عنصر "الأسلوب والوسيلة" في نقل محتوى الدعوة إلى الله تعالى

The Element of "Methods and Means" in Transferring the Content of Call to Allah Almighty

أ. د. عدنان مصطفى الخطاطبة
Prof. Adnan M. Khatatbeh
جامعة اليرموك
khatatbeh@yu.edu.jo

الملخص

هدفت الدراسة بحث عنصر "الأسلوب والوسيلة" في نقل محتوى الدعوة تأصيلاً وتطبيقاً. واستخدمت المنهج الاستنباطي. وكان من أهم النتائج: أساليب تبليغ الدعوة مجموعة الطرق والسبل التي يشكلها الداعية لإيصال محتوى الرسالة الدعوية إلى فئات المدعوين المختلفة، ويغلب عليها الصبغة النظرية والقولية. ووسائل تبليغ الدعوة مجموعة الإمكانات المادّية التي يستخدمها الداعية لإيصال محتوى رسالته الدعوية إلى فئات المدعوين المختلفة، ويغلب عليها الصبغة العملية من أدوات وآليات وإجراءات وأنشطة.

الكلمات المفتاحية: الدعوة إلى الله، أساليب ووسائل تبليغ الدعوة، التأصيل الدعوي، تطبيقات دعوية معاصرة.

تاريخ الاستلام: ٢٠١٨/٦/٢٨ **تاريخ القبول: ٢٠١٨/١٢/١٨**

Abstract

The aim of the study was to examine the origin and implementation of the element of "methods and means" in transferring the content of call to Allah Almighty. The researcher adopted the deductive approach. The study came up with some findings viz., the methods of communicating the call to Almighty Allah are a set of ways and means that the Islamic preacher formulates to deliver the content of this Islamic call to different categories of recipients. These methods are characterized by being theoretical and anecdotal. Moreover, the means of communicating the call is a set of material resources used by the preacher to convey the content of his message to various categories of recipients. These are characterized by being practical in terms of tools, techniques, procedures and activities.

Keywords: Call to Allah, Methods and means of Call to Allah, Origins of Islamic invitations (Da'wah), Contemporary models of Call to Allah.

المقدمة

الحمد لله، والصلاة والسلام على رسول الله، وبعد:

فإن الدعوة إلى الله تعالى، مهمة الأنبياء والرسل، وفي هذا دلالة على سموّ العمل الدعوي، وأهميته الكبرى، ودوره المجتمعي والتعليمي والتغييري. من هنا، كانت عملية الدعوة التي يقوم بها الداعية إلى الله في نقل محتوى رسالة الإسلام إلى فئات المدعوين المختلفة هي عملية على قدر كبير من المسؤولية والواقعية التي تتطلب امتلاك رؤية واضحة لطبيعة الرسالة، ومعرفة وخبرة ومهارات في أساليب وسائل وفنون تبليغها وإيصالها إلى المدعوين بما يحقق الأهداف والمقاصد الدعوية المرجوة من ذلك. ولما كانت عملية الدعوة إلى الله علمية منهجية لها عناصرها من الداعية والمدعو والأسلوب ومحتوى الدعوة، وهي ما تعرف إعلامياً بعنصر المرسل وعنصر المستقبل وعنصر الوسيلة وعنصر الرسالة، فإنه من الأهمية بمكان أن تُبحث عناصر عملية الدعوة هذه وفق منهجية علمية تجمع بين التأصيل والتطبيق في سبيل تقريب العمل الدعوي وضبط مساره النظري وتوجيه حالته التطبيقية، وتقديمه بالصورة الأفضل قدر الممكن. من هنا جاءت هذه الدراسة التي تعالج عنصر الأسلوب والوسيلة في نقل محتوى الدعوة، جامعة بين التأصيل العلمي والمسارات التطبيقية في ضوء ما تسمح به طبيعة هذه الدراسة البحثية.

مشكلة الدراسة

تحاول الدراسة الإجابة عن الأسئلة الآتية:

١. ما مفهوم أساليب الدعوة ووسائلها؟ كيف يمكن حلّ إشكالية العلاقة بينهما؟ وما حكمهما؟ وما أهم قواعد تطبيقهما؟
٢. ما أبرز أساليب تبليغ الدعوة وتطبيقاتها؟
٣. ما أهم وسائل تبليغ الدعوة وتطبيقاتها؟

أهداف الدراسة

هدفت الدراسة إلى تحقيق ما يأتي:

- التعريف بمصطلحي أساليب تبليغ الدعوة ووسائل تبليغ الدعوة وتوضيح الفرق بينهما.
- بيان حكم أساليب تبليغ الدعوة ووسائلها.
- تحديد أهم القواعد التي يجب مراعاتها عند تطبيق أساليب تبليغ الدعوة ووسائلها.
- بيان أبرز أساليب تبليغ الدعوة وتطبيقاتُها الدعوية.
- بيان وسائل تبليغ الدعوة وتطبيقاتها الدعوية.

أهمية الدراسة

تبرز أهمية الدراسة من خلال جانبين:

- الأهمية النظرية: تقدم هذه الدراسة للمكتبة الدعوية بحثاً نظرياً يعالج عنصر الأسلوب والوسيلة في نقل محتوى الدعوة، بما يمثل اتجاه التأصيل من القرآن والسنة.
- الأهمية العملية: تقدم هذه الدراسة مادة علمية قابلة للتطبيق من قبل القائمين على العمل الدعوي من أفراد ومؤسسات دعوية وكليات شريعة في عملية تبليغ الدعوة ونقلها للناس.

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: رسالة دكتوراة بعنون أساليب الدعوة الإسلامية المعاصرة للطالب حمد العمار، جامعة الإمام، الرياض، ١٤١٤هـ. تناولت الأدلة العقلية والعلمية وفضل الإسلام ونقد الحضارة الغربية، واستعمال لغة العصر في الدعوة. والدراسة الثانية: الأساليب التربوية في دعوة الرسل من خلال سورة الأعراف وتطبيقاتها، للطالب ياسر عارف، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى. أهم ما تناولته الدراسة من الأساليب: القدوة والحوار والقصة والترغيب والترهيب والموعظة والتربية بالأحداث وبضرب الأمثال والممارسة العملية، والتطبيقات التربوية لها. وتلتقي هذه الدراسة مع دراسة ياسر في عدد من الأساليب الدعوية، مثل الحوار والمثل والترغيب والترهيب. وتفترق عنها فيما حددته من أهداف، تظهر في تطبيقات الأساليب والوسائل في عملية نقل المحتوى الدعوي.

منهج الدراسة

استخدم الباحث المنهج الاستنباطي في التأصيل لعنصر الأساليب والوسائل في نقل رسالة الدعوة، باعتباره أحد أركان عملية الدعوة وعناصرها، وبما يحقق رؤية تأصيلية منطلقة من القرآن والسنة.

حدود الدراسة

اقتصر البحث في بيان أساليب تبليغ الدعوة على أربعة منها، هي: أسلوب المحاضرة وأسلوب الحوار وأسلوب الترغيب والترهيب والموعظة الحسنة وأسلوب القصص. واقتصر في بيان وسائل تبليغ الدعوة على أربع

منها، هي: وسيلة الخطبة على المنابر وسيلة تأليف الكتاب وسيلة التلفاز (الفضائيات) وسيلة الحاسوب والإنترنت والهاتف الخلوي.

خطة الدراسة

تكونت الدراسة من مقدمة وتمهيد وثلاثة مباحث هي: المبحث الأوّل: مفهوم أساليب الدعوة ووسائلها وحكمها وقواعد تطبيقها، والمبحث الثاني: أهمُّ أساليب تَبْليغ الدَّعْوة وتطبيقاتها، والمبحث الثالث: من أبرز وسائل تبليغ الدعوة وتطبيقاتها، وخاتمة.

المبحث الأوّل: مفهوم أساليب الدعوة ووسائلها وحكمها وقواعد تطبيقها

أولا: تعريف الدعوة وعناصرها.

هناك عدة تعريفات اصطلاحية للدعوة، منها: "تبليغ الإسلام للناس، وتعليمُه إياهم، وتطبيقه في واقع الحياة"[١]، "تبليغ الناس جميعاً دعوة الإسلام، وهدايتهم إليه قولاً وعملاً في كل زمان ومكان، بأساليب ووسائل خاصة تتناسب مع المدعوين على مختلف أصنافهم"[٢]، "الطلب بشدّة وحثٍّ على الدخول في دين الإسلام اعتقاداً وقولاً وعملاً، ظاهراً وباطناً"،[٣] "علم يبحث في كيفية تبليغ الناس الإسلام ليفوزوا بسعادة الدارين"[٤]، "القيام على أمر الله تذكيراً ونصحاً، أمراً ونَهْياً، تحقيقاً للاستقامة على دين الله، والفوز برضوانه في الدار الدنيا والآخرة"[٥]

وتعرف الدراسة مصطلح "الدعوة" بأنه: "تبليغُ المسلم شرعَ الله تعالى للناس كافّة، وبيانه لهم، وتذكيرهم به، باستخدام كلّ الطرق المشروعة، بقصد الهداية، وإقامة الحجة، وتحقيق العبودية لله تعالى".

وقد اشتمل هذا التعريف على عناصر (أركان) الدعوة وهي: العنصر الأول: الداعية(المرسل). والعنصر الثاني: موضوع الدعوة(الرسالة). والعنصر الثالث: المدعوون(المستقبل). والعنصر الرابع: العمليات الدعوية: عملية التبليغ، وعملية البيان، وعملية التذكير. والعنصر الخامس: طرق الدعوة (الوسيلة). والعنصر السادس: (أهداف الدعوة).

ويتناول هذا البحث موضوع آليات نقل "محتوى الرسالة الدعوية"، وطرق إيصالها للمدعوين عموماً. وهو ما يعرف بعنصر أساليب ووسائل تبليغ الدعوة. والبحث هنا مَعْنيٌّ بعرض الأساليب والوسائل العامة في إيصال "موضوع الدعوة" إلى المدعوين. دون الدخول في التفاصيل الصغيرة والإجرائية فليس هذا محلّ دراستها.

والمراد بمصطلح نقل "محتوى الرسالة الدعوية": أي: طرق تبليغ الدعوة وإيصال "موضوع الدعوة" إلى المدعوين.

ثانيا: التعْريف بمصْطَلَحيّ: أساليب ووسائل الدعوة.

أ- تعريف أساليب الدعوة

الأسلوب في الاصطلاح العام: "هو عرض ما

يراد عرضه من معانٍ وأفكارٍ ومبادئ وأحكام في عبارات وصيغ ذات شروط معينة"[٦].وأما تعريف "أسلوب الدعوة" تحديداً، فهناك تعريفات عدّة للباحثين، منها:"هو الطريقة أو المذهب، الذي يلجأ إليه الداعي إلى الله، ليحقق بذلك أهداف الدعوة"[٧]."طريقة وفن تبليغ الدعوة"[٨]."مجموعة الطرق القولية والعملية التي يستخدمها الداعية للعبور إلى قلب المدعو وإقناعه بما يدعو إليه، ومن ثمّ تحقيق الهَدف الذي يَصْبو إليه"[٩]."ما يسلكه الداعية من طرق معنوية في الغالب للتأثير في المدعوين"[١٠]."الطريقة المقنعة المؤثرة في المدعو بما يتناسب مع حاله"[١١]. ويرى الباحث أن التعريف الأقرب لهذه الدراسة، هو تعريف الرومي (ما يسلكه الداعية من طرق معنوية في الغالب للتأثير في المدعوين).

ب- تعريف وسائل الدعوة

تعريف وسائل الدعوة:هناك تعريفات عدّة لوسائل الدعوة، منها:"ما يتوصل به الداعية إلى تطبيق منهج الدعوة من أمور معنوية أو مادية"[١٢]. "هي ما يستعين به الداعي على تبليغ الدعوة إلى الله على نحو نافع مثمر"[١٣]. "هي الأدوات والآليات التي يَسْتعين بها الداعي من أجل إيصال دعوته إلى المدعوين"[١٤]. "ما يَسْتخدمه الداعية من وسائل حسية لنقل الدعوة إلى المدعوين"[١٥]."ما يستعمله الداعية من إمكانات يوصل بها الدعوة إلى المدعوين وغالباً أنها تكون حسية"[١٦]. الملاحظ من التعريفات: أن بعضها يتجه إلى العموم ليشمل كل طرق تبليغ الدعوة، وهو بذلك يتقارب مع تعريف الوسائل. وأن بعضها الآخر فيه تقيد أكثر من جهة حصر الوسائل بالأمور المادية. وهذا القسم من التعريفات "الأخير" هو الأقرب لتوجه هذه الدراسة.

يُعرّف الباحث "أساليب تبليغ الدعوة": بأنها مجموعة الطرق والسبل التي يشكلها الداعية لإيصال محتوى الرسالة الدعوية إلى فئات المدعوين المختلفة، ويغلب عليها الصبغة النظرية والقولية. مثل: أسلوب الحوار والقصّة. ويُعرف "وسائل تبليغ الدعوة"؛ بأنها مجموعة الإمكانات المادّية التي يستخدمها الداعية لإيصال محتوى رسالته الدعوية إلى فئات المدعوين المختلفة، ويغلب عليها الصبغة العملية من أدوات وآليات وإجراءات وأنشطة. مثل: الرسائل المكتوبة، وأجهزة المذياع والتلفاز وأدوات المنابر والمسارح.

وعليه، فالفرق ينظر فيه إلى الجوهر الغالب على الطريقة المتبعة في تبليغ الدعوة. ومثل هذه التفرقة سائدة إلى حدّ ما في مجال التعليم، حيث ينظر إلى التلقين والحوار أنها من أساليب التعليم، وإلى استخدام السبّورة والكمبيوتر أنه من وسائل التعليم.

المبحث الثاني: أهمُّ أساليب تَبْليغ الدَّعْوة وتطبيقاتها

١. أسلوب الحوار

يعدّ أسلوب الحوار من أساليب الدعوة المركزية التي لا يمكن التخلّي عنها في أيّ مرحلة من مراحل الدعوة مع فئات المدعوين المختلفة. وهو أسلوب يمكن أن يطلق عليه "أسلوب سُنني نفسي"، فكأنه سنة نفسية إنسانية لا يمكن أن يعيش الإنسان دونها. فالحوار بدأ في السماء بين الخالق وآدم، وبين ابني آدم في الأرض، واستمر مع ذريته، وسينتقل معهم حتى الدار الآخرة، إذ تتحاوز النفوس الإنسانية في أرض المحشر وفي الجنة وفي النار.

مفهوم أسلوب الحوار

الحوار في لغة القرآن: قال الراغب: "والمحاورة والحوَار: المُرَادَّةُ في الكلام، ومنه: التحاور، قال تعالى: (والله يسمع تحاوركما) [١٧].وذكر أهل التفسير في معنى (وهو يحاوره) الوارد في الآية الكريمة: (وَكَانَ لَهُ ثَمَرٌ فَقَالَ لِصَاحِبِهِ وَهُوَ يُحَاوِرُهُ أَنَا أَكْثَرُ مِنْكَ مَالًا وَأَعَزُّ نَفَرًا)(الكهف، ٣٤)، عدّة معانٍ لها، فهنا: يخاطبه ويكلمه، ويجادله ويخاصمه، ويجاوبه، ويراجعه الكلام[١٨]. وقال الشعراوي: "أي: يجادله، بأن يقول أحدهما فيرد عليه الآخر حتى يصلوا إلى نتيجة"[١٩]. وقال ابن عاشور: "والمحاورة: مراجعة الكلام بين مُتَكلِّمين. ودلّ فعل المحاورة على أن صاحبه قد وعظه في الإيمان والعمل الصالح، فراجعه الكلام بالفخر عليه والتطاول"[٢٠].

تعريف الحوار اصطلاحاً: هو "مراجعة الكلام والحديث بين طرفين، ينتقل من الأول إلى الثاني، ثمّ يعود إلى الأوّل، دون أن يكون بين هذين الطرفين ما يدلّ بالضرورة على وجود الخصومة"[٢١]. وعرف الحوار كذلك بأنه: تداول الكلام بين طرفين بطريقة لا يسْتأثر به أحدهما دون الآخر، ويُغْلب عليه الهدوء والبعد عن التعصب والخصومة[٢٢].

يعرف الباحث أسلوب الحوار في الدعوة: هو تداول الكلام ومراجعته بين الداعية والمدعو في موضوعات وقضايا ذات صلة برسالة الإسلام في أجواء هادئة، ويجاوب فيها الداعية على تساؤلات المدعو وآرائه بعيداً عن التعصّب والعصبيّة.

من مهارات الداعية في الحوار

هنا جملة من المهارات السلوكية والنفسية التي لا بدّ للداعية أن يكون على دراية بها، وأن يتقنها عندما يستخدم أسلوب الحوار- وكذلك الجدال- في العملية الدعوية من ذلك[٢٣]:

- وضوح الهدف من وراء إجراء الحوار أو إقامة الجدال والمناظرة.
- الاحترام المتبادل بين أطراف الحوار، والابتعاد عن الإيذاء المعنوي والمادّي.
- تمكّن الداعية من الموضوع الذي سيحاور فيه والاستعداد الجيد له.
- الدّقّة في تقديم الأدلة المناسبة والصحيحة الداعمة لأفكاره أو الناقضة لآراء الآخر.

- أن يَصْدُقَ الله تعالى في قصد إظهار الحق الذي فيه نصرة الدعوة لا نصرة ذاته، فلا يتعصّب لذات قوله، أو يتعصب لنفسه. فمن مقولات الإمام الشافعي المحفوظة والمشهورة: "ما كلمت أحداً قط إلا أحببت أن يوفّق ويسدّد ويُعان، وتكون عليه رعاية الله وحفظه. وما ناظرني فباليتُ؛ أظهرتِ الحجّة على لسانه أو لساني".
- أن يتجنب لغة التحدّي والتعالي والإفحام لما يُسبّبه من نفور الخصم والحضور، وتعصبهم لما هم عليه.
- أن يتصفّ بمهارة حسن الاستماع، وتجنب المقاطعة، واحترام الوقت.
- أن يلتزم الداعية بالقول الحسن وبالمجادلة بالأحسن، ويبتعد عن الصخّب.
- أن لا يشتم الداعية الخصم ولا يهينه، لأن ذلك يفقد الحوار والجدال هدفه.
- أن ينصف الداعية الطرف الآخر ولو كان خصمه.

سادساً: تطبيقات دعوية لأُسلوب الحوار

يقتصر محور تطبيقات أسلوب الحوار على المجال الدعوي فقط، وعلى نماذج محدودة بهدف تقديم الشواهد، والدلالة على إمكانات هذا الأسلوب في خدمة العملية الدعوية.

أ- نموذج قرآني دعوي حواري: من ذلك ما دار من حوار دعوي بين موسى عليه السلام وفرعون، كما في قوله تعالى: (قَالَ فَمَنْ رَبُّكُمَا يَامُوسَى* قَالَ رَبُّنَا الَّذِي أَعْطَى كُلَّ شَيْءٍ خَلْقَهُ ثُمَّ هَدَى* قَالَ فَمَا بَالُ الْقُرُونِ الْأُولَى قَالَ عِلْمُهَا عِنْدَ رَبِّي فِي كِتَابٍ لَا يَضِلُّ رَبِّي وَلَا يَنْسَى)(طه، ٤٩-٥٢).

ب- نموذج نبوي في حوار المدعوين: من ذلك، عَنْ أَبِي جَمْرَةَ، قَالَ: كُنْتُ أَقْعُدُ مَعَ ابْنِ عَبَّاسٍ يُجْلِسُنِي عَلَى سَرِيرِهِ فَقَالَ: أَقِمْ عِنْدِي حَتَّى أَجْعَلَ لَكَ سَهْمًا مِنْ مَالِي فَأَقَمْتُ مَعَهُ شَهْرَيْنِ، ثُمَّ قَالَ: إِنَّ وَفْدَ عَبْدِ القَيْسِ لَمَّا أَتَوُا النَّبِيَّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: «مَنِ القَوْمُ؟ - أَوْ مَنِ الوَفْدُ؟ -» قَالُوا: رَبِيعَةُ. قَالَ: «مَرْحَبًا بِالقَوْمِ، أَوْ بِالوَفْدِ، غَيْرَ خَزَايَا وَلاَ نَدَامَى»، فَقَالُوا: يَا رَسُولَ اللَّهِ إِنَّا لاَ نَسْتَطِيعُ أَنْ نَأْتِيكَ إِلَّا فِي الشَّهْرِ الحَرَامِ، وَبَيْنَنَا وَبَيْنَكَ هَذَا الحَيُّ مِنْ كُفَّارِ مُضَرَ، فَمُرْنَا بِأَمْرٍ فَصْلٍ، نُخْبِرْ بِهِ مَنْ وَرَاءَنَا، وَنَدْخُلْ بِهِ الجَنَّةَ، وَسَأَلُوهُ عَنِ الأَشْرِبَةِ: فَأَمَرَهُمْ بِأَرْبَعٍ، وَنَهَاهُمْ عَنْ أَرْبَعٍ، أَمَرَهُمْ: بِالإِيمَانِ بِاللَّهِ وَحْدَهُ، قَالَ: «أَتَدْرُونَ مَا الإِيمَانُ بِاللَّهِ وَحْدَهُ» قَالُوا: اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَعْلَمُ، قَالَ: «شَهَادَةُ أَنْ لا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ، وَإِقَامُ الصَّلاَةِ، وَإِيتَاءُ الزَّكَاةِ، وَصِيَامُ رَمَضَانَ، وَأَنْ تُعْطُوا مِنَ المَغْنَمِ الخُمُسَ» وَنَهَاهُمْ عَنْ أَرْبَعٍ: عَنِ الحَنْتَمِ وَالدُّبَّاءِ وَالنَّقِيرِ وَالمُزَفَّتِ "، وَرُبَّمَا قَالَ: «المُقَيَّرِ» وَقَالَ: «احْفَظُوهُنَّ وَأَخْبِرُوا بِهِنَّ مَنْ وَرَاءَكُمْ»[٢٤]. ومن يتأمّل هذا الحوار: يجد فيه حواراً بين داعية ومدعوين مسلمين. ويجد فيه صبر الداعية على طول الحوار التعليمي.

٢. أسلوب الترغيب والترهيب والموعظة الحسنة.

رأى الباحث أن يجمع هذه الأساليب معاً نظراً لتقاربها واتفاق سماتها التطبيقية، وسيتم البدء بأسلوب الترغيب والترهيب معاً لاقترانهما معاً ولحاجة المقارنة بينهما، ثم الانتقال إلى أسلوب الموعظة الحسنة. والحقيقة أن أسلوب الترغيب والترهيب هو أسلوبان: أسلوب الترغيب وأسلوب الترهيب. ولكنّ طبيعتهما تقتضي دمجهما معاً في سياق عرضهما لما بينهما من تلازم في الفهم النظري واقتران في التطبيق العملي إلى حدٍّ كبير. ولأسلوبي الترغيب والترهيب اسم آخر هو: أسلوبا البشارة والنذارة. وهما من أساليب الدعوة المركزية، وذات التأثير الفعّال، والحضور الواسع؛ وذلك لارتباطهما النفسي الكبير بطبيعة تكوين الذّات الإنسانية التي خلقها الله تعالى، وما فيها من خصائص انفعالية، ورغبات ذاتية تنحو دائماً لتحصيل كل مرغوب ومحبوب، واجتناب كل مؤلم ومكروه. كما أنها أساليب تحاكي طموح النفس الإنسانية في تحصيل المقامات العالية، كمنزلة الجنان، والابتعاد عن المدارك السفلية، كدرك النار وسخط العزيز الجبار.

أ- في مفهوم أسلوب الترغيب وأسلوب الترهيب

يعرف الترغيب اصطلاحاً بأنه "كل ما يشوّق المدعو إلى الاستجابة وقبول الحق والثبات عليه"[٢٥]، ويعرف الترهيب اصطلاحاً بأنه "كل ما يخيف ويحذر المدعو من عدم الاستجابة أو رفض الحق أو عدم الثبات عليه بعد قبوله"[٢٦]. وهذان التعريفان لهما جاءا في سياق الدعوة وهو موضوع الدراسة. ومن المصطلحات المعادلة لهذين المصطلحين، مصطلح البشارة أو التبشير، ويراد به: إدخال الفرح إلى النفوس بإخبارها بما يسرّها، والنذّارة أو الإنذار، ويراد به: التحذير والتخويف من خطر داهم أو سوء عاقبة لفعل غير حسن[٢٧].

وعليه، يعرّف الباحث أسلوب الترغيب في العملية الدعوية، بأنه: الطريقة القائمة على مخاطبة الداعية للمدعو بما يسرّه ويبشره بِوَعْد الله تعالى في القرآن والسنة، إنْ هو استجاب له سبحانه لتصديق خبره، أو فعل أمره أو ترك نهيه. ويعرّف كذلك أسلوب الترهيب في العملية الدعوية، بأنه: الطريقة القائمة على مخاطبة الداعية للمدعو بما يخوّفه ويحذره بوعيد الله تعالى له في القرآن والسنة، إن هو رفض الاستجابة له سبحانه بتصديق خبره، أو ترك أمره، أو فعل نهيه.

ب- التأسيس الشرعي لأسلوب الترغيب والترهيب

- قوله تعالى: (إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَا تُسْأَلُ عَنْ أَصْحَابِ الْجَحِيمِ)(البقرة، ١١٩)، وقوله تعالى (يَاأَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا) (الأحزاب، ٤٥). قال أهل التفسير: (بشيراً) أي: لمن أطاعك بالسعادة الدنيوية والأخروية، و (نذيراً) لمن عصاك بالشقاوة والهلاك الدنيوي والأخروي[٢٨]. والمبشر هو المخبر بالبشر والبشارة، وهي: الحادِث

المُسّر لِمن يُخْبَرُ به، والوَعْدُ بالعطية، والنبي صلى الله عليه وسلم مبشرٌ لأهل الإيمان والمطيعين بمراتب فوزهم. والنذير: مشتّق من الإنذار، هو الإخبار بحلول حادثٍ مسيء أو قرب حلوله. والنبي صلى الله عليه وسلم منذر للذين يخالفون عن دينه من كافرين به، ومن أهل العصيان[٢٩].

- قول النبي صلى الله عليه وسلم لما بعثَ معاذاً وأبا موسى إلى اليمن: (ادعوا الناس، وبشّرا ولا تنفرّا، ويسِّرا ولا تعسّرا) [٣٠]. وقوله صلى الله عليه وسلم لماّ بعث أحداً من أصحابه في بعض أمره: (بشّروا ولا تُنفِرّوا، ويسِّروا ولا تعسّروا) [٣١]. قال النووي في تلك الأحاديث: "الأمر بالتبشير بفضل الله، وعظيم ثوابه، وجزيل عطائه، وسعة رحمته، والنهي عن التنفير بذكر التخويف وأنواع الوعيد، مَحْضةً من غير ضمّها إلى التبشير. وفيه: تأليف من قَرُب إسلامه وترك التشديد عليه، وكذلك من بَلَغَ ومن تاب من المعاصي، كلهم يتلطّف بهم، ويُدّرجّون في أنواع الطاعات قليلاً قليلاً"[٣٢].

وبناء على ما جاء في النصوص الشرعية فإن أسلوب الترغيب والتبشير في الدعوة هو الأصل وهو المقدّم. ولكن عند التطبيقات الميدانية فقد يلزم في مواضع معينة تقديم الترهيب، ولكن على رأي النووي المتقدّم، الذي يفضل الاستدراك عليه بالترهيب، أو أن يجمع إليه شيئا من الترغيب. والدليل على أن الأصل في التصور الدعوي العام هو تقديم أسلوب الترغيب. يتضح مما تقدّم من الأدلة السابقة، أن كلها جاء فيها الترغيب والتبشير مقدّماً على الترهيب والإنذار. (مبشراً ونذيراً)، (وبشرا ولا تنفرا)، وكذلك يستدلّ على هذا الأصل، بقول النبي صلى الله عليه وسلم: (إنّ الله لمّا قضى الخَلْق كتبَ عنده فوق عرشه: إنّ رحمتي سبقت غضبي)[٣٣].

ج - من مهارات وحِكْمة استخدام أسلوب الترغيب والترهيب: ما يأتي:

- مهارة الاعتدال في جُرْعة الترغيب والترهيب وكمّ كل منهما.
- مهارة التوازن في استخدام كلّ من أسلوب الترغيب والترهيب.
- مهارة تقدير حال المدعو، وما هو الأنسب في حقّه: الترغيب أم الترهيب؟
- مهارة الاستشهاد بنصوص الترغيب والترهيب الثابتة وصحة الاستدلال بهما على واقع المدعو.
- مهارة تغليب أسلوب الترغيب ما استطاع الداعية إلى ذلك سبيلا.

د- من تطبيقات أسلوب الترغيب والترهيب في الدعوة

تطبيقات أسلوب الترغيب وأسلوب الترهيب في العملية الدعوية كثيرة جداً في القرآن والسنة[٣٤].من ذلك: تطبيق التوازن في استخدام أسلوب الترغيب وأسلوب

الترهيب في القرآن والسنة في سياق واحد.ومثاله في القرآن الكريم، قول الله تعالى: (هَذَانِ خَصْمَانِ اخْتَصَمُوا فِي رَبِّهِمْ فَالَّذِينَ كَفَرُوا قُطِّعَتْ لَهُمْ ثِيَابٌ مِنْ نَارٍ يُصَبُّ مِنْ فَوْقِ رُءُوسِهِمُ الْحَمِيمُ * يُصْهَرُ بِهِ مَا فِي بُطُونِهِمْ وَالْجُلُودُ * وَلَهُمْ مَقَامِعُ مِنْ حَدِيدٍ* كُلَّمَا أَرَادُوا أَنْ يَخْرُجُوا مِنْهَا مِنْ غَمٍّ أُعِيدُوا فِيهَا وَذُوقُوا عَذَابَ الْحَرِيقِ * إِنَّ اللَّهَ يُدْخِلُ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ يُحَلَّوْنَ فِيهَا مِنْ أَسَاوِرَ مِنْ ذَهَبٍ وَلُؤْلُؤًا وَلِبَاسُهُمْ فِيهَا حَرِيرٌ) (الحج، ١٩-٢٣).وأما في السنة النبوية فمثال ذلك، قول النبي صلى الله عليه وسلم: (إنّ الصدق يهدي إلى البرّ، وإن البرّ يهدي إلى الجنة، وإن الرجل لَيصدقُ حتى يُكتب صديقاً، وإن الكذب يهدي إلى الفجور، وإن الفجور إلى النار، وإن لَيَكذبُ حتى يُكتب كَذّاباً) [٣٥]. ومما جاء من السنة في أسلوب الترغيب أو الترهيب حسب حال المدعو. مثال ذلك في حال المدعو المسلم وصلته لأرحامه: قول النبي صلى الله عليه وسلم: (مَنْ سَرَّه أن يُبْسَطَ لَهُ في رزقه أو ينسَأَ له في أثره[٣٦] فليصل رحمه)[٣٧]. وقوله صلى الله عليه وسلم: (الرَّحِمُ مُعَلّقةٌ بالعرش، تقول: مَنْ وَصَلني وصَلَه الله، ومَنْ قطعني قطعه الله)[٣٨].

٣. أسلوب الموعظة الحسنة

يمكن للباحث تعريف أسلوب الموعظة الحسنة في العملية الدعوية، بأنه "قيام الداعية بمخاطبة المدعوين بكلام يغلبُ فيه الترغيب والترهيب، تذكيراً لهم بعواقب الأمور، ونصحاً بِفعل الخير وترك الشرّ".

ومن الآيات الأساسية المقرّرة لهذا الأسلوب، والمبيّنة لأهم صفاته، وهو "الحُسْن في الأداء"، قوله تعالى: (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ) (النحل، ١٢٥)، وهي آية تستحق أن ننقل كلام المفسرين لها؛ لأنه شرح علمي لهذا الأسلوب. فمن ذلك: قال الطبري: (بالموعظة الحسن): "بالعبر الجميلة التي جعلها الله حجة عليهم في كتابه، وذكّرهم بها في تنزيله"[٣٩]، وقال ابن كثير: "أي: بما فيه من الزواجر والوقائع بالناس ذكرهم بها، ليحذروا بأس الله"[٤٠]. وقال السعدي: "بالأمر والنَّهي المقرون بالترغيب والترهيب"[٤١]. وقال أبو السعود: "أي: الخطابيات المقنعة، والعِبر النافعة على وجه لا يخفى عليهم أنك تناصحهم، وتقصد ما ينفعهم"[٤٢]. وقال ابن عاشور: "والموعظة: القول الذي يليّن نفس المقُولِ لَهُ الخير. وَوَصْفُها بالحُسْن تحريضٌ على أن تكون ليّنةٌ مقبولةٌ عند الناس، أي: حَسَنةً في جنسها"[٤٣].ويظهر من مجموع كلام المفسرين أن أسلوب الموعظة الحسنة، أسْلوبٌ دعوي يمتاز بما يأتي: فيه تذكير ونصح واعتبار. وفيه لين وشفقة وحبّ الهداية. وفيه ترغيب وترهيب. وفيه طلب امتثال الشرع بالحسنى. وفيه مخاطبة الجانب الوجداني غالباً. وفيه إقناع المدعو بتلطف.

ومن تطبيقات أسلوب الموعظة الحسنة في السنة النبوية، ما جاء في وصف الصحابة لمواعظ النبي صلى الله عليه

وسلم.عن العرباض بن سارية، قال: وَعَظنا رسول الله صلى الله عليه وسلم موعظةً ذرفت منها العيون، ووجلت منها القلوب. فقلنا: يا رسول الله، إنّ هذه لموعظة مودِّع، فماذا تعهد إلينا؟ قال: (قد تركتكم على البيضاء ليلها كنهارها لا يزيغ عنها بعدي إلا هالك، ومن يعش منكم، فسيرى اختلافاً كثيراً، فعليكم بما عرفتم من سنتي وسنةِ الخلفاء الراشدين المهدين، عَضُّوا عليها بالنواجذ)[٤٤].

من أهم مهارات إلقاء الموعظة:

يذكر الباحث جملة من تلك المهارات وهي عديدة، دون الدخول في التفاصيل، من ذلك:

- حسن افتتاح الموعظة بما يناسب مقام الوعظ وموضوع الموعظة. بأن يفتتح الواعظ الموعظة بالحمد ابتداء، ثم يختار مدخلاً مناسباً لموضوعه يشوّق المستمعين. فمثلاً: ممكن يطرح سؤالا يمهد لموعظته. ودليل هذه المهارة: حديث أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صلى الله عليه وسلم قَالَ: (أَتَدْرُونَ مَا الْمُفْلِسُ؟)، قَالُوا: الْمُفْلِسُ فِينَا مَنْ لاَ دِرْهَمَ لَهُ وَلاَ مَتَاعَ. فَقَالَ: (إِنَّ الْمُفْلِسَ مِنْ أُمَّتِى يَأْتِي يَوْمَ الْقِيَامَةِ بِصَلاَةٍ وَصِيَامٍ وَزَكَاةٍ، وَيَأْتِي قَدْ شَتَمَ هَذَا وَقَذَفَ هَذَا وَأَكَلَ مَالَ هَذَا وَسَفَكَ دَمَ هَذَا وَضَرَبَ هَذَا، فَيُعْطَى هَذَا مِنْ حَسَنَاتِهِ وَهَذَا مِنْ حَسَنَاتِهِ، فَإِنْ فَنِيَتْ حَسَنَاتُهُ قَبْلَ أَنْ يُقْضَى مَا عَلَيْهِ، أُخِذَ مِنْ خَطَايَاهُمْ فَطُرِحَتْ عَلَيْهِ ثُمَّ طُرِحَ فِي النَّارِ)[٤٥].
- التنوع في استخدام أساليب الوعظ وعدم الاقتصار على نمط واحد. وهذا يتطلب من الواعظ تعلم أساليب الوعظ والإلْمام بخصائصها، وهي معروضة في كتب الدعوة وغيرها، وسيأتي بيانها لاحقاً. والمهم هنا، أن من مهارات الواعظ التنويع في الأساليب وعدم الجمود على أسلوب محدد في مواعظه.
- أن تكون المدة الزمنية للموعظة مناسبة للمقام. وبالعموم أن لا تكون طويلة، وأن يراعى فيها سبب الموعظة ومكانها وجمهورها وموضوعها.
- تخير الظرف المناسب لإلقاء الموعظة، وأجواء الجمهور الذي سوف يتلقاها. ومدى الحاجة إلى موضوعها. دليل هذه المهارة: بوّب البخاري لذلك بابا بعنوان: "بَاب مَا كَانَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَتَخَوَّلُهُمْ بِالْمَوْعِظَةِ وَالْعِلْمِ كَيْ لا يَنْفِرُوا". وساق فيه حديث ابن مسعود، قال: "كَانَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَتَخَوَّلُنَا بِالْمَوْعِظَةِ فِي الأَيَّامِ كَرَاهَةَ السَّآمَةِ عَلَيْنَا"[٤٦].
- التلطف في الإنكار على المتلبس بالسلوك الخطأ. ودليل هذه المهارة: حديث مُعَاوِيَةَ بْنِ الْحَكَمِ السُّلَمِيِّ، قَالَ: بَيْنَا أَنَا أُصَلِّي مَعَ رَسُولِ اللَّهِ صلى الله عليه وسلم إِذْ عَطَسَ رَجُلٌ مِنَ الْقَوْمِ، فَقُلْتُ يَرْحَمُكَ اللَّهُ. فَرَمَانِي الْقَوْمُ بِأَبْصَارِهِمْ، فَقُلْتُ: وَاثُكْلَ أُمِّيَاهْ مَا شَأْنُكُمْ تَنْظُرُونَ إِلَيَّ. فَجَعَلُوا يَضْرِبُونَ بِأَيْدِيهِمْ عَلَى

أَفْخَاذِهِمْ، فَلَمَّا رَأَيْتُهُمْ يُصَمِّتُونَنِي، لَكِنِّي سَكَتُّ فَلَمَّا صَلَّى رَسُولُ اللَّهِ صلى الله عليه وسلم فَبِأَبِي هُوَ وَأُمِّي مَا رَأَيْتُ مُعَلِّمًا قَبْلَهُ وَلاَ بَعْدَهُ أَحْسَنَ تَعْلِيمًا مِنْهُ، فَوَ للَّهِ مَا كَهَرَنِي وَلاَ ضَرَبَنِي وَلاَ شَتَمَنِي قَالَ: (إِنَّ هَذِهِ الصَّلاَةَ لاَ يَصْلُحُ فِيهَا شَيْءٌ مِنْ كَلاَمِ النَّاسِ، إِنَّمَا هُوَ التَّسْبِيحُ وَالتَّكْبِيرُ وَقِرَاءَةُ الْقُرْآنِ)[٤٧].

- التعريض بالمخطئ لا التعريف بشخصه. ودليل هذه المهارة: عَائِشَةُ قالت: صَنَعَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ شَيْئًا فَرَخَّصَ فِيهِ، فَتَنَزَّهَ عَنْهُ قَوْمٌ، فَبَلَغَ ذَلِكَ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، فَخَطَبَ فَحَمِدَ اللَّهَ ثُمَّ قَالَ: (مَا بَالُ أَقْوَامٍ يَتَنَزَّهُونَ عَنْ الشَّيْءِ أَصْنَعُهُ فَوَ اللَّهِ إِنِّي لأَعْلَمُهُمْ بِاللَّهِ وَأَشَدُّهُمْ لَهُ خَشْيَةً)[٤٨].
- الشاهد: قوله (ما بال أقوام).
- استخدام أسلوب التكرار في أداء الموعظة ومحاولة توصيل المطلوب، وجذب الانتباه والتأكيد على أهمية الفكرة. ودليل هذه المهارة: حديث عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو قَالَ: تَخَلَّفَ عَنَّا النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فِي سَفْرَةٍ سَافَرْنَاهَا فَأَدْرَكَنَا، وَقَدْ أَرْهَقَتْنَا الصَّلاةُ، وَنَحْنُ نَتَوَضَّأُ فَجَعَلْنَا نَمْسَحُ عَلَى أَرْجُلِنَا، فَنَادَى بِأَعْلَى صَوْتِهِ: (وَيْلٌ لِلأَعْقَابِ مِنْ النَّارِ) مَرَّتَيْنِ أَوْ ثَلاَثًا[٤٩].
- استثارة السؤال من المستمعين. ودليل هذه المهارة: ما رواه حَارِثَةَ بْنَ وَهْبٍ قَالَ: سَمِعْتُ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: (أَلا أَدُلُّكُمْ عَلَى أَهْلِ الْجَنَّةِ؟ كُلُّ ضَعِيفٍ مُتَضَعَّفٍ، لَوْ أَقْسَمَ عَلَى اللَّهِ لَأَبَرَّهُ، وَأَهْلِ النَّارِ كُلُّ جَوَّاظٍ عُتُلٍّ مُسْتَكْبِرٍ)[٥٠].
- الاعتناء المعتدل بمظهره الخارجي. من لِبْسٍ ونظافة وتطيّب ورتابة. ودليل هذه المهارة: بوَّبَ البخاري في صحيحه باباً بعنوان: بَاب التَّجَمُّلِ لِلْوُفُودِ وساق فيه حديث ابْن عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: وَجَدَ عُمَرُ حُلَّةَ إِسْتَبْرَقٍ تُبَاعُ فِي السُّوقِ، فَأَتَى بِهَا رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، فَقَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ ابْتَعْ هَذِهِ الْحُلَّةَ فَتَجَمَّلْ بِهَا لِلْعِيدِ وَلِلْوُفُودِ، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: (إِنَّمَا هَذِهِ لِبَاسُ مَنْ لا خَلاَقَ لَهُ (لكونها من الحرير لا إنكاراً لمطلب التجمل للوفود))[٥١].
- اختيار الهيئة المناسبة لإلقاء الموعظة ما بين الجلوس والوقوف. ودليل هذه المهارة، أن النبي صلى الله عليه وسلم كان يعطي الموعظة أحياناً وهو جالس وأخرى يكون متكئاً (وهذا لا بأس به مع الأصحاب أو في حالة التعب)، وأحيانا واقفا.
- عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرِو بْنِ الْعَاصِ: "أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَقَفَ فِي حَجَّةِ الْوَدَاعِ بِمِنى لِلنَّاسِ يَسْأَلُونَهُ"[٥٢].
- الإلقاء المترسّل للموعظة، بلا بطء ولا سرعة. ودليل هذه المهارة: حديث عَائِشَةُ قالت: "كَانَ النَّبِي صلى الله عليه وسلم يُحَدِّثُ حَدِيثًا لَوْ عَدَّهُ الْعَادُّ

لأَحْصَاهُ"[٥٣].

- عدم الثبات في نبرة واحدة للصوت، والتغيير فيها صعوداً وهبوطاً. ودليل هذه المهارة إضافة للحديث السابق في الإلقاء المترسل، حديث جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ: "كَانَ رَسُولُ اللَّهِ صلى الله عليه وسلم إِذَا خَطَبَ احْمَرَّتْ عَيْنَاهُ، وَعَلاَ صَوْتُهُ، وَاشْتَدَّ غَضَبُهُ، حَتَّى كَأَنَّهُ مُنْذِرُ جَيْشٍ يَقُولُ: صَبَّحَكُمْ وَمَسَّاكُمْ"[٥٤]. قال النووي: "يُسْتَدَلّ بِهِ عَلَى أَنَّهُ يُسْتَحَبّ لِلْخَطِيبِ أَنْ يُفَخِّم أَمْر الْخُطْبَة، وَيَرْفَع صَوْته، وَيُجْزِل كَلامه، وَيَكُون مُطَابِقًا لِلْفَصْلِ الَّذِي يَتَكَلَّم فِيهِ مِنْ تَرْغِيب أَوْ تَرْهِيب. وَلَعَلَّ اِشْتِدَاد غَضَبه كَانَ عِنْد إِنْذَاره أَمْرًا عَظِيمًا وَتَحْدِيده خَطْبًا جَسِيمًا"[٥٥].
- استخدام لغة الجسم وإظهار التفاعل النفسي. ودليل هذه المهارة: أن النبي صلى الله عليه وسلم كان يستخدم لغة الجسد بما يناسب مقام الوعظ والدعوة، من رفع الصوت وظهور ملامح الغضب وحركة الأصابع والإشارة بها، واحمرار عينيه، والإقبال بوجهه وغيرها مما جاءت به كتب السنة. منها على سبيل المثال: حديث أَبِي مُوسَى: عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: (الْمُؤْمِنُ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا ثُمَّ شَبَّكَ بَيْنَ أَصَابِعِهِ) وَكَانَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ جَالِسًا إِذْ جَاءَ رَجُلٌ يَسْأَلُ أَوْ طَالِبُ حَاجَةٍ أَقْبَلَ عَلَيْنَا بِوَجْهِهِ فَقَالَ: (اشْفَعُوا فَلْتُؤْجَرُوا وَلْيَقْضِ اللَّهُ عَلَى لِسَانِ نَبِيِّهِ مَا شَاءَ)[٥٦].

٤. أسلوب القصص

أ- تعرف القصة:

القصة هي:" إعادة عرض أحداث نسيها الناس أو غفلوا عنها من جديد لتذكيرهم بها، ليكون لهم منها عبرة وموعظة. وعرفت كذلك بأنها: أحاديث الأخبار الماضية، أو غير المرتبطة بزمن محدد. ولكنها في الَقُرْآن الكَرِيم دالة على التاريخ الماضي حصراً"[٥٧]. ويعرف الباحث أسلوب القصة الدعوي: هو قيام الداعية بسرد أحداث وقعت في الماضي، أو أخبار عن أشخاص وجماعات آخرين على المدعوين، بأسلوب فني متتابع، لتحقيق هدف دعوي معين. ومما يؤسس لهذا الأسلوب شرعا: أمْرُ الله تعالى للداعية الأول سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم باستخدام القصص في الدعوة، وبقصّهِ قصص القرآن الكريم على الناس. كما في قوله تعالى: (فَاقْصُصِ الْقَصَصَ لَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ)(الأعراف: ١٧٦).

ب- من ضوابط ومهارات أسلوب القصة في العملية الدعوية[٥٨]:

- أن تكون القصة حقيقية معبرة، وذات معانٍ مؤثرة، وظاهرة المقصود.
- أن لا تكون قصيرة مخلة بالمقصود، ولا طويلة مملّة.
- أن لا تطغى القصص على خطاب الداعية، فتنعدم فيه النصوص أو تقل، ويصبح كالقصاص لا هم له

إلا القصص.

- أن يتخلّلها تأصيل علمي، وتنبيه إلى المقصود، مع بيان الفوائد والعبر.
- اختيار القصة التي تناسب الموضوع الذي يتحدث الداعية فيه ويستشهد بالقصة عليه.
- اختيار القصة الصحيحة الخالية من الخرافات والأساطير والكذب والإسرائيليات.
- مراعاة أحوال المستمعين من حيث: المراحل العمرية والمستوى الثقافي.
- أن يكون أسلوب السرد مثيراً للانتباه، من حيث: أسلوب العرض للأحداث والمدة الزمنية ونبرة الصوت
- حسن الربط بين القصة وبين ما سيقت لأجله. فبعضهم يسوق القصة ثم ينسى نفسه.

جـ- من نماذج القصص القرآني والنبوي الصحيح:

١. نموذج من القصص القرآني لأنبياء الله: قصة نبي الله يونس عليه السلام: منها، قوله تعالى: (وَإِنَّ يُونُسَ لَمِنَ الْمُرْسَلِينَ* إِذْ أَبَقَ إِلَى الْفُلْكِ الْمَشْحُونِ* فَسَاهَمَ فَكَانَ مِنَ الْمُدْحَضِينَ*فَالْتَقَمَهُ الْحُوتُ وَهُوَ مُلِيمٌ* فَلَوْلَا أَنَّهُ كَانَ مِنَ الْمُسَبِّحِينَ* لَلَبِثَ فِي بَطْنِهِ إِلَى يَوْمِ يُبْعَثُونَ* فَنَبَذْنَاهُ بِالْعَرَاءِ وَهُوَ سَقِيمٌ* وَأَنْبَتْنَا عَلَيْهِ شَجَرَةً مِنْ يَقْطِينٍ)(الصافات، ١٣٩-١٤٦).

٢. نموذج من القصص النبوي في العدل والابتلاء: عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنِ النَّبِيِّ صلى الله عليه وسلم قَالَ: (بَيْنَمَا امْرَأَتَانِ مَعَهُمَا ابْنَاهُمَا، جَاءَ الذِّئْبُ فَذَهَبَ بِابْنِ إِحْدَاهُمَا. فَقَالَتْ هَذِهِ لِصَاحِبَتِهَا: إِنَّمَا ذَهَبَ بِابْنِكِ أَنْتِ، وَقَالَتِ الأُخْرَى: إِنَّمَا ذَهَبَ بِابْنِكِ، فَتَحَاكَمَتَا إِلَى دَاوُدَ فَقَضَى بِهِ لِلْكُبْرَى، فَخَرَجَتَا عَلَى سُلَيْمَانَ بْنِ دَاوُدَ عَلَيْهِمَا السَّلاَمُ فَأَخْبَرَتَاهُ، فَقَالَ: ائْتُونِي بِالسِّكِّينِ أَشُقُّهُ بَيْنَكُمَا. فَقَالَتِ الصُّغْرَى: لاَ يَرْحَمُكَ اللَّهُ هُوَ ابْنُهَا. فَقَضَى بِهِ لِلصُّغْرَى). قَالَ أَبُو هُرَيْرَةَ: وَاللَّهِ إِنْ سَمِعْتُ بِالسِّكِّينِ قَطُّ إِلاَّ يَوْمَئِذٍ مَا كُنَّا نَقُولُ إِلاَّ الْمُدْيَةَ[٥٩].

المبحث الثالث: وسائل تبليغ الدعوة وتطبيقاتها

١. وسيلة الخطبة على المنابر

يعرّف الباحث وسيلة الخطبة في تبليغ الدعوة: بأنها ما يُلْقيه الداعية من كلام نثري في موضوعات ذات صلة برسالة الإسلام على المنبر يوم الجمعة بشكل خاص، وأيام المناسبات الدينية (عرفة والأعياد والاستسقاء والكسوف)، بأسلوب فنِّي مؤثر، بهدف حَمْل الجمهور على التفاعل الإيجابي مع رسالته.

وتعدّ "خطبة الجمعة" تحديداً على المنابر في المساجد من يوم الجمعة، من أقوى وسائل تبليغ الدعوة حضوراً جماهيرياً في تاريخ المسلمين، فلا نعلم في تاريخ البشرية وسيلة اتصالية ثبتت لقرون، ولها قوّة في جَمْع الناس في مكان محدّد، يخرجون فيه من بيوتهم ويذهبون

إلى أمكنة متخصصّة وبدافع ذاتي، ويتكرّر ذلك منهم كلّ أسبوع بلا مَلل، وبلا تراجع في أعداد الحضور، لا نعلم في ذلك وسيلة بهذه الصفة وبهذه القوّة غير خطبة الجمعة في حضارة المسلمين، التي لها قداستها ورمزيتها في نفوس المسلمين. وقد أعطى القرآن الكريم هذه الوسيلة حقّها من الاهتمام، ورفع مقامها، حينما جعل سورة خاصة باسم سورة الجمعة، وذكر يوم الجمعة، وبين أحكامه، وأعطى خطبة الجمعة شرعيتها وخُصوصيتها، حتى حرّم البيع عند الشروع بها، وغير ذلك مما جاء تفصيله في النصوص الشرعية وكتب الفقه. ولعلّ من أكثر النصوص التي تؤسس لمشروعية هذه الوسيلة الدعوية، قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَى ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ)(الجمعة، ٩).

ولوسيلة خطبة الجمعة دور أساسي قامت به ولا تزال على تفاوت في ذلك قوة وضعفاً في حمل رسالة الإسلام، وتبليغ مضمونها للمدعوين من المسلمين. بل يمكن أن يُقال، لولا خطبة الجمعة في تاريخ المسلمين لانْدرَستْ كثير من مفاهيم الشريعة وأحكامها، ولوقع الناس في جهل عظيم، خاصة في تلك الفترات التي لا تتوفر فيها وسائل دعوية أخرى. فلنا نتصور أحوال عامّة الناس مع غياب حضورهم للجمعة لعشرات السنين.

وحتى ندرك أهمية وأثر الخطابة، أعرض نتيجة بحث أجري في مصر بعد إحدى خطب الجمعة المؤثرة حول الربا. أجري الاستفتاء قبل الخطبة وبعدها وكانت النتيجة كما يأتي: قبل الخطبة ٨٥٪ من المصلين كانوا يعرفون المفهوم الصحيح للربا. وبعد الخطبة ارتفعت النسبة إلى ٩٧٪. قبل الخطبة ٣٣٪ كانوا يعرفون عقوبة المرابي. وبعد الخطبة ارتفعت النسبة إلى ٥٩٪. قبل الخطبة ٧١ ٪ كانوا يعلمون أن البنوك المصرية تتعامل بالربا. وبعدها ارتفعت النسبة إلى ٩٤٪. قبل الخطبة ٥٠٪ كان يفضل الاستثمار في البنوك الإسلامية. وبعد الخطبة ارتفعت النسبة إلى ٦٤٪. وإذا انتقلنا عن خطبة الجمعة إلى مجالات أوسع. فلا يخفى عليكم الثورة الإعلامية التي يشهدها هذا العصر، وهذا الأمر يضاعف المسؤولية على أهل الحق بمخاطبة الملايين، عبر هذه الوسائل بأساليب مدروسة ومتقنة لا سيما ونحن نشاهد اليوم حرص أعداء الأمة، وأصحاب المذاهب المنحرفة على نشر عقائدهم، والتفنن في الأساليب الخطابية والإعلامية[٦٠].

ولقد استخدم النبي صلى الله عليه وسلم وسيلة الخطبة على المنبر خير استخدام وأكمله وأنفعه وأجوده، فبلّغ بهذه الوسيلة ما جاءه من الوحي من ربّه تعالى. وقد خطب الجمعة على المنبر منذ تأسيس المسجد النبوي إلى ساعة رحيله إلى الرفيق الأعلى. ويذكر الباحث فيما يأتي أوّل أمر هذه الوسيلة وآخرها في عهد النبي صلى الله عليه وسلم.

خصائص المحتوى الدعوي الجيد[٦١]:

١. الإيضاح والاستدلال: أما الإيضاح: فهو إيصال المعلومات والأفكار إلى المستمع بأساليب الكلام والعرض المختلفة. وأما الاستدلال: فهو الاستشهاد بالأدلة والحجج والبراهين والشواهد، سواء كانت من الكتاب والسنة أو أقوال السلف، أو من بعض الوقائع والأحداث من باب القياس والاعتبار.

٢. مراعاة الهدف من الموضوع. الخطاب رسالة موجهة لها هدف محدد. فعلى المتحدث أن يحدد هدفه من الموضوع، يبتدئ به ويعيده خلال الحديث سعيا إلى تحقيقه.

٣. حسن اختيار الكلمات والجمل. أما الكلمات فينبغي أن يختار المتحدث منها الكلمات العربيةَ الواضحةَ سهلةَ النطق لا يتعثر اللسان في إبرازها. وأما الجمل فالأفضل أن تكون قصيرة، كثيرة الإنشاء و الوصف.

٤. الوحدة الموضوعية وسلاسة الانتقال فالمتحدث الجيد يصوغ موضوعه على شكل وحدة موضوعية تتكون من عدة أقسام متدرجة، بحيث ينتقل من الفكرة إلى التي تليها بترتيب واضح و منطقي، وهذا الأمر يعين المستمع على المتابعة، واستيعاب الموضوع . ليس من المناسب أن يتكلم المتحدث مثلاً عن مظاهر الموضوع، ثم عن نقطة في العلاج، ثم أخرى في الأسباب، ثم يعود إلى الحديث عن المظاهر، وهكذا، وهذا يشوش على المستمع.

٥. مراعاة السامعين. ينبغي للمتحدث أن يراعي السامعين في اختيار الكلام، إذا كانوا من عامة الناس ينزل في العبارة على قدر عقولهم ويتجنب الألفاظ اللغوية البعيدة عن مداركهم، وإذا كانوا من الخاصة يتأنق معهم في الكلام، فيكون حكيماً مع جميع الفئات ، يضع الأشياء في مواضعها.

٦. المقارنة بين الواقع والمأمول. عند نقد الأخطاء، وتقويم السلوكات، إذ يسأم كثير من الناس من الأفكار النظرية في إنكار السلوك الخاطيء، لكنهم يتفاعلون أكثر إذا عرض الخطيب بعض المشاهد من أحوالهم الملموسة، وقارن بين هذه المشاهد ومشاهد من الأحوال الصحيحة المأمولة. أحوالنا التي نقع فيها هي أكثر الأشياء إثارة لاهتمامنا. لأن كل واحد منا يشعر في هذه الحالة أنه معني بهذا الكلام دون من سواه.

الإعداد الجيد للمحتوى الدعوي (خطبة أو موعظة أو درساً) ومراعاة المعاصرة:

من خصائص الإعداد الجيد سواء لموضوع الخطبة أو الموعظة ومراعاة المعاصرة فيه: ترتيب الأفكار والعناصر بحيث لا تكون مبعثرة لا ترابط بينها، الأمر الذي يؤدي إلى تشويش السامعين، وتنافر أذهانهم، وعدم تركيزهم على الموضوع الأساسي للخطبة. وإعطاء

عناصر الخطبة وأفكارها ما تستحقه من البيان والإيضاح، بشكل متوازن دون أن يطغى فيها عنصر على آخر، حيث إن بعض الخطباء أحياناً يطيل الكلام حول فكرة واحدة على حساب الأفكار الأخرى، وبذا لا يوصل كل ما يريد إلى الناس بصورة متكاملة شاملة لجوانب الموضوع. ونضوج الفكرة، وعمقها، وتخلص الأسلوب من التكرار الكثير، واختيار الألفاظ والتراكيب القوية التي تبرز المعاني في أثواب جذابة، فرب معنى جميل صرف الناس عن التأمل فيه، ضعف الألفاظ، ورداءة الأسلوب، وسوء التعبير. ومناسبة الموضوع لظرف الواقع الذي يعيشه الحاضرون. وهذه المناسبة لا شك أنها متغيرة، لكنها ينبغي أن تكون نابعة من صميم واقع الناس، متجددة بتجدد مشكلاتهم وحاجاتهم. ومما يجدر بالخطيب أن يراعي الأهم فالمهم من الأمور والموضوعات، صحيح أن بعض الأمراض الاجتماعية مشتركة في كل العصور، وفي كل الأجيال، لكن يبقى لكل بيئة خصائصها، ولكل زمان معطياته، وكلما جمع الخطيب بين الأصالة والمعاصرة، وبين فقه الواقع وسعة الاطلاع كان أعظم بصيرة وأوسع تأثيرا في النفوس. إن الخطيب الموفق يبرع في انتزاع موضوعات خطبه من المناسبات الاجتماعية في مجتمعه، أو من الأحداث والوقائع التي تمر بأمته، والخطيب البارع يستطيع أن يوجد علاقة بين موضوعه - مهما كان- وبين واقعه، ويستطيع أن يستخرج من هذا الواقع من الصور والأمثال، والقصص، ما يحقق غرضه من تبصير الناس، وتعليمهم وتثقيفهم"[٦٢].

أهم مراحل إعداد المحتوى الدعوي (خطبة أو موعظة أو درساً).

من أهم مراحل العمل في إعداد المحتوى الدعوي سواء كان خطبة أو موعظة: القراءة في الموضوع. بعد اختيار الموضوع الذي يود الخطيب طرحه يحسن به أن يقرأ ما كتب عن الموضوع، أو بعض ما كتب، فمن شأن تلك القراءة أن تثري الخطبة وتجعل الخطيب ملما بجوانب الموضوع، إذ ليس الأمر قاصراً على مجرد الخطبة بل ربما سئل عن جوانب من الموضوع. ثم جمع النصوص. إن الخطيب حين يخطب عن موضوع إنما يِريد بيان حكم الله عز وجل فيه، أو يريد بيان ما أعد الله عز وجل لأولِيائه وما أعد لأعدائه، أو يريد بيان صفات الله عز وجل أو أسمائه، أو غير هذه الموضوعات التي قيامها على معرفة ما قال الله وقال رسوله. ويبدأ الخطيب بجمع الآيات القرآنية الكريمة المتعلقة بهذا الموضوع، ويستعِين على ذلك بالمعجم المفهرس لألفاظ القرآن الكريم، فمثلًا إذا أراد أن يخطب عن التقوى رجع إلى المعجم ليستخرج الآيات الدائرة حول هذا الموضوع. وإذ أراد أن يخطب عن العدل رجع إلى المعجم مادة عدل ومادة قسط ليعرف الآيات الدائرة حول موضوع العدل ثم يجمع الأحاديث النبوية المتعلقة بالموضوع، ويستعين أيضًا بالمعجم

المفهرس لألفاظ الحديث، ويمكن أيضًا أن يرجع إلى شرح السنة للبغوي وجامع الأصول لابن الأثير. ولا يعني جمع هذه النصوص أن يذكرها كلها في الخطبة ولكن اطلاعه عليها يجعله ملمًا بأطراف الموضوع ليطرحه من الجهة الأكثر تأثيرًا في نفوس الناس. ثم الرجوع إلى أقوال أهل العلم. وتبدأ هذه المرحلة بالرجوع إلى أقوال المفسرين للآيات التي اختارها الخطيب، والتي تعالج الموضوع الذي يطرحه، ثم الرجوع إلى شراح الحديث أيضًا. وبعد ذلك يراجع كتب أهل العلم في مظان الموضوع الذي يطرحه، فعلى سبيل المثال إذا كان الموضوع عقدياً رجع إلى كتب العقيدة، واستفاد من فهارس تلك الكتب اهتداء لما يريد، وإذا كان الموضوع فقهيا رجع إلى كتب الفقه. وإذا كان الموضوع في الآداب رجع إلى كتب الآداب. وقد يكون في الموضوع كتاب مفرد، فإن كان، فذلك أفضل وأنفع للخطيب. ثم إذا كان الموضوع عن ظاهرة معاصرة حسن بالخطيب أن يراجع كلام المعاصرين، ويذكر بعض الإحصائيات التي تزيد الموضوع ثراء والسامع إقناعاً. ثم ضم الموضوع في نسق واحد: وبعد مرحلة الجمع هذه يضم الخطيبِ زبدة ما جمع في نسق واحد، فيضع مخططا للأفكار التي يريد طرحها، ويكتب خطبته بناء على هذا المخطط ويراعي تسلسل الأفكار، وترابط الجمل والعبارات"[٦٣].

نموذج في الجوانب الإعلامية في الخطبة الإسلامية

من الدلالات الإعلامية في خطبة الصفا التي جاءت في الصحيح[٦٤]، عن ابن عباس رضي الله عنهما قال: "لما نزلت: (وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ)(الشعراء: ٢١٤) صعد النبي صلى الله عليه وسلم الصفا، فجعل ينادي: يا بني فهر، يا بني عدي- لبطون قريش- حتى اجتمعوا فجعل الرجل إذا لم يستطع أن يخرج أرسل رسولاً لينظر ما هو، فجاء أبو لهب وقريش، فقال: أرأيتكم لو أخبرتكم أن خيلا بالوادي تريد أن تغير عليكم أكنتم مصدقي؟ قالوا: نعم، ما جربنا عليك إلا صدقاً. قال: فإني نذير لكم بين يدي عذاب شديد. قال أبو لهب: تباً لك سائر هذا اليوم، ألهذا جمعتنا؟ فنزلت: (تَبَّتْ يَدَا أَبِي لَهَبٍ وَتَبَّ - مَا أَغْنَى عَنْهُ مَالُهُ وَمَا كَسَبَ)(المسد: ١-٢])"، ما يأتي[٦٥]:

١. مبدأ البشارة والنذارة: وهو مبدأ أصيل من أهم مبادئ الإعلام الإسلامي؛ حيث إن الاتصال من خلال المنظور الإسلامي ينبغي له أن يلتزم هذا المبدأ في مخاطبة الناس وتوجيه الأحداث، فالإعلام الإسلامي يبشر الناس، ويفتح أمامهم آفاق الأمل، ولا يثبط هممهم، وهو أيضا ينذرهم من سوء المصير لمن لم يعتبر بالآيات والسنن، وأتبع نفسه هواها، وتمنى على الله الأماني.

٢. من الاتصال الشخصي إلى الاتصال الجمعي: لقد كانت هذه الخطبة نقلة عظيمة للحركة بالدعوة الإسلامية في العهد المكي، حيث كانت البداية

الحقيقية للاتصال الجمعي، الذي تميزت به الحضارة الإسلامية في عهد النبوة والخلافة الراشدة، وفي العهود الإسلامية الزاهرة. لقد كان الاتصال الدعوي قبل هذه الخطبة يدور في إطار الجماعات الأولية مثل: الأسرة، والأصدقاء، ومن يثق بهم الرسول صلى الله عليه وسلم مثل: زوجته خديجة بنت خويلد، وابن عمه علي بن أبي طالب، وصديقه أبي بكر الصديق رضي الله عنهم جميعاً. فلما نزل قول الله تعالى: (فَاصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ) (الحجر، ٩٤) أرشد الله تعالى نبيه إلى هذا الشكل الاتصالي الجديد في حمل الدعوة الإسلامية.

٣. فن التوقيت: لقد راعى الرسول صلى الله عليه وسلم ظروف الزمان المواتية، ودرس اللحظة المناسبة لتحقيق أكبر قدر ممكن من الإقناع برسالات ربه. لقد جاءه الأمر الإلهي بالصدع برسالته، ومكاشفة المجتمع الجاهلي بدعوته، فساق لهم الحقيقة كاملة، والجدير بالذكر أن هذه الدلالة الإعلامية في خطبة الصفا تؤصل لنا مبدأ من أهم مبادئ الإعلام الإسلامي، ألا وهو العرض الموضوعي، وقول الحقيقة، والبعد عن التعتيم الإعلامي، وتزوير الأخبار، وتلفيق الوقائع، وتزييف الحقائق، لما في ذلك من امتهان لحرية الإنسان وكرامته، وتلاعب بعقله.

٤. المقاصد الحسنة والغايات السامية تقتضي استخدام الوسائل المناسبة: فقد وفق الرسول صلى الله عليه وسلم في أعلى وسيلة تختصر مساحات المكان، وتخاطب أكبر عدد من الناس في أسرع وقت ممكن، فصعد جبل الصفا، ولعل في هذا دلالة أهمية العناية بالوسيلة، والتألق في فنون الاتصال الإعلامي لإقناع الناس بالحق، وحتى لا يكون سبب الإعراض عن الدعوة الإسلامية عجز القائم بالاتصال عن القيام بواجبه.

٥. المدخل الاتصالي المناسب: لقد كانت كلمة: "يا صباحاه" التي استهل بها الرسول صلى الله عليه وسلم خطبة الصفا غاية البدايات الجيدة، والاستهلال الحسن، والمدخل المثير للانتباه والاهتمام، والمحرك للوعي، والملفت للنظر في مجتمع ديدنه الحروب التي كانت تنشب بين قبائله لأتفه الأسباب؛ لذا كان حسن الابتداء هذا مفتاحاً لعقول القوم، فجاءوا زرافات ووحداناً، حتى إن الرجل إذا لم يستطع أن يخرج أرسل رسولاً، حتى امتلأت ساحة الصفا.

٦. إشراك الجمهور في العملية الاتصالية والحوار المفتوح: وهذا الأسلوب الحواري في الإعلام له أثره الفعال في تحقيق الإقناع والاقتناع، وهذا ما تؤكده الدراسات الاتصالية، حيث تعد من مؤهلات الإقناع

بالرسالة الإعلامية إشراك الجمهور المتلقي في العمل الإعلامي. كما أن الدراسات الإعلامية تؤكد أيضا على احترام إرادة الإنسان وحريته الاتصالية، والحوار، والمناقشة. فالإعلام إنما يكون للناس وليس للقائم بالاتصال، فإذا كان الناس لا يستمعون للقائم بالاتصال، وإذا كان لا يقرأ رسائله إلا هو فالسكوت له أفضل من صرخة في واد.

٧. ربط الطرح الإعلامي بمسلمات الأمة: وذلك لأن الإطار المرجعي يقوم بتمرير المعلومات والمعارف المقبولة بناء على أساس المخزون المعرفي الذي تكون نتيجة العوامل الثقافية المؤثرة على شخصية الإنسان، بالإضافة إلى قيم المرء الدينية وتقاليده الاجتماعية، ولذلك فإنه ينبغي على القائم بالاتصال مراعاة الرواسب الفكرية والاجتماعية التي تكون الإطار المرجعي، حتى يقرر الإطار المرجعي قبول هذه المعلومات، ومن ثم تمثلها واختزانها، لتكون نظاماً معرفياً، يحكم مواقفه وسلوكه. وقد جاءت دلالة الطرح الإعلامي بالمسلمات العقلية والفكرية والاجتماعية عندما بدأ الرسول صلى الله عليه وسلم خطبة الصفا بقوله: "يا صباحاه"، وهذا الهاتف له دلالة في مجتمع القبائل والعشائر التي يغير بعضها على بعض لأتفه الأسباب، هذه الكلمة تعني: الجيش صبحكم أو مساكم "يا بني فلان، يا بني فلان" يدعو العشائر القرشية بأحب الأسماء إليها، وبما تعارفوا عليه في مجتمعهم، ليثير فيهم النخوة والحمية.

٨. المكاشفة والمصارحة في الطرح الإعلامي: هذه الدلالة تؤكدها نصوص خطبة الصفا جميعها، فقد صدع الرسول صلى الله عليه وسلم بحقيقة الألوهية وحقيقة الإنسان وحقيقة الدين وحقيقة ما عليه ذلك المجتمع الجاهلي من خلال ما عاب على قومه أن يأسروا أنفسهم للتقاليد الموروثة عن آبائهم وأجدادهم دون تفكير ودون تحرير لعقولهم من أسر الاتباع الأعمى لجاذبية تلك المواريث التي لا تقوم على الفكر والمنطق السليم. لقد كانت هذه الخطبة غاية في مفاصلة القوم على المبدأ كما كانت غاية في البلاغ، إذ لم تكن طريقاً أقصر من هذا البيان وأوضح وأبين، فقد أوضح لأقرب الناس إليه أن التصديق برسالة الإسلام هو أس الصلة، والرابطة الحقة بين النبي صلى الله عليه وسلم وبين قومه، بل بينه وبين أقرب الناس إليه. والمكاشفة بالحقائق من مبادئ الإعلام الإسلامي؛ لأن الإعلام الذي ينطلق من هدي النبي صلى الله عليه وسلم لا يبالي فيما يدعو إليه وفي طريق تعامله مع الناس بالمصلحة الآنية ولا المكاسب السياسية المرحلية، ولا يهتم بتحقيق أغراض وأعراض دنيوية طارئة، فيتنازل وينادي بنصف الحقيقة ويوافق على إجراء أي تسوية

أو تأييد مشروط؛ لأنه الإعلام الهادف إلى نشر عقيدة التوحيد الملتزم بالأوامر والنواهي الموصول بها، لا يقول إلا الحق ولا يهدف إلا إلى إظهار دين الحق في الأرض[٦٦].

٢ . وسيلة إرسال الرسالة وتأليف الكتاب

يقصد بوسيلة تأليف الكتاب في العملية الدعوية، هو أن يستخدم الداعية إلى الله الكتاب بكل أشكاله لإيصال محتوى الرسالة الدعوية إلى المدعوين مقروءة لا مسموعة، سواء بتقديم الكتب الجاهزة أو القيام بتأليفها بنفسه. والكتاب، هو المادة المجموعة المكتوبة في حيّز محدد. وعليه، فالمقصود بالكتاب بكل أشكاله كما ورد في التعريف، هو الكتاب بمختلف أحجامه. وقد استخدم النبي صلى الله عليه وسلم أسلوب كتابة الرسائل الدعوية في مخاطبته للملوك والأمراء في الجزيرة وما حولها يدعوهم فيها إلى الله تعالى وحده، والدخول في الإسلام. "وقد كانت رسائل النبي صلى الله عليه وسلم التي وجهها إلى الملوك المحيطين بالجزيرة العربية كهرقل وكسرى والمقوقس، والنجاشي مكتوبة على الرَّقِّ"[٦٧]. والرَّق هو ما يكتب فيه، وهو جليد رقيق، وكل صحيفة فهي رقّ. ومنه قوله تعالى: ﴿فِي رَقٍّ مَنْشُورٍ﴾(الطور، ٣)، وما كان يميّز الرقّ عن سائر أنواع الجلود المستخدمة في الكتابة، أنه أقل سماكة منها، وقد كان هو المادّة الأساسية التي يكتب عليها العرب[٦٨]. وقد رغّب النبي صلى الله عليه وسلم بوسيلة الكتابة في الموضوعات النافعة للأمة المسلمة أيمّا ترغيب، فقال صلى الله عليه وسلم: (إذا مات ابن آدم انقطع عمله إلا من ثلاثة: إلا من صدقة جارية، أو علمٍ ينتفع به، أو ولد صالح يدعو له)[٦٩]. وعليه، فوسائل الدعوة المطبوعة من أشكال الكتب المختلفة هي من الأعمال التي يبقى ثوابها لمؤلفّها دائماً ولا ينقطع بعد موته؛ لأنها من العلم المكتوب النافع[٧٠].

مجالات للسير في تأليف الكتب دعوياً

المجال الأول: استخدام وسيلة تأليف الكتاب بكافة أشكاله في مجال علم الدعوة. فيكون التأليف فيما يقعّد للدعوة وأصولها وقواعدها وتاريخها وعناصرها وغير ذلك مما له صلة بعلوم الدعوة. ومنه هذا الكتاب.

المجال الثاني: استخدام وسيلة تأليف الكتاب بكافة أشكاله وأنماطه في مجال شرح محتوى الرسالة الدعوية. وهو المجال الأكثر تأليفاً في تاريخ المسلمين وحاضرهم. فكل ما تمّر تأليفه فيه شرح لمحتوى الكتاب والسنة (الإسلام الشامل) هو من ذلك. سواء أكان مجلدات عديدة مثل تفسير الطبري أم كان مطويات بورقات عديدة في صوم رمضان.

ولا بدّ من أن يسير الدعاة والعلماء المسلمون في الكتابة في المجالين، ورفدهما بالمزيد. آخذين مطلب الإتقان[٧١] الذي دعا إليه الإسلام، والذي يمكن ترجمته عملياً بالمواصفات والمهارات والقواعد الآتية:

- أن يُبتغى وجه الله بالتأليف حتى يحقق شروط الصدقة الجارية.
- أن يُقصد من التأليف نصرة الدعوة: فقهاً ونشراً وتطبيقاً وتفوقاً.
- أن يكون التأليف فيما يتصل بخطاب الوحي ومقاصد الشريعة وقضايا الأمة.
- أن يكون التأليف في كل نافع من علوم الدنيا يخدم دين الأمة ودنياها.
- أن تكون عملية التأليف عملية واعية ومنظمة، ومؤسسية قدر الإمكان.
- أن يرتبط التأليف بحاجة الأمة المعاصرة.
- أن تتحقق شروط البحث العلمي الصادق والأمين في عملية التأليف.
- أن يُعْتنى بعملية الإخراج الفني المتقن للمؤلفات بمختلف أشكالها.

٣- وسيلة التلفاز (الفضائيات)

يشكّل التلفاز (الفضائيات) وسيلة الاتصال الأقوى تأثيراً في الجماهير، والأكثر جاذبية للمشاهدين. فهو يعتمد "على حاستي السمع والبصر، وهذا ما يؤدي إلى الاستحواذ التام على انتباه المتلقّي. فأصبح التلفزيون وسيلة اتصال شعبية يتعرض لها غالبية أفراد المجتمع. علاوة على دور الفضائيات في نقل الأحداث مصوّرة كما تقع في أي ركن من أركان المعمورة ساعة وقوعها. وبسبب خصائص التلفزيون المختلفة. فإنّ المتلقين على تفاوت أعمارهم يقضون أوقاتاً طويلة معه"[٧٢].

من أهم الخصائص لوسيلة التلفاز (الفضائيات)[٧٣]، ما يأتي:

١. يجمع التلفزيون بين الصوت والصورة واللون والحركة، فيسيطر على حواس الإنسان كلّها، مما يجعله يتفوق على كل وسائل الاتصال الأخرى. ولذلك وُصِف بأنه (اختراع القرن العشرين).
٢. الانتشار المكاني الواسع، فأصبح من السَّهل على سكان الأرض مشاهدة كل نواحي الحياة.
٣. جمهور التلفزيون واسع جداً، ومتنوّع من حيث المستويات الثقافية والتعليمة والاجتماعية.
٤. النقل الفوري للأحداث (المباشر)، واختصار عنصر الزمن. وتتجلّى أهمية الصورة وتأثيرها، إذا ما عرفنا أن الإنسان يحصل على معلومات بنسبة ٩٠٪ عن طريقة حاسة البصر، وبنسبة ٨٠٪ عن طريق حاسة السمع[٧٤].
٥. اعتبر بعض الإعلاميين التلفزيون بسبب حجم دوره ووظائفه المتنوعة بأنه "جامعة شعبية".

رغم خصائص التلفزيون العديدة، فإن بعض الباحثين يرون فيه عيوباً ومخاطر عديدة على الثقافة والسلوك، وقتل الوقت، والإلهاء عن الواجبات وتقطيع أواصر العلاقات الأسرية والاجتماعية، وزرع بعض القيم السلبية

مثل: "الاختلاط والفردية والانحلال، كما أنه يسهم في طمس الهوية الدينية وإثارة الفتن الطافية"[٧٥]. وغير ذلك مما لا يخفى على أحد.

ويشير الواقع الدعوي لوسيلة التلفاز والفضائيات، إلى مظهرين تطبيقيين، هما:

الأول: المشاركة الدعوية الجزئية عبر الشاشة في القنوات الفضائية ذات التوجه العام. إذ يقوم عديد من الدعاة بالظهور عليها، إما بتقديم برامج ذات محتوى شرعي، وإمّا بتقديم رؤية إسلامية تحليلية للأحداث الجارية.

الثاني: المشاركة الدعوية الكلية. وذلك عبر قنوات فضائية متخصصة بالإعلام الإسلامي. إذ تعمل هذه القنوات بشكل كامل في محتوى الرسالة الإسلامية. بطرق مختلفة، وبإمكانات مادية متفاوتة، وباهتمامات متنوعة، ما بين التركيز على الخطاب الديني الشرعي، وما بين تقديم الخطاب الديني والشرعي جنباً إلى جنب مع الواقع والأحداث والأخبار. والحقيقة أن الدعوة الإسلامية، وإن كانت قد وجدت عدداً من القنوات الفضائية الإسلامية التي يغلب عليها تقديم "الموضوع الشرعي"، فإنها ما زالت تحتاج إضافة إلى ذلك إلى مَنْ يعمل على تقديم قضايا الأمة والمجتمعات والأحداث العالمية في إطار من الرؤية الإسلامية الثاقبة، المبنية على تحليل علمي ورصد ومتابعة، ومصداقية في النقل والخبر بما يتيح لها المنافسة.

٤- وسيلة الحاسوب والإنترنت والهاتف الخلوي

وسيلة الحاسوب: ظهر أول حاسوب بواسطة جامعة هارفرد الأمريكية عام ١٩٤٦م، وكان حيّزه متسع ووزنه كبير. واستخدم في مجالات علمية ثم في إدارة المنشآت. وفي عام ١٩٧٥م ظهر أوّل حاسوب شخصي. وكلمة كمبيوتر (Computer)، مشتقة من فعل يحسب (Compute)، وعُرّبت في اللغة العربية إلى "حاسوب"، ويعرّف الحاسوب بأنه: آلة حاسبة إلكترونية ذات سرعة عالية ودقة متناهية. وهو نظام إلكتروني لمعالجة البيانات. ويتكوّن من أجهزة إلكترونية (Hardware)، يتمّ التحكّم في أدائها بواسطة مجموعة برامج مخزنة (Software)[٧٦].وفي عصرنا دخل استعمال الحاسوب وتطبيقاته في أغلب فروع أنظمة الحياة.

وسيلة الإنترنت: تعني كلمة (Internet): (Interconnection Net Works)، أي الترابط بين الشبكات. وقد بدأت فكرته في وزارة الدفاع الأمريكية عام (١٩٦٩) بحثاً عن نظام شبكي تقسم فيه المعلومات وتلتقي عند حاسوب. ثم أخذت العملية تتطوّر بربط مراكز جامعية مع هذه الشبكة. ثم استمرت بالتطوّر. ولكن الانفجار الحقيقي للإنترنت كان ١٩٩٤م، عندما سمحت السلطة الأمريكية لظهور شركات خاصّة تتاجر بارتباط العامة بخدمات الإنترنت[٧٧].

وسيلة الهاتف المحمول: تعدّ فترة الثمانينات البداية الحقيقية لانتشار الهاتف الخلوي في دول مثل أمريكا وبريطانيا واليابان. ثمّ تطوّرت أجهزة الهاتف الخلوي وبرامجها تطوّراً هائلاً، وانتشر استخدامه في أرجاء المعمورة. وأصبح يقدّم خدمات متنوعة ومميّزة وخاصة بعد ارتباطه بالإنترنت[٧٨].

من استخدامات وسيلة الحاسوب والنت والخلوي في الدعوة

يرى الباحث أن من أبرز الاستخدامات الدعوية الممكنة لوسيلة الحاسوب والنت والخلوي، تتمثل في أربعة من الاستخدامات المحورية- ليست على سبيل الحصر- هي:

١. محور تكوين قواعد البيانات الشارحة لمحتوى رسالة الدعوة. فتكون هناك مواقع متخصصة في توفير العلوم والمعارف والأفكار والمراجع والموسوعات في بيان "موضوع الدعوة" أو محتوى رسالة الإسلام. ومما لا شك فيه أن مثل هذا الاستخدام له وجوده المقبول إلى حدٍّ ما، سواء عبر المواقع المباشرة على شبكة الإنترنت أو الأقراص الإلكترونية التي تخزن عليها تلك البيانات وتعمل على الحاسوب. ولعلّ من أبرز التطبيقات لهذا المحور مشروع "المكتبة الشاملة" الذي يوصف بأنه مشروع طالب العلم في هذا القرن.

٢. محور إجراء الحوارات والمناقشات والمجادلات والردود بين الدعاة وغيرهم من المدعوين المقبلين منهم على الدعوة أو المعرضين أو المنكافين. وهناك إمكانات وتطبيقات ووسائل متاحة في الإنترنت والخلوي يمكن استغلالها في ذلك، كعمل المجموعات الفاعلة وعلى مواقع التواصل الاجتماعي المعروفة.

٣. محور الإبداع في تصميم برامج وتطبيقات حاسوبية وخلوية متخصصة في خدمة مجال الدعوة إلى الله تعالى. وهذا النوع موجود إلى حدّ ما، ولكن بالنسبة لعالم تكنولوجيا الإنترنت والخلويات المتطوّرة والمتجدّدة، لا بد من المزيد ولا بدّ من تقديم ما هو مميّز. ويمكن للدعاة ولمؤسسات الدعوة الاستعانة بأهل الخبرة في هذا المجال، فتكون من الدعاة الفكرة والمضمون ويكون من خبراء التكنولوجيا التصميم والإبداع. والمتتبع لهذا المجال يجد أنواعها من البرامج والتطبيقات فيها تميّز واضح، ولها تأثيرها في مجال الدعوة، ولها عدد كبير من متابعيها.

٤. محور "خِدْمة التعلّم الذاتي للمدعوين المستجيبين لدعوة الإسلام". فأصبح محتوى رسالة الإسلام بكل مكوناته متاحاً لمن يرغب بالتعلّم. فهناك عدد من المؤسسات الأكاديمية والجامعات المفتوحة على الإنترنت، والمواقع الإلكترونية، ومواقع العلماء تقدّم خدمة العلوم الإسلامية المجانية المسجلة

والمصورة والمكتوبة.

الخاتمة:

أولا: النتائج:

- ميزت الدراسة بين أساليب الدعوة ووسائلها فعدت أساليب تبليغ الدعوة: مجموعة الطرق والسبل التي يشكلها الداعية لإيصال محتوى الرسالة الدعوية إلى فئات المدعوين المختلفة، ويغلب عليها الصبغة النظرية والقولية. ووسائل تبليغ الدعوة: مجموعة الإمكانات المادّية التي يستخدمها الداعية لإيصال محتوى رسالته الدعوية إلى فئات المدعوين المختلفة، ويغلب عليها الصبغة العملية من أدوات وآليات وإجراءات وأنشطة.
- أسلوب الحوار في الدعوة: هو تداول الكلام ومراجعته بين الداعية والمدعو في موضوعات وقضايا ذات صلة برسالة الإسلام في أجواء هادئة، ويجاوب فيها الداعية على تساؤلات المدعو وآرائه بعيداً عن التعصّب والعصبيّة. وأسلوب الترغيب وأسلوب الترهيب من أساليب الدعوة المركزية، وذات التأثير الفعّال، والحضور الواسع؛ لارتباطهما النفسي الكبير بطبيعة تكوين الذّات الإنسانية التي خلقها الله تعالى، ورغبات ذاتية تنحو دائماً لتحصيل كل مرغوب، واجتناب كل مكروه. وأسلوب الموعظة الحسنة في العملية الدعوية هو قيام الداعية بمخاطبة المدعوين بكلام يغلبُ فيه الترغيب والترهيب، تذكيراً لهم بعواقب الأمور، ونصحاً بِفعل الخير وترك الشرّ. وأسلوب القصة الدعوي هو قيام الداعية بسرد أحداث وقعت في الماضي، أو أخبار عن أشخاص وجماعات آخرين على المدعوين، بأسلوب فني متتابع، لتحقيق هدف دعوي معين.
- وسيلة الخطبة في تبليغ الدعوة هي ما يُلْقيه الداعية من كلام نثري في موضوعات ذات صلة برسالة الإسلام على المنبر يوم الجمعة وأيام المناسبات الدينية بأسلوب فنِّي مؤثر. ولخطبة الجمعة مهاراتها. هناك مجالان رئيسان لتطبيق وسيلة الكتاب في الدعوة، الأول: في مجال علم الدعوة. والثاني: في مجال شرح محتوى الرسالة الدعوية. يشير الواقع الدعوي لوسيلة التلفاز والفضائيات إلى مظهرين تطبيقيين، الأول: المشاركة الدعوية الجزئية عبر الشاشة في القنوات الفضائية ذات التوجه العام. والثاني: المشاركة الدعوية الكلية. وذلك عبر قنوات فضائية متخصصة بالإعلام الإسلامي.
- هناك أربعة محاور للاستخدامات الدعوية الممكنة لوسيلة الحاسوب والنت والخلوي، هي: محور تكوين قواعد البيانات الشارحة لمحتوى رسالة الدعوة، ومحور إجراء الحوارات والمناقشات بين الدعاة وغيرهم من المدعوين، ومحور الإبداع

في تصميم برامج وتطبيقات حاسوبية وخلوية متخصصة في خدمة مجال الدعوة إلى الله تعالى، ومحور "خِدْمة التعلَّم الذاتي للمدعوين المستجيبين لدعوة الإسلام".

ثانيا: التوصيات:

توصي الدراسة مؤسسات الدعوة الرسمية وغير الرسمية بتصميم دورات تدريبية خاصة بالدعاة من أجل تنمية مداركهم في أساليب الدعوة ووسائلها وتطوير مهاراتهم وفنونهم في استخداماتها وتطبيقاتها المعاصرة بما يضمن مواكبة للعصر وبما يحقق نجاحاً دعوياً مقبولاً. وتوصي الدراسة بإجراء تحليل محتوى لخطب وزارة الأوقاف الأردنية، لمعرفة خصائصها ومضمونها وأساليبها ومدى التأصيل الشرعي فيها. كما توصي الدراسة بضرورة إنشاء تطبيقات تختص بالدعوة على الهواتف النقالة.

المراجع العربية

١. ابن حميد، صالح بن عبد الله. أصول الحوار وآدابه في الإسلام، (د ط).
٢. ابن عاشور، محمد الطاهر.(د.ت). التحرير والتنوير، دار سحنون، تونس.
٣. ابن كثير. البداية والنهاية، تحقيق: أحمد أبو ملحم وآخرون، دار الكتب العلمية، بيروت (د.ط).
٤. ابن كثير، تفسير القرآن العظيم، دار الخير، بيروت، ط١،١٤١٠هـ-١٩٩٠م.
٥. ابن هشام. السيرة النبوية، دار الجيل، بيروت، المحقق: طه عبد الرؤوف سعد، (د.ط).
٦. أبو السعود، محمد بن محمد. تفسير أبي السعود، دار إحياء التراث العربي، بيروت (د.ط) .
٧. أبو داود، سليمان بن الأشعث. السنن، تحقيق: محمد محي الدين، دار الفكر (د.ط).
٨. أحمد بن حنبل. (١٩٩٥م). المسند، شرح: أحمد شاكر، دار الحديث، القاهرة، ط١.
٩. اسعيفان، مصطفى وذياب، رشا. (٢٠٠٧م). فقه الدعوة إلى الله، دار البداية، عمان، ط١.
١٠. بحر، أحمد. (٢٠٠٥م). أثر الحوار على التغيير، مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، الجامعة الإسلامية، غزة.
١١. البخاري، محمد بن إسماعيل. (١٩٨٧م). الجامع الصحيح، دار ابن كثير، بيروت، ط.
١٢. بخيت، محمد حسن. (٢٠٠٥م). أدب الحوار، مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، الجامعة الإسلامية، غزة .
١٣. البغوي، الحسين بن مسعود. (١٩٧١م). شرح السنة، تحقيق: شعيب الأرناؤوط، المكتب الإسلامي، ط١.
١٤. بني عامر، محمد أمين.(١٩٩٩م). أساليب الدعوة والإرشاد، مركز كناري للخدمات الطلابية، إربد.
١٥. البيانوني، محمد أبو الفتح. (٢٠٠١م). المدخل إلى علم الدعوة، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط٣.
١٦. ثابت، سعيد بن علي. (١٤١٧هـ). الجوانب الإعلامية في خطب الرسول صلى الله عليه وسلم، وزارة الشئون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، المملكة العربية السعودية، ط١.
١٧. جان، محمد صالح. (١٩٩٨م). المرشد النفيس إلى أسلمة طرق التدريس، دار الطرفين، الطائف، ط١.
١٨. الجيوشي، محمد إبراهيم. (١٩٩٩م). تاريخ الدعوة، دار العلم والثقافة، ط١.
١٩. الحارثي، حمود بن جابر. (١٩٩٨م). دعوة النبي صلى الله عليه وسلم للأعراب (الموضوع، الوسيلة، الأسلوب)، دار المسلم، الرياض، ط١.
٢٠. حمدان، أحلام محمد. (١٩٨٩م). الدعوة إلى الله في سورة غافر: موضوعها وأسلوبها، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى.
٢١. حمدان، محمد زياد. المحاضرة الحديثة (مبادؤها وتطبيقاتها التربوية)، دار الرياض، الرياض، (د.ط).
٢٢. الحمود، سليمان بن خالد. فن الإعداد والإلقاء، (د .ط).
٢٣. الحوالي، فاطمة بنت علي. (١٤٣١هـ). الدعوة إلى الله بالوسائل المطبوعة، أطروحة دكتوراه، جامعة الإمام محمد بن سعود.
٢٤. الحوشاني، عبدالله. منهج شيخ الإسلام في الدعوة إلى الله، (د.ط).
٢٥. حيدر، كيلان خليل. (٢٠١٣م). الترغيب والترهيب في القرآن الكريم وأهميتهما في الدعوة إلى الله، مجلة كلية العلوم الإسلامية، المجلد٧٣، العدد١٣.
٢٦. الخوالدة، ناصر أحمد وعيد، يحي إسماعيل. (٢٠٠١م). طرائق تدريس التربية الإسلامية وأساليبها وتطبيقاتها العملية، دار حُنين، عمان، ط١.

٢٧. الخياط، خالد. (١٤١٢هـ). الأسلوب التربوي للدعوة إلى الله في العصر الحاضر، دار المجتمع، السعودية، ط١٠.
٢٨. الراغب الأصفهاني. (٢٠٠٢م). مفردات ألفاظ القرآن، تحقيق: صفوان عدنان، دار القلم، دمشق، ط٢.
٢٩. الرومي، سليمان بن عبدالله. (٢٠٠٧م). دعوة المسلمين للنصارى في عصر الحروب الصليبية، مكتبة الرشد، الرياض، ط١.
٣٠. زيدان، عبد الكريم. أصول الدعوة، (د.ط).
٣١. السعدي، عبد الرحمن. (٢٠٠٣م). تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، دار الحديث، القاهرة (د.ط).
٣٢. الشعراوي. تفسير الشعراوي، (د.ط)
٣٣. الشوكاني، محمد بن علي. فتح القدير، (د.ط).
٣٤. الطبري، محمد بن جرير. (١٩٩٢م). جامع البيان في تأويل القرآن، دار الكتب العلمية، بيروت، ط١.
٣٥. العبدان، خالد بن راشد. (٢٠٠٧م). الدعوة إلى الله في المستشفيات: دراسة تطبيقية تقويمية، سلسلة الرسائل الجامعية، جامعة الإمام محمد بن سعود.
٣٦. عرعور، عدنان. منهج الدعوة في ضوء الواقع المعاصر، (د.ط).
٣٧. العطاوي، أحمد يعقوب. المرأة الداعية في العهد النبوي الشريف والعصر الحاضر (دراسة مقارنة).
٣٨. العفاني. (٢٠٠٦م). صلاح الأمة في علو الهمة، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط٢.
٣٩. العلاف، عبدالله بن أحمد. أكثر من (١٠٠٠) فكرة ووسيلة وأسلوب في الدعوة إلى الله.
٤٠. العنزي، سعيد بن نزال. (٢٠٠٨م). الوسائل التعليمية في السنة النبوية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
٤١. عوض، محمد علي. (٢٠٠٩م). الإعلام في السنة النبوية: دراسة حديثية موضوعية، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.
٤٢. الغامدي، حمد بن حامد. الدعوة إلى الله في ميادينها الثلاثة، (د.ط).
٤٣. فرحات، يوسف علي. (٢٠٠٥م). أصول الحوار وضوابطه وأثره في الدعوة الإسلامية، مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، جامعة غزة.
٤٤. القرطبي، محمد بن أحمد. (٢٠٠٤م). الجامع لأحكام القرآن، دار الكتب العلمية، بيروت، ط٢.
٤٥. اللحيدان، عبدالله بن إبراهيم. (١٤١٧هـ). دعوة غير المسلمين إلى الإسلام في مدينة الرياض (دراسة ميدانية تقويمية)، أطروحة دكتوراه، جامعة الإمام محمد بن سعود.
٤٦. اللوح، عبد السلام وشبير، محمد. (٢٠٠٥). إعداد الدعاة تلبية لحاجة الواقع المعاصر (دراسة تحليلية في ضوء القرآن والسنة)، مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، الجامعة الإسلامية، غزّة.
٤٧. اللويحق، عبد الرحمن بن معلا. (١٤١٩هـ). موضوعات خطبة الجمعة، وزارة الشئون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، المملكة العربية السعودية، ط١.
٤٨. محمد مطني، محمد. سورة القصص دراسة تحليلية.
٤٩. محمد نياز وبنت نصر الله، رقية. (١٤١٥هـ). الترهيب في الدعوة في القرآن والسنة، رسالة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود .
٥٠. محمود، أسماء جميل. (٢٠١٢م). اللّين والشدّة في الدعوة (دراسة قرآنية)، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.
٥١. محمود، علي عبد الحليم. (١٩٩١م). فقه الدعوة إلى الله (الجزء الأول)، دار الوفاء، المنصورة، ط٣.
٥٢. المرعشلي، يوسف. (٢٠١٠م). أصول الدعوة إلى الله، دار ابن حزم، بيروت، ط١.
٥٣. مرعي، السيد محمد. (٢٠٠٩م). تكنولوجيا الدعوة الإسلامية، مركز الإعلام العربي، مصر، ط١.
٥٤. مزهر، عبد الغني أحمد. (١٤٢٢هـ). خطبة الجمعة ودورها في تربية الأمة، وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، المملكة العربية السعودية، ط١.
٥٥. مسلم، الصحيح. تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث العربي، بيروت (د.ط).
٥٦. الملاحي، عبد الرحمن بن يوسف. الحوار في دعوة النبي صلى الله عليه وسلم (دراسة دعوية).
٥٧. الموسى، عصام سليمان. (٢٠١٥م). الاتصال الجماهيري، إثراء للنشر، عمان، ط٨.
٥٨. الميداني، عبد الرحمن حسن.(١٩٩٦م). فقه الدعوة إلى الله (الجزء الأول)، دار القلم، دمشق، ط١ .
٥٩. النسفي، بو البركات عبد الله بن أحمد. مدارك التنزيل وحقائق التأويل،(د.ط).
٦٠. النووي، يحيى بن شرف. (٢٠٠٤م). شرح النووي على صحيح مسلم، دار المعرفة، بيروت، ط١٠.
٦١. الهاشمي، مجد. (٢٠١٢م). تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة، عمان، ط١.
٦٢. هوساوي، سجى بنت محمد. (١٤٣٢هـ). الشيخ أحمد ديدات وجهوده في الدعوة إلى الله، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى.

الهوامش

١. البيانوني، محمد أبو الفتوح، المدخل إلى علم الدعوة، ص١٧.
٢. بني عامر، محمد أمين، أساليب الدعوة والإرشاد،

ص٩.
٣. المرعشلي، يوسف، أصول الدعوة إلى الله، ص١٨.
٤. اللحيدان، عبدالله إبراهيم، دعوة غير المسلمين إلى الإسلام في مدينة الرياض (دراسة ميدانية تقويمية)، ص١٠.
٥. اللوح، عبد السلام، ومحمد شبير، إعداد الداعية تلبية لحاجة الواقع المعاصر، ص٢٣٤.
٦. مرعي، السيد محمد، تكنولوجيا الدعوة الإسلامية، ص٥٥.
٧. محمود، علي عبد الحليم، فقه الدعوة إلى الله الجزء الأول، ص٢١٥.
٨. مرعي، السيد محمد، تكنولوجيا الدعوة الإسلامية، ص٥٥.
٩. الخياط، خالد، الأسلوب التربوي للدعوة إلى الله في العصر الحاضر، ص١٠٤. (ط ١٠، ١٤١٢هـ، دار المجتمع، السعودية).
١٠. الرومي، سليمان بن عبدالله، دعوة المسلمين للنصارى في عصر الحروب الصليبية، ص٤٤٢.
١١. الحارثي، حمود بن جابر، دعوة النبي صلى الله عليه وسلم للأعراب، ص٢١٦.
١٢. البيانوني، محمد، مدخل إلى علم الدعوة، ص٤٩.
١٣. زيدان، عبد الكريم، أصول الدعوة، ص٣١٥.
١٤. هوساوي، سجى بنت محمد، الشيخ أحمد ديدات وجهوده في الدعوة إلى الله، ص٣٢٤.
١٥. العلاف، عبدالله بن أحمد، أكثر من (١٠٠٠) فكرة ووسيلة وأسلوب في الدعوة إلى الله، ص٧.
١٦. الحوشاني، عبدالله، منهج شيخ الإسلام في الدعوة إلى الله، ص٦١٣.
١٧. الراغب الأصفهاني، مفردات ألْفاظ القرآن، ص٢٦٢.
١٨. الطبري، جامع البيان في تأويل القرآن، جـ١٨، ص٢٣، وابن كثير، تفسير القرآن العظيم، جـ٥، ص١٥٧، والبغوي، معالم التنزيل، جـ٥، ص١٧١، والشوكاني، فتح القدير، جـ٤، ص٣٩٠، والنسفي، مدارك التنزيل وحقائق التأويل، جـ٢، ص١٣٨.
١٩. الشعراوي، تفسير الشعراوي، ص٥٤٠٤.
٢٠. ابن عاشور، التحرير والتنوير، جـ١٥، ص٣١٩.
٢١. الملاحي، عبد الرحمن بن يوسف، الحوار في دعوة النبي صلى الله عليه وسلم (دراسة دعوية)، ص٢٧.
٢٢. فرحات، يوسف علي، أصول الحوار وضوابطه وأثره في الدعوة الإسلامية، ص١٥٥.
٢٣. ينظر: الخوالده، ناصر أحمد، ويحيى عيد، طرائق تدريس التربية الإسلامية، ص٣١٦، واسعيفان، مصطفى، ورشا ذياب، فقه الدعوة إلى الله، ص١٣٥، ابن حميد، صالح بن عبد الله، أصول الحوار وآدابه في الإسلام، ص٨-١٧، وبخيت، محمد حسن، أدب الحوار، ص١١، وبحر، أحمد، أثر الحوار على التغيير، ص٥.
٢٤. البخاري، الصحيح، بَابٌ: أَدَاءُ الخُمُسِ مِنَ الإِيمَانِ، ح رقم (٥٣).
٢٥. زيدان، عبد الكريم، أصول الدعوة، ص٤٩١.
٢٦. زيدان، عبد الكريم، أصول الدعوة، ص٤٩١.
٢٧. الغامدي، حمد بن حامد، الدعوة إلى الله في ميادينها الثلاثة، ص١٥٨.
٢٨. السعدي، تيسير الكريم الرحمن، ص٦٤.
٢٩. ابن عاشور، التحرير والتنوير، جـ٢٢، ص٥٣.
٣٠. مسلم، الصحيح، باب بيان أن كل مسكر حرام، ح رقم (٥٣٣٤).
٣١. مسلم، الصحيح، باب في الأمر بالتيْسير وترك التنفير، ح رقم (٤٦٢٢).
٣٢. النووي، شرح صحيح مسلم، جـ٦، ص١٧٠.
٣٣. البخاري، الصحيح، باب وكان عرشه على الماء، ح رقم (٦٨٧٢).
٣٤. للتوسع حول تطبيقات أسلوب الترغيب وأسلوب الترهيب في العملية الدعوية، ينظر: حمدان، أحلام محمد، الدعوة إلى الله في سورة غافر: موضوعها وأسلوبها، ص٤٢٩.محمود، أسماء جميل، اللّين والشدّة في الدعوة (دراسة قرآنية)، ص٩١.محمد نياز، رقية بنت نصر الله، الترهيب في الدعوة في القرآن والسنة، ص٦٠.حيدر، كيلان خليل، الترغيب والترهيب في القرآن الكريم وأهميتهما في الدعوة إلى الله، ص٧.
٣٥. مسلم، الصحيح، باب قبح الكذب، ح رقم (٦٨٠٣).
٣٦. الأثر: الأجل، ونسأ: يؤخر. (والمراد البركة).
٣٧. البخاري، الصحيح، باب من أحبّ البركة في الرزق، ح رقم (١٩٢٥).
٣٨. مسلم، الصحيح، باب صلة الرحم، ح رقم (٦٦٨٣).
٣٩. الطبري، جامع البيان في تأويل القرآن، جـ١٧، ص٣٢١.
٤٠. ابن كثير، تفسير القرآن العظيم، جـ٤، ص٦١٣.
٤١. السعدي، تيسير الكريم الرحمن، ص٤٥٢.
٤٢. أبو السعود، إرْشاد العَقْل السليم إلى مزايا الكتاب الكريم، جـ٤، ص١٦٥.
٤٣. ابن عاشور، التحرير والتنوير، جـ١٤، ص٣٢٧.
٤٤. أحمد بن حنبل، المسند، ح رقم (١٧١٤٢). وقال شعيب الأرناؤوط: حديث صحيح.
٤٥. مسلم، الصحيح، باب تحريم الظلم، ح رقم (٦٧٤٤).
٤٦. البخاري، الصحيح، ح رقم(٦٦).
٤٧. مسلم، الصحيح، باب تحريم الكلام في الصلاة، ح رقم(١٢٢٧).
٤٨. البخاري، الصحيح، باب من لم يواجه الناس بالعتاب، ح رقم(٥٦٣٦).
٤٩. البخاري، الصحيح، باب من رفع صوته بالعلم، ح

رقم(٥٨).
٥٠. البخاري، الصحيح، باب قول الله (وأقسموا بالله جهد أيمانهم)، ح رقم(٦١٦٥).
٥١. البخاري، الصحيح، باب التجمّل للوفود، ح رقم(٢٨٢٦).
٥٢. البخاري، الصحيح، باب الفتيا وهو واقف على الدابة، ح رقم(٨١).
٥٣. مسلم، الصحيح، باب التثبت في الحديث، ح رقم(٧٧٠١).
٥٤. مسلم، الصحيح، باب تخفيف الصلاة والخطبة، ح رقم(٢٠٤٢).
٥٥. النووي، شرح مسلم، جـ٣، ص٢٤٧.
٥٦. البخاري، الصحيح، باب تعاون المؤمنين، ح رقم(٥٥٦٧)
٥٧. محمد مطني، محمد، سورة القصص دراسة تحليلية، ص٩-١٠.
٥٨. عرعور، عدنان، منهج الدعوة في ضوء الواقع المعاصر،،(النقاط ال٤ الأولى) ص١٠٠، والخوالده، ناصر، ويحي عيد، طرائق تدريس التربية الإسلامية،(النقاط ال٥ الأخيرة)، ص٢١٤
٥٩. مسلم، الصحيح، باب بيان اختلاف المجتهدين، (٤٥٩٢)
٦٠. الحمود، سليمان بن خالد، فن الإعداد والإلقاء، د ط، ص٣-٤.
٦١. الحمود، سليمان بن خالد، فن الإعداد والإلقاء، د ط، ص٢٢-٣٤
٦٢. مزهر، عبد الغني أحمد، خطبة الجمعة ودورها في تربية الأمة، وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٢٢هـ، ص٤٢-٥١.
٦٣. اللويحق، عبد الرحمن بن معلا، موضوعات خطبة الجمعة، وزارة الشئون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤١٩هـ، ص٦٠-٦٣.
٦٤. البخاري، الصحيح، باب وأنذر عشيرتك، ح رقم (٤٧٧٠).
٦٥. ثابت، سعيد بن عليّ، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول صلى الله عليه وسلم، وزارة الشئون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤١٧هـ، ص١٣-٢٥
٦٦. ثابت، سعيد بن عليّ، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول صلى الله عليه وسلم، وزارة الشئون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤١٧هـ، ص١٣-٢٥.
٦٧. العنزي، سعيد بن نزال، الوسائل التعليمية في السنة النبوية، ص٥٨١.
٦٨. العنزي، سعيد بن نزال، الوسائل التعليمية في السنة النبوية، ص٥٨٠.
٦٩. مسلم، الصحيح، باب ما يلحق الإنسان من الثواب بعد وفاته، ح رقم (٤٣١٠).
٧٠. الحوالي، فاطمة بنت علي، الدعوة إلى الله بالوسائل المطبوعة، ص٣.
٧١. تطبيقاً للحديث النبوي الذي سبق ذكره في قاعدة الإتقان: (إن الله يحبّ أحدكم إذا عمل عملاً أن يتقنه).
٧٢. الموسى، عصام سليمان، الاتصال الجماهيري، ص١٤٠-١٤١.
٧٣. الهاشمي، مجد، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، ص١٩٠-١٩١.
٧٤. الهاشمي، مجد، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، ص١٩٠-١٩١.
٧٥. ينظر ذلك في مراجع عديدة، مثل: مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، الجامعة الإسلامية، غزّة، ٢٠٠٥، والهاشمي، مجد، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، والموسى، عصام سليمان، الاتصال الجماهيري.
٧٦. الهاشمي، مجد، تكنولوجيا وسئل الاتصال الجماهيري، ص٢٢٥-٢٢٦.
٧٧. الهاشمي، مجد، تكنولوجيا وسائل الاتصالات الجماهيري، ص٢٤٥-٢٤٦.
٧٨. للتوسع حول ذلك، ينظر: الهاشمي، مجد، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، ص٢٦١-٢٨٢.