ أَنْ أَمْلِكُمْ إِلَّا مَا أَنْهَأَكُم عَنْهُ إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتَنْطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ﴾ [هود: ٨٨]، ومن أهم هذه المستندات أن يكون المحتوى صحيحاً مبرهنأ على صحته، لا يعتريه شك، فالبينة هي "الْحُجَّةُ وَالْبُرْهَانُ، أَي: إِيَّيَّ عَلَى بُرْهَانٍ مِّن رَّبِّي وَيَقِينٍ، لَا عَلَى هَوَى وَشَكٍّ،... لَا كَمَا هُمْ عَلَيْهِ مِّن اتِّبَاعِ الشُّبْهِ الدَّاحِضَةِ وَالشُّكُوكِ الْفَاسِدَةِ الَّتِي لَا مُسْتَنَدَ لَهَا إِلَّا مُجَرَّدُ الْأَهْوِيَةِ الْبَاطِلَةِ. قَوْلُهُ" (40)، لذا فقد كان الأنبياء -عليهم السلام- في أعلى مراتب التصديق برسالاتهم (41)، وبالمحصلة فإن إيمان القائم بالاتصال بمضمون رسالته يدفعه إلى التقاني والبدل والتضحية، ويظهره بمظهر الناصح الأمين مما يضيف على عطائه الإعلامي حرارة وحيوية (42).

وعليه، فهذه نصوص صريحة في أن ثقة رسل الله الكرام برسالاتهم كانت في أعلى درجاتها التي لا يخالطها ريب أو شك؛ لذلك فقد بذلوا أنفسهم وأعمارهم رخيصة في سبيل الله تعالى من أجل تبليغ رسالاتهم، وخير مثال على ذلك رد النبي ﷺ على زعماء قريش عندما جاءوا يفاوضون عمه أبا طالب في أمر النبوة، فقال ﷺ: ﴿يَا عَمُّ، وَاللَّهِ لَوْ وَصَّغُوا الشَّمْسَ فِي يَمِينِي، وَالْقَمَرَ فِي يَسَارِي عَلَى أَنْ أَتْرُكَ هَذَا الْأَمْرَ حَتَّى يُظْهِرَهُ اللَّهُ، أَوْ أَهْلِكَ فِيهِ، مَا تَرَكْتُهُ﴾ (43).

وقد يحدث أن يكون المصدر واقعاً تحت تأثير جهة مؤثرة أو ضاغطة، لأية أسباب سواء أكانت مطامع ذاتية لدى القائم بالاتصال أو قوة خارجية ضاغطة أو موجهة له بحيث تمارس ضغوطاً على القائم بالاتصال لبث رسائل معينة، تتقاطع مع رغباته واتجاهاته، فيلاحظ المتلقي هذا الأمر من خلال إشارات معينة يستوحىها بطريقة ما فيلجأ إلى تقليل درجة تقبله لمحتوى الرسالة أو إهمالها لعدم قناعته باتجاه المصدر أو لعلمه أنه مكره على ما يقوله أو يطلبه من الجمهور، وقد تمثل هذا واضحاً في حوار فرعون مع السحرة عندما أيقنوا بالحق وأمنوا مع موسى ﷺ، ﴿قَالُوا لَنْ نُؤْتِرَكَ عَلَى مَا جَاءَنَا مِنَ الْبَيْتَاتِ وَالَّذِي فَطَرْنَا فَافْضُ مَا أَنْتَ قَاضٍ إِنَّمَا تَقْضِي هَذِهِ الْحَيَاةَ الدُّنْيَا، إِنَّا آمَنَّا بِرَبِّنَا لِنَغْفِرَ لَنَا خَطَايَا وَمَا أَكْرَهْتَنَا عَلَيْهِ مِنَ السِّحْرِ وَاللَّهُ خَيْرٌ وَأَبْقَى﴾ [طه: ٧٢-٧٣]، في حين جاءت مقالة هاروت وماروت واعترافهما بأن ما يقومون به مجرد فتنة (وَمَا يُعْلِمَانِ مِنْ أَحَدٍ حَتَّى يَقُولَا إِنَّمَا نَحْنُ فِتْنَةٌ فَلَا تَكْفُرْ) [البقرة: ١٠٢]، فهما مرسلان من قبل الله تعالى ويعلمان أنهما فتنة وقد أمرهما ﷺ بالتحذير من مضمون رسالتهما، ولكنها طبيعة البشر في المخالفة. وهذا دليل على أهمية عنصر الثقة والقناعة

الذاتية العميقة لدى القائم بالاتصال والإيمان الراسخ بفكرته ومضمون رسالته، والتي يبيدها القائم بالاتصال تجاه موضوع رسالته.

القسم الثالث: ثقة المستقبل بالمرسل (المصدر):

تؤكد الدراسات الاتصالية⁽⁴⁴⁾ أن هناك علاقة بين الاستجابة للرسالة والثقة بالمصدر يتوقف عليها مدى الاستجابة للرسالة وتقبلها والتفاعل معها⁽⁴⁵⁾ لذلك نجد التركيز الكبير على دراسة هذه العلاقة، تتعلق بالتعرف على كينونة القائم بالاتصال من قبل الجمهور، وعلى نتائج كشف الحقيقة أو عدم كشفها للجمهور ومدى الصدق النسبي للقائمين بالاتصال كمصادر للأخبار والتوجيه وعلى أهمية هذه الأمانة أو الصدق على فاعلية الرسالة على المدى الطويل⁽⁴⁶⁾.

ومن خلال التعرض لجانب ثقة المتلقي التي يمنحها للقائم بالاتصال فإن حكمة الله تعالى تتجلى في أن جعل الأنبياء من البشر ولم يجعلهم ملائكة، ﴿وَمَا مَنَعَ النَّاسَ أَنْ يُؤْمِنُوا إِذْ جَاءَهُمُ الْهُدَىٰ إِلَّا أَنْ قَالُوا أَبَعَثَ اللَّهُ بَشَرًا رَسُولًا﴾ [الإسراء: ٩٤]، فالاعتراض الذي اعترض به بعض من أرسلت الرسل الكرام إليهم كان من باب المناكفة ليس إلا، حيث إن عدم بعثهم ملائكة له ما يبرره ﴿قُلْ لَوْ كَانَ فِي الْأَرْضِ مَلَائِكَةٌ يَمْشُونَ مُطْمَئِنِّينَ لَنَزَّلْنَا عَلَيْهِم مِّنَ السَّمَاءِ مَلَكًا رَسُولًا. قُلْ كَفَىٰ بِاللَّهِ شَهِيدًا بَيْنِي وَبَيْنَكُمْ إِنَّهُ كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا﴾ [الإسراء: ٩٥-٩٦]، ومن هنا تظهر أهمية النموذج البشري الصالح للاتصال الناجح باعتباره قوة أو مثلاً حسناً يدفع إلى الرغبة في الاتصال به مما يساعد على سرعة الإقناع وحصول التأثير، وتلك حقيقة ترسخت في ممارسات المسلمين عبر التاريخ⁽⁴⁷⁾.

وعليه، فإن الثقة التي يمنحها المتلقي للقائم بالاتصال تحتاج إلى دعومات، ومن أهمها حسن الخلق، والقدرة على القيام بالعمل أو ما يسمى بالكفاءة، وقد ظهر هذا جلياً في قول ابنة الرجل الصالح بحق موسى عليه السلام، ﴿قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ﴾ [القصص: ٢٦] فالقوة تمثل جانب الكفاءة، بينما الأمانة تمثل جانب حسن الخلق وسلامة التصرف أثناء القيام بالعمل.

وبناءً على ما سبق، فإن طبيعة القائم بالاتصال ومستواه الخلقي والعلمي يسهم في منحه استحساناً وقبولاً من قبل الجمهور. ويؤيد هذا ما توصلت إليه من دراسة (الشنقيطي) في سورة الأنعام التي أثبتت أن علو المصدر يؤدي إلى تصديق المحتوى الاتصالي وسرعة سريانه في قنوات الاتصال وتلقيه بالقبول ثقة واطمئناناً، بسبب ما تحقق له من مزايا ركيزة المصدر الاتصالية⁽⁴⁸⁾.

لقد كان النبي محمد صلى الله عليه وسلم وغيره من أنبياء الله تعالى عليهم السلام هم أول من يطبقون ما يدعون إليه، لذلك فقد ذم الله تعالى من يدعو إلى شيء ويعمل بخلافه، ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ. كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ. إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًا كَانَتْهُمْ بُنْيَانٌ مَّرْضُوعًا﴾ [الصف: ٢-٣]، وقد بين القرآن الكريم أن هذا من أفعال اليهود الذين بكتهم الله تعالى بسبب هذا، حيث ﴿تَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ﴾ [البقرة: ٤٤]. وعليه فإن أي "داعية لا يصدق فعله قوله؛ فإن كلماته تقف على أبواب الأذان لا تتعداها إلى القلوب،

مهما تكن كلماته بارعة وعباراته بليغة، فالكلمة البسيطة التي يصاحبها الانفعال، ويؤيدها العمل، هي الكلمة المثمرة التي تحرك الآخرين إلى العمل⁽⁴⁹⁾.

ويكشف لنا الحوار بين الصديق يوسف عليه السلام وصاحبيه في السجن الذي قصه علينا القرآن الكريم: ﴿وَدَخَلَ مَعَهُ السِّجْنَ فَتَيَانٍ قَالَ أَحَدُهُمَا إِنِّي أَرَانِي أَعْصِرُ خَمْرًا وَقَالَ الْآخَرُ إِنِّي أَرَانِي أُحْمَلُ فَوْقَ رَأْسِي خُبْرًا تَأْكُلُ الطَّيْرُ مِنْهُ نَبِينًا بِتَأْوِيلِهِ إِنَّا نَرَاكَ مِنَ الْمُحْسِنِينَ﴾ [يوسف: 36]، كشفت لنا مفردات هذا الحوار عن معانٍ دقيقة في موثوقية القائم بالاتصال (المصدر)؛ ويظهر هذا من خلال توجه صاحبي يوسف في السجن إلى يوسف عليه السلام باستفتائه عن رؤيا عرضت لهم وقضية شغلت بالهم وتفكيرهم، فرأوا فيه من السمات التي جعلتهم يسألونه، وتوسموا فيه ما جعلهم يقبلون عليه بثقة عالية، وعبروا عن ذلك وأكدوا بصريح القول: (إِنَّا نَرَاكَ مِنَ الْمُحْسِنِينَ).

وقد أورد الإمام الرازي سؤالاً: كيف عرف صاحبنا السجن أن يوسف عليه السلام عالم بالتعبير؟ وذكر من احتمالات ذلك: لعلهما رأياه وقد أظهر معرفته بأمور منها تعبير الرؤيا فعندها ذكر له ذلك⁽⁵⁰⁾. وذكر ابن كثير في تفسيره هذه الآية ما أشتهر به يوسف عليه السلام في السجن من مكارم الأخلاق ومعاني الصدق والموثوقية، فقال: " وَكَانَ يُوسُفُ عليه السلام قَدِ اشْتَهَرَ فِي السِّجْنِ بِالْجُودِ وَالْأَمَانَةِ وَصِدْقِ الْحَدِيثِ، وَحُسْنِ السَّمْتِ وَكَثْرَةِ الْعِبَادَةِ، صَلَوَاتُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَامُهُ، وَمَعْرِفَةِ التَّعْبِيرِ وَالْإِحْسَانِ إِلَى أَهْلِ السِّجْنِ وَعِيَادَةِ مَرْضَاهُمْ وَالْقِيَامِ بِحُقُوقِهِمْ"⁽⁵¹⁾.

وهذه المعاني الدقيقة والكفاءات الرئيسة في القائم بالاتصال ينه لها علماء الاتصال ويؤكدون عليها في سمات القائم بالاتصال ومعايير الثقة به وبرسالته، ويلخص ألكسيس تان العوامل التي تجعل المصدر (المرسل) أكثر إقناعاً لدى الجماهير وأعمق تأثيراً فيهم، ومن أهم هذه العوامل: المصدقية: تعتمد المصدقية على القدرة والخبرة بالموضوع في نقل المعلومة، باعتبار أنه يزود الجمهور بالمعلومة الصحيحة وبموضوعية ودون تحيز. فكلما كان القائم بالاتصال معروفاً بالصدق سيكون أبلغ في التأثير على المتلقي وكلما قلت مصداقيته كلما قل تأثيره⁽⁵²⁾.

وأورد العوفي ركائز المصدقية في القائم بالاتصال، ومنها: الخبرة Expertise، والموثوقية Trust، والحركية والجاذبية Dynamism؛ فالثقة تتحصل لدى الناس عن القائم بالاتصال من خلال تجربة سابقة معه، ويمكن للقائم بالاتصال بناؤها من خلال شخصيته ومظهره ومهاراته الاتصالية. وأما الخبرة فهي تُبنى من خلال عمق المعرفة والخبرة العميقة، وأما الحركية والجاذبية فمما يسهم في ثقة المتلقي بالقائم بالاتصال (المصدر) ما يمتلكه من جاذبية جسدية؛ فأصحاب الوسامة والجمال أكثر قدرة على التأثير ممن لا يملكونها⁽⁵³⁾.

الجاذبية: والمقصود بالجاذبية أن يكون المتصل بما يمتلكه من خصائص ديمغرافية وأيدلوجية متكافئة ومنسجماً ومتلائماً مع المتلقين. وكذلك توافر الشبه والألفة والانسجام بين المرسل والمتلقي⁽⁵⁴⁾.

ولو تأملنا سمات الأنبياء والرسل الكرام لوجدنا أنهم كانوا يمتلكون سمات المصدقية والموثوقية العالية، ومن ذلك يوسف عليه السلام الذي جمع بين سمو الخلق ورفيع العلم ووسامة الوجه، وكذلك نبينا محمد صلى الله عليه وسلم الذي عرف بأنه أحسن الناس خلقاً وخلقاً.

العامل الثالث: المستوى المعرفي للقائم بالاتصال:

من المعلوم أن المستوى المعرفي للمصدر فيما يتعلق بمضمون الرسالة أو الفكرة التي يدعو إليها له أهمية كبيرة؛ حيث يتوجب على المصدر أن يمتلك قدراً معرفياً ملائماً حول موضوع الرسالة يمكنه من إعدادها بشكل مناسب، ومعالجتها بأسلوب ناجح، بحيث لا يترك مجالاً للمتلقي في استدراك أخطاء تتعلق بإحاطته بالموضوع، أو طريقة معالجته لها⁽⁵⁵⁾.

وحيث إن المعرفة بالموضوع والتخصص فيه تجعل المجتمع يرى في القائم بالاتصال خبيراً يعرف دقائق الأمور وكوامنها، وهي السمة التي يطلق عليها (ألكسيس تان) المصداقية، حيث يرى أن المصداقية لها دور في صيرورة المصدر مؤثراً في إقناع الجمهور، ويعني بها "المدى الذي يتم فيه رؤية المصدر كخبير يعرف الإجابات الصحيحة، وينقل الرسائل دون تحيز. وتتبع خبرة المصدر من عدة عوامل مثل: التدريب، والخبرة بالموضوع، والقدرة على الاتصال بما تحتويه من مهارات: الكلام والكتابة والتعبير والاحترافية والوضع الاجتماعي⁽⁵⁶⁾.

والناظر في آيات القرآن الكريم يتبين له أن الله تعالى تكفل بتعليم أنبيائه ورسله، فكانوا سادة وأعلاماً للهدى فيما يدعون إليه الناس، ﴿وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ. إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ. عَلَّمَهُ شَدِيدُ الْقُوَىٰ﴾ [النجم: ٣-٥]، ففي هذه الآية ينفي الحق جل وعلا عن نبيه ﷺ تكلمه فيما لا يعلم، بل إن كل ما يتكلم به هو علم أوحى إليه به، فهو حق لا مرأى فيه، وإذا كان الناس يتعلمون على أيدي بعضهم البعض فقد تعلم محمد ﷺ على يدي الوحي، ﴿وَمَا عَلَّمْنَاهُ الشِّعْرَ وَمَا يَنْبَغِي لَهُ إِنْ هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ وَقُرْآنٌ مُّبِينٌ﴾ [يس: ٦٩]. وقال تعالى في حق يعقوب عليه السلام: ﴿وَلَمَّا دَخَلُوا مِنْ حَيْثُ أَمَرَهُمْ أَبُوهُمْ مَا كَانَ يُغْنِي عَنْهُمْ مِنَ اللَّهِ مِنْ شَيْءٍ إِلَّا حَاجَةٌ فِي نَفْسِ يَعْقُوبَ قَضَاهَا وَإِنَّهُ لَذُو عِلْمٍ لِمَا عَلَّمْنَاهُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾ [يوسف: ٦٨]، فبين هنا أن هذا مما علمه الله تعالى له، "يغني أنا لما علمناه شيئاً حصل له العلم بذلك الشيء"⁽⁵⁷⁾.

وكذلك نص الله ﷻ على أن من مهام الرسول الكريم أن يعلم الناس المبعوث فيهم، ﴿لَقَدْ مَنَّ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُولًا مِنْ أَنْفُسِهِمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ﴾ [آل عمران: ١٦٤]. وما جاء في سورة يوسف عليه السلام من ورود لفظة العلم بصورة متكررة وملفتة للنظر، بشكل يتقابل مع الجهل وقلة العلم ومن ذلك: ﴿وَكَذَلِكَ يَجْتَبِيكَ رَبُّكَ وَيُعَلِّمُكَ مِنْ تَأْوِيلِ الْأَحَادِيثِ وَيُنمِّ نِعْمَتَهُ عَلَيْكَ وَعَلَىٰ آلِ يَعْقُوبَ كَمَا أَتَمَّهَا عَلَىٰ أَبَوَيْكَ مِنْ قَبْلُ إِبْرَاهِيمَ وَإِسْحَاقَ إِنَّ رَبَّكَ عَلِيمٌ حَكِيمٌ﴾ [يوسف: ٦]، إن مثل هذه الأدلة تقدم لنا عرضاً واضحاً لطبيعة القائم بالاتصال في الرسائل السماوية في كل زمان ومكان، وما يجب أن يكون عليه من علم ومعرفة، وهذا ما يسمى بالمستوى المعرفي أو (المصداقية) والتي تسبب في تكوين ثقة المتلقي بموضوع الاتصال.

وشواهد أخرى كثيرة على وجوب أن يكون صاحب الرسالة (القائم بالاتصال) عارفاً وفاهماً لما يدعو إليه ولما يمكن أن يطلب منه لا مجال لنكرها هنا. وهذا ما جاءت الدراسات الإعلامية تؤكد عليه وتبرز دوره في حصول الإقناع بمضمون الرسالة الاتصالية⁽⁵⁸⁾.

وهناك عوائق للاتصال التي يمكن أن تسهم في عدم الوصول إلى هذه المرتبة من قبل القائم بالاتصال، منها:

أولاً: المعرفة غير المكتملة أو الناقصة:

وتعني عدم الإلمام بموضوع الاتصال، لأسباب عدة كأن يكون القائم بالاتصال من غير المختصين بهذا الموضوع، أو وجود صعوبة واتساع في الموضوع يضيق الوقت عن الإحاطة به في زمن يسير، أو التعرض لموضوع بعيد عن مجال اهتمامهم وإطلاعهم، فإن صياغة رسالة إعلامية بمعارف غير وافية بحدود الموضوع ومتطلباته يسهم في خفض مستوى المصادقية الممنوح للقائم بالاتصال من قبل الجمهور، وخصوصاً إذا تم اكتشاف أخطاء أو متناقضات في مضامين رسالته الاتصالية. وقد أشار القرآن الكريم إلى هذا الجانب منها: ﴿فَتِلْ الْخَرَّاصُونَ﴾ [الذاريات: ١٠]، ﴿وَقَالُوا لَوْ شَاءَ الرَّحْمَنُ مَا عَبَدْنَاكُمْ مَا لَهُمْ بِذَلِكَ مِنْ عِلْمٍ إِنْ هُمْ إِلَّا يَخْرُصُونَ﴾ [الزخرف: ٢٠]، يقول الراغب الأصفهاني: "وحقيقة ذلك أن كل قولٍ مقولٍ عن ظنٍ وتخمينٍ يقال خرصٌ؛ سواء كان مطابقاً للشيء أو مخالفاً له من حيث إن صاحبه لم يقله عن علم ولا غلبة ظن ولا سماع بل اعتمد فيه على الظن والتخمين كفعل الخارص في خرصه" (59) وكذلك فقد يقوم المصدر أو القائم بالاتصال بصياغة رسالة اتصالية غير مستوفية لشروطها العلمية؛ بسبب الاستعجال وعدم الأناة في الإحاطة بجزئيات الموضوع، مما يسهم في إيجاد فجوات منطقية تتسبب في ضعف المعالجة الموضوعية والتي قد يلحظها المختص من ناحية، أو من يمتلك قدراً معرفياً حول هذا الموضوع ولو لم يكن مختصاً، أو أن لا يجد الأشخاص الذي ينتظرون حلولاً واقعية وحقيقية لمشكلة ما تتناولها هذه الرسالة، مما يستدعي منهم المبادرة للاستفسار عن النقص، أو تحييد أثر هذه الرسالة؛ لكونها لم تجب على أسئلتهم بحقيقتها، أو لتقديمها حلولاً مغلوطة لمشكلتهم.

ثانياً: ارتفاع مستوى لغة الخطاب (الخطأ في ترميز الرسالة الاتصالية):

من المعلوم أن المضمون المعرفي الذي يمتلكه القائم بالاتصال هو مادة معروفة لديه، لكنها قد تكون بالنسبة لكثير من المتلقين مجهولة أو تحتاج إلى توضيح، لذلك يجب عليه أن يهيئه لفهم العامة وأن لا يتقعر في عرضها بصورة تجعل من الصعب استيعابها من قبل غير المتخصصين، وقد أفرد البخاري في صحيحه تحت عنوان: (بَابُ مَنْ خَصَّ بِالْعِلْمِ قَوْمًا دُونَ قَوْمٍ، كَرَاهِيَةٌ أَنْ لَا يَفْهَمُوا)، وَقَالَ عَلِيُّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: «حَدِّثُوا النَّاسَ، بِمَا يَعْرِفُونَ أَتُحِبُّونَ أَنْ يُكَدَّبَ، اللَّهُ وَرَسُولُهُ» (60). وأورد البيهقي في السنن بزيادة: (عَنْ أَبِي الطُّفَيْلِ، قَالَ: سَمِعْتُ عَلِيًّا، رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ يَقُولُ: أَيُّهَا النَّاسُ أَتُرِيدُونَ أَنْ يُكَدَّبَ اللَّهُ وَرَسُولُهُ حَدِّثُوا النَّاسَ بِمَا يَعْرِفُونَ، وَدَعُوا مَا يُنْكُرُونَ) (61) لذا فمن الواجب على القائم بالاتصال أن يتوخى أقصى درجات الدقة في تبسيط الأفكار والمضامين التي يقدمها للناس، بحيث يضمن أعلى درجة الفهم والاستيعاب ليتم التأكد من وجود المساحة الكافية للاقتناع عند المتلقين.

وفي الإعلام يطلق على القصور في صياغة الفكرة مفهوم الترميز الخاطئ للرسالة والذي يؤدي إلى صعوبة تبادل المعاني، فإن مجرد نشر الكلمات أو الصور والرسوم لن يؤدي إلى إحداث الاتصال؛ لأن الاتصال لن يتحقق إلا في حالة تبادل المعاني التي يفهمها الجمهور المستهدف بالرسالة بنفس المعنى الذي يقصده القائم بالاتصال تماماً (62). ومن أجل التخلص من هذه المشكلة فيمكن أن يقوم القائم بالاتصال باستخدام الأشياء والتصنيفات المألوفة للجمهور، وكذلك إقامة روابط إيجابية مع الجمهور منذ التفاعل الاتصالي المبكر معهم، واستخدام "رموز" الرسالة التي يستطيع الجمهور

أن يفهمها بسرعة؛ لأن المطلوب فهم الرسالة وليس إثارة الغموض عند المتلقين⁽⁶³⁾.

ثالثاً: التنافر بين مصداقية القائم بالاتصال عند الجمهور والفكرة المطروحة:

قد يحدث تنافر بين القائم بالاتصال في العملية الاتصالية وجمهور المتلقين سببه مصداقية المصدر وانطباع الجمهور عن الفكرة المطروحة. ويحدث هذا التنافر عندما تكون درجة ثقة الجمهور في المصدر عالية، ودرجة ثقته في الفكرة أو الموضوع الذي يقوم هذا المصدر بالإعلام عنه أو الترويج له ضعيفة، وفي هذه الحالة تبدأ ثقة الجمهور في المصدر في التناقص، بينما تتزايد ثقته نسبياً في الفكرة أو الموضوع⁽⁶⁴⁾.

وفي القرآن الكريم وردت آيات كثيرة تبين هذا الجانب بوضوح، فمثلاً: قوم شعيب كانوا يعتبرون شعيباً عليه السلام من أكابرهم، ولكنه عندما عارضهم فيما يقومون به من تطفيف الميزان والعبث بحقوق الناس، ناقشوه في ذلك نقاش المماري المنكر عليه ما يدعوهم إليه، ﴿قَالُوا يَا شُعَيْبُ أَصْلَاحُكَ تَأْمُرُكَ أَنْ نَتْرَكَ مَا يَعْْبُدُ آبَاؤُنَا أَوْ أَنْ نَفْعَلَ فِي أَمْوَالِنَا مَا نَشَاءُ إِنَّكَ لَأَنْتَ الْحَلِيمُ الرَّشِيدُ﴾ [هود: 87]، وأراد شعيب أن يبين لهم أنه على علم وهدى وأن ما يأمرهم به هو الصواب فأجابهم، ﴿قَالَ يَا قَوْمِ أَرَأَيْتُمْ إِنْ كُنْتُ عَلَىٰ بَيِّنَةٍ مِنْ رَبِّي وَرَزَقَنِي مِنْهُ رِزْقًا حَسَنًا وَمَا أُرِيدُ أَنْ أُخَالِفَكُمْ إِلَىٰ مَا أَنْهَاكُمْ عَنْهُ إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتِطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ، وَيَا قَوْمِ لَا يَجْرِمَنَّكُمْ شِقَاقِي أَنْ يُصِيبَكُمْ مِثْلُ مَا أَصَابَ قَوْمَ نُوحٍ أَوْ قَوْمَ هُودٍ أَوْ قَوْمَ صَالِحٍ وَمَا قَوْمٌ لَوْطٍ مِنْكُمْ بَعِيدٍ، وَاسْتَعْفِفُوا رَبِّكُمْ ثُمَّ تُوْبُوا إِلَيْهِ إِنْ رَبِّي رَحِيمٌ وَدُودٌ﴾ [هود: 88-90]، وبعد هذه المتواليات من الأوامر والمواظ التي قدمها شعيب عليه السلام لقومه لما ناكفوه فيما دعاهم إليه، لم يجدوا بديلاً عن أن يأتوا على جانب التقدير والاعتبار (المصداقية) الذي كانوا يمنحونه له ونزعه عنه، لذلك وصفوه بأوصاف شتى، يتبين منها أن معارضتهم لفكرته أدت إلى تهاوي منزلته عندهم، ﴿قَالُوا يَا شُعَيْبُ مَا نَفَقَهُ كَثِيرًا مِمَّا تَقُولُ وَإِنَّا لَنَرَاكَ فِينَا ضَعِيفًا وَلَا زَهْدًا لَرَجْمَنَّاكَ وَمَا أَنْتَ عَلَيْنَا بِعَزِيزٍ﴾ [هود: 91]. وكذلك ما حصل مع صالح عليه السلام، ﴿قَالُوا يَا صَالِحُ قَدْ كُنْتَ فِينَا مَرْجُوًّا قَبْلَ هَذَا أَتَنْهَانَا أَنْ نَعْبُدَ مَا يَعْْبُدُ آبَاؤُنَا وَإِنَّا لَفِي شَكٍّ مِمَّا تَدْعُونَا إِلَيْهِ مُرِيبٍ﴾ [هود: 62]، فقولهم: (قَدْ كُنْتُ فِينَا مَرْجُوًّا) أي: أن فطنته وتميزه جعلتهم يطعمون في الانتفاع منه لكنهم غيروا رأيهم بعدما أظهر النبوة⁽⁶⁵⁾. وقد تكرر هذا مع كثير من أنبياء الله تعالى، مما يؤكد هذه الفكرة ويوصلها كمبدأ اتصالي جماهيري.

آليات مقترحة لتقليل التنافر بين المصداقية والفكرة:

من خلال استقراء الآيات التي تناولت هذا الجانب يتبين أن التنافر الذي يحصل بين المصداقية للمرسل (القائم بالاتصال) والفكرة المطروحة مهم جداً وعلى القائم بالاتصال (الداعية) أن يلحظه لدى توجيه رسالته للجمهور، فيختار لها أساليب ومواقيت وأزمنة تسهم في تخفيف حدة هذا التنافر. وكذلك تخير الأساليب النظرية والعملية التي تسهم في تقليل حدة التنافر، حيث يلاحظ أن سيدنا شعيب قابل استنكارهم بالموعظة والتذكير المؤسس على الفكر.

رابعاً: رواسب النظام الاجتماعي ودورها في الطعن في المصداقية:

لقد وردت آيات متعددة تتحدث عن طبيعة النظام الاجتماعي القائم وأثره في تقييم شخصية النبي أو الرسول الكريم

باعتباره قائماً بالاتصال في العملية الإعلامية (الرسالة الإلهية)، ﴿وَكَذَلِكَ فَتَنَّا بَعْضَهُمْ بِبَعْضٍ لِيَقُولُوا أَهَؤُلَاءِ مَنَّ اللَّهُ عَلَيْهِمْ مِنْ بَيْنِنَا أَلَيْسَ اللَّهُ بِأَعْلَمَ بِالشَّاكِرِينَ﴾ [الأنعام: ٥٣] حيث نجد اعتراضات المجتمع على أنبياء الله تعالى ورسله الكرام متعددة، وأكثرها تصب في الطعن في مصداقيتهم، كما حصل مع نوح عليه السلام، ﴿لَقَدْ أَرْسَلْنَا نُوحًا إِلَى 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 مُبِينٍ﴾ [الأعراف: ٥٩-60]، فقد اتهمه قومه بالضلال الواضح البين، والضلال يعني: "العدول عن الطريق المستقيم وبيضاده الهداية والضلال من وجه آخر ضربان: ضلال في العلوم النظرية كالضلال في معرفة الله ووحديته ومعرفة النبوة ونحوهما، ... وضلال في العلوم العملية كمعرفة الأحكام الشرعية التي هي العبادات⁽⁶⁶⁾ إذن فهو ضال عن معارف المجتمع العقدي والتعبدية معاً بالنسبة إليهم. وكذلك هود عليه السلام فقد اتهموه بالسفه والكذب للطعن في مصداقيته عند المتلقين، ﴿وَالِي عَادِ أَخَاهُمْ هُودًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ أَفَلَا تَتَّقُونَ، قَالَ الْمَلَأُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ قَوْمِهِ إِنَّا لَنَرَاكَ فِي سَفَاهَةٍ وَإِنَّا لَنَظُنُّكَ مِنَ الْكَاذِبِينَ﴾ [الأعراف: 6٥-66]. ولما كان السفه: "خفة في البدن...، واستعمل في خفة النفس لنقصان العقل وفي الأمور الدنيوية والآخروية⁽⁶⁷⁾، وهذا اتهام له بخفة العقل ابتداءً ومن ثم اتهموه بالكذب وهو طعن في أمانته وخلقه، فجمعوا بين ضعف العقل وضعف الخلق، ليسلم لهم أمر معاداتهم له وتكذيبهم إياه. لكن القرآن الكريم يرد عليهم هذه الفرية في كلا الموقعين بقوله: ﴿أَوْعَجِبْتُمْ أَنْ جَاءَكُمْ ذِكْرٌ مِنْ رَبِّكُمْ عَلَى رَجُلٍ مِنْكُمْ لِيُنذِرَكُمْ وَلِتَتَّقُوا وَلَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ﴾ [الأعراف: ٦٣]، فالتعجب إذن بغية الاستهزاء الذي يقصد منه الحط من قيمة النبي عليه السلام⁽⁶⁸⁾. وبهذا يدحض القرآن الكريم فريتهم ويبين أن تأثير البيئة الثقافية والمركز الاجتماعي والأعراف العقدي هي السبب الرئيس وراء تكذيبهم لهم؛ وما ساقهم للتكذيب إلا لأنه من وسطهم فكان مثاراً لاستهجانهم.

وعليه، فإن مما يعيق تمكين المصداقية التي تمثلها قدرات القائم بالاتصال وجود نظام اجتماعي طبقي أو تسلطي تغيب فيه حرية الرأي وتضيق فيه حقوق الإنسان، مما يسهم في تمديد أجل تحكمهم في زمام الأمور في المجتمعات البشرية، ومن ذلك مقاومتهم لكل محاولة لتتوير عقول الناس ومحاولة رفع اضطهاد الواقع عنهم.

العامل الرابع: نية القائم بالاتصال:

المقصود بنية القائم بالاتصال قصده من توجيهه للرسالة الاتصالية، أو الهدف الذي ينوي تحقيقه من بثه هذه الرسالة، ولكون المتلقين أو الجمهور يحملون نوازع ذاتية ورغبات واتجاهات شخصية، فإنهم يفضلون أن لا يقعوا تحت تأثير مبرمج من قبل القائم بالاتصال؛ حيث يعتبرون ذلك لوناً من ألوان الوصاية عليهم، لذلك يتخذون مواقف متباينة تجاه المضمون الاتصالي، حيث تشير دراسات (وولستر) و(فيسنجر) إلى أن التغيير الذي يحدث في الاتجاهات بالنسبة للأشخاص الذي لا يدركون نية المصدر ومقاصده وأهدافه من العملية الاتصالية يكون أعلى من التغيير الذي يحدث في الحالة العكسية أي التي يدرك فيها الجمهور نوايا المرسل ومقاصده، ويزداد فيها وعيه بأن الاتصال مخطط بصورة متعمدة للتأثير على المواقف والآراء والاتجاهات⁽⁶⁹⁾ وعليه يتخذ الجمهور منه ومن رسائله موقفاً دفاعياً يقلل إلى حد كبير من احتمالات التأثير

والاقتناع وتغيير الاتجاهات، بعكس الموقف الذي لا يتوقع فيه الجمهور وجود قصد متعمد من جانب المصدر، وبالتالي يتقبل الأفكار والآراء دون مقاومة مما يزيد من احتمالات تأثيرها(70).

وقد تعرّض القرآن الكريم لهذا الجانب من خلال قصة السحرة مع فرعون، ﴿وَأَلْقَى السَّحْرَةَ سَاجِدِينَ، قَالُوا آمَنَّا بِرَبِّ الْعَالَمِينَ، رَبِّ مُوسَى وَهَارُونَ، قَالَ فِرْعَوْنُ آمَنْتُمْ بِهِ قَبْلَ أَنْ آذَنَ لَكُمْ إِنَّ هَذَا لَمَكْرٌ مَكْرُومٌ فِي الْمَدِينَةِ لِخُرُوجِهَا مِنْهَا أَهْلِهَا فَسَوْفَ تَعْلَمُونَ، لَأَقْطَعَنَّ أَيْدِيَكُمْ وَأَرْجُلَكُمْ مِنْ خِلَافٍ ثُمَّ لأَصْلَبَنَّكُمْ أَجْمَعِينَ، قَالُوا إِنَّا إِلَى رَبِّنَا مُنْقَلِبُونَ، وَمَا نُنْقِمُ مِنْهَا إِلَّا أَنْ آمَنَّا بِآيَاتِ رَبِّنَا لَمَّا جَاءَتْنا رَبَّنَا أَفْرِغْ عَلَيْنَا صَبْرًا وَتَوَفَّنَا مُسْلِمِينَ﴾ [الأعراف: ١٢٠-١٢٦]، فهؤلاء السحرة ظنوا في البداية أن معرفتهم بالسحر وقدرتهم على الغلبة تقربهم من فرعون؛ لأن فرعون جاء بهم لخبرتهم من أجل استكشاف الحق، وأن النتيجة التي سيصلون إليها ستكون هي الحاسمة في نظر فرعون، ولما جاءت النتيجة مخالفة لما أراه فرعون، عمل على إجبارهم على ما يريد، فانكشفت نيته لهم والتي تمثلت في إرادته إضلالهم بل والسيطرة على عقولهم على الرغم من أن قدراتهم في المغالبة والمنازلة في مجال السحر تفوق قدراته، لذلك اتخذوا قرارهم بالإيمان وتحملوا تبعه ذلك من العذاب والصلب، وتمسكوا بموقفهم. وكذلك ما جاء في الاعتراض الذي أورده الأقسام السابقة على الرسل ﴿الَّذِي رُسُلُهُمْ أَفِي اللَّهِ شَكٌّ فَاطِرِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ يَدْعُوكُمْ لِيَغْفِرَ لَكُمْ مِنْ ذُنُوبِكُمْ وَيُخْرِجَكُمْ إِلَى أَجَلٍ مُسَمًّى قَالُوا إِنَّ أَنْتُمْ إِلَّا بَشَرٌ مِثْلُنَا تُرِيدُونَ أَنْ تَصُدُّونَا عَمَّا كَانَ يَعْبُدُ آبَاؤُنَا فَأْتُونَا بِسُلْطَانٍ مُبِينٍ﴾ [إبراهيم: ١٠]، فقد تعرّف المتلقون إلى نية الرسول من هذه الرسالة والتي هي الإرشاد إلى الطريق الحق وترك ما يعبدون من طاغوت، إلا أن هذا القصد يتنافر مع مصالحهم ومكاسبهم، فقررروا الإنكار والجحود، وإن لم يكن تعرفهم على نية الرسول أو النبي هو السبب الرئيس، بل السبب الرئيس هو المعارضة والمناكفة ابتداءً لما في تصديق هذه الدعوة من أضرار قد تصيب مناصبهم أو مكتسباتهم في مجتمعاتهم.

لذا، فإن على القائم بالاتصال أن يكون حذراً في صياغته لرموز رسالته الاتصالية، بحيث يتجنب تقديم رموز ذات إشارات أو إحاءات تشي بنيته أو تبيين مقصده ضمناً لسلامة العملية الاتصالية من أجل تحقيق الهدف المنشود منها، ويكون هذا من خلال التركيز على تضمين الرسالة الاتصالية عدداً من الأدلة والبراهين والحجج التي تصرف المتلقي عن التركيز على نية المرسل، لتتجه إلى التكفير في صحة الأدلة وقوتها وكيفية الرد عليها أو التسليم بها. وكذلك استخدام أسلوب عرض جهتي النظر مع عمل مقارنة شفافة بينهما؛ حتى يشعر المتلقي بأن القرار في القبول أو الرفض بيده لا بيد القائم بالاتصال.

العامل الخامس: اعتبار القائم بالاتصال قدوة (الأسوة الحسنة) ودوره في نجاح الرسالة الاتصالية:

يعرّف مفهوم الأسوة بأنه القدوة، حيث "الأسوة والإسوة: القدوة. وَيُقَالُ: اتَّسَى بِهِ أَيِ اقْتَدَى بِهِ وَكُنْ مِثْلَهُ.... فُلَانٌ يَأْتِسِي بِفُلَانٍ أَيِ يَرْضَى لِنَفْسِهِ مَا رَضِيَ وَيَقْتَدِي بِهِ وَكَانَ فِي مِثْلِ خَالِهِ(71)، ويشترط الإسلام لهذه الأسوة أن تكون حسنة، فمن الممكن للناس أن يتأسوا أو يقتدوا ويتشبهوا بأهل السوء والعمل المخالف، ولهذا ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا﴾ [الأحزاب: ٢١] فوصفها بالحسنة(72).

وعليه، فإن وصف أهل الدعوة والإعلام بأن يكونوا من أهل الخير هو أمر فريد ومزية كبيرة، ﴿وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ

يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ» [آل عمران: ١٠] أي: جماعة ينتقون ويتخيرون العلم والعمل الصالح يكونون أسوة لغيرهم⁽⁷³⁾. ومن الملاحظ على منزلة الأسوة بمعنى القدوة أنها وردت ثلاث مرات فقط في القرآن الكريم، فجاءت مرة في الثناء على نبينا محمد ﷺ، ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا﴾ [الأحزاب: ٢١]، أما المرة الثانية ففي الثناء على إبراهيم عليه السلام، ﴿فَدَكَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ﴾ [المتحنة: ٤]، والثالثة في إثباتها لجميع أنبياء الله تعالى ورسوله، ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِيهِمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ﴾ [المتحنة: ٦]، لذلك فإن القدوة في العمل الدعوي والإعلامي تعتبر منزلة وليست وسيلة أو خاصية ولا حتى أسلوباً، فمن الصعب على الإنسان أن يمثل أو يقلد أو يتقمص دور القدوة (الأسوة)، فمن أراد أن يكون قدوة لغيره عليه أن يكون قدوة في نفسه، حيث تعتبر القدوة الحسنة من أهم الأساليب وأكثرها فاعلية في تربية الإنسان، لما تقدمه له من قيم واتجاهات مطبقة بصورة عملية، حيث يتحول المنهج إلى حقيقة تتحول إلى حركة تتحول إلى تاريخ⁽⁷⁴⁾.

لقد تتابع الرسل عليهم السلام فكانوا في أقوامهم قدوة حسنة في مجالات حياتهم، فمنهم من كان أباً أو ابناً أو زوجاً أو عاملاً أو قائداً أو زعيماً، لكن القدوة المثلى والعليا في كافة جوانب الحياة لم تمنح لأحد قبل النبي ﷺ، فكرم الله تعالى أمته به وأكرمه برسالة الإسلام الخاتمة، فكان أول من بلغ هذه المنزلة ومارس حيثياتها على حقيقتها حيث تجلت معالم هذه الأسوة في كافة مناحي الحياة، فكان أباً وقریباً وزوجاً ورحماً ومعلماً ومحارباً وتاجراً... إلخ، وقبل كل ذلك كان حسن الخلق أهم دعامة من دعائم بلوغه منزلة الأسوة، حيث قال تعالى فيه: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾ [القلم: ٤]، وأشار ﷺ إلى ذلك بقوله: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا﴾ [الأحزاب: ٢١]، ولم يتوقف النبي ﷺ عند هذا الحد فقط بل تعداه إلى ما يأتي بعده حتى لا ينقطع هذا المقام ولا تخلو هذه المنزلة مع الاحتفاظ بالمثالية المطلقة لمن اصطفاها الله تعالى، فقد عمل على صناعة نماذج متعددة يمتلكون الموصفات الحقيقية لبلوغ هذه المنزلة، فواظب على تربية أصحابه تربية تجعل منهم القدوة المتعددة والمتحققة في نماذج بشرية تربو على الآلاف، والتي انبثقت من التربية الإسلامية في المناخ الإسلامي تحت قيادة الرسول ﷺ وفي ظلال نبوته. حتى بات الصحابة النماذج البشرية المتجسدة في أعداد كبيرة من الأفراد، يمثلون نماذج وأشكال تحقق الإنسانية التي ينبغي أن تستهدفها العملية المجتمعية⁽⁷⁵⁾ وقد أدى هذا الاكتمال المميز لعناصر الشخصية السوية للمؤمنين؛ ليكون سبباً في إقناع كثير من الناس في الدخول في دين الله، فالمؤمنون الصادقون بفضائلهم النفسية الزكية وخلالهم الكريمة هم في الحقيقة أدوات جذب للمعاني التي يمثلونها ويمثلونها في حياتهم اليومية⁽⁷⁶⁾. ولأن الاستجابة للدعوة أو الرسالة تتأثر بصورة كبيرة بعناصر شخصية الداعية، فإن شخصية الرسول ﷺ قد جمعت الفضائل الخلقية والمكارم الإنسانية الرفيعة، وهي بكل ذلك شخصية متعبدة خاشعة متصلة بالله آناء الليل وآناء النهار⁽⁷⁷⁾ على مثل ذلك يجب أن تكون شخصية القائم بالاتصال؛ حتى يتم التآسي بهم والتصديق برسالتهم⁽⁷⁸⁾، فرجال الإعلام الذين يقومون بتزويد الناس بالحقائق السليمة والمعلومات الصحيحة، لا بد أن يكونوا قدوة حسنة فيما يدعون إليه⁽⁷⁹⁾.

إن النتيجة التي ينتظرها القائم بالاتصال هي تحقق هدف الاتصال من خلال الاقتناع بمضمون رسالته؛ لذلك فإن الدعامة الأساس لهذا تنطلق ابتداءً من الإعلامي نفسه في أن يتحلى بكل الصفات الحسنة ويتعلم المهارات الكافية حتى يصل إلى أن يكون قدوة في قوله وفعله، وهو في هذا يختلف عن القائم بالاتصال في الفكر الإعلامي الغربي، الذي يركز على المهنية والاحترافية للقائم بالاتصال، في حين يركز الفكر الإسلامي على القائم بالاتصال من كافة جوانب حياته، فلا يقبل منه أي تجاوز أو تهاون في مسائل تتعلق بالأخلاق أو السلوكيات، وهو ما يسميه علماء الحديث بالعدالة والثقة.

النتائج والتوصيات.

توصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج والتوصيات، كانت على النحو الآتي:

أولاً: النتائج:

- بناء على استقراء الأفكار الواردة في هذا البحث، فقد تم التوصل إلى نتائج مفادها الآتي:
- 1- تبين من خلال استعراض أقوال الباحثين والمتخصصين في الإعلام، أن القائم بالاتصال لا بد له أن يمتلك المهارات الأربع الأساس، وهي: القراءة والكتابة والاستماع والتحدث.
- 2- إن مهارة الترميز في الاصطلاح الإعلامي الحديث تقابل مهارة البيان في المفهوم القرآني الكريم.
- 3- إن ثقة القائم بالاتصال بنفسه مهمة للغاية في تحقيق جودة العمل ابتداءً والزامية قيامه بالعمل عند حصول الندرة والاحتياج له في ذلك الأمر.
- 4- إن ثقة القائم بالاتصال بموضوع رسالته الاتصالية من أهم دعائم حصول الإقناع بمضمون الرسالة الاتصالية؛ حيث تبين أن أنبياء الله تعالى كانوا أكثر الناس تطبيقاً لهذا الجانب.
- 5- إن ثقة الجمهور بالقائم بالاتصال تزيد من نجاح العملية الاتصالية لتوافر عنصر الإقناع؛ فالثقة ترفع من مستوى الإقناع وتؤكد عليه، وقد أشار القرآن الكريم في غير موضع إلى هذا الجانب.
- 6- إن مستوى معرفة القائم بالاتصال له دور كبير في تكوين قيمة المصادقية عند المتلقين، وأن هناك عوائق يمكن أن تسهم في إعاقة تشكل المصادقية عند الجمهور منها المعرفة غير المكتملة من قبل القائم بالاتصال في الموضوع، وارتفاع لغة الخطاب أو الخطأ في الترميز، وحدوث التنافر بين مصادقية القائم بالاتصال عند الجمهور والفكرة المطروحة.
- 7- إن رواسب النظام الاجتماعي ومصلحه يمكن أن تؤثر في اعتماد مصادقية القائم بالاتصال، حيث تعمل على معارضة الأفكار التي يمكن أن تهدد أمنهم أو تتال من مكانتهم الاجتماعية.
- 8- إن معرفة نية القائم بالاتصال من قبل الجمهور يسهم في تقليل أثر الرسالة أحياناً وخصوصاً إذا كان المجتمع أو السلطة في ذلك المجتمع تعارض فكرة الرسالة، ويمكن تقليل أثر هذا العامل من خلال تقديم حجج عقلية ومنطقية تجعل المتلقي ينصرف إلى التفكير فيها عوضاً عن التفكير في نية القائم بالاتصال.
- 9- إن تحلي القائم بالاتصال بالصفات الحسنة ويتعلم المهارات الكافية حتى يصل إلى أن يكون قدوة في قوله وفعله،

حتى يتسنى للجمهور الاقتناع بقوله والتمثل بفعله.

ثانياً: التوصيات:

بناء على ما تقدم يوصي الباحثان بما يلي:

- 1- توفير فرص ملائمة وجادة من أجل تأهيل القائمين بالاتصال في مجال الدعوة والإعلام الإسلامي؛ بغية صقل مهاراتهم وزيادة خبراتهم في هذا المجال.
- 2- توصية كليات الشريعة وكليات الإعلام بتضمين مواد وبرامج عملية تدريبية لتأهيل الطلبة وإعدادهم وفق العوامل التكوينية والمهارات الدعوية والاتصالية.
- 3- توجيه الدارسين والباحثين لا سيما طلبة الدراسات العليا لإجراء بحوث مختصة ومعمقة حول التأصيل الشرعي لمهارات الاتصال وكفايات الدعوة والإعلاميين ومقارنتها مع البحوث والدراسات العلمية في مجال الاتصال وعلوم الإعلام وفنونها.
- 4- ضرورة توجيه القائمين بالاتصال في الحقل الدعوي والإعلامي لمراعاة العوامل التكوينية التي تجعله أكثر موثوقية ومصداقية وأقوى تأثيراً وأعمق أثراً.
- 5- إجراء المزيد من الدراسات حول القائم بالاتصال في مجال الاتصال والدعوة الإسلامية من أجل توصيف وضعه الحقيقي في المجتمعات العربية والإسلامية في ضوء الواقع الذي يعانیه والمشاكل التي يواجهها من أجل معالجتها أو التقليل من آثارها السلبية على أدائه الإعلامي.

الهوامش.

- (1) سعد الدين، محمد منير، الإعلام: قراءة في الإعلام المعاصر والإعلام الإسلامي. بيروت: بيروت المحروسة للطباعة والنشر، 1991م، ص60.
- (2) مكايي والسيد: حسن عماد، وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2010م، ص175.
- (3) Tan,A, Mass Communication Theories & Research Columbus Ohio: Gid Pubishing 1981 Inc.p.p 105-106.
- (4) طاش، عبد القادر، إضاءات حول الإعلام الإسلامي، كتاب الأمة، قطر، 1411هـ.
- (5) أحسن، صابر؛ سكورة، حمريوي، عملية تحديد الاحتياجات التكوينية في المؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة لمقاطعة نفضال بواد عيسى، تيزي وزو، بحث ماجستير، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2015م.صفحة الملخص. بتصرف
- (6) العوفي، عبد اللطيف بن دبيان، المهارات الأساسية في الاتصال والتواصل، النشر العلمي، جامعة الملك سعود، الرياض، 2011م، ص4.

- (7) الأصفهاني، الحسين بن محمد المعروف بالراغب (ت 502هـ - م 1108م)، **المفردات في غريب القرآن**، دمشق، بيروت: دار القلم، الدار الشامية، 1412هـ، ص 157-158.
- (8) ينظر: العوفي، **المهارات الأساسية في الاتصال والتواصل**، مرجع سابق، ص 4.
- (9) صيني، سعيد إسماعيل، **شروط القائم بالاتصال عند المسيحيين والمسلمين**. أطروحة دكتوراه مقدمة للمعهد العالي للدعوة الإسلامية بالمدينة المنورة، 1988م. صفحة الملخص.
- (10) أبو عرقوب، إبراهيم، **الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي**، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005م، (ط2)، ص 17.
- (11) ينظر: أبو عرقوب، **الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي**، مرجع سابق، ص 40-41، وينظر: حجاب، محمد منير، **نظريات الاتصال**، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010م (ط1)، ص 133، 144 بتصرف.
- (12) ينظر: حجاب، محمد منير، **نظريات الاتصال**، مرجع سابق، ص 1146-148، بتصرف.
- (13) ينظر: أبو عرقوب، **الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي**، مرجع سابق، ص 73، 74، بتصرف.
- (14) عجوة، علي وآخرون، **مقدمة في وسائل الاتصال**، مكتبة مصباح، جدة، السعودية، 1989م، ص 19-20.
- (15) العوفي، **المهارات الأساسية في الاتصال والتواصل**، مرجع سابق، ص 4.
- (16) عجوة، علي، **مقدمة في وسائل الاتصال**، مرجع سابق، ص 19-20.
- (17) العوفي، **المهارات الأساسية في الاتصال والتواصل**، مرجع سابق، ص 4.
- (18) طلعت، منال طلعت محمود، **مدخل إلى علم الاتصال**، جامعة الإسكندرية، 2002م، ص 43.
- (19) مكايو والسيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، مرجع سابق، ص 45.
- (20) العوفي، **المهارات الأساسية في الاتصال والتواصل**، مرجع سابق، ص 4.
- (21) الأصفهاني، **المفردات في غريب القرآن**، مرجع سابق، ص 157-158.
- (22) الرازي، محمد بن عمر بن الحسن بن الحسين التيمي الرازي الملقب بفخر الدين (ت 606هـ / 1209م)، **مفاتيح الغيب = التفسير الكبير**، بيروت: دار إحياء التراث العربي، 1420هـ (ط3)، ج 15، ص 420.
- (23) الطبري، محمد بن جرير بن يزيد بن كثير بن غالب الأملي، أبو جعفر (ت 310هـ / 922م)، **جامع البيان عن تأويل القرآن**، المحقق: أحمد محمد شاكر، الناشر: مؤسسة الرسالة، 1420 هـ - 2000 م (ط1)، ج 19، ص 539.
- (24) الدمشقي، إسماعيل بن عمر بن كثير القرشي البصري (ت 774هـ / 1372م)، **تفسير القرآن العظيم (تفسير ابن كثير)**، المحقق: سامي بن محمد سلامة، الناشر: دار طيبة للنشر والتوزيع، 1420 هـ - 1999 م (ط2)، ج 6، ص 243.
- (25) العثيمين، محمد بن صالح، **تفسير القرآن الكريم (تفسير ابن عثيمين)**، (المتوفى 1421هـ / 2000م)، <https://tafsir.app/ibn-uthaymeen/28/54>
- (26) أبو إصبع، صالح، **الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**، عمان: دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، 1995م.
- (27) البقاعي، إبراهيم بن عمر (ت 885هـ / 1480م)، **نظم الدرر في تناسب الآيات والسور**، القاهرة: دار الكتاب الإسلامي، ج 17، ص 448.

- (28) ابن عاشور، محمد الطاهر بن محمد، (ت 1393هـ / 1973م)، **التحرير والتنوير «تحرير المعنى السديد وتنوير العقل الجديد من تفسير الكتاب المجيد»**، تونس: الدار التونسية للنشر، (1984)، ج 25، ص 231.
- (29) القلقشندي، أحمد بن علي (ت 821هـ — 1418م)، **صبح الأعشى في صناعة الإنشا**، شرح وتعليق: محمد حسين شمس الدين، بيروت: دار الكتب العلمية، 1987م، ج 1، ص 139.
- (30) ابن فارس، أبو الحسين أحمد بن زكريا، **معجم مقاييس اللغة** (ت 395هـ / 1004م)، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، دار الفكر، 1399هـ/1979م، ج 6، ص 85.
- (31) الجوهرى، إسماعيل بن حماد أبو النصر (393 هـ / 1003م)، **منتخب من مختار الصحاح**. المكتبة الشاملة، ص 5687.
- (32) رشتي، جيهان، **الإعلام ونظرياته في العصر الحديث**، القاهرة: دار الفكر العربي، 1971م، ص 305.
- (33) مالبرايد، شون وآخرون، **أصوات متعددة وعالم واحد**، منشورات اليونيسكو، الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1981، ص 256-257، والجردي، نبيل عارف، **مقدمة في علم الاتصال**، د.م: مكتبة الإمارات، 1985م، ص 15، وخضور، ص 59-61.
- (34) نجيب، عمارة، **الإعلام في ضوء الإسلام** الرياض: مكتبة المعارف، 1400هـ / 1980م، ص 176.
- (35) صيني، سعيد إسماعيل، **شروط القائم بالاتصال عند المسيحيين والمسلمين**، مرجع سابق، ص 109، 113.
- (36) قطب، سيد (ت 1388هـ / 1966م)، **في ظلال القرآن**، بيروت، القاهرة: دار الشروق، 1412هـ، ج 4، ص 1956.
- (37) النيسابوري، مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري (ت 261هـ / 874م)، **صحيح مسلم المسمى: المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى رسول الله ﷺ**، المحقق: محمد فؤاد عبد الباقي الناشر: دار إحياء التراث العربي - بيروت، حديث رقم 1652.
- (38) مكايو والسيد: حسن عماد، وليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**. مرجع سابق، ص 45-46. وعجوة، علي وآخرون (1989) **مقدمة في وسائل الاتصال**، مرجع سابق، ص 20. والشنقيطي، محمد سادات، وكالة الأنباء الإسلامية الدولية في الميزان، رسالة ماجستير، الرياض: المعهد العالي للدعوة، 1401هـ، ص 59.
- (39) الشوكاني، محمد بن علي بن محمد بن عبد الله (ت 1250هـ / 1834م) **فتح القدير**. دمشق، بيروت: دار ابن كثير، دار الكلم الطيب، 1414هـ، (ط1)، ج 2، ص 139.
- (40) الشوكاني، فتح القدير، مرجع سابق، ج 2، ص 139.
- (41) قطب، سيد، **في ظلال القرآن**، مرجع سابق، ج 4، ص 1908.
- (42) شرف، عبد العزيز، **المدخل إلى وسائل الإعلام**. القاهرة، بيروت: دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبناني، 1400هـ.
- (43) ابن هشام، عبد الملك بن هشام بن أيوب الحميري المعافري، أبو محمد، جمال الدين (ت 213هـ / 828م)، **السيرة النبوية**، تحقيق: مصطفى السقا وإبراهيم الأبياري وعبد الحفيظ الشلبي، شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده بمصر، 1375هـ - 1955م، (ط2)، ج 1، ص 266.
- (44) Tan,A, **Mass Communication Theories & Research Columbus Ohio**, p. 131
- (45) مقلد، طه، **كيف نبني وسائلنا الإعلامية**، (بحث غير مطبوع)، نجيب، عمارة، المدخل لدراسة الإعلام الإسلامي، القاهرة:

- الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، 1982م، ص120-122.
- (46) رشتي، جيهان، الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، مرجع سابق، ص305.
- (47) عبد الحليم، محيي الدين، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مصر: مكتبة الخانجي، 1979م، ص173-174.
- (48) الشنقيطي، سيد محمد سادات، وظيفة الأخبار في سورة الأنعام، الرياض: دار إشبيليا، مركز الدراسات والإعلام، 1997م، ص77.
- (49) قطب، سيد، في ظلال القرآن، مرجع سابق، ج4، ص2369.
- (50) الرازي، مفاتيح الغيب، مرجع سابق، ج 14، ص 453.
- (51) ابن كثير، تفسير القرآن العظيم، مرجع سابق، ج4، ص387.
- (52) أبو إصبع، صالح، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، مرجع سابق، ص 226، والبشر، محمد بن سعود، نظريات التأثير الإعلامي، غيناء للنشر، الرياض، 1424هـ، ص31.
- (53) العوفي، المهارات الأساسية في الاتصال والتواصل، مرجع سابق، ص17.
- (54) أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، مرجع سابق، ص226.
- (55) مكاوي والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص46.
- (56) Tan,A, **Mass Communication Theories & Research Columbus Ohio**, p.p 105-106.
- (57) الرازي، مفاتيح الغيب = التفسير الكبير، مرجع سابق، ج18، ص485.
- (58) حسين، سمير محمد، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، القاهرة: عالم الكتب، 2004م. ص131.
- (59) الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن، مرجع سابق، ص 279.
- (60) البخاري، محمد بن إسماعيل أبو عبد الله (ت 256هـ/870م)، صحيح البخاري، المسمى: الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله ﷺ وسننه وأيامه. تحقيق: محمد زهير بن ناصر الناصر. د.م: دار طوق النجاة، 1422هـ، ج1، ص37.
- (61) البيهقي، أحمد بن الحسين بن علي بن موسى (ت 458 هـ/ 1066م)، المدخل إلى السنن الكبرى. تحقيق: محمد ضياء الرحمن الأعظمي. الكويت: دار الخفاء للكتاب الإسلامي، ص362.
- (62) سمير حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، مرجع سابق، ص143.
- (63) أبو إصبع، صالح (1995). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، مرجع سابق، ص119-126.
- (64) سمير حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، مرجع سابق. ص128.
- (65) الرازي، مفاتيح الغيب = التفسير الكبير، (368/18)، والشوكاني، فتح القدير، مرجع سابق (576/2).
- (66) الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن، مرجع سابق، ص300 - 301.
- (67) الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن، مرجع سابق، ص240.
- (68) الرازي، مفاتيح الغيب = التفسير الكبير، مرجع سابق، (297/14). والشوكاني، فتح القدير، مرجع سابق، (248/2).
- (69) سمير حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، مرجع سابق، ص127-128.

- (70) سمير حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، مرجع سابق. ص128.
- (71) ابن منظور، محمد بن مكرم بن علي (ت 711هـ، 1311م)، لسان العرب. بيروت: دار صادر، 1414هـ، (ط3)، ج14، ص35.
- (72) الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن، مرجع سابق، ص76.
- (73) الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن، مرجع سابق، ص86.
- (74) قطب، محمد علي، منهج التربية الإسلامية. بيروت، دار الشروق، 1996م، ص180.
- (75) رمزي، عبد القادر هاشم، النظرية الإسلامية في فلسفة الدراسات الاجتماعية التربوية. الدوحة: دار الثقافة، 1984م، ص64.
- (76) الشنقيطي، وظيفة الأخبار في سورة الأنعام، مرجع سابق، ص401. بتصرف.
- (77) عسكر، إحسان، فنون التبليغ القرآني ونظرياته. القاهرة: دار النهضة العربي، 1406هـ. ص42-47.
- (78) الشنقيطي، وظيفة الأخبار في سورة الأنعام، مرجع سابق. ص401. بتصرف.
- (79) حمزة، عبد اللطيف، الإعلام في صدر الإسلام. القاهرة: دار الفكر، 1971م، ص65.

List of sources and references:

- Ebn eashur, muhamad altaahir bin muhamad, (almutawafaa: 1393hi/ 1973m), altahrir waltanwir <<tahrir almaenaa alsadid watanwir aleaql aljadid min tafsir alkitaab almajid>>, tunis: aldaar altuwnusiat lilnashri, (1984) abn fars,
- Abu alhusayn 'ahmad bin zakaria, muejam maqayis allugha (almutawafaa: 395hi / 1004mi), tahqiq: eabd alssalam muhamad harun, dar alfikri, 1399h - 1979m
- Ebn manzuri, muhamad bn makram bn ealaa (almutawafaa: 711hi,1311mi), lisan alearbi. bayrut: dar sadir, 1414h (ta3)
- Ebn hishami, eabd almalik bin hisham bin 'ayuwb alhimyrii almueafiri, 'abu muhamad, jamal aldiyn (almutawafaa: 213h / 828mi), alsiyrat alnabawiati, tahqiq: mustafaa alsaqaa wa'iibrahim al'abyariu waeabd alhafiz alshalbi, sharikat maktabat wamatbaeat mustafaa albabi alhalabii wa'awladuh bimasar, 1375hi - 1955m (ta2)
- Abu 'iisbae, salihi, aliatisal wal'ielam fi almujtamaeat almueasirati, eaman: dar aram lildirasat walnashr waltawzie, 1995m
- Abu eurquba, 'iibrahim, aliatisal al'iinsani wadawruh fi altafaeul aliajtimaeei, eaman, dar majdalawiun lilnashr waltawzie, 2005m
- Ahsan, sabir; skurat, hamrywy, eamaliat tahdid alaihtiajat altakwiniat fi almuasasat alaiqtisadiati, dirasat halatan limuqataeat niftal bwad eisaa, tizi wazu, bahth majistir, kuliyat alhuquqi, jamieat mawlud maemari tizi wazu, 2015m.
- Al'asfuhanaa, alhusayn bin muhamad almaeruf bialraaghib (almutawafaa: 502hi m 1108mi), almufradat fi gharayb alqurani. dimashqa, bayrut: dar alqalami, aldaar alshaamiati, 1412h
- Albukhari, muhamad bin 'iismaeil 'abu eabd allah (almutawafaa: 256hi/870mu), sahih albukhari, almusamaa: aljamie almusnad alsahih almukhtasar min 'umur rasul allah salaa allah ealayh wasalam wasunanuh wa'ayaamahu. tahqiq: muhamad zuhayr bin nasiralnaasir. da.ma: dar tawq alnajati, 1422hi.

- Albashar, muhamad bin saeud, nazariaat altaathir al'ielamii, ghina' llnashri, alrayad, 1424h
- Albiquaei, 'iibrahim bn eumar (almutawafaa: 885hi/ 1480mi). nazam aldarar fi tanasub alayat walsuwri. alqahirati: dar alkitaab al'iislami albayhaqi, 'ahmad bin alhusayn bin ealiin bin musaa (almutawafaa: 458 ha/ 1066mi),
- Almadkhal 'iilaa alsunan alkubraa. tahqiq: muhamad dia' alrahman al'aezamiu. alkuaytu: dar alkhulafa' lilkitab al'iislami aljardi, nabil earif, muqadimat fi eilm aliatiali, da.m: maktabat al'iimarati, 1985m aljawhari
- Esmail bin hamaad 'abu alnasr (393 hi /1003mi), muntakhab min mukhtar alsahahi. almaktabat alshaamila hajab, muhamad munir, nazariaat aliatiali, dar alfajr llnashr waltawzie, 2010m (ta1)
- Husayn, samir muhamad, al'ielam waliatisal bialjamahir walraay aleami, alqahirati: ealim alkutub, 2004m
- Hamzat, eabd allatifi, al'ielam fi sadr al'iislami. alqahirata: dar alfikri, 1971m aldimashqi, 'iismaeil bn eumar bn kathir alqurashii albasriu (almutawafaa: 774hi/ 1372mi), tafsir alquran aleazim (tafsir abn kathiri) almuhaqaqa: sami bin muhamad salamata,alnaashir: dar tayibat llnashr waltawzie, 1420h - 1999m (ta2)
- Alraazi, muhamad bin eumar bin alhasan bin alhusayn altaymiu alraaziu almulaqab bifakhr aldiyn (almutawafia: 606him 1209m) mafatih alghayb = altafsir alkabira, bayrut: dar 'iihya' alturath alarabii, 1420hi (ta3)
- Rashti, jihan, al'ielam wanazariaatuh fi aleasr alhadithi, alqahirata: dar alfikr alarabii, 1971m.
- Ramzi, eabd alqadir hashim, alnazariat al'iislamiat fi falsafat aldirasat aliajtimaeiat altarbawiat. aldawhata: dar althaqafati, 1984m.
- Saed aldiyn, muhamad munir, al'ielami: qira'at fi al'ielam almueasir wal'ielam al'iislami. bayrut: bayrut almahrusat liltibaeat walnashri, 1991m
- Shuraf, eabd aleaziza, almadkhal 'iilaa wasayil al'ielami. alqahirati, bayrut: dar alkitaab almisrii, dar alkitaab allubnani, 1400h
- Alshanqiti, sayid muhamad sadat, wazifat al'akhbar fi surat al'aneam, alriyad: dar 'iishbilya, markaz aldirasat wal'ielami, 1997m.
- Alshanqiti, muhamad sadat, wikalat al'anba' al'iislamiat alduwaliat fi almizani, risalat majistir, alrayad: almaehad aleali lildaewati,1401h.
- Alshuwkani, muhamad bin ealii bin muhamad bin eabd allh (almutawafaa: 1250hi/ 1834m) fath alqidir. dimashqa, bayrut: dar abn kathirin, dar alkalm altayibi, 1414h (ta1)
- Sini, saeid 'iismaeil, shurut alqayim bialaitisal eind almasihiiyn walmuslimina. risalat dukturah muqadimatan lilmaehad aleali lildaewat al'iislamiat bialmadinat almunawarati, 1988m
- Tashi, eabd alqadir, 'ida'at hawl al'ielam al'iislami, kitab al'umati, qutru, 1411h
- Altabri, muhamad bin jarir bin yazid bin kathir bin ghalib alaml, 'abu jaefar (almutawafaa: 310hi/ 922mi), jamie albayan ean tawil alqurani, almuhaqaqa: 'ahmad muhamad shakiri,alnaashir: muasasat alrisalati, 1420 hi - 2000 m (ta1)
- Talaeat, manal talaeat mahmud, madkhal 'iilaa eilm aliatiali, jamieat al'iiskandariati, 2002m
- Abd alhalimi, muhyi aldiyn, al'ielam al'iislami watatbiqatuh aleamaliatu, masra: maktabat alkhajji, 1979m
- Aleuthaymin, muhamad bin salih , tafsir alquran alkarim (tafsir abn euthaymin), (almutawafaa 1421hi/ 2000ma), <https://tafsir.app/ibn-uthaymeen/28/54>

- Ajwat, eali wakhrun, muqadimat fi wasayil aliatisali, maktabat misbahi, jidat, alsueudiat, 1989m
- ALaskar, 'ihsan, funun altabligh alquraanii wanazariaatuhu. alqahirata: dar alnahdat alearbii, 1406hi.
- Aleufi, eabd allatif bin dibyan, almaharat al'asasiat fi aliatisal waltawasuli, alnashr aleilmi, jamieat almalik saeud, alrayad, 2011m
- Qutb, sayid (almutawafaa: 13886hi/ 1966mi), fi zilal alqurani, bayruta, alqahirata: dar alsharuq, 1412hi, 1956
- Qutba, muhamad ealay, manhaj altarbiat al'iislamiati. bayrut: dar alshuruq 1996m alqulqashandi, 'ahmad bin eali (almutawafaa: 821hi 1418m),
- Subh al'aeshaa fi sinaeat al'iinsha, sharh wataeliqa: muhamad husayn shams aldiyn. bayrut: dar alkutub aleilmiati, 1987m
- Malbarayd, shun wakhrun, 'aswat mutaeadidat waealam wahidi, manshurat alyunisku, aljazayar: alsharikat alwataniat lilnashr waltawziei, 1981
- Muqaladu, tah, kayf nabni wasayiluna al'ielamiati, (bhath ghayr matbuei),
- Makawi walsayidi: hasan eimad, walaylaa husayn alsayidu, alaitisal wanazariaatuh almueasiratu, alqahirat: aldaar almisriat allubnaniatu, 2010m
- Najib, eimarati, al'ielam fi daw' al'iislam alriyada: maktabat almaearifi, 1400hi / 1980m
- Najib, eimarat, Almadkhal lidirasat al'ielam al'iislami, alqahirati: alfaruq alhadithat liltibaeat walnashri, 1982m
- Alniysaburi, muslim bin alhajaaj 'abu alhasan alqushayrii (almutawafaa: 261h / 874mu), sahih muslim almusamaa: almusnid alsahih almukhtasar binaql aleadl ean aleadl 'iilaa rasul allah salaa allah ealayh wasalama, almuhaqaqa: muhamad fuad eabd albaqi alnaashir: dar 'iihya' alturath alearabii - bayrutu, hadith raqm 1652
- Tan ,A, Mass Communication Theories & Research Columbus Ohio: Gid Pubishing 1981 Inc.p.p 105-106.