أصول تقنيات العملية الإتصالية

في ضوء الإعجاز الإعلامي في القرآن الكريم

الدكتور

طه احمد الزيدي

رئيس مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي

مقدم إلى

المؤتمر الدولي الأول للإعجاز العلمي في القرآن الكريم

ديوان الوقف السني

المحور الرابع : الإعجاز القرآني في العلوم الإنسانية (التقنيات)

العراق – بغداد

2018

بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمة

الحمد لله الذي علّم بالقلم علّم الإنسان ما لم يعلم، والصلاة والسلام على من اوتي جوامع الكلم سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم... أما بعد:

فيقول الله تعالى: ﴿ وَمَآ أَرۡسَلۡنَا مِن رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوۡمِهِۦ لِيُبَيِّنَ لَهُمۡۖ فَيُضِلُّ ٱللَّهُ مَن يَشَآءُ وَيَهۡدِي مَن يَشَآءُۚ وَهُوَ ٱلۡعَزِيزُ ٱلۡحَكِيمُ ﴿٤﴾ ﴾ (سورة إبراهيم: ٤).

وكانت معجزة سيدنا محمد عليه الصلاة والسلام، هو القرآن الكريم بقوة بلاغته وسحر بيانه وبديعه، ودقة نظمه وتنوع معانيه، متحديا به العرب الذين عرفوا بالبيان والفصاحة والبلاغة.

وتميز بكونه معجزة معنوية بيانية– عقلية، تدرك بالذوق والعقل، لا بالحس، كما في معجزات من سبقه من الأنبياء والمرسلين إذ هي مادية محسوسة، ولا تتعلق بكتبهم وصحائفهم التي أنزلت عليهم، قال عليه الصلاة والسلام: " مَا مِنَ الْأَنْبِيَاءِ نَبِيٌّ إِلَّا قَدْ أُعْطِيَ مِنَ الْآيَاتِ مَا مِثْلُهُ آمَنَ عَلَيْهِ الْبَشَرُ، وَإِنَّمَا كَانَ الَّذِي أُوتِيتُ وَحْيًا أَوْحَاهُ اللهُ عَزَّ وَجَلَّ إِلَيَّ، وَأَرْجُو أَنْ أَكُونَ أَكْثَرَهُمْ تَبَعًا يَوْمَ الْقِيَامَةِ " [١]، وهذا ما تحقق؛ لأن الآيات المادية يؤمن بها من حضرها وشاهدها، ويتفاعل معها الجيل الذي عاصرها، فهي معجزات مؤقتة غير مستمرة، محدودة المساحة والتأثير، كما في نار إبراهيم، وعصا موسى، ومائدة عيسى، وناقة صالح، عليهم السلام، ونحن نؤمن بها خبرا حدثنا به رسول الله عن ربه سبحانه وتعالى.

ولكن هل تنتهي هنا معجزة القرآن؟، ويسدل الستار عن صور إعجازه ! كيف؟ وهو رسالة الله تعالى إلى العالمين أجمعين، والى الناس كافة وليس للعرب فقط، وهو معجز في كل عصر ومصر، وللإنس والجن.

إنّ هذه الخاصية للقرآن الكريم، تدفعنا إلى تقرير مبدأ تجدد صور الإعجاز، نعم: إنّ معجزة التحدي ومن ثم صرف الناس عنه، انقضت بآخر أية نزلت ومن ثم انتقال النبي عليه الصلاة والسلام إلى الرفيق الأعلى، ولكن هل الإعجاز القرآني يغلق بابه، وتنقضي عجائبه؟ الجواب النبوي: كلا، فإنه كما في الحديث: "لَا يَخْلَقُ عَلَى كَثْرَةِ الرَّدِّ، وَلَا تَنْقَضِي عَجَائِبُهُ" [٢].

إذاً وبناء على المقدمتين: إنّ المعجزة وما ينتج عنها من صور الإعجاز تكون من جنس ما اشتهر به من بعث الرسول في زمنهم، ولأنّ القرآن معجزة الله الخالدة، وصور إعجازه متجددة لا تنقطع، فالنتيجة، إن كل أمر أو فن يشتهر في عصر من العصور ويتميز به، إلا وجدنا له صورة جديدة من صور الإعجاز تكون من جنس ما اشتهر به هذا العصر.

ومما يؤشر له أن هذه الصور المتجددة من الإعجاز، تعيد المسلمين إلى تذوق حلاوة كتاب الله بعد أن لوثتهم الأفكار الجدلية التي تغذيها العقول الاستشراقية وأذنابها في بلاد المسلمين، وتقوي ارتباطهم به مع تجدد التدبر في آياته بعد محاولات صرفهم عنه، كما أنّ لها دورا في هداية غير المسلمين ولاسيما

---

[١] اخرجه أحمد 14/ 190، حديث رقم 8491، وهو صحيح الاسناد.

[٢] أخرجه الترمذي، 172/5، حديث رقم 2906، وهو ضعيف مرفوعا.

النخبة من العلماء إلى دين الإسلام بعد أن عقلوا أنّ ما جاء به القرآن لا يمكن أن يصدر عن بشر يعيش في هذا العصر مع التقدم المعرفي والتقني فضلا عن رجل عاش قبل قرون.

كما تؤكد أن الله تعالى ادخر للمتأخرين من أسرار كتابه العزيز، الذي لا تنقضي عجائبه، ولا تنقطع حقائقه، وأنه يفتح لمن يريد أبوابا من الفهم والتدبر لهذا الكتاب.

واليوم إذ يعيش العالم بأسره عصر الإعلام والمعلوماتية، وتقنيات الاتصال، وما تتضمنه من ظواهر ونظريات، جعلت علوم الاتصال أكثرها استقطابا لعقول علماء هذا العصر وأفئدة أجياله، فإنه يبرز أمامنا تساؤل كبير ومهم، هل يمكن أن يكون في القرآن سبق إليها، وتأصيل لحقائق هذا العلوم، وكشف لمعطيات إعلامية لم يهتد إليها المنظرون بعد؟!.

إنّ هذه المحاولة المتواضعة للإجابة عن هذا التساؤل التحدي جاءت بعد ربع قرن عشناها مع الإعلام الإسلامي تأصيلا وتطبيقا، مع إدراكنا أنّ القرآن لا يزال يضم ما بين دفتي المصحف كثيرا من أصول الفكر الإعلامي، وأسرار نظم الاتصال وارتباطاته، ولكن حسبنا أن نفتح الباب ونمهد الطريق للباحثين في تدبر القرآن على وفق معطيات العصر.

تتألف هذه الدراسة من مبحث تمهيدي لتحديد مفاهيم الدراسة، ومن مبحثين:

الأول: يتعلق بأصول تقنيات عناصر العملية الإتصالية.

والثاني: أصول تقنيات أنماط الاتصال.

واما الخاتمة فتضم أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة.

نسال الله تعالى أن يوفقنا إلى خدمة كتابه العظيم وتعليمه، وأن لا نَدَّخِر جهدًا في تدبره، والتنقيب عن لطائف علومه وأسرار تنزيله،ودقائق جمعه وفوائد تدوينه، ولمسات إعجازه وروائع تفسيره، ومعرفة حكمه واستنباط أحكامه، إنه ولي ذلك والقادر عليه.

تمهيد: تحديد المفاهيم

أولا: مفهوم الإعجاز الإعلامي

الإعجاز في اللغة: الفوت والسبق ؛ يقال: أعجزني فلان، أي سبقني وفاتني، وجعلني عاجزا عن طلبه وإدراكه[١].

وفي الاصطلاح: أن يُؤدّى المعنى بطريق، هو أبلغ من جميع ما عداه من الطرق [٢].

والإعلام؛ لغة: التبليغ والإخبار [٣]، واصطلاحا هو: نشر الأخبار والمعلومات والآراء والحاجات والمشاعر والمعرفة والتجارب على الجماهير بشكل شفوي أو باستخدام وسائل أخرى بغرض الإقناع أو التأثير على السلوك[٤].

تعريف الإعجاز الإعلامي

هو: السبق القرآني في عرض حقائق تتعلق بعملية تزويد الناس بالأخبار والحقائق بشكل شفوي أو عن طريق وسائل، في الشكل والمحتوى والتأثير ، أو: هو السبق القرآني في عرض حقائق تتعلق بعملية الاتصال الإعلامي، في الشكل والمحتوى والتأثير.

وهذه الحقائق منها ما تم التوصل إليها في ظل الدراسات الإعلامية المعاصرة، ومنها ما لم يتم التوصل إليها بعد، فمطلوب من علماء الإعلام الإسلامي أن يثوروا الآيات القرآنية، ليكتشفوا أسرار التشريع الإعلامي، ليوظفوها في نشر الرسالة الإسلامية عبر وسائل الاتصال الحديثة، تحقيقا لعالمية الرسالة، وزيادة التأثر بها، وتحجيما للرسائل الإعلامية المضادة.

ثانيا: تقنيات الاتصال (تكنولوجيا) communication technology

التقنية معربة التكنولوجيا، كلمة تشير إلى الوسائل والأجهزة التي يستخدمها الإنسان في توجيه شؤون الحياة، فهي بشكل علم الاستخدام المفيد المختلف في مجالات المعرفة ، وتقنية المعلومات: يقصد بها كل ما أستخدمه وما يمكن أن يستخدمه الإنسان في معالجة المعلومات من أدوات وأجهزة ومعدات، وتشمل المعالجة: التسجيل والاستنساخ والبث والتنظيم والخزن والاسترجاع.

وهنالك معنى أوسع لها: ويقصد بها مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها أي توصيلها للأفراد والمجتمعات[٥].

أصول التقنيات الإعلامية: وهي القواعد والمبادئ العامة التي تستند إليها التقنيات الإعلامية لأداء وظيفتها

---

[١] معجم مقاييس اللغة لابن فارس ص 640، والمفردات للراغب الأصفهاني، ص 322، ولسان العرب لابن منظور 5/ 369

[٢] التعريفات للجرجاني ص 14

[٣] القاموس المحيط للفيروز آبادي باب الغين فصل الباء ص 780. والمعجم الوسيط: ص 624

[٤] أصول الإعلام الإسلامي، د. إبراهيم إمام، ووسائل الإعلام، لمصطفى الغلاييني، ص19

[٥] معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، طه أحمد، ص90.

المبحث الأول: أصول تقنيات عناصر العملية الإتصالية

للإعلام والاتصال دورة تبدأ بالمصدر أو المرسل وتنتهي بالمتلقي أو المستقبِل، وتشتمل العملية الإعلامية- الاتصالية في مفهومها البسيط على ثلاثة عناصر هي: المرسل والرسالة والمستقبل، وفي حالة الاتصال الوسيط او الاتصال الجماهيري فان عناصر العملية الإعلامية تتكون من المرسل والرسالة والوسيلة والمستقبلين والتأثير [2].

وقد وضع الباحثون في علوم الاتصال إنموذجا لسريان الاتصال الإعلامي يتمثل بخمسة أسئلة يشكل جواب كل سؤال منها بعدا أساسيا من أبعاد سريان الاتصال وهي [3]:

- من (المصدر - المرسل - القائم بالاتصال) **Who.**
- ماذا يقول ؟ (الرسالة) **Says what**
- بأية وسيلة ؟ (قناة الاتصال) **In which channel**
- إلى من ؟ (المتلقي – مستقبل الرسالة) **To whom**
- بأي تأثير ؟ (الاستجابة) **With what effect**

تحديد عناصر العملية الإعلامية في آية قرآنية واحدة

اهتمت الآيات القرآنية بإدارة عناصر العملية الإعلامية في هذه الدورة المتكاملة، لما لها من تأثير في تشكيل شخصية المسلم، وبناء المجتمع وحفظ الأمة ، وقد جمعت بعض الآيات القرآنية هذه العناصر، منها: يقول الله تعالى: ﴿ إِنَّآ أَنزَلۡنَا عَلَيۡكَ ٱلۡكِتَٰبَ لِلنَّاسِ بِٱلۡحَقِّۖ فَمَنِ ٱهۡتَدَىٰ فَلِنَفۡسِهِۦۖ وَمَن ضَلَّ فَإِنَّمَا يَضِلُّ عَلَيۡهَاۖ وَمَآ أَنتَ عَلَيۡهِم بِوَكِيلٍ ﴿٤١﴾ ﴾ (سورة الزمر: 41)، ويقول سبحانه: ﴿ وَكَذَٰلِكَ أَنزَلۡنَآ إِلَيۡكَ ٱلۡكِتَٰبَۚ فَٱلَّذِينَ ءَاتَيۡنَٰهُمُ ٱلۡكِتَٰبَ يُؤۡمِنُونَ بِهِۦۖ وَمِنۡ هَٰٓؤُلَآءِ مَن يُؤۡمِنُ بِهِۦۚ وَمَا يَجۡحَدُ بِـَٔايَٰتِنَآ إِلَّا ٱلۡكَٰفِرُونَ ﴿٤٧﴾ ﴾(سورة العنكبوت: 47)..

فقد حددت هاتان الآيتان بكل دقة علمية وموضوعية عناصر العملية الإعلامية، وهي:

تحديد المصدر والمرسل والقائم بالاتصال: فالمصدر هو الله الذي انزل الكتاب ، والقائم بالإعلام والاتصال والتبليغ، هم الأنبياء: (عليك وإليك) وكاف الخطاب يعود للنبي عليه الصلاة والسلام.

تحديد الرسالة: الآيات القرآنية التي نزلت بالحق .

تحديد الوسيلة: الكتاب- الوحي.

تحديد المتلقين: الناس.

تحديد التأثير والاستجابة: الايجابية: من اهتدى- يؤمن به، والسلبية: ومن ضلّ - يجحد.

فهذه من آيات الإعجاز الإعلامي، إذ تم في آية واحدة تحديد عناصر العملية الإعلامية، لتشكل منارا هاديا للعاملين في حقل التنظير الإعلامي.

---

(2) الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، صالح ابو إصبع، (1995م) ص 13.

(3) ينظر: المدخل في الاتصال الجماهيري، د. عصام سليمان الموسى، (2009)، ص88- 94، ومبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، محمود حسن إسماعيل، ص 94.

القرآن كله رسالة إعلامية (أولها المصدر وآخره المتلقي)

التقنية الإعلامية تقوم على الاتصال بين المصدر والمتلقي، و يعدّ كل من المصدر والمتلقي طرفي العملية الإعلامية وهما من أهم عناصر هذه العملية، وكلما كان الاتصال مباشرا كان أكثر تأثيرا، ومن صور الإعجاز الإعلامي أن أول آية في القرآن الكريم حددت مصدر الرسالة قال الله تعالى: ﴿ بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ ۝١ ٱلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ ٱلْعَٰلَمِينَ ۝٢ ﴾ (سورة الفاتحة: ١-٢)، فالمصدر هو الله تعالى، وحددت آخر آية في القرآن الكريم المتلقين للرسالة، قال الله تعالى في سورة الناس: ﴿ مِنَ ٱلْجِنَّةِ وَٱلنَّاسِ ۝٦ ﴾ (سورة الناس: ٦)، فالمتلقون هم الإنس والجن، وما بين هاتين الآيتين هي الرسالة الإعلامية للإسلام فالقرآن كله رسالة إعلامية مصدرها الله تعالى إلى عباده جميعا، من عالمي الإنس والجن.

أصول التقنيات المتعلقة بعناصر العملية الإتصالية

من خلال استقراء نصوص الكتاب والسنة ، نجد أنّ النصوص الشرعية عالجت هذه العناصر ضمن مبادئ التوظيف الإعلامي للمعلومات، بما يحقق مقاصد الشريعة في حفظ الضروريات، وتنأى بالمجتمع عن الفوضى الإعلامية والاضطراب المعرفي والتلوث المعلوماتي، ومن تلكم المبادئ:

١ - **أصول التقنيات المتعلقة بالعنصر الأول (المصدر- المرسل):**

وتتضمن مبادئ في تحديد مصادر الرسالة، من أجل تحجيم الفوضى المعرفية وحماية المجتمع من التلوث المعلوماتي، حدد القرآن الكريم مصادر التلقي في الأخذ والتبيين، وهي:

- مبدأ كسب الثقة بتحديد مصدر التلقي: وهما كتاب الله تعالى وسنة رسوله عليه الصلاة والسلام: قال الله تعالى: ﴿ قُلْ أَطِيعُوا۟ ٱللَّهَ وَأَطِيعُوا۟ ٱلرَّسُولَ ۖ فَإِن تَوَلَّوْا۟ فَإِنَّمَا عَلَيْهِ مَا حُمِّلَ وَعَلَيْكُم مَّا حُمِّلْتُمْ ۖ وَإِن تُطِيعُوهُ تَهْتَدُوا۟ ۚ وَمَا عَلَى ٱلرَّسُولِ إِلَّا ٱلْبَلَٰغُ ٱلْمُبِينُ ۝٥٤ ﴾ (سورة النور: ٥٤).
- مبدأ العناية بتحديد مصدر تفسير المعلومات وتبيينها: قال الله تعالى: ﴿ وَأَنزَلْنَآ إِلَيْكَ ٱلذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ وَلَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ ۝٤٤ ﴾ (سورة النحل: ٤٤)، ويقول سبحانه: ﴿ وَمَآ أَنزَلْنَا عَلَيْكَ ٱلْكِتَٰبَ إِلَّا لِتُبَيِّنَ لَهُمُ ٱلَّذِى ٱخْتَلَفُوا۟ فِيهِ ۙ وَهُدًى وَرَحْمَةً لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ ۝٦٤ ﴾ (سورة النحل: 64)، ويقول عز وجل: ﴿ وَإِذَا جَآءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ ٱلْأَمْنِ أَوِ ٱلْخَوْفِ أَذَاعُوا۟ بِهِۦ ۖ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى ٱلرَّسُولِ وَإِلَىٰٓ أُو۟لِى ٱلْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ ٱلَّذِينَ يَسْتَنۢبِطُونَهُۥ مِنْهُمْ ۗ وَلَوْلَا فَضْلُ ٱللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُۥ لَٱتَّبَعْتُمُ ٱلشَّيْطَٰنَ إِلَّا قَلِيلًا ۝٨٣ ﴾ (سورة النساء: ٨٣) .

فمصدر التفسير والتبيين الرسالة نفسها (كتاب الله تعالى) إذ يفسر بعضه بعضا، والقائم بالاعلام (النبي صلى الله عليه وسلم)، ومن ثم العلماء العدول، هذا في الأحكام، واما في المعارف فيجوز التلقي من الآخرين بشرط أن تكون نافعة وفيها حكمة.

- مبدأ تجنب المصادر المشبوهة، كما حذر الإسلام من التلقي أو الرجوع إلى المصادر غير المعتمدة أو غير الموثوقة، قال الله تعالى: ﴿ ۞ يَٰٓأَيُّهَا ٱلرَّسُولُ لَا يَحْزُنكَ ٱلَّذِينَ يُسَٰرِعُونَ فِى ٱلْكُفْرِ مِنَ ٱلَّذِينَ قَالُوٓا۟

ءَامَنَّا بِأَفْوَٰهِهِمْ وَلَمْ تُؤْمِن قُلُوبُهُمْ ۛ وَمِنَ ٱلَّذِينَ هَادُوا۟ ۛ سَمَّٰعُونَ لِلْكَذِبِ سَمَّٰعُونَ لِقَوْمٍ ءَاخَرِينَ لَمْ يَأْتُوكَ ۖ يُحَرِّفُونَ ٱلْكَلِمَ مِنۢ بَعْدِ مَوَاضِعِهِۦ ۖ يَقُولُونَ إِنْ أُوتِيتُمْ هَٰذَا فَخُذُوهُ وَإِن لَّمْ تُؤْتَوْهُ فَٱحْذَرُوا۟ ۚ وَمَن يُرِدِ ٱللَّهُ فِتْنَتَهُۥ فَلَن تَمْلِكَ لَهُۥ مِنَ ٱللَّهِ شَيْـًٔا ۚ أُو۟لَٰٓئِكَ ٱلَّذِينَ لَمْ يُرِدِ ٱللَّهُ أَن يُطَهِّرَ قُلُوبَهُمْ ۚ لَهُمْ فِى ٱلدُّنْيَا خِزْىٌ ۖ وَلَهُمْ فِى ٱلْءَاخِرَةِ عَذَابٌ عَظِيمٌ ﴿٤١﴾ ﴾ (سورة المائدة: ٤١)، ويحذر عز وجل من القعود إلى أصحابها: ﴿ وَإِذَا رَأَيْتَ ٱلَّذِينَ يَخُوضُونَ فِىٓ ءَايَٰتِنَا فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ حَتَّىٰ يَخُوضُوا۟ فِى حَدِيثٍ غَيْرِهِۦ ۚ وَإِمَّا يُنسِيَنَّكَ ٱلشَّيْطَٰنُ فَلَا تَقْعُدْ بَعْدَ ٱلذِّكْرَىٰ مَعَ ٱلْقَوْمِ ٱلظَّٰلِمِينَ ﴿٦٨﴾ ﴾ (سورة الأنعام: ٦٨).

٢ – **أصول التقنيات المتعلقة بالعنصر الثاني (المتلقين):** وتتضمن المبادئ الآتية:

– **مبدأ تصنيف المتلقين بحسب استخدامهم لأدوات التلقي لديهم.**

المتلقون هم مستقبلو الرسالة في العملية الإ تصالية، ووجه المصدر القائم بالإعلام والتبليغ بمراعاتهم وتصنيفهم بحسب طبيعتهم أو استجابتهم، فهم هدف البلاغ ومقصد الرسالة، وتعامل القرآن مع المتلقين باعتبار طبيعة العملية الإعلامية الاتصالية ، وفي اعتبار المخاطبين التفاتة إعلامية في أهمية مراعاة المتلقين للرسالة القرآنية، ودلالة تصنيفهم بحسب عناصر العملية الاتصالية أو بحسب استجابتهم أو موقفهم من الرسالة الإعلامية التي تضمنها القرآن الكريم، وه و يدل على دقة التخطيط الإعلامي المتبع في البناء القرآني.

ولأهمية هذا الاعتبار كونه يتعلق بتنوع النداء وجهة الخطاب المرتبطة بعنصر المتلقي وهي نوعان:

– بسيطة مباشرة، وعادة يكون المتلقون متجانسين، ولذا جاء الخطاب فيها بصيغة: "يا ايها الذين آمنوا". (وتمت مخاطبتهم بصورة مباشرة في 89 آية)

– وموسعة بواسطة وسيلة جماهيرية، وهم الناس كافة، ولذا جاء الخطاب بصيغة: يا ايها الناس...، يا أيها الإنسان...، يا بني آدم...؛ (وتمت مخاطبتهم بصورة مباشرة في 27 آية)

وهؤلاء المتلقون بلا شك مختلفون وغير متجانسين : ﴿ وَلَوْ شَآءَ رَبُّكَ لَجَعَلَ ٱلنَّاسَ أُمَّةً وَٰحِدَةً ۖ وَلَا يَزَالُونَ مُخْتَلِفِينَ ﴿١١٨﴾ إِلَّا مَن رَّحِمَ رَبُّكَ ۚ وَلِذَٰلِكَ خَلَقَهُمْ ۗ ﴾ (سورة هود: ١١٨ – ١١٩)

مبدأ تصنيف المتلقين بحسب مدى استجابتهم : لقد أرسل النبي عليه الصلاة والسلام إلى الناس كافة، وهو يدرك أن هؤلاء على مستويات متفاوتة في التلقي والاستجابة، قال الله تعالى: ﴿ وَٱلَّذِىٓ أَوْحَيْنَآ إِلَيْكَ مِنَ ٱلْكِتَٰبِ هُوَ ٱلْحَقُّ مُصَدِّقًا لِّمَا بَيْنَ يَدَيْهِ ۗ إِنَّ ٱللَّهَ بِعِبَادِهِۦ لَخَبِيرٌۢ بَصِيرٌ ﴿٣١﴾ ثُمَّ أَوْرَثْنَا ٱلْكِتَٰبَ ٱلَّذِينَ ٱصْطَفَيْنَا مِنْ عِبَادِنَا ۖ فَمِنْهُمْ ظَالِمٌ لِّنَفْسِهِۦ وَمِنْهُم مُّقْتَصِدٌ وَمِنْهُمْ سَابِقٌۢ بِٱلْخَيْرَٰتِ بِإِذْنِ ٱللَّهِ ۚ ذَٰلِكَ هُوَ ٱلْفَضْلُ ٱلْكَبِيرُ ﴿٣٢﴾ ﴾ (سورة فاطر: ٣١ – ٣٢)، وسواء أكان ذلك في العملية البسيطة أم الموسعة.

مبدأ العاقبة للمتلقين بحسب استجابتهم: وجاءت آيات آخر تبين نتيجة الاستجابة وعاقبة أمر أصحابها كل بحسب نوع استجابتهم للرسالة السماوية وقدرها ، وهي ثلاثة أيضا، قال الله تعالى: (وَكُنْتُمْ

أَزْوَاجًا ثَلَاثَةً (7) فَأَصْحَابُ الْمَيْمَنَةِ مَا أَصْحَابُ الْمَيْمَنَةِ (8) وَأَصْحَابُ الْمَشْأَمَةِ مَا أَصْحَابُ الْمَشْأَمَةِ (9) وَالسَّابِقُونَ السَّابِقُونَ (10) أُولَئِكَ الْمُقَرَّبُونَ (11) (سورة الواقعة).

فالسابقون هم الأكثر استجابة للرسالة، وهم ثلة من الأولين لقربهم من زمن تنزيل الرسالة وقليل من الآخرين لابتعادهم عن زمنها وعن القائم بها، وسبب ذلك أن لدى هؤلاء حاجيات واشباعات واستعدادات أكثر، ولذا تتأثر استجابتهم الايجابية بقربهم أو ابتعادهم عن القائم بالتبليغ والإعلام.

والمقتصد في تلقيه للرسالة ثلة من الأولين والآخرين لطبيعتهم الموحدة في تلقي الرسالة سواء أكانوا قريبي عهد بإنزالها أم بعد بهم العهد عنها.

وأما أصحاب الاستجابة السلبية (كليا أو جزئيا)، فهم أكثر لتعطيلهم أدوات التلقي لديهم فظلموا أنفسهم، وصدق الله تعالى: ﴿ لَقَدْ جِئْنَاكُم بِالْحَقِّ وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَكُمْ لِلْحَقِّ كَارِهُونَ ﴿٧٨﴾ ﴾ (سورة الزخرف: ٧٨)، ﴿ وَلَقَدْ ذَرَأْنَا لِجَهَنَّمَ كَثِيرًا مِّنَ الْجِنِّ وَالْإِنسِ ۖ لَهُمْ قُلُوبٌ لَّا يَفْقَهُونَ بِهَا وَلَهُمْ أَعْيُنٌ لَّا يُبْصِرُونَ بِهَا وَلَهُمْ آذَانٌ لَّا يَسْمَعُونَ بِهَا ۚ أُولَٰئِكَ كَالْأَنْعَامِ بَلْ هُمْ أَضَلُّ ۚ أُولَٰئِكَ هُمُ الْغَافِلُونَ ﴿١٧٩﴾ ﴾ (سورة الأعراف: ١٧٩).

كما عبر القرآن الكريم عن تباين مستويات المتلقين من خلال تباين أسلوب الخطاب بقوله تعالى: ﴿ ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۖ وَجَادِلْهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾ ﴾ (سورة النحل: ١٢٥)، فالسبيل واحد لوحدة الرسالة ولكن الأسلوب في الخطاب يتنوع لتفاوت موقف المتلقي من قبول الرسالة [١]: فبعضهم مؤيد ولكنه بحاجة إلى المزيد فهذا يخاطب بأسلوب الحكمة ويزود بما يدعم مواقفه المؤيدة، وبعضهم متردد أو به غفلة عن بعض القضايا؛ فهذا بحاجة إلى موعظة حسنة لإزالة تردده وإيقاظه من غفلته، وآخر معاند؛ له تصور مخالف لنا أو منقاد لرسالة الشيطان فهذا يجادل بالتي هي أحسن، وتحدد طبيعة المعلومات التي يمكن أن تقدم له.

لذا ينبغي مراعاة الخطاب لهؤلاء جميعا من حيث الصياغة واللغة المستخدمة عند تقديم المعارف والمعلومات؛ ليحصل الانسجام في التلقي، وكذلك من الضروري مراعاة مستويات المتلقين العلمية والثقافية واختيار المادة المعلوماتية المناسبة لكل فئة من الفئات فما يقال لعامة الناس غير ما يخصص للفئة المثقفة[٢].

جدول النسب المئوية لخطاب أصناف المتلقين للقرآن

ادى	رار	بة المئوية	لاحظات
س وبني ادم والإنسان		19 %	مهور العام (المحايد أو المتردد)
ن امنوا		64 %	مهور المستجيب (المؤيد)
ار		1 %	مهور الجاحد المعاند (الجاهل)
الكتاب		14 %	مهور الجاحد المعاند (المطلع أو المثقف)
جموع	1	%1	

(١) أصول الإعلام الإسلامي، د. إبراهيم إمام، ص 148، والإعلام الإسلامي الواقع والطموح د. طه الزيدي:، ص30.

(٢) وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، للغلاييني، ص103.

٣ - أصول التقنيات المتعلقة بالعنصر الثالث (الرسالة – المحتوى)

الرسالة هي المحتوى المعرفي الذي يريد المصدر أو المرسل نقله إلى المتلقي، وإنها الهدف الذي يراد تحقيقه من عملية البلاغ، وحدد الإسلام رسالته الإعلامية بالقرآن الكريم كما بينا سابقا، فالقرآن الكريم كله رسالة إعلامية، فهو كتاب إعلام وبلاغ وذكر ، وقد تضمنت نظرية الإعجاز الإعلامي عددا من المبادئ التي تقوم عليها تقنيات الاتصال في أداء الرسالة الإعلامية، ومنها:

– مبدأ ترشيد الرسالة الإعلامية (حراس البوابات):

لقد سبق القرآن إلى نظرية الترشيد في محتوى الرسالة الإعلامية: والتوجيه القرآني أكد على ضرورة مراعاة الترشيد في عرض وتقديم المعارف دعوة وتبليغاً وتعليماً فالله سبحانه يؤكد على ذلك وهو يوجه نبيه إلى معالجة مشكلة حدثت في بيت النبوة بين النبي ﷺ وبعض أزواجه، يقول الله تعالى: ﴿ وَإِذْ أَسَرَّ ٱلنَّبِيُّ إِلَىٰ بَعْضِ أَزْوَٰجِهِۦ حَدِيثًا فَلَمَّا نَبَّأَتْ بِهِۦ وَأَظْهَرَهُ ٱللَّهُ عَلَيْهِ عَرَّفَ بَعْضَهُۥ وَأَعْرَضَ عَنۢ بَعْضٍ ۖ فَلَمَّا نَبَّأَهَا بِهِۦ قَالَتْ مَنْ أَنۢبَأَكَ هَٰذَا ۖ قَالَ نَبَّأَنِىَ ٱلْعَلِيمُ ٱلْخَبِيرُ ﴿٣﴾ ﴾ (سورة التحريم: ٣)، ويقول عليه الصلاة والسلام: (كَفَى بِالْمَرْءِ إِثْمًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ)، وفي رواية: (كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ) [١].

ووجه عليه الصلاة والسلام أصحابه إلى ذلك، حتى عقد البخاري في صحيحه باباً في ذلك أطلق عليه باب: من خص بالعلم قوماً دون قوم، كراهية أن لا يفهموا [٢].

وعلى ضوء هذه النصوص أكدَّ علماء الأصول على مسألة الترشيد في النشر فقد خصه الإمام الشاطبي رحمه الله بفصل في كتابه الموافقات إذ يقول: " إنه ليس كل ما يعلم مما هو حق يطلب نشره وإن كان من علم الشريعة ومما يفيد علماً بالأحكام، بل ذلك ينقسم فمنه ما هو مطلوب النشر وهو غالب علم الشريعة، ومنه ما لا يطلب نشره بإطلاق، أو لا يطلب نشره بالنسبة إلى حال أو وقت أو شخص ، ومن ذلك تعيين هذه الفِرق فإنه وإن كان حقاً فقد يثير فتنة... فيكون من تلك الجهة ممنوعاً بثه، ومن ذلك علم المتشابهات والكلام فيها ، فإن الله ذم من اتبعها ، فإذا ذكرت وعرضت للكلام فيها فربما أدى ذلك إلى ما هو مستغنى عنه "[٣].

فالترشيد الاعلامي هو عملية انتقاء وتهذيب للمادة التي تقدمها وسائل الإعلام بما يتلاءم مع ضوابط الشريعة ومقاصدها وقيم المجتمع وتقاليده، وطبيعة البيئة التي تحيط بالمتلقي وتؤثر فيه، ومراعاة عقول المتلقين ومداركهم وفهومهم، تجنبا للفوضى المعرفية والتلوث المعلوماتي التي تتدفق عبر وسائل الإعلام.

ويمثل الترشيد الإعلامي أحد نظريات الاتصال الجماهيري المعاصرة، واطلقوا عليها نظرية حراس البوابات الإعلامية وملخصها[٤]: إن الخبر أو (الرسالة) يمر من خلال عدد من البوابات أو المراحل حتى

---

(١) أخرجه مسلم 1/ 10 حديث رقم 5، وأبو داود 298/4، حديث رقم 4992.

[٢] (37/1).

(٣) الموافقات للشاطبي، 4/ 189- 190.

[٤] ينظر: المدخل في الاتصال الجماهيري، د. عصام سليمان، ص 116-117

يصل إلى المتلقي، ويقف على كل بوابة من هذه البوابات شخص يمكنه أن يتحكم في مرور الرسالة كما هي أو أن يحذف منها أو يضيف إليها أو يمنع مرورها نهائياً، ففي المؤسسات الإعلامية يحصل المندوب على خبر من الأخبار من مصدر معين، هذا المصدر يعد أول حارس على بوابة فهو الذي يتحكم في الرسالة (الخبر) بالحذف أو بالإضافة، ثم يأتي المندوب ليكون هو الآخر حارساً على بوابة، ثم يقدمه لرئيس قسم الأخبار..ثم مدير التحرير ثم رئيس التحرير..الخ، وهؤلاء جميعاً بمثابة حراس على بوابات تمر بها الرسالة الإعلامية في سلسلة من الحلقات بين المرسل والمستقبل.

- مبدأ (الواقعية والمواكبة) في تقنية عرض الرسالة:

لابد للرسالة الإعلامية البلاغية أن تكون واقعية لتحظى باحترام المتلقين، وأن تكون مواكبة للحدث غير متراخية عنه أو منقطعة، لان التراخي يؤدي إما إلى نفور المتلقي أو إفساح المجال أمامه للمعلومات المضادة بالسيطرة عليه أو فرض معطيات مرسلها ورؤيته على المتلقي، وعند الفراغ يتقبل الإنسان ما هو موجود أو لا ينكره، ويتجلى ذلك في نزول القرآن مفرقا منجما، واسباب النزول.

تنزيل القرآن مفرقا منجما وفي أسباب النزول

وردت حكاية نزول القرآن بصيغتين (انزل ونزّل): فصيغة (أنزل) جاءت بذكر النزول المطلق للقرآن وبنفس الصيغة جاءت الآيات التي تذكر نزول الكتب السماوية الأخرى كالزبور وصحف إبراهيم والتوراة والإنجيل، ومعلوم أن هذه الكتب لما نزلت، أنزلت كاملة غير منجمة مفرقة، وأن القرآن أنزل في ليلة القدر المباركة من شهر رمضان جملة واحدة، قال الله تعالى : (شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِيَ أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَى وَالْفُرْقَانِ) (سورة البقرة: 185)، وقال تعالى: (إِنَّا أَنزَلْنَاهُ فِي لَيْلَةِ الْقَدْرِ) (سورة القدر: 1)، ويكون هنا المعنى فيها أن أنزل تكون لدلالة نزول القرآن ليلة القدر جملة واحدة، قال ابن عباس رضي الله عنهما: أنزل القرآن في ليلة القدر جملة واحدة إلى السماء الدنيا[1].

وأما صيغة (نزَّل) جاءت في نزوله بين الناس، وكلام المشركين عنه وتكذيبهم له، ومعلوم أنّ القرآن لم يكن بينهم كاملاً، وإنما كان ينزل منجماً حسب الوقائع والأحداث ولعل قوله تعالى: (نَزَّلَ عَلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ وَأَنْزَلَ التَّوْرَاةَ وَالْإِنْجِيلَ) (سورة آل عمران: 3)، من أبرز الأدلة التي تعطي هذا المعنى حيث لما ذكر القرآن قال (نزَّل) ولما ذكر التوراة والإنجيل قال (أنزل) لتأكيد أن القرآن نزل في الدعوة منجما، وأما التوراة والإنجيل فأنزلت جملة واحدة، وقوله تعالى: (وَنَزَّلْنَاهُ تَنزِيلًا) (سورة الإسراء: 106] يؤيد هذا المعنى.

عن ابن عباس رضي الله عنهما: أنزل القرآن في ليلة واحدة إلى السماء الدنيا ليلة القدر، ثم نزل بعد ذلك في عشرين سنة، ثم قرأ: ﴿ وَقَالَ ٱلَّذِينَ كَفَرُواْ لَوۡلَا نُزِّلَ عَلَيۡهِ ٱلۡقُرۡءَانُ جُمۡلَةٗ وَٰحِدَةٗۚ كَذَٰلِكَ لِنُثَبِّتَ بِهِۦ فُؤَادَكَۖ وَرَتَّلۡنَٰهُ تَرۡتِيلٗا ﴿٣٢﴾ وَلَا يَأۡتُونَكَ بِمَثَلٍ إِلَّا جِئۡنَٰكَ بِٱلۡحَقِّ وَأَحۡسَنَ تَفۡسِيرًا ﴿٣٣﴾ ﴾ (سورة الفرقان: 33)، ﴿ وَقُرۡءَانٗا

[1] الإتقان في علوم القرآن، للسيوطي، ص 64

فَرَقۡنَٰهُ لِتَقۡرَأَهُۥ عَلَى ٱلنَّاسِ عَلَىٰ مُكۡثٖ وَنَزَّلۡنَٰهُ تَنزِيلٗا ﴿١٠٦﴾ ﴾ (سورة الإسراء: 106)، فكان المشركون إذا أحدثوا شيئا أحدث الله لهم جوابا[1].

وهذا إعجاز إعلامي تنبه إليه الإعلاميون مؤخرا، فالأخبار تبث مفرقة على شكل: (عاجل عاجل) وهو عبارة موجزة تحمل خبراً مهماً عاجلاً، وتستخدم وكالات الأنباء هذه الكلمة للإشارة إلى أن النبأ مهم وعاجل جداً جداً، ومثل هذه الأخبار يشار إليها في أية وسيلة إعلام بما يناسب ليلفت النظر إلى أهمية الخبر، الذي يكون قد ورد لتوه، ومثل هذا الخبر يكون مكوناً من ثلاث أو أربع كلمات فقط، ثم يتم جمع هذه الأخبار العاجلة مع الإحاطة بمعلومات إضافية في التوصيف والارتباط لتشكل عرضا موسعا للأخبار.

كما دل هذان النزولان على تخطيط اعلامي دقيق في النشر والبث، مبني على سياسة أو استراتيجية اعلامية بعيدة المدى، ينبغي على القائمين بالإعلام اعتمادها، وهي: أن تجمع المادة الاعلامية متكاملة، مستوفية للمعاني والمقاصد المطلوبة، منسجمة المحتوى، متنوعة الاساليب، لتحقيق التأثير الايجابي المراد، ثم يبدأ عرضها وبثها على المتلقين شيئا فشيئا، وهذا ما تصنعه وسائل الإعلام الحديثة التي تروم الاستقطاب ولاسيما القنوات الفضائية في أول انطلاقتها، إذ تبدأ بثا تجريبيا، من مقاصده التوثق من الاتقان الفني، وتجميع مادة إعلامية تغطي الدورة الاعلامية الاولى بعد البث الدائم والمستمر، كما تعتمد هذه السياسية، وسائل الإعلام المؤثرة وتحرص على الديمومة، إذ تهيئ مادة اعلامية لأكثر من عدد بالنسبة للصحف من جرائد ومجلات، ولدورة برامجية أمدها ثلاثة أشهر في الاقل بالنسبة للمحطات التلفزيونية والفضائية.

قراءة أخرى للإعجاز الإعلامي في أسباب النزول

لقد وقف علماء الدراسات القرآنية وعلماء الإعلام الإسلامي، عند مسألة أسباب النزول، وتنجيم القرآن، وما تضمنه من فوائد تشريعية أو إعلامية، ومنها:

يقول د. مناع القطان في قوله تعالى: ﴿ وَقُرۡءَانٗا فَرَقۡنَٰهُ لِتَقۡرَأَهُۥ عَلَى ٱلنَّاسِ عَلَىٰ مُكۡثٖ وَنَزَّلۡنَٰهُ تَنزِيلٗا ﴿١٠٦﴾ ﴾ (سورة الإسراء: 106):... بحسب الوقائع والأحداث والمصالح[2].

ويقول الشيخ محمد الغزالي: فالتفصيل المتأني دائما قرين الصدق والدقة[3].

وأما القراءة الإعلامية لتنجيم القرآن واسباب نزول الآيات فمنها:

إن نزول القرآن منجما على مراحل ولم ينزل جملة واحدة ليؤكد على حكمة إعلامية، تتجلى في الواقعية في بناء إعلام حقيقي يواكب الأحداث، فالآية أو الآيات أو السورة تهبط وحيا على النبي صلى الله عليه

---

[1] أخرجه النسائي في الكبرى، 10/ 205، حديث 11308، والحاكم في المستدرك، 2/399، حديث 3390، وقال صحيح الإسناد ووافقه الذهبي.

[2] مباحث علوم القرآن للقطان ص 106

[3] نظرات في القرآن محمد الغزالي ص 20

وسلم لتكون ردا على ادعاء أو محاورة مع مكابر أو تأييد لموقف أو تبرئة لمتهم مظلوم أو تشريعا وتنظيما لأوضاع ووقائع جديدة لم تكن من قبل[1].

وهي بذلك لا تترك مجالا للتشويش الذي يعمل عليه خصوم الرسالة.

كما أن التنجيم ينظم علاقة إعلامية بين فترات النزول وبين الوقائع والمواقف المتجددة ليؤكد خصيصة التدرج في الرسالة الإعلامية، الذي يمهد للتدرج في تغيير الرأي العام، إن دراسة طبائع الشعوب تدلنا على أن محاولة تغيير الرأي العام لأمة من الامم مرة واحدة عن المبادئ الاساسية، التي صارت بمرور الزمن جزءا من حياة تلك الامم، أمر لا يمكن تحققه، وأن تكوين رأي عام جديد في نفوس ابناء تلك الامة، لا يكون الا بعد مضي زمن كاف لاجتثاث المبادئ القديمة، وغرس بذور المبادئ الجديدة بدلا منها، وعلى هذا فإن تغييرا كهذا لا يتم الا عن طريق التدرج في ايصال المادة الإعلامية بحسب الظروف ومراعاة استعداد الامة للقدر الذي يمكن استيعابه وقبوله[2].

٤ - أصول التقنيات المتعلقة بالعنصر الرابع (الوسائل الإعلامية)

الوسائل الإعلامية هي الوسائط والأدوات التي تنقل بها المعلومات من المصدر الى المتلقي، أو أوعيتها التي تستعمل في بثها، وهي تتطور مع التقدم التقني، وهذه الوسائل تتنوع بحسب مستويات المستقبلين وطبيعة المعلومات، ويطلق عليها وسائل الإعلام أو وسائل الاتصال،

مبدأ بناء الوسائل بحسب أدوات التلقي وهي أنواع:

- الوسائل الشفوية: وهي نمط أساسه المواجهة والاحتكاك المباشر وجها لوجه، ولهذا يسمى أيضا (الاتصال الوجاهي) دون اللجوء إلى استخدام وسائل الاتصال المختلفة [٣]، فهي الوسيلة التي لا يعيقها شيء، وتتم بصورة عفوية خالية من التعقيد مما يتيح المجال للمناقشة الهادئة والمصارحة التامة بين المرسل والمتلقي، وهذا يؤدي إلى مزيد من الإقناع، وقد أشار القرآن الكريم إلى هذا الأمر بقوله تعالى: ﴿ ۞ قُلْ إِنَّمَآ أَعِظُكُم بِوَٰحِدَةٍۖ أَن تَقُومُواْ لِلَّهِ مَثْنَىٰ وَفُرَٰدَىٰ ثُمَّ تَتَفَكَّرُواْۚ مَا بِصَاحِبِكُم مِّن جِنَّةٍۚ إِنْ هُوَ إِلَّا نَذِيرٌ لَّكُم بَيْنَ يَدَيْ عَذَابٍ شَدِيدٍ ﴿٤٦﴾ ﴾ (سورة سبأ: ٤٦) ، فالمشافهة قد تكون فردية أو جماعية.

وتعمد وسائل الاتصال الحديثة على التفاعلية بين القائم بالاتصال والمتلقي من خلال اجراء اتصالات مباشرة مع الجمهور، وتؤكد الدراسات الإعلامية أن البرامج التلفزيونية والاذاعية التي تجري اتصالات مباشرة مع الجمهور أكثر فاعلية وأكثر استقطابا، وأسرع في تحقيق الاستجابة من قبل المتلقين.

- الوسائل المقروءة: وهي الأدوات التي تعتمد على حاسة البصر، قال الله تعالى : ﴿ وَلَمَّا سَكَتَ عَن مُّوسَى ٱلْغَضَبُ أَخَذَ ٱلْأَلْوَاحَۖ وَفِى نُسْخَتِهَا هُدًى وَرَحْمَةٌ لِّلَّذِينَ هُمْ لِرَبِّهِمْ يَرْهَبُونَ ﴾ (سورة الأعراف: 154)

---

[1] الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية ص 58

[2] الأسلوب الإعلامي للقرآن الكريم، ص 167

(٣) وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، د. ربحي عليان، ود. محمد الدبس، ص78.

ولذا كان القرآن وسيلة النبي ﷺ في التبليغ وقد جمعت بين التلاوة والكتابة، فهي قرآن متلو وكتاب مطبوع، وكلاهما توقيفي.

- الوسائل المسموعة: وهي الأدوات التي تعتمد على حاسة السمع في نقل المعلومات، قال الله تعالى: ﴿ هَلْ أَتَىٰكَ حَدِيثُ مُوسَىٰٓ ﴿١٥﴾ إِذْ نَادَىٰهُ رَبُّهُۥ بِٱلْوَادِ ٱلْمُقَدَّسِ طُوًى ﴿١٦﴾ ٱذْهَبْ إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُۥ طَغَىٰ ﴿١٧﴾ فَقُلْ هَل لَّكَ إِلَىٰٓ أَن تَزَكَّىٰ ﴿١٨﴾ وَأَهْدِيَكَ إِلَىٰ رَبِّكَ فَتَخْشَىٰ ﴿١٩﴾ ﴾ (سورة النازعات: 15-19)، وقال تعالى: ﴿ ۞ وَمَا كَانَ لِبَشَرٍ أَن يُكَلِّمَهُ ٱللَّهُ إِلَّا وَحْيًا أَوْ مِن وَرَآيِٕ حِجَابٍ أَوْ يُرْسِلَ رَسُولًا فَيُوحِيَ بِإِذْنِهِۦ مَا يَشَآءُ ۚ إِنَّهُۥ عَلِيٌّ حَكِيمٌ ﴿٥١﴾ ﴾ (سورة الشورى: 51).

- الوسائل المرئية: وهي الأدوات التي تعتمد على حاستي السمع والبصر في نقل المعلومات، وتتجلى في صور: الوحي السماوي، والمشاهد الحية، والنقل المباشر.

مبدأ الملائمة في بناء الوسائل مع قدرات المتلقي

وقد تحدثت نظرية الإعجاز الإعلامي عن وسائط الاتصال سواء بين المصدر والقائم بالإعلام او بين القائم والمتلقين، وفي الحالتين راعت قدرات المستقبل بنوعيه القائم وجمهور المتلقين، ومنها:

الأولى: الوحي، هو الواسطة بين المصدر وهو الله تعالى، وبين المرسلين، الذين اصطفاهم الله تعالى من بين عباده للاتصال بالملأ الأعلى ولينزل عليهم رسالاته ليبلغونها إلى الناس جميعا، واقتضت الحكمة الإلهية أن يكون هذا الاتصال عن طريق الوحي السماوي، قال الله تعالى: ﴿ ۞ وَمَا كَانَ لِبَشَرٍ أَن يُكَلِّمَهُ ٱللَّهُ إِلَّا وَحْيًا أَوْ مِن وَرَآيِٕ حِجَابٍ أَوْ يُرْسِلَ رَسُولًا فَيُوحِيَ بِإِذْنِهِۦ مَا يَشَآءُ ۚ إِنَّهُۥ عَلِيٌّ حَكِيمٌ ﴿٥١﴾ ﴾ (سورة الشورى: 51) فهذه الآية تتحدث عن الدائرة الإعلامية المغلقة بين المصدر والمرسل، وتكون إما إيحاء عبر الرسائل المستترة، او عبر أثير يحجب الاتصال المباشر الوجاهي، لا يطلع عليه غير المرسل، او عبر واسطة سمعية ترتبط بأداة التلقي عند المرسل حصرا.

عَنْ عَائِشَةَ أُمِّ المُؤْمِنِينَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا، أَنَّ الحَارِثَ بْنَ هِشَامٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ سَأَلَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، كَيْفَ يَأْتِيكَ الوَحْيُ؟ فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: (أَحْيَانًا يَأْتِينِي مِثْلَ صَلْصَلَةِ الجَرَسِ، وَهُوَ أَشَدُّهُ عَلَيَّ، فَيُفْصَمُ عَنِّي وَقَدْ وَعَيْتُ عَنْهُ مَا قَالَ، وَأَحْيَانًا يَتَمَثَّلُ لِيَ المَلَكُ رَجُلًا فَيُكَلِّمُنِي فَأَعِي مَا يَقُولُ)[1]، ويبدو أن الحالة الثانية هي أهون لأنها تنسجم مع الطبيعة البشرية للنبي عليه الصلاة والسلام، لآن الحالة الأولى كما يقول ابن خلدون: أن يكون للنفس الإنسانيّة استعداد للانسلاخ من البشريّة إلى الملكيّة، لتصير بالفعل من جنس الملائكة وقتا من الأوقات، وفي لمحة من اللّمحات. ثمّ تراجع بشريّتها وقد تلقّت في عالم الملكيّة ما كلّفت بتبليغه إلى أبناء جنسها من البشر. وهذا هو معنى الوحي وخطاب الملائكة. والأنبياء كلّهم مفطورون عليه [2]، وفيها يكون التناسب بين المتكلم

---

[1] أخرجه البخاري، 6/1، حديث 2، ومسلم، 1816/4، حديث 2333.

[2] المقدمة لابن خلدون، ص 598.

والسامع، ويأنس رسول النبوة عند سماعه من رسول الوحي، ويطمئن إليه اطمئنان الإنسان لأخيه الإنسان[1].

مبدأ قوة الوسيلة في قدرتها على الاتصال الخاص والعام مع المتلقي

فالوحي السماوي يسلك بأمر ربه في التبليغ صورا متعددة، ليكون تقبل الرسالة أكثر:

فقد يكلم الله رسوله بدون واسطة، يقظة من وراء حجاب، ولكن لا يدركه غيره، وهو ثابت لموسى عليه السلام فهو كليم الله: ﴿ وَلَمَّا جَآءَ مُوسَىٰ لِمِيقَٰتِنَا وَكَلَّمَهُۥ رَبُّهُۥ قَالَ رَبِّ أَرِنِيٓ أَنظُرۡ إِلَيۡكَۚ قَالَ لَن تَرَىٰنِي وَلَٰكِنِ ٱنظُرۡ إِلَى ٱلۡجَبَلِ فَإِنِ ٱسۡتَقَرَّ مَكَانَهُۥ فَسَوۡفَ تَرَىٰنِيۚ فَلَمَّا تَجَلَّىٰ رَبُّهُۥ لِلۡجَبَلِ جَعَلَهُۥ دَكّٗا وَخَرَّ مُوسَىٰ صَعِقٗاۚ فَلَمَّآ أَفَاقَ قَالَ سُبۡحَٰنَكَ تُبۡتُ إِلَيۡكَ وَأَنَا۠ أَوَّلُ ٱلۡمُؤۡمِنِينَ ١٤٣ ﴾ (سورة الأعراف: 143)

﴿ وَرُسُلٗا قَدۡ قَصَصۡنَٰهُمۡ عَلَيۡكَ مِن قَبۡلُ وَرُسُلٗا لَّمۡ نَقۡصُصۡهُمۡ عَلَيۡكَۚ وَكَلَّمَ ٱللَّهُ مُوسَىٰ تَكۡلِيمٗا ١٦٤ ﴾ (سورة النساء: 164)

وقد يرسل الله جبريل عليه السلام الى المرسلين أو بعض عباده الصالحين لآمر يتعلق بالمرسلين، فقد أرسل جبريل إلى السيدة مريم على صورة رجل: قال تعالى: ﴿ وَٱذۡكُرۡ فِي ٱلۡكِتَٰبِ مَرۡيَمَ إِذِ ٱنتَبَذَتۡ مِنۡ أَهۡلِهَا مَكَانٗا شَرۡقِيّٗا ١٦ فَٱتَّخَذَتۡ مِن دُونِهِمۡ حِجَابٗا فَأَرۡسَلۡنَآ إِلَيۡهَا رُوحَنَا فَتَمَثَّلَ لَهَا بَشَرٗا سَوِيّٗا ١٧ قَالَتۡ إِنِّيٓ أَعُوذُ بِٱلرَّحۡمَٰنِ مِنكَ إِن كُنتَ تَقِيّٗا ١٨ قَالَ إِنَّمَآ أَنَا۠ رَسُولُ رَبِّكِ لِأَهَبَ لَكِ غُلَٰمٗا زَكِيّٗا ١٩ ﴾ (سورة مريم: ١٦ - ١٩).

وكما في حديث جبريل وسؤاله عن الإسلام والإيمان والإحسان، قال عُمَرُ بْنُ الْخَطَّابِ رضي الله عنه: بَيْنَمَا نَحْنُ عِنْدَ رَسُولِ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ذَاتَ يَوْمٍ، إِذْ طَلَعَ عَلَيْنَا رَجُلٌ شَدِيدُ بَيَاضِ الثِّيَابِ، شَدِيدُ سَوَادِ الشَّعَرِ، لَا يُرَى عَلَيْهِ أَثَرُ السَّفَرِ، وَلَا يَعْرِفُهُ مِنَّا أَحَدٌ، حَتَّى جَلَسَ إِلَى النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، فَأَسْنَدَ رُكْبَتَيْهِ إِلَى رُكْبَتَيْهِ، وَوَضَعَ كَفَّيْهِ عَلَى فَخِذَيْهِ، وفي آخره: قَالَ لِي: «يَا عُمَرُ أَتَدْرِي مَنِ السَّائِلُ؟» قُلْتُ: اللهُ وَرَسُولُهُ أَعْلَمُ، قَالَ: «فَإِنَّهُ جِبْرِيلُ أَتَاكُمْ يُعَلِّمُكُمْ دِينَكُمْ»[2].

وقد يكون الاتصال خاصا لا يدركه إلا القائم بالإعلام ولو كان بين جمهور المتلقين، وهذا كثير بل الغالب في نزول جبريل على قلب رسول الله صلى الله عليه وسلم وهو بين اصحابه وقد يدركون انه في حالة اتصال مع الوحي ولكنهم لا يدركون الرسالة التي نزلت عليه حتى يخبرهم بها

والفائدة الاعلامية التي ينبغي أن يراعيها القائمون بالإعلام: أن تكون قناة الاتصال مع المتلقين مما تناسب المتلقي نفسه وليس بالضرورة أن تناسب ذوق المرسل، وان تنسجم مع مداركه وأدوات التلقي لديه، وتوصل علماء الإعلام بعد دراسات تجريبية وابحاث وصفية إلى أن هنالك اعتبارات عديدة تحدد استخدام وسائل الاعلام وقنواته، منها: نوعية المعلومات التي تنتجها الوسيلة، ومرونتها لتلبية متطلبات الرسالة، وملاءمتها لاحتياجات الجمهور وقدراتهم، واخيرا مدى مناسبتها لتحقيق أهداف المرسل[3].

---

[1] مباحث في علوم القرآن، مناع القطان، ص 34

[2] أخرجه البخاري، 115/6، حديث 4777، ومسلم، 36/1، حديث 8، واللفظ له.

[3] المدخل في الاتصال الجماهيري، د. عصام سليمان، ص 138

مبدأ قوة تقنية وسيلة الاتصال تعتمد على قدرتها في العرض والتأثير الحسي

انفردت واسطة الوحي بازدواجية الوظيفة التلقي- والمؤثرات الحسية التي تنتقل إلى المتلقي عبر الواسطة فالوحي يتمثل بشرا سويا يتكلم وينفخ في المتلقي، قال تعالى: (وَمَرْيَمَ ابْنَتَ عِمْرَانَ الَّتِي أَحْصَنَتْ فَرْجَهَا فَنَفَخْنَا فِيهِ مِنْ رُوحِنَا وَصَدَّقَتْ بِكَلِمَاتِ رَبِّهَا وَكُتُبِهِ وَكَانَتْ مِنَ الْقَانِتِينَ) (سورة التحريم:12)

وهذا ما لم تبلغه القدرة البشرية في تقنيات الاتصال، وإنما تكون عبر وسائط أخرى مساندة كما في دور العرض السينمائي (3ds max) من تحريك الهواء (ساخن وزمهرير) أو اهتزاز المقاعد، أو وجود شعيرات اصطناعية يتم تمريرها على إزاء من جسد المتلقي، والتلاعب بالاضواء المسلطة على المتلقي، او المؤثرات الصوتية.

مبدأ قوة تأثير الوسيلة بقدرتها على توظيف المشاهد الحية في رسالتها

القرآن يقص علينا توظيف تقنية الوسائط الاعلامية على الممارسة العملية والمشاهد الحية في تبليغ الرسالة، ونقل الأحكام، عبر تقنية الأداء المسرحي الواقعي زيادة في الشد والتأثير، قال الله تعالى: ﴿ فَبَعَثَ ٱللَّهُ غُرَابًا يَبۡحَثُ فِي ٱلۡأَرۡضِ لِيُرِيَهُۥ كَيۡفَ يُوَٰرِي سَوۡءَةَ أَخِيهِۚ قَالَ يَٰوَيۡلَتَىٰٓ أَعَجَزۡتُ أَنۡ أَكُونَ مِثۡلَ هَٰذَا ٱلۡغُرَابِ فَأُوَٰرِيَ سَوۡءَةَ أَخِيۖ فَأَصۡبَحَ مِنَ ٱلنَّٰدِمِينَ ﴿٣١﴾ ﴾ (سورة المائدة: 31)

وقال تعالى:﴿ أَوۡ كَٱلَّذِي مَرَّ عَلَىٰ قَرۡيَةٖ وَهِيَ خَاوِيَةٌ عَلَىٰ عُرُوشِهَا قَالَ أَنَّىٰ يُحۡيِۦ هَٰذِهِ ٱللَّهُ بَعۡدَ مَوۡتِهَاۖ فَأَمَاتَهُ ٱللَّهُ مِاْئَةَ عَامٖ ثُمَّ بَعَثَهُۥۖ قَالَ كَمۡ لَبِثۡتَۖ قَالَ لَبِثۡتُ يَوۡمًا أَوۡ بَعۡضَ يَوۡمٖۖ قَالَ بَل لَّبِثۡتَ مِاْئَةَ عَامٖ فَٱنظُرۡ إِلَىٰ طَعَامِكَ وَشَرَابِكَ لَمۡ يَتَسَنَّهۡۖ وَٱنظُرۡ إِلَىٰ حِمَارِكَ وَلِنَجۡعَلَكَ ءَايَةٗ لِّلنَّاسِۖ وَٱنظُرۡ إِلَى ٱلۡعِظَامِ كَيۡفَ نُنشِزُهَا ثُمَّ نَكۡسُوهَا لَحۡمٗاۚ فَلَمَّا تَبَيَّنَ لَهُۥ قَالَ أَعۡلَمُ أَنَّ ٱللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيۡءٖ قَدِيرٞ ﴿٢٥٩﴾ وَإِذۡ قَالَ إِبۡرَٰهِـۧمُ رَبِّ أَرِنِي كَيۡفَ تُحۡيِ ٱلۡمَوۡتَىٰۖ قَالَ أَوَلَمۡ تُؤۡمِنۖ قَالَ بَلَىٰ وَلَٰكِن لِّيَطۡمَئِنَّ قَلۡبِيۖ قَالَ فَخُذۡ أَرۡبَعَةٗ مِّنَ ٱلطَّيۡرِ فَصُرۡهُنَّ إِلَيۡكَ ثُمَّ ٱجۡعَلۡ عَلَىٰ كُلِّ جَبَلٖ مِّنۡهُنَّ جُزۡءٗا ثُمَّ ٱدۡعُهُنَّ يَأۡتِينَكَ سَعۡيٗاۚ وَٱعۡلَمۡ أَنَّ ٱللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٞ ﴿٢٦٠﴾ ﴾ (سورة البقرة: 259-260).

مبدأ استخدام المؤثرات المرئية لزيادة تأثير وسائل الاتصال

المؤثرات التي تستخدم في البرامج التلفزيونية إما أن تكون صوتية كإدخال الأصوات والموسيقى، أو بصرية كالإضاءة واللوحات والمجسمات ، أو مرئية تجمع بين الصوت والصورة، وقد سبق القرآن في توظيف هذه المؤثرات لتكون رسالته أكثر تأثيرا، كما في حادثة الإسراء والمعراج قال سبحانه (لِنُرِيَهُ مِنْ آيَاتِنَا إِنَّهُ هُوَ السَّمِيعُ الْبَصِيرُ) (سورة الاسراء:1)، فقد وظف سبحانه وتعالى الذي أسرى بعبده وعرج به إلى السموات العلى المؤثرات المرئية لتقريب بعض المفاهيم المتعلقة بنتائج بعض الإعمال التي يقوم بها العباد وعاقبتها.

فقد رأى مقاطع مرئية عديدة ومتنوعة، واخبر عنها، قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: " لَمَّا عُرِجَ بِي مَرَرْتُ بِقَوْمٍ لَهُمْ أَظْفَارٌ مِنْ نُحَاسٍ يَخْمِشُونَ وُجُوهَهُمْ وَصُدُورَهُمْ ، فَقُلْتُ: مَنْ هَؤُلاءِ يَا جِبْرِيلُ ؟ قَالَ: هَؤُلاءِ الَّذِينَ يَأْكُلُونَ لُحُومَ النَّاسِ وَيَقَعُونَ فِي أَعْرَاضِهِمْ"[1].

قَالَ رَسُولُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: " مَرَرْتُ لَيْلَةَ أُسْرِيَ بِي عَلَى قَوْمٍ تُقْرَضُ شِفَاهُهُمْ بِمَقَارِيضَ مِنْ نَارٍ. قَالَ: قُلْتُ مَنْ هَؤُلَاءِ؟ قَالُوا: خُطَبَاءُ مِنْ أَهْلِ الدُّنْيَا مِمَّنْ كَانُوا يَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ، وَيَنْسَوْنَ أَنْفُسَهُمْ، وَهُمْ يَتْلُونَ الْكِتَابَ، أَفَلَا يَعْقِلُونَ [2]، وقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: " أَتَيْتُ لَيْلَةَ أُسْرِيَ بِي عَلَى قَوْمٍ بُطُونُهُمْ كَالْبُيُوتِ، فِيهَا الْحَيَّاتُ تُرَى مِنْ خَارِجِ بُطُونِهِمْ، فَقُلْتُ: مَنْ هَؤُلَاءِ يَا جِبْرَائِيلُ؟ قَالَ: هَؤُلَاءِ أَكَلَةُ الرِّبَا[3].

ورأى مقاطع آخر بعرض أقوام يزرعون في يوم ويحصدون في يوم، كلما حصدوا عادوا كما كان، فأخبره جبريل: هؤلاء المجاهدون في سبيل الله تضاعف لهم الحسنات بسبعمائة ضعف وما أنفقوا من شيء فهو يُخلف، وهكذا بقية المشاهد لعقوبة الزناة ومانعي الزكاة وخطباء الفتنة [4].

وكان لعرض هذه المشاهد المرئية التي تصور عقوبات جرائم لم تشرع أحكامها بعد، ابلغ الأثر على الصحابة في اجتناب هذه المحرمات عند تشريعها ، وتمثل بثا تجريبيا مسبقا لعاقبة من ينتهك الحدود الشرعية وعرضا لوقائعها التي يمكن أن تحدث مستقبلا.

مبدأ قوة الوسيلة بقدرتها على النقل المباشر الحي

واسطة نقل وظفتها التقنيات الحديثة والاتصالات اللاسلكية وصولا إلى الأقمار الصناعية التي تسبح في مدارات فضائية حول الأرض، وقد سخر الله تعالى لنبيه هذه الواسطة في أكثر من مناسبة ، وإذا كانت الآيات القرآنية تحدثت بإجمال عنها، فقد جاءت وقائع تطبيقية في السيرة النبوية، في تفصيلها، ومنها:

- في حادثة الإسراء والمعراج

بعد أن طلب زعماء قريش من رسول الله صلى الله عليه وسلم أن يصف لهم المسجد الاقصى، قالوا: يا محمد! فصف لنا بيت المقدس، قال: دخلت ليلا وخرجت منه ليلاً، فأتاه جبريل بصورته في جناحه، فجعل يقول: باب منه كذا، في موضع كذا، وباب منه كذا، في موضع كذا [5].

فالنبي عليه الصلاة والسلام اسري به ليلا فلم تتوضح له معالم هذا المسجد فما كان من الله الا أن كشفه لنبيه بنقل مباشر بواسطة جبريل، وتحولت أجنحته إلى شاشة عرض متحركة أمام النبي صلى الله عليه وسلم ولا تدركها إلا أجهزة تلقي بمواصفات خاصة سخرها الله تعالى للمرسلين دون سواهم من

---

[1] أخرجه أبو داود، 169/4، حديث 4878، وأحمد 21/ 53، حديث 13340.

[2] أخرجه أحمد،19/ 244، حديث 12211، وهو صحيح.

[3] أخرجه ابن ماجه، 763/2، حديث 2273. وأحمد، 285/14، حديث 8640.

[4] للمزيد من هذه الأحاديث ينظر: الإسراء والمعراج وذكر أحاديثهما وتخريجها وبيان صحيحها للشيخ المحدث ناصر الدين الالباني.

[5] التاريخ الإسلامي للحميدي، 3/ 37

البشر، فقام بـوصفه للمشركين، وقد أقروا بصدق الوصف ومطابقته للواقع، وتم توظفه لإثبات صدق نبيه.

– وفي غزوة مؤتة:

فقد كان النبي صلى الله عليه وسلم في المدينة وجيش المسلمين في مؤتة جنوب مدينة الكرك في الاردن، وظهرت المعجزة الإعلامية للنبي صلى الله عليه وسلم في النقل المباشر لأخبار هذه المعركة الى أهل المدينة، فقد نعى المسلمين في المدينة زيدا وجعفرا وابن رواحة، قبل أن يصل إليه خبرهم، وذرفت عيناه الدموع، ثم أخبرهم باستلام خالد للراية، وبشرهم بالفتح على يديه وأسماه سيف الله، فاستبشروا، وبعد ذلك قدم من أخبرهم بأخبار السرية، ولم يزد عما اخبرهم به النبي صلى الله عليه وسلم، في نقله المباشر لأحداث المعركة[١].

في غزوة الأحزاب: عَنِ الْبَرَاءِ بْنِ عَازِبٍ رضي الله عنه قَالَ: أَمَرَنَا رَسُولُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِحَفْرِ الْخَنْدَقِ، قَالَ: وَعَرَضَ لَنَا صَخْرَةٌ فِي مَكَانٍ مِنَ الخَنْدَقِ، لَا تَأْخُذُ فِيهَا الْمَعَاوِلُ، قَالَ: فَشَكَوْهَا إِلَى رَسُولِ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، فَجَاءَ رَسُولُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قَالَ عَوْفٌ:، وَأَحْسِبُهُ قَالَ: وَضَعَ ثَوْبَهُ ثُمَّ هَبَطَ إِلَى الصَّخْرَةِ، فَأَخَذَ الْمِعْوَلَ فَقَالَ: " بِسْمِ اللهِ " فَضَرَبَ ضَرْبَةً فَكَسَرَ ثُلُثَ الْحَجَرِ، وَقَالَ: " اللهُ أَكْبَرُ أُعْطِيتُ مَفَاتِيحَ الشَّامِ، وَاللهِ إِنِّي لَأُبْصِرُ قُصُورَهَا الْحُمْرَ مِنْ مَكَانِي هَذَا ". ثُمَّ قَالَ: " بِسْمِ اللهِ " وَضَرَبَ أُخْرَى فَكَسَرَ ثُلُثَ الْحَجَرِ فَقَالَ: " اللهُ أَكْبَرُ، أُعْطِيتُ مَفَاتِيحَ فَارِسَ، وَاللهِ إِنِّي لَأُبْصِرُ الْمَدَائِنَ، وَأُبْصِرُ قَصْرَهَا الْأَبْيَضَ مِنْ مَكَانِي هَذَا " ثُمَّ قَالَ: " بِسْمِ اللهِ " وَضَرَبَ ضَرْبَةً أُخْرَى فَقَلَعَ بَقِيَّةَ الْحَجَرِ فَقَالَ: " اللهُ أَكْبَرُ أُعْطِيتُ مَفَاتِيحَ الْيَمَنِ، وَاللهِ إِنِّي لَأُبْصِرُ أَبْوَابَ صَنْعَاءَ مِنْ مَكَانِي هَذَا" ، وفي رواية: أعطيت مفاتيح الشام، والله إني لأبصر قصورها الحمر الساعة، ثم ضربها الثاني ة، فقال: الله أكبر، أعطيت مفاتيح فارس، والله إني لأبصر قصر المدائن أبيض، ثم ضرب الثالثة، وقال: الله أكبر أعطيت مفاتيح اليمن، والله إني لأبصر أبواب صنعاء من مكاني هذه الساعة[٢].

فقوله عليه الصلاة والسلام: (من مكاني هذه الساعة) يمثل نقلا مباشرا حيا للرسول عليه الصلاة والسلام ومن ثلاثة أماكن في ثلاث دول في آن واحد.

والضربات الثلاث تمثل في المفهوم المعاصر ضغطة على أزرار جهاز التحكم لتنتقل بالبث مع كل ضغطة إلى قناة مستقلة لتنقل بصورة مباشرة من إحدى الدول.

٥ – **أصول تقنيات العنصر الخامس: "التأثير أو الاستجابة للرسالة"**

يعد هذا العنصر هو هدف العملية الإعلامية، ولأهميته، فقد حرص القرآن الكريم على معالجة تحقيق الاستجابة، وسبق التنظير الإعلامي في بنائها على أربع مراحل تمهيدية تمثل مبادئ أساسية في تحقيق الاستجابة الايجابية للرسالة الإعلامية ومنها:

---

١ ينظر: لهذه الغزوة البداية والنهاية لابن كثير 4/ 255، و السيرة النبوية عرض وقائع وتحليل أحداث، د. علي محمد الصلابي،2/ 1144

٢ أخرجه الإمام أحمد، 30/ 626، حديث 18694، ومصنف ابن أبي شيبة، 378/7، حديث 36820.

الاولى: مبدأ قدرة التقنية على الاتصال التفاعلي التغذية الراجعة (رجع الصدى):

وهي عند بعض المنظرين في الإعلام تمثل العنصر الخامس في العملية الإعلامية، ولكننا ومن خلال المعالجة القرآنية نراها تمثل مرحلة تمهيدية للاستجابة، ويقصد بها: استخدام المعلومات المرتدة في عملية اتخاذ القرارات، أي الخطوة التي يتم بمقتضاها استعادة البيانات بعد التصحيح والإضافة لاتخاذ قرار جديد أو تعديل القرار القائم، وفي عملية الاتصال ونقل المعلومات، فإنّ هذه الخطوة تكون بين المرسل والمستقبل، أو بين المصدر والقائم بالاتصال والمتلقي، وتعني رد الفعل الذي يبديه مستقبل الرسالة، والذي يعكس أثر الرسالة عليه... هل فهمها؟ هل يقبلها؟ هل يرفضها كلياً أو جزئياً؟ [(١)] ؛ فهي اتصال راجع من المتلقي الى المرسل أو القائم بالاتصال، يساعد في إحداث مزيد من الضبط والدقة فيما يتبع من اتصال، وعلى ضوئه يتم تعديل الرسالة أو المعلومة، من أجل تحقيق الأهداف التي يريدها المرسل بصورة أفضل وأكثر تأثيرا.

وتتجلى شواهد عنصر التغذية الراجعة في وقائع أسباب نزول الآيات القرآنية، وفي نسخ بعض الأحكام، وتصحيحها وهي عادة سريعة وفورية، وفي آيات العتاب، كما في قوله تعالى: ﴿ قَدْ سَمِعَ ٱللَّهُ قَوْلَ ٱلَّتِي تُجَٰدِلُكَ فِي زَوْجِهَا وَتَشْتَكِيٓ إِلَى ٱللَّهِ وَٱللَّهُ يَسْمَعُ تَحَاوُرَكُمَآۚ إِنَّ ٱللَّهَ سَمِيعٌۢ بَصِيرٌ ﴿١﴾ ٱلَّذِينَ يُظَٰهِرُونَ مِنكُم مِّن نِّسَآئِهِم مَّا هُنَّ أُمَّهَٰتِهِمۡۖ إِنۡ أُمَّهَٰتُهُمۡ إِلَّا ٱلَّٰٓـِٔي وَلَدۡنَهُمۡۚ وَإِنَّهُمۡ لَيَقُولُونَ مُنكَرٗا مِّنَ ٱلۡقَوۡلِ وَزُورٗاۚ وَإِنَّ ٱللَّهَ لَعَفُوٌّ غَفُورٞ ﴿٢﴾ وَٱلَّذِينَ يُظَٰهِرُونَ مِن نِّسَآئِهِمۡ ثُمَّ يَعُودُونَ لِمَا قَالُواْ فَتَحۡرِيرُ رَقَبَةٖ مِّن قَبۡلِ أَن يَتَمَآسَّاۚ ذَٰلِكُمۡ تُوعَظُونَ بِهِۦۚ وَٱللَّهُ بِمَا تَعۡمَلُونَ خَبِيرٞ ﴿٣﴾ فَمَن لَّمۡ يَجِدۡ فَصِيَامُ شَهۡرَيۡنِ مُتَتَابِعَيۡنِ مِن قَبۡلِ أَن يَتَمَآسَّاۖ فَمَن لَّمۡ يَسۡتَطِعۡ فَإِطۡعَامُ سِتِّينَ مِسۡكِينٗاۚ ذَٰلِكَ لِتُؤۡمِنُواْ بِٱللَّهِ وَرَسُولِهِۦۚ وَتِلۡكَ حُدُودُ ٱللَّهِۗ وَلِلۡكَٰفِرِينَ عَذَابٌ أَلِيمٌ ﴿٤﴾ ﴾ (سورة المجادلة: 1-4).

وقوله تعالى: ﴿ عَبَسَ وَتَوَلَّىٰٓ ﴿١﴾ أَن جَآءَهُ ٱلۡأَعۡمَىٰ ﴿٢﴾ وَمَا يُدۡرِيكَ لَعَلَّهُۥ يَزَّكَّىٰٓ ﴿٣﴾ أَوۡ يَذَّكَّرُ فَتَنفَعَهُ ٱلذِّكۡرَىٰٓ ﴿٤﴾ أَمَّا مَنِ ٱسۡتَغۡنَىٰ ﴿٥﴾ فَأَنتَ لَهُۥ تَصَدَّىٰ ﴿٦﴾ وَمَا عَلَيۡكَ أَلَّا يَزَّكَّىٰ ﴿٧﴾ وَأَمَّا مَن جَآءَكَ يَسۡعَىٰ ﴿٨﴾ وَهُوَ يَخۡشَىٰ ﴿٩﴾ فَأَنتَ عَنۡهُ تَلَهَّىٰ ﴿١٠﴾ كَلَّآ إِنَّهَا تَذۡكِرَةٞ ﴿١١﴾ ﴾ (سورة عبس: 1-11)

وفي قوله تعالى: ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّبِيُّ حَرِّضِ ٱلۡمُؤۡمِنِينَ عَلَى ٱلۡقِتَالِۚ إِن يَكُن مِّنكُمۡ عِشۡرُونَ صَٰبِرُونَ يَغۡلِبُواْ مِاْئَتَيۡنِۚ وَإِن يَكُن مِّنكُم مِّاْئَةٞ يَغۡلِبُوٓاْ أَلۡفٗا مِّنَ ٱلَّذِينَ كَفَرُواْ بِأَنَّهُمۡ قَوۡمٞ لَّا يَفۡقَهُونَ ﴿٦٥﴾ ٱلۡـَٰٔنَ خَفَّفَ ٱللَّهُ عَنكُمۡ وَعَلِمَ أَنَّ فِيكُمۡ ضَعۡفٗاۚ فَإِن يَكُن مِّنكُم مِّاْئَةٞ صَابِرَةٞ يَغۡلِبُواْ مِاْئَتَيۡنِۚ وَإِن يَكُن مِّنكُمۡ أَلۡفٞ يَغۡلِبُوٓاْ أَلۡفَيۡنِ بِإِذۡنِ ٱللَّهِۗ وَٱللَّهُ مَعَ ٱلصَّٰبِرِينَ ﴿٦٦﴾ مَا كَانَ لِنَبِيٍّ أَن يَكُونَ لَهُۥٓ أَسۡرَىٰ حَتَّىٰ يُثۡخِنَ فِي ٱلۡأَرۡضِۚ تُرِيدُونَ عَرَضَ ٱلدُّنۡيَا وَٱللَّهُ يُرِيدُ ٱلۡأٓخِرَةَۗ وَٱللَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٞ ﴿٦٧﴾ لَّوۡلَا كِتَٰبٞ مِّنَ ٱللَّهِ سَبَقَ لَمَسَّكُمۡ فِيمَآ أَخَذۡتُمۡ عَذَابٌ عَظِيمٞ ﴿٦٨﴾ فَكُلُواْ مِمَّا غَنِمۡتُمۡ حَلَٰلٗا طَيِّبٗاۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۚ إِنَّ ٱللَّهَ غَفُورٞ رَّحِيمٞ ﴿٦٩﴾ ﴾ (سورة الأنفال: 65-69)

---

(١) ينظر: معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، طه أحمد، ص131.

فعلى ضوء هذه الوقائع وردّ فعل المتلقين، تم تعديل المعلومات والأحكام المتعلقة بهما، تعزيزا لتحقيق الاستجابة الايجابية، وكان نقل ردة فعل المتلقي الى المصدر تحدث بصورة مباشرة فتتم المعالجة آنيا وهذا ما لم تصل اليه تقنيات الاتصال الا بعد النقل المباشر او الاتصال المباشر مع المتلقي.

الثانية: مبدأ تقنية حماية المعلومات بضرورة حفظها من الاعتداء والتشويش

لقد تكفل الله تعالى بحفظ رسالته، وصون كتابه الذي انزله على هذه الأمة، من كل اعتداء يريد أصحابه التشويه أو التحريف في آياته لصرف الناس عن الحق الذي جاء به، بقطع الاتصال كليا أو جزئيا لمنع المتلقي عن استقبال الرسالة، أو بالعمل على التغيير في معنى الرسالة أو بسبب عدم فهمها من قبل المتلقي فهما صحيحا، وتكون النتيجة أن يفقد الاتصال فعاليته، ولا يحقق أهدافه.

وعلى ضوء ذلك فالتشويش الذي سبق القرآن الكريم الى معالجته نوعان:

أحدهما يتعلق بواسطة نقل الرسالة، من خلال التأثير على سير نقلها، من قبل شياطين الانس والجن، قال تعالى: ﴿ إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا ٱلذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُۥ لَحَٰفِظُونَ ﴿٩﴾ ﴾ (سورة الحجر: 9).

﴿ وَإِذَا قَرَأْتَ ٱلْقُرْءَانَ جَعَلْنَا بَيْنَكَ وَبَيْنَ ٱلَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِٱلْءَاخِرَةِ حِجَابًا مَّسْتُورًا ﴿٤٥﴾ وَجَعَلْنَا عَلَىٰ قُلُوبِهِمْ أَكِنَّةً أَن يَفْقَهُوهُ وَفِىٓ ءَاذَانِهِمْ وَقْرًا ۚ وَإِذَا ذَكَرْتَ رَبَّكَ فِى ٱلْقُرْءَانِ وَحْدَهُۥ وَلَّوْا۟ عَلَىٰٓ أَدْبَٰرِهِمْ نُفُورًا ﴿٤٦﴾ نَّحْنُ أَعْلَمُ بِمَا يَسْتَمِعُونَ بِهِۦٓ إِذْ يَسْتَمِعُونَ إِلَيْكَ وَإِذْ هُمْ نَجْوَىٰٓ إِذْ يَقُولُ ٱلظَّٰلِمُونَ إِن تَتَّبِعُونَ إِلَّا رَجُلًا مَّسْحُورًا ﴿٤٧﴾ ﴾.(سورة الإسراء: 45-47)

﴿ وَأَنَّا لَمَسْنَا ٱلسَّمَآءَ فَوَجَدْنَٰهَا مُلِئَتْ حَرَسًا شَدِيدًا وَشُهُبًا ﴿٨﴾ وَأَنَّا كُنَّا نَقْعُدُ مِنْهَا مَقَٰعِدَ لِلسَّمْعِ ۖ فَمَن يَسْتَمِعِ ٱلْءَانَ يَجِدْ لَهُۥ شِهَابًا رَّصَدًا ﴿٩﴾ ﴾ (سورة الجن: ٨ - ٩)

وتمثل هذه الآيات سبقا في تقنية التشفير الذي تتبعه بعض القنوات الفضائية والمواقع الالكترونية في حماية موجاتها من الاختراق، فهو صورة معاصرة للحجاب الذي أشارت اليه الآيات القرآنية في حفظ رسالة القرآن.

كما نزع صفة القدسية والبعد السماوي عن الكتب التي انزلها على عباده المرسلين بسبب التحريف الذي أصابها، وهو بذلك يضع قاعدة إعلامية أن الرسالة المحرفة لا قيمة لها، والاستجابة لها سلبية وإن ظن أصحابها أنها ايجابية بسبب تقبلها من بعض المتلقين، قال الله تعالى: ﴿ وَإِنَّ مِنْهُمْ لَفَرِيقًا يَلْوُۥنَ أَلْسِنَتَهُم بِٱلْكِتَٰبِ لِتَحْسَبُوهُ مِنَ ٱلْكِتَٰبِ وَمَا هُوَ مِنَ ٱلْكِتَٰبِ وَيَقُولُونَ هُوَ مِنْ عِندِ ٱللَّهِ وَمَا هُوَ مِنْ عِندِ ٱللَّهِ وَيَقُولُونَ عَلَى ٱللَّهِ ٱلْكَذِبَ وَهُمْ يَعْلَمُونَ ﴿٧٨﴾ ﴾ (سورة آل عمران: ٧٨).

﴿ فَبِمَا نَقْضِهِم مِّيثَٰقَهُمْ لَعَنَّٰهُمْ وَجَعَلْنَا قُلُوبَهُمْ قَٰسِيَةً ۖ يُحَرِّفُونَ ٱلْكَلِمَ عَن مَّوَاضِعِهِۦ وَنَسُوا۟ حَظًّا مِّمَّا ذُكِّرُوا۟ بِهِۦ ۚ وَلَا تَزَالُ تَطَّلِعُ عَلَىٰ خَآئِنَةٍ مِّنْهُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْهُمْ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱصْفَحْ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُحْسِنِينَ ﴿١٣﴾ ﴾ (سورة المائدة: ١٣).

﴿ وَمِنَ ٱلَّذِينَ هَادُواْ سَمَّٰعُونَ لِلۡكَذِبِ سَمَّٰعُونَ لِقَوۡمٍ ءَاخَرِينَ لَمۡ يَأۡتُوكَۖ يُحَرِّفُونَ ٱلۡكَلِمَ مِنۢ بَعۡدِ مَوَاضِعِهِۦۖ يَقُولُونَ إِنۡ أُوتِيتُمۡ هَٰذَا فَخُذُوهُ وَإِن لَّمۡ تُؤۡتَوۡهُ فَٱحۡذَرُواْۚ وَمَن يُرِدِ ٱللَّهُ فِتۡنَتَهُۥ فَلَن تَمۡلِكَ لَهُۥ مِنَ ٱللَّهِ شَيۡـٔٗاۚ ﴾ (سورة المائدة: ٤١).

والثاني: التشويش بالمعنى، وهو تشويش قد يكون داخليا سببه عدم قدرة المتلقي على تفسير الرسالة تفسيرا صحيحا، وقد يفهمها فهما خاطئا، وقد يكون خارجيا موجها من قبل اشخاص بتأويل نصوص الرسالة تأويلات سقيمة فاسدة وبثها بين المتلقين، وقد عالج القرآن هذا النوع من التشويش، من خلال القرآن نفسه بتكرار بعض المعاني والقصص والأحكام، واستعمال المحكم من الآيات في التشريع، مع تنوع في أساليب العرض وتنوع في استخدام الألفاظ، والاختصار والتوسعة.

﴿ هُوَ ٱلَّذِيٓ أَنزَلَ عَلَيۡكَ ٱلۡكِتَٰبَ مِنۡهُ ءَايَٰتٞ مُّحۡكَمَٰتٌ هُنَّ أُمُّ ٱلۡكِتَٰبِ وَأُخَرُ مُتَشَٰبِهَٰتٞۖ فَأَمَّا ٱلَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمۡ زَيۡغٞ فَيَتَّبِعُونَ مَا تَشَٰبَهَ مِنۡهُ ٱبۡتِغَآءَ ٱلۡفِتۡنَةِ وَٱبۡتِغَآءَ تَأۡوِيلِهِۦۖ وَمَا يَعۡلَمُ تَأۡوِيلَهُۥٓ إِلَّا ٱللَّهُۗ وَٱلرَّٰسِخُونَ فِي ٱلۡعِلۡمِ يَقُولُونَ ءَامَنَّا بِهِۦ كُلّٞ مِّنۡ عِندِ رَبِّنَاۗ وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّآ أُوْلُواْ ٱلۡأَلۡبَٰبِ ٧ ﴾ (سورة آل عمران: ٧)

فالمحكم على القول الأشهر ما عرف المراد منه، إما بالظهور وإما بالتأويل، والمتشابه: ما استأثر الله بعلمه[1].

أو تكون المعالجة بالإرشاد الى مصادر التبيين الموثوق بها، وهم عادة المرسلون أو القائمون بالإعلام والتبليغ، مع تكليفهم ابتداء بتبيين معاني الرسالة للمتلقين، قال الله تعالى:

﴿ وَمَآ أَنزَلۡنَا عَلَيۡكَ ٱلۡكِتَٰبَ إِلَّا لِتُبَيِّنَ لَهُمُ ٱلَّذِي ٱخۡتَلَفُواْ فِيهِۡۙ وَهُدٗى وَرَحۡمَةٗ لِّقَوۡمٖ يُؤۡمِنُونَ ٦٤ ﴾ (سورة النحل: ٦٤)

كما سبق القرآن في تشريع أحكام لردع الاعتداء على محتوى الرسالة، من اجل الحفاظ عليها، ولا ينحرف بها أصحابها عن مسارها السليم، الذي رسمه الله تعالى لعباده، ولذا رتب الله تعالى على هذا الاعتداء عقابا شديدا، قال الله تعالى :﴿ قُلۡ إِنَّ ٱلَّذِينَ يَفۡتَرُونَ عَلَى ٱللَّهِ ٱلۡكَذِبَ لَا يُفۡلِحُونَ ٦٩ مَتَٰعٞ فِي ٱلدُّنۡيَا ثُمَّ إِلَيۡنَا مَرۡجِعُهُمۡ ثُمَّ نُذِيقُهُمُ ٱلۡعَذَابَ ٱلشَّدِيدَ بِمَا كَانُواْ يَكۡفُرُونَ ٧٠ ﴾ (سورة يونس: ٦٩ – ٧٠).

بل إنّ التهديد شمل حتى القائمين بالرسالة: ﴿ تَنزِيلٞ مِّن رَّبِّ ٱلۡعَٰلَمِينَ ٤٣ وَلَوۡ تَقَوَّلَ عَلَيۡنَا بَعۡضَ ٱلۡأَقَاوِيلِ ٤٤ لَأَخَذۡنَا مِنۡهُ بِٱلۡيَمِينِ ٤٥ ثُمَّ لَقَطَعۡنَا مِنۡهُ ٱلۡوَتِينَ ٤٦ فَمَا مِنكُم مِّنۡ أَحَدٍ عَنۡهُ حَٰجِزِينَ ٤٧ ﴾ (الحاقة: ٤٣ – ٤٧).

وسبق القرآن في التنبيه على خطورة التشويش في تحريف الرسالة الإعلامية، وجعل من لوازم حفظها وحمايتها إزالة التشويش عنها، والعمل على تعطيل تقنيات التشويش، وتحذير القائمين بذلك من سوء عملهم، قال تعالى:

---

[1] الإتقان في علوم القرآن، للسيوطي، ص310.

﴿ وَقَالَ ٱلَّذِينَ كَفَرُواْ لَا تَسۡمَعُواْ لِهَٰذَا ٱلۡقُرۡءَانِ وَٱلۡغَوۡاْ فِيهِ لَعَلَّكُمۡ تَغۡلِبُونَ ﴿٢٦﴾ فَلَنُذِيقَنَّ ٱلَّذِينَ كَفَرُواْ عَذَابٗا شَدِيدٗا وَلَنَجۡزِيَنَّهُمۡ أَسۡوَأَ ٱلَّذِي كَانُواْ يَعۡمَلُونَ ﴿٢٧﴾ ﴾ (سورة فصلت: 26-27).

وهذا من الإعجاز الإعلامي في بيان ظاهرة إعلامية، لم يتنبه إليها خبراء الإعلام إلا مؤخرا.

الثالثة: مبدأ متابعة الاستجابة والمساءلة

لقد حث الله تعالى عباده على الاستجابة الايجابية لرسالته، وحذرهم من الاستجابة السلبية بالإعراض عنها، وجعلها صفة للقوم الكافرين والمنافقين، قال تعالى:

﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَطِيعُواْ ٱللَّهَ وَرَسُولَهُۥ وَلَا تَوَلَّوۡاْ عَنۡهُ وَأَنتُمۡ تَسۡمَعُونَ ﴿٢٠﴾ وَلَا تَكُونُواْ كَٱلَّذِينَ قَالُواْ سَمِعۡنَا وَهُمۡ لَا يَسۡمَعُونَ ﴿٢١﴾ ۞ إِنَّ شَرَّ ٱلدَّوَآبِّ عِندَ ٱللَّهِ ٱلصُّمُّ ٱلۡبُكۡمُ ٱلَّذِينَ لَا يَعۡقِلُونَ ﴿٢٢﴾ وَلَوۡ عَلِمَ ٱللَّهُ فِيهِمۡ خَيۡرٗا لَّأَسۡمَعَهُمۡۖ وَلَوۡ أَسۡمَعَهُمۡ لَتَوَلَّواْ وَّهُم مُّعۡرِضُونَ ﴿٢٣﴾ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱسۡتَجِيبُواْ لِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمۡ لِمَا يُحۡيِيكُمۡۖ وَٱعۡلَمُوٓاْ أَنَّ ٱللَّهَ يَحُولُ بَيۡنَ ٱلۡمَرۡءِ وَقَلۡبِهِۦ وَأَنَّهُۥٓ إِلَيۡهِ تُحۡشَرُونَ ﴿٢٤﴾ ﴾ (سورة الأنفال: 20-24).

وحذر المرسلين والمرسل إليهم بأنهم سيساءلون جميعا عن استجابتهم، قال تعالى:

﴿ فَلَنَسۡـَٔلَنَّ ٱلَّذِينَ أُرۡسِلَ إِلَيۡهِمۡ وَلَنَسۡـَٔلَنَّ ٱلۡمُرۡسَلِينَ ﴿٦﴾ فَلَنَقُصَّنَّ عَلَيۡهِم بِعِلۡمٖۖ وَمَا كُنَّا غَآئِبِينَ ﴿٧﴾ ﴾ (سورة الأعراف: 6-7).

ومن هنا استشعر النبي عليه الصلاة والسلام هذه المسؤولية فحرص اشد الحرص على استجابة قومه لرسالة ربه، حتى أشفق عليه الله تعالى، قال الله تعالى: ﴿ فَلَعَلَّكَ بَٰخِعٞ نَّفۡسَكَ عَلَىٰٓ ءَاثَٰرِهِمۡ إِن لَّمۡ يُؤۡمِنُواْ بِهَٰذَا ٱلۡحَدِيثِ أَسَفًا ﴿٦﴾ ﴾ (سورة الكهف: 6).

وإشفاق ربّ العزة يأتي منسجما مع الآية التي حددت الفعل التكليفي للمرسلين وهو تبليغ الرسالة، وأما الاستجابة لها فهو أمر خارج التكليف فهو قدري، ﴿ قُلۡ يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ قَدۡ جَآءَكُمُ ٱلۡحَقُّ مِن رَّبِّكُمۡۖ فَمَنِ ٱهۡتَدَىٰ فَإِنَّمَا يَهۡتَدِي لِنَفۡسِهِۦۖ وَمَن ضَلَّ فَإِنَّمَا يَضِلُّ عَلَيۡهَاۖ وَمَآ أَنَا۠ عَلَيۡكُم بِوَكِيلٖ ﴿١٠٨﴾ ﴾ (سورة يونس: ١٠٨). ﴿ إِنَّآ أَنزَلۡنَا عَلَيۡكَ ٱلۡكِتَٰبَ لِلنَّاسِ بِٱلۡحَقِّۖ فَمَنِ ٱهۡتَدَىٰ فَلِنَفۡسِهِۦۖ وَمَن ضَلَّ فَإِنَّمَا يَضِلُّ عَلَيۡهَاۖ وَمَآ أَنتَ عَلَيۡهِم بِوَكِيلٍ ﴿٤١﴾ ﴾ (سورة الزمر: ٤١).

والمرسلون مسؤولون عن أفعالهم التكليفية لا عن النتائج القدرية.

الرابعة: مبدأ بيان العاقبة لتعزيز الاستجابة الايجابية

وهذه مرحلة متقدمة وهي مما اختص بتحديدها بصورة دقيقة يقينية الله تعالى، الذي أحاط بالمستقبل الدنيوي والآخروي علماً وتدبيراً، فنظرية الجزاء وآيات الوعد والوعيد القريب والبعيد، من الأساليب التي تعزز الاستجابة الايجابية وتحجم السلبية؛ لأن الحرص على المستقبل الأفضل من الحاجات الإنسانية التي يعمل أهلها على إشباعها وتداركها، وما قصة قوم يونس عليه السلام ببعيدة عن ذلك، كما قال تعالى: (فَلَوْلَا كَانَتْ قَرْيَةٌ آمَنَتْ فَنَفَعَهَا إِيمَانُهَا إِلَّا قَوْمَ يُونُسَ لَمَّا آمَنُوا كَشَفْنَا عَنْهُمْ عَذَابَ الْخِزْيِ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَمَتَّعْنَاهُمْ إِلَى حِينٍ) (سورة يونس:98)).

واليوم تحاول بعض المؤسسات الإعلامية، ومراكز بحوث الاتصال، توظيف هذه الإستراتيجية في المدخلات الإعلامية، من خلال الاهتمام بإعداد الدراسات المستقبلية والاستشرافية – التي تتعلق بالجمهور والرأي العام وبيئته– القائمة على التخمين العلمي.

وشتان بين مستقبل صادق قائم على نبأ يقيني من ربّ رؤوف رحيم لطيف بعباده، ومستقبل قائم على تخمين رسمتها عقول بشرية يعتريها القصور، وتخضع للضغوط اغراءاً وتهديدا ونفوراً.

المبحث الثاني: أصول تقنيات أنماط الاتصال

يحدد علماء الاتصال والإعلام خمسة أنماط للاتصال الإعلامي وهي: الإخبار(أو الإعلام)، والدعاية، والحرب النفسية، والإعلان، والعلاقات العامة.

أولا: مبادئ تقنيات نقل الأخبار

مبدأ التوصيف والتحليل الارتباطي للخبر: يكاد يجمع الصحفيون والإعلاميون على أن الخبر المهني المتكامل يجيب عن الأسئلة الستة، وهي: (ماذا؟ من؟ متى؟ أين؟ كيف ؟ لماذا؟) أو أكثرها [1].

إلا إنّ القرآن الكريم ضم إلى هذه العناصر عناصر أخرى، ليشكل القصة الإخبارية، ويسبق إلى تحليل ما وراء الخبر، وارتباطاته ، فإنّ القصة الإخبارية في القرآن الكريم تبنى على محورين رئيسين هما: توصيف الحدث وتحليل ارتباطه.

فمحور توصيف الحدث يقوم على الأسئلة الخمسة: (ماذا ومن ومتى وأين وكيف).

وأما محور تحليل الارتباط يقوم على ثلاثة اسئلة، هي:

- ما قبله ؟ (أو لماذا؟): وهو يحدد خلفية الحدث ومقدماته، أي: ما قبل الحدث.
- ما بعده؟ (أو ما المتوقع؟): وهو يحدد مآل الحدث ونتائجه المستقبلية، أي: ما بعد الحدث.

ما أثره الارتباطي؟ وهو يحدد علاقته بالمتلقي سواء بشكل شخصي أو بمحيطه أو بقضيته، أي ما وراء الخبر بالنسبة لنا في الوقت الآني.

حادثة الاسراء

قال الله تعالى: ﴿ سُبْحَٰنَ ٱلَّذِىٓ أَسْرَىٰ بِعَبْدِهِۦ لَيْلًا مِّنَ ٱلْمَسْجِدِ ٱلْحَرَامِ إِلَى ٱلْمَسْجِدِ ٱلْأَقْصَا ٱلَّذِى بَٰرَكْنَا حَوْلَهُۥ لِنُرِيَهُۥ مِنْ ءَايَٰتِنَآ ۚ إِنَّهُۥ هُوَ ٱلسَّمِيعُ ٱلْبَصِيرُ ﴿١﴾ وَءَاتَيْنَا مُوسَى ٱلْكِتَٰبَ وَجَعَلْنَٰهُ هُدًى لِّبَنِىٓ إِسْرَٰٓءِيلَ أَلَّا تَتَّخِذُوا۟ مِن دُونِى وَكِيلًا ﴿٢﴾ ذُرِّيَّةَ مَنْ حَمَلْنَا مَعَ نُوحٍ ۚ إِنَّهُۥ كَانَ عَبْدًا شَكُورًا ﴿٣﴾ وَقَضَيْنَآ إِلَىٰ بَنِىٓ إِسْرَٰٓءِيلَ فِى ٱلْكِتَٰبِ لَتُفْسِدُنَّ فِى ٱلْأَرْضِ مَرَّتَيْنِ وَلَتَعْلُنَّ عُلُوًّا كَبِيرًا ﴿٤﴾ ﴾ (سورة الإسراء: ١ – ٤)

التحليل الإخباري

---

[1] فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، إسماعيل إبراهيم، ص 50، والأخبار قي الصحافة الالكترونية، جمال عبد ناموس، ص59

هذا حدث اخبر به الله تعالى عن حادثة الإسراء لنبيه صلى الله عليه وسلم، وبث إلى أهل مكة من مسلمين ومشركين، صباح ليلة الحادثة، وقد استجمع عناصر القصة الإخبارية وتساؤلاتها المحورية.

أولا: محور التوصيف

- ماذا حدث؟ الإسراء أي السير أو الرحلة الليلية.
- من؟ الله تعالى أسرى بالرسول محمد صلى الله عليه وسلم
- متى ؟ ليلة أمس.
- أين؟ من مكة إلى بيت المقدس، وبتحديد أدق (من المسجد الحرام إلى المسجد الأقصى).
- كيف؟ بواسطة دابة البراق.

ثانيا: محور التحليل الارتباطي

- لماذا؟ ليطلعه الله تعالى على آياته الكبرى، ولزيادة الربط مع الرسل السابقين، ولفتح مساحات أفقية للدعوة، وبيان طبيعة الصراع في الأمم السابقة.
- ما المتوقع ؟ الآني تكذيب المشركين لهذه المعجزة، وبعيد ظهور الإسلام، وحدوث صراع بين المسلمين وبني إسرائيل.
- ما أثره الارتباطي ؟ التنويه بدرجة العبودية التي تمثل أعلى مقامات القرب من الله تعالى، ومكانة بيت المقدس والمسجد الأقصى عند المسلمين ومن ثم تحمل المسلمين مسؤولية حماية المسجد الأقصى وفتحه.

وتجلت قدرة المصدر على التحليل الارتباطي والإحاطة بالحدث من كل جوانبه، بقوله تعالى (وهو السميع البصير) ، واستعمال هذين الاسمين من أسماء الله الحسنى له دلالة على الإعجاز الإعلامي، لأنهما مرتبطان بأداتين من أدوات الإدراك الإعلامي (السمع والبصر) ولا يحصل إعلام بالرسالة إلا بهما أو بأحدهما، ولذا فان وسائل الإعلام تقسم بحسب هاتين الأداتين إلى وسائل مقروءة (مكتوبة) تعتمد على حاسة البصر، ومسموعة تعتمد على حاسة السمع، ومرئية (أو سمعبصرية) تعتمد على السمع والبصر معا، وهي أعلاها وأكثرها تأثيرا، ولذا جاء الجمع بين هذين الاسمين زيادة في الترابط الإعلامي بين التوصيف الإخباري والتأثير.

ثانيا: مبادئ تقنيات الحرب النفسية

الحرب النفسية: وهي نشاط اتصالي يشيع في أوقات التنافس والصراع ويستهدف في الغالب إشعار الطرف الآخر بالضعف أو الخوف أو القلق ويعمد إلى إثارة عوامل نفسية وفكرية لدى الخصم [1]، وفي الإعلام الإسلامي، فان الحرب النفسية تستخدم لمواجهة خصوم الإسلام، والنيل من معنوياتهم إعلاميا. وتعد الحرب النفسية من أصول دعوات الأنبياء عليهم السلام، لأنهم في دعوتهم إلى الله تعالى يستهدفون معنوياتهم أكثر من استهداف أرواحهم، ولهذا فإن الله ما ابتعث من رسول إلا وتضمنت

[1] الاتصال الجماهيري، المنظور الجديد: د. هادي الهيتي، ص24

دعوته حربا نفسية ضد خصومه، وهذا ما قرره أكثر المنظرين في الإعلام الإسلامي، فنبي الله سليمان عليه السلام يرسل إلى ملكة بلقيس في اليمن كتابا جاء فيه: ﴿ ٱذْهَب بِّكِتَٰبِى هَٰذَا فَأَلْقِهْ إِلَيْهِمْ ثُمَّ تَوَلَّ عَنْهُمْ فَٱنظُرْ مَاذَا يَرْجِعُونَ ﴿٢٨﴾ قَالَتْ يَٰٓأَيُّهَا ٱلْمَلَؤُا۟ إِنِّىٓ أُلْقِىَ إِلَىَّ كِتَٰبٌ كَرِيمٌ ﴿٢٩﴾ إِنَّهُۥ مِن سُلَيْمَٰنَ وَإِنَّهُۥ بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ ﴿٣٠﴾ أَلَّا تَعْلُوا۟ عَلَىَّ وَأْتُونِى مُسْلِمِينَ ﴿٣١﴾ ﴾ (سورة النمل: ٢٨ – ٣١).

وحينما حاولت بلقيس أن تناور بإرسال هدية، جاءها رد سليمان حازما ومستهدفا معنو ياتها وجنودها، ﴿ فَلَمَّا جَآءَ سُلَيْمَٰنَ قَالَ أَتُمِدُّونَنِ بِمَالٍ فَمَآ ءَاتَىٰنِىَ ٱللَّهُ خَيْرٌ مِّمَّآ ءَاتَىٰكُم بَلْ أَنتُم بِهَدِيَّتِكُمْ تَفْرَحُونَ ﴿٣٦﴾ ٱرْجِعْ إِلَيْهِمْ فَلَنَأْتِيَنَّهُم بِجُنُودٍ لَّا قِبَلَ لَهُم بِهَا وَلَنُخْرِجَنَّهُم مِّنْهَآ أَذِلَّةً وَهُمْ صَٰغِرُونَ ﴿٣٧﴾ ﴾ (سورة النمل: ٣٦ – ٣٧)، وحينما قررت زيارته، فكان لا بد من استقبالها بما يوهن معنوياتها ويضعف عزيمتها على المواجهة، فقرر سليمان أن يواصل حربه النفسية ضدها، قال لجنوده: ﴿ قَالَ يَٰٓأَيُّهَا ٱلْمَلَؤُا۟ أَيُّكُمْ يَأْتِينِى بِعَرْشِهَا قَبْلَ أَن يَأْتُونِى مُسْلِمِينَ ﴿٣٨﴾ ﴾ (سورة النمل: ٣٨).

فأمر أتباعه الخارقين للعادة، بإحضار عرشها قبل وصولها زيادة في إضعاف الروح المعنوية لها ولأتباعها وعدم اغترارهم بقوتهم وحثهم على الاستسلام والدخول في دين الله[١].

لنتأمل الآيات القرآنية التي سبقت إلى تقرير هذا النوع من النشاط الإعلامي:

مبدأ استهداف المتلقي الخصم المعلوم وغير المعلوم: قال الله تعالى: ﴿ فَإِمَّا تَثْقَفَنَّهُمْ فِى ٱلْحَرْبِ فَشَرِّدْ بِهِم مَّنْ خَلْفَهُمْ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ ﴿٥٧﴾ وَإِمَّا تَخَافَنَّ مِن قَوْمٍ خِيَانَةً فَٱنۢبِذْ إِلَيْهِمْ عَلَىٰ سَوَآءٍ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ ٱلْخَآئِنِينَ ﴿٥٨﴾ وَلَا يَحْسَبَنَّ ٱلَّذِينَ كَفَرُوا۟ سَبَقُوٓا۟ ۚ إِنَّهُمْ لَا يُعْجِزُونَ ﴿٥٩﴾ وَأَعِدُّوا۟ لَهُم مَّا ٱسْتَطَعْتُم مِّن قُوَّةٍ وَمِن رِّبَاطِ ٱلْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِۦ عَدُوَّ ٱللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَءَاخَرِينَ مِن دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ ٱللَّهُ يَعْلَمُهُمْ ۚ وَمَا تُنفِقُوا۟ مِن شَىْءٍ فِى سَبِيلِ ٱللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنتُمْ لَا تُظْلَمُونَ ﴿٦٠﴾ ﴾ (سورة الأنفال: 57 –60)

يقول القرطبي في تفسيرها: أمر الله سبحانه وتعالى بإعداد القوة للأعداء وقوله تعالى " ترهبون به عدو الله وعدوكم " يعني: تخيفون به عدو الله وعدوكم من اليهود وقريش وكفار العرب " و آخرين من دونهم " يعني فارس و الروم، قاله: السدّي، وقيل: الجن، وهو إختيار الطبري، وقيل: المراد بذلك كل من لا تعرف عداوته...)[٢].

وهكذا توجه الخطاب الإعلامي في القرآن في تأثيره الى خصوم القرآن وأعداء المسلمين، من علمه المسلمون ومن لم يعلموه ، وهذا غاية الاستهداف المعنوي إذ يدرك الخصوم أن الخطاب يتوجه إلى من لم يحضر أرض المعركة ولا يعلم بوجوده المسلمون، فتهتز لذلك معنوياتهم .

مبدأ توظيف الرعب الإعلامي في الحرب النفسية

---

[١] للمزيد يمكن مراجعة الكتب الآتية: الحرب النفسية، د. احمد نوفل، والحرب النفسية د. محمد منير حجاب، والحرب النفسية، د. عبد الهادي الزيدي

[٢] الجامع لأحكام القرآن للقرطبي (10 / 397).

استعمل القرآن الكريم كلمة الرعب للدلالة على الحرب النفسية في نتيجتها ومقصدها، وهو ابلغ تعبير، ومنها: قوله تعالى: (سَنُلْقِي فِي قُلُوبِ الَّذِينَ كَفَرُوا الرُّعْبَ بِمَا أَشْرَكُوا بِاللَّهِ مَا لَمْ يُنَزِّلْ بِهِ سُلْطَانًا وَمَأْوَاهُمُ النَّارُ وَبِئْسَ مَثْوَى الظَّالِمِينَ) (سورة آل عمران: 151)،

وقوله تعالى: (وَأَنْزَلَ الَّذِينَ ظَاهَرُوهُمْ مِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ مِنْ صَيَاصِيهِمْ وَقَذَفَ فِي قُلُوبِهِمُ الرُّعْبَ فَرِيقًا تَقْتُلُونَ وَتَأْسِرُونَ فَرِيقًا) (سورة الأحزاب: 26)،

وقوله تعالى: (هُوَ الَّذِي أَخْرَجَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ مِنْ دِيَارِهِمْ لِأَوَّلِ الْحَشْرِ مَا ظَنَنْتُمْ أَنْ يَخْرُجُوا وَظَنُّوا أَنَّهُمْ مَانِعَتُهُمْ حُصُونُهُمْ مِنَ اللَّهِ فَأَتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ حَيْثُ لَمْ يَحْتَسِبُوا وَقَذَفَ فِي قُلُوبِهِمُ الرُّعْبَ يُخْرِبُونَ بُيُوتَهُمْ بِأَيْدِيهِمْ وَأَيْدِي الْمُؤْمِنِينَ فَاعْتَبِرُوا يَا أُولِي الْأَبْصَارِ) (سورة الحشر :2).

يقول السعدي عن آية الحشر: "قذف في قلوبهم الرعب " وهو الخوف الشديد الذي هو جند الله الأكبر من الذي لا ينفع معه عدد ولا عدة ولا قوة ولا شدة، .. فأتاهم أمر سماوي نزل على قلوبهم، التي هي محل الثبات والصبر أو الخور والضعف، فأزال الله قوتها وشدتها وأورثها ضعفا وخورا وجبنا لا حيلة لهم في دفعه فصار ذلك عونا عليهم[1].

مبدأ توظيف القوى الخارقة للعادة في التقنيات الإعلامية للمبالغة في الحرب النفسية

قال تعالى: (إِذْ يُوحِي رَبُّكَ إِلَى الْمَلَائِكَةِ أَنِّي مَعَكُمْ فَثَبِّتُوا الَّذِينَ آمَنُوا سَأُلْقِي فِي قُلُوبِ الَّذِينَ كَفَرُوا الرُّعْبَ فَاضْرِبُوا فَوْقَ الْأَعْنَاقِ وَاضْرِبُوا مِنْهُمْ كُلَّ بَنَانٍ) (سورة الأنفال: 12)،

يقول الدكتور الصلابي عن اثر الحرب النفسية على العدو المتولدة من مشاركة الملائكة في القتال بعد أن بين اثر هذه المشاركة على المسلمين كونها قوة عظمى وثبات راسخ: وهو في الوقت نفسه عامل قوي في تحطيم معنوية الكفار، وزعزعة يقينهم، وذلك حينما يشيع في صفوفهم احتمال تكرار نزول الملائكة الذي شاهده بعضهم عيانا، أنهم مهما قدروا قوة المسلمين وعددهم، فانه سيبقى في وجدانهم رعب مزلزل من احتمال مشاركة قوى غير منظورة لا يعلمون عددها ولا يقدرون مدى قوتها، وقد رافق هذا الشعور المؤمنين في كل حروبهم التي خاضها الصحابة رضي الله عنهم في العهد النبوي وفي عهد الخلفاء الراشدين، كما رافق بعض المؤمنين بعد ذلك فكان في عاملا قويا في انتصاراتهم المتكررة الحاسمة مع أعدائهم[2].

وقد أكد النبي عليه الصلاة والسلام على أن الحرب النفسية إحدى الأعطيات الإلهية لنصرته في صراعه مع خصومه وخصوم الرسالة الإسلامية، قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: " أُعْطِيتُ خَمْسًا لَمْ يُعْطَهُنَّ أَحَدٌ مِنَ الأَنْبِيَاءِ قَبْلِي ، (ومنها) : نُصِرْتُ بِالرُّعْبِ مَسِيرَةَ شَهْرٍ "[3]، وسبق توظيف نبي الله سليمان في توظيف القوى الخارقة لجلب عرش بلقيس.

---

[1] تفسير السعدي ص 849

[2] السيرة النبوية للصلابي ص 413، ونقل بعضه عن التاريخ الإسلامي للحميدي 4/ 145.

[3] أخرجه البخاري 95/1، حديث 438، ومسلم، 370/1، حديث 521.

ولذا نجد الدول العظمى تسبق حروبها العسكرية بحرب نفسية من خلال تقديم نماذج خارقة من المقاتلين، مع إضفاء الجانب الأسطوري عليهم، وتسليط الأضواء الإعلامية، سواء ما له جانب من الحقيقة أو في المتخيل من خلال إنتاج الأفلام التلفزيونية والسينمائية، وترويجها في إعلام المجتمعات الأخرى، لتوهينها، وهذا ما تصنعه السينما الأمريكية والغربية، فهي تدس مع المتعة والتشويق، رسم صورة ذهنية عن القدرات الخارقة لهذه الدولة العظمى، فيكون الخصوم مهزومين نفسيا سلفا.

ثالثا: مبادئ تقنيات العلاقات العامة

العلاقات العامة: هي نشاط اتصالي بقصد بلورة انطباعات إيجابية عن الهيئة التي تتولى القيام به بين العاملين فيها وبين المتعاملين او الذين يحتمل ان يتعاملوا مع الهيئة ،[1] ويهدف القائم بالعلاقات العامة، إجمالا إلى: خلق صورة ايجابية في ذهن الذين يتعاملون مؤسسته، سواء أكانوا من داخل المؤسسة أو من خارجها، وإدامة هذه الصورة وتعزيزها[2].

مبدأ استطلاع الرأي وقياسه

إنّ مشاركة الجمهور الخارجي تكون باستطلاع آرائهم، والوقوف عليها، وقياس اتجاهاتهم، بهدف تغييرها، وتوعيتهم وإرشادهم إلى كل ما هو حسن ونافع بالأسلوب الحسن ﴿وَقُولُواْ لِلنَّاسِ حُسْنًا﴾ (سورة البقرة: ٨٣)، ولننظر كيف تعامل النبي عليه الصلاة والسلام لما نزل عليه قول الله تعالى: ﴿وَأَنذِرْ عَشِيرَتَكَ ٱلْأَقْرَبِينَ ﴿٢١٤﴾﴾ (سورة الشعراء: ٢١٤)، عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ، قَالَ: لَمَّا نَزَلَتْ هَذِهِ الْآيَةُ: {وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ}، خَرَجَ رَسُولُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ حَتَّى صَعِدَ الصَّفَا، فَهَتَفَ: «يَا صَبَاحَاهْ»، فَقَالُوا: مَنْ هَذَا الَّذِي يَهْتِفُ؟ قَالُوا: مُحَمَّدٌ، فَاجْتَمَعُوا إِلَيْهِ، فَقَالَ: «يَا بَنِي فُلَانٍ، يَا بَنِي فُلَانٍ، يَا بَنِي فُلَانٍ، يَا بَنِي عَبْدِ مَنَافٍ، يَا بَنِي عَبْدِ الْمُطَّلِبِ»، فَاجْتَمَعُوا إِلَيْهِ، فَقَالَ: «أَرَأَيْتَكُمْ لَوْ أَخْبَرْتُكُمْ أَنَّ خَيْلًا تَخْرُجُ بِسَفْحِ هَذَا الْجَبَلِ، أَكُنْتُمْ مُصَدِّقِيَّ؟» قَالُوا: مَا جَرَّبْنَا عَلَيْكَ كَذِبًا، قَالَ: «فَإِنِّي نَذِيرٌ لَكُمْ بَيْنَ يَدَيْ عَذَابٍ شَدِيدٍ»، قَالَ: فَقَالَ أَبُو لَهَبٍ: تَبًّا لَكَ أَمَا جَمَعْتَنَا إِلَّا لِهَذَا، ثُمَّ قَامَ فَنَزَلَتْ هَذِهِ السُّورَةُ تَبَّتْ يَدَا أَبِي لَهَبٍ وَقَدْ تَبَّ[3] وفي رواية: فَاجْتَمَعَ النَّاسُ إِلَيْهِ، بَيْنَ رَجُلٍ يَجِيءُ إِلَيْهِ، وَبَيْنَ رَجُلٍ يَبْعَثُ رَسُولَهُ، ".

واليكم الدلالات الإعلامية في هذا الهدي النبوي:

– فالنبي وهو قائم بالإعلام والعلاقات العامة، ارتقى جبل الصفا، ليمثل منبرا إعلاميا وبرج اتصالات مؤثر، لأنه مرتبط بشعائر الله في البيت الحرام الذي تعظمه قريش والعرب مؤمنهم ومشركهم، فله رمزية وتأثير في النفوس.

– واستعمل نداء إعلاميا مألوفا لقريش (يا صباحاه)، وقد اشتهر هذا اللفظ في الاستغاثة لاعتيادهم الإغارة في الصباح، مما كان ادعى لاجتماعهم لأمر غير مألوف ولا مسبوق، وهذا من الأساليب

---

[1] الاتصال الجماهيري، المنظور الجديد: د. هادي الهيتي، ص 24

[2] المدخل في الاتصال الجماهيري، د. عصام سليمان الموسى، ص 251

[3] أخرجه البخاري، 122/6، حديث 4801، ومسلم 193/1، حديث 355، والرواية عند أحمد 17/5، حديث 2801.

الإبداعية في الإعلام والعلاقات العامة، أن تستعمل أسلوبا مألوفا لأمر جديد غير مألوف، أو أسلوبا مبتكرا غير مألوف لعرض أمر مألوف.

– كما نادى كل حي من قريش باسمهم تأكيدا للاهتمام بهم وإنزالهم منازلهم وحثا لهم للحضور والاستماع، وفعلا اجتمعت قريش عنده كلهم، حتى الذين لم يتمكنوا من الحضور أرسلوا من يمثلهم.

– وقام النبي صلى الله عليه وسلم بقياس الرأي العام منه قبل عرض المضمون ومحتوى الرسالة، لإلزامهم برأيهم عند عرضه القضية التي جمعهم من أجلها، فسألهم أنه لو أخبرهم أن عدوا وراء الوادي يريد الاغارة عليهم، هل يصدقونه، (قالوا نعم، ما جربنا عليك الا صدقا)، وبهذا الصنيع استفتى النبي الرأي العام، وقام بقياسه وتحليل اتجاهاته السائدة، ليعلم درجة تصديق الجمهور المستهدف له، وحينما استوثق من اتجاه الرأي العام على تصديقه فيما مضى، دعاهم الى رسالة الإسلام، بصيغة متجاوبة متناسقة مع المثل الذي ساقه لاختبار تصديقهم له: فاني نذير لكم بين يدي عذاب شديد، وذلك إن هم بقوا على شركهم، فهو أشد من الخيل التي تريد أن تغير عليكم.

– وحينما اعرض عمه أبو لهب وسبه، تركه النبي عليه الصلاة والسلام ولم يصادر حريته في التعبير، مع اساءته وجهره بالسوء، حتى نزل فيه قول الله تعالى منتصرا لرسوله: تبت يدا ابي لهب وتب، فالإساءة الموجهة للقائم بالإعلام والعلاقات العامة فمن الأولى والأجدر أن يتولى المصدر معالجتها لتبقى العملية في إطار الرسالة ومحتواها ولا تأخذ بعدا شخصيا، وهذا كثير في القرآن الكريم، منها: قوله تعالى: ﴿ ذَرْنِي وَمَنْ خَلَقْتُ وَحِيدًا ﴿١١﴾ ﴾ (سورة المدثر: ١١).

﴿ وَذَرْنِي وَٱلْمُكَذِّبِينَ أُوْلِي ٱلنَّعْمَةِ وَمَهِّلْهُمْ قَلِيلًا ﴿١١﴾ ﴾ (سورة المزمل: ١١).

﴿ أَلَمْ تَرَ إِلَى ٱلَّذِينَ نُهُواْ عَنِ ٱلنَّجْوَىٰ ثُمَّ يَعُودُونَ لِمَا نُهُواْ عَنْهُ وَيَتَنَٰجَوْنَ بِٱلْإِثْمِ وَٱلْعُدْوَٰنِ وَمَعْصِيَتِ ٱلرَّسُولِ وَإِذَا جَآءُوكَ حَيَّوْكَ بِمَا لَمْ يُحَيِّكَ بِهِ ٱللَّهُ وَيَقُولُونَ فِيٓ أَنفُسِهِمْ لَوْلَا يُعَذِّبُنَا ٱللَّهُ بِمَا نَقُولُ حَسْبُهُمْ جَهَنَّمُ يَصْلَوْنَهَا فَبِئْسَ ٱلْمَصِيرُ ﴿٨﴾ ﴾ (سورة المجادلة: ٨).

رابعا: مبادئ تقنيات الإعلان في القرآن الكريم

الإعلان: الإظهار والمجاهرة، وإعلاميا: هو النشر بالوسائل المختلفة لإلفات نظر الجمهور إلى سلعة معينة أو إلى عمل من الأعمال، أو هو: نشاط اتصالي يستخدم لأغراض الترويج ويستهدف عادة خلق انطباعات ايجابية عن خدمة أو سلعة معينة، لقاء ثمن [١]، وفي الإعلام الإسلامي، فان الإعلان نشاط اتصالي يستخدم لغرض استقطاب اكبر عدد ممكن من الجمهور لتبني مفهوم أو الترويج لفكرة أو خدمة، مع وجود البعد المادي.

ويقوم الإعلان على مبادئ خمسة، هي: جذب الانتباه، وإثارة الاهتمام، وخلق الرغبة، وإقناع الفرد، ثم حثه على الاستجابة.

---

[١] الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، د. صالح أبو إصبع، ص 202

ويتجلى لنا توظيف القرآن الكريم لهذه المعاني وزيادة، في أكثر من مشهد من مشاهد التصوير الفني، وسنقتصر على مشهد بارز يدل على الإعجاز الإعلامي في الإعلان، يتعلق بعمل دنيوي (الجعالة).

قوله تعالى: ﴿ فَلَمَّا جَهَّزَهُم بِجَهَازِهِمْ جَعَلَ ٱلسِّقَايَةَ فِى رَحْلِ أَخِيهِ ثُمَّ أَذَّنَ مُؤَذِّنٌ أَيَّتُهَا ٱلْعِيرُ إِنَّكُمْ لَسَـٰرِقُونَ ﴿٧٠﴾ قَالُوا۟ وَأَقْبَلُوا۟ عَلَيْهِم مَّاذَا تَفْقِدُونَ ﴿٧١﴾ قَالُوا۟ نَفْقِدُ صُوَاعَ ٱلْمَلِكِ وَلِمَن جَآءَ بِهِۦ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا۠ بِهِۦ زَعِيمٌ ﴿٧٢﴾ قَالُوا۟ تَٱللَّهِ لَقَدْ عَلِمْتُم مَّا جِئْنَا لِنُفْسِدَ فِى ٱلْأَرْضِ وَمَا كُنَّا سَـٰرِقِينَ ﴿٧٣﴾ قَالُوا۟ فَمَا جَزَٰٓؤُهُۥٓ إِن كُنتُمْ كَـٰذِبِينَ ﴿٧٤﴾ قَالُوا۟ جَزَٰٓؤُهُۥ مَن وُجِدَ فِى رَحْلِهِۦ فَهُوَ جَزَٰٓؤُهُۥ ۚ كَذَٰلِكَ نَجْزِى ٱلظَّـٰلِمِينَ ﴿٧٥﴾ ﴾ (سورة يوسف: ٧٠ – ٧٥).

جذب الانتباه والاهتمام: فالآية جذبت الانتباه وأثارت الاهتمام من خلال:

١ -النداء وتشخيص الجهة المستهدفة (القافلة (ثُمَّ أَذَّنَ مُؤَذِّنٌ أَيَّتُهَا ٱلْعِيرُ).

٢ -الإعلان عن عمل وجائزته المغرية تجارة من نوع خاص، ﴿ قَالُوا۟ نَفْقِدُ صُوَاعَ ٱلْمَلِكِ وَلِمَن جَآءَ بِهِۦ حِمْلُ بَعِيرٍ ﴾.

٣ -إظهار عظيم مكانة الطرف المعلن وان له القدرة على إنفاذ ما جاء في الإعلان، فللمتكفل بالجعل هو عزيز مصر نبي الله يوسف عليه السلام، وأعلن ذلك بنفسه.

خلق الرغبة: ويتجلى في أنّ ما تم الإعلان عنه يمثل إحدى اشباعات وحاجيات من يوجه إليه الإعلان، وهو حمل بعير في زمن القحط والشدة، وهو اشد ما يحتاجه أهل القرى آنذاك.

محاولة الإقناع: والحث على العمل عن طريق:

1- إمكانية فعل المقابل : من يأت بالسارق الذي سرق من ممتلكات الملك وقد اعتدى على من أكرمه.

2- الإغراء والترغيب: ببيان قدرة المعلن على انفاذ ما جاء في الإعلان:

فللمتكفل بالجعل هو عزيز مصر نبي الله يوسف عليه السلام : وَلِمَن جَآءَ بِهِۦ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا۠ بِهِۦ زَعِيمٌ .

واليوم نجد المعلنين يوظفون في الإعلان ويظهرون مدراء الشركات المعلنة، أو الشخصيات الجماهيرية التي يثق بها الناس أو يتأثرون بها.

٣ -تضمنه للجانب المادي: بتحديد المكافئة أو الجائزة أو الأجرة ، وهذه من العناصر التي يتميز بها الإعلان عن بقية أنماط الاتصال.

الاستجابة: فقد اقبل أصحاب القافلة للاستفسار عن تفاصيل الإعلان، فأكدوا بذلك عن استعدادهم للمشاركة

سبق قرآني في تصميم الإعلان

الأول: مبدأ الإعلان التفاعلي

في الإعلانات الدنيوية سبق القرآن إلى تقديم الإعلان التفاعلي، الذي يتيح للجمهور المستهدف أن يشارك في الإعلان، زيادة في الإقناع، ودفعا للاستجابة الايجابية، قال تعالى:

(إِنَّكُمْ لَسَـٰرِقُونَ قَالُوا۟ وَأَقْبَلُوا۟ عَلَيْهِم مَّاذَا تَفْقِدُونَ)

قالوا ماذا تفقدون؟ ولم يقولوا ماذا سرق، لأن الفقد مؤكد والسرقة غير مؤكدة، وهو ابعد عن التهمة.

(قَالُواْ نَفۡقِدُ صُوَاعَ ٱلۡمَلِكِ)، أجابوهم بعبارتهم لشدهم إلى الإعلان والاهتمام به وتأليفهم.

(قَالُواْ تَٱللَّهِ لَقَدۡ عَلِمۡتُم مَّا جِئۡنَا لِنُفۡسِدَ فِي ٱلۡأَرۡضِ وَمَا كُنَّا سَٰرِقِينَ)

ثم دخلوا في تفاصيل الإعلان وجزئياته زيادة في التفاعل ودلالة على التجاوب مع الجهة المعلنة: (قَالُواْ فَمَا جَزَٰٓؤُهُۥٓ إِن كُنتُمۡ كَٰذِبِينَ)، ثم كان الإلزام من طرف المتلقي نفسه (قَالُواْ جَزَٰٓؤُهُۥ مَن وُجِدَ فِي رَحۡلِهِۦ فَهُوَ جَزَٰٓؤُهُۥۚ كَذَٰلِكَ نَجۡزِي ٱلظَّٰلِمِينَ).

واليوم أصبح الإعلان ليس عرضا جامدا وإنما عبارة عن حكاية وحبكة درامية فيها من المؤثرات الصوتية والبصرية ما تشد المتلقي، ولكنها في وسائل الاتصال لم تبلغ مستوى التفاعل المباشر إلا في الإعلانات التي تعتمد الاتصال الشخصي أو الجمعي في الأسواق أو مواقع التواصل الاجتماعي.

الثاني: مبدأ مراعاة الأعراف والمفاهيم لدى المتلقي

ومن السبق القرآني، وفيه فائدة جديدة لمصممي الإعلان: مراعاة الأعراف والقيم والمصطلحات لدى الجمهور المستهدف.

ومن هذه المراعاة استخدام المصطلحات التي تناسب فهوم الجمهور المستهدف في الإعلان.

في الآيات تم استخدام عبارة مألوفة للمقصود بالإعلان، قال تعالى وهو يصف فعل أهل مصر: فلما جهزهم بجهازهم جعل السقاية في رحل أخيه، وفي الإعلان: قالوا واقبلوا عليهم ماذا تفقدون، قالوا نفقد صواع الملك، فلم يقل السقاية أو سقاية الملك، لان المعروف لدى البدو هو الصواع وليس السقاية، وهذا من الإعجاز أيضا، وأضافه إلى الملك تضخيما لزيادة الشد للإعلان والاهتمام به.

فجاء الإعلان بعبارة مألوفة عند المستهدف وليس بالضرورة عند المعلن، مثيرة لاهتمامه، ولذا نجد مصممي الإعلانات في زمننا يستخدمون عبارات متجانسة متداولة في الوسط الذي يوجه إليه الإعلان، فقد تكون شعبية وعامية في الوسط الشعبي، وعلمية في وسط النخبة.

كما تنبه مصممو الإعلان المعاصر إلى مراعاة بيئة الجمهور المستهدف، فالإعلان عن بضاعة ما في دول أوربية، يختلف في تصميمه (لغة وأشخاصا وكيفية ومؤثرات) عن الإعلان عن البضاعة نفسها في دول عربية.

الخاتمة

بعد هذه الرحلة التأصيلية التحليلية لأصول تقنيات الاتصال في رحاب القرآن الكريم، توصلنا إلى الآتي:

- كانت معجزة سيدنا محمد عليه الصلاة والسلام، هو القرآن الكريم بقوة بلاغته وسحر بيانه وبديعه، ودقة نظمه وتنوع معانيه، متحديا به العرب الذين عرفوا بالبيان والفصاحة والبلاغة ، وتميز بكونه معجزة معنوية بيانية– عقلية، تدرك بالذوق والعقل، لا بالحس .
- القرآن كتاب الله المهيمن إلى يوم القيامة الذي لا تنقضي عجائبه ولا يخلق على كثرة الرد ، فإعجازه متجدد في صوره ووجوهه.
- إنّ الإعجاز القرآني يدور في ثلاثة مجالات جامعة، وهي: الصياغة والبناء؛ من نظم وبيان، والمضمون والموضوع؛ في المعاني والعلوم، والتأثير؛ في النفس والمجتمع.
- الإعجاز الإعلامي هو: السبق القرآني في عرض حقائق تتعلق بعملية تزويد الناس بالأخبار والحقائق بشكل شفوي أو عن طريق وسائل، في الشكل والمحتوى والتأثير ، وهذه الحقائق منها ما تم التوصل إليها في ظل الدراسات الإعلامية المعاصرة، ومنها ما لم يتم التوصل إليها بعد، فمطلوب من علماء الإعلام الإسلامي أن يثوروا الآيات القرآنية، ليكتشفوا أسرار التشريع الإعلامي، ليوظفوها في نشر الرسالة الإسلامية عبر وسائل الاتصال الحديثة، تحقيقا لعالمية الرسالة، وزيادة التأثر بها، وتحجيما للرسائل الإعلامية المضادة.
- تقنية الاتصال تقوم على مبدأ يلبي حاجة تعزز وصول الرسالة المؤثرة من مصدرها إلى المتلقي، وهذه الحاجة مصدرها ثلاثة: الحواس من قبل جوارح المتلقي، والإيحاء العقلي والتأثر النفسي، وأقربها تفاعلا الحواس ثم التأثير النفسي المعبر عنه بالعواطف، والإيحاء العقلي أصعبها ولكنه أكثرها رسوخا في الاحتفاظ بالرسالة، وتعقّد التقنيات الإعلامية يعتمد على هذه المراتب الثلاثة المعبرة عن حاجات المتلقي واشباعاته.
- كلما كان الاتصال مباشرا بين المصدر والمتلقي وباتجاهين، كانت الاستجابة للرسالة أكثر ايجابية، ولذلك كان الاتصال بين الله تعالى والناس مباشرا.
- سبق القرآن إلى بيان ظواهر إعلامية أصبحت فيما بعد حقائق ونظريات إعلامية معتمدة، ومنها: نظرية الترشيد في محتوى الرسالة الإعلامية ، ونظرية التشفير الإعلامي ونظرية التشويش، ومبادئ التغذية الراجعة، وأصول التغطية الإخبارية، ومبادئ الحرب النفسية والعلاقات العامة والإعلان الفعال نظريات التأثير الجماهيري لوسائل الإعلام.
- تحدثت الآيات القرآنية عن مبادئ بناء التقنيات الاتصالية، وهذه المبادئ معتمدة اليوم من قبل خبراء علوم الاتصال.
- من خلال استقراء الآيات القرآنية كلها من أول الفاتحة إلى أواخر سورة الناس نجدها تتعلق أو ترتبط أو تعالج أو تستعرض خصائص عنصر من عناصر العملية الإعلامية: وهذه النتيجة الاستقرائية

تقودنا إلى الإقرار بأن القرآن كله كتاب هداية وإعلام وتبليغ، وإعجازه المتجدد، هو الإعجاز الإعلامي، وإليه تنتمي أو ترتبط صور الإعجاز الأخرى.

- إنّ من أعظم مقاصد الإعجاز الإعلامي ترسيخ مصدرية القرآن الكريم كونه كتاب الله تعالى، وما يستجد من حقائق إعلامية تعزز ما تم اكتشافه من وجوه الإعجاز الأخرى بما يعزز هذه الحقيقة الخالدة، وتعزيز صدق القائم برسالة الإسلام، وكونه نبيا يوحى إليه من ربه ، واتساع دائرة الاستجابة للعمل بما جاء في القرآن من أحكام وتشريعات، كون حقائقه لا تصطدم مع المكتشفات التي تعتمد تحري الحقيقة والتزام المنهج العلمي، بل إنها لا تخرج عن نواميسه وسننه.

فسبحان من انزل في كتابه من الحقائق ما احتاجت البشرية إلى قرون ومئات المحاولات والتجارب، ليتوصلوا إلى ما اخبر به القرآن قبل 14 قرنا، فأين نحن من كتاب الله.

تم بفضل الله وحمده...

الفهرست

مقدمة

مبحث تمهيدي: تحديد المفاهيم

مفهوم الإعجاز الإعلامي

تقنيات الاتصال (تكنولوجيا)

أصول التقنيات الإعلامية

المبحث الأول: أصول تقنيات عناصر العملية الإتصالية

٦ - أصول التقنيات المتعلقة بالعنصر الأول (المصدر- المرسل)

٧ - **أصول التقنيات المتعلقة بالعنصر الثاني (المتلقين)**

٨ - **أصول التقنيات المتعلقة بالعنصر الثالث (الرسالة - المحتوى)**

٩ - **أصول التقنيات المتعلقة بالعنصر الرابع (الوسائل الإعلامية)**

١٠ - **أصول تقنيات العنصر الخامس: "التأثير أو الاستجابة للرسالة"**

المبحث الثاني: مبادئ تقنيات أنماط الاتصال

أولا: مبادئ تقنيات نقل الأخبار

ثانيا: مبادئ تقنيات الحرب النفسية

ثالثا: مبادئ تقنيات العلاقات العامة

رابعا: مبادئ تقنيات الإعلان في القرآن الكريم

الخاتمة