



الخطاب الإعلامي الإسلامي

أ.د. محمد حسين علوان¹

¹ كلية الآداب/ جامعة القادسية/ العراق

ملخص. يمثل الدين الاسلامي وخطابه، الصادر من الله تعالى، ويستمد شرعيته ومرجعياته منه، وينطق بلسانه كمنتج خطابي ويعبر عنه كففاعل خطابي، فهو قائم على منهج إلهي في جوهره، وليس محل اجتهادات خالصة ومستقلة لعقل بشري، وهو خطاب اعلامي يمثل الدعوة الاسلامية ويستمد منابعه واصوله ومصادره من القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، لذا فهو خطاب اعلامي متواصل مع مسيرة الحياة ذات المنهج الاسلامي، ولا ينتهي الا بنهايتها لان الامة الاسلامية وحضارتها لا ينطبق عليها قانون الحضارية الذي انتهى اليه علماء التاريخ والحضارة والاجتماع حيث تزول بزوالها كل مسمياتها فهو اذن خطاب اعلامي موثَّق وذو منهج هادف وقائم حتى تقوم الساعة. انه خطاب اعلامي عقائدي ويعني انه قائم على العقيدة والايمان، مرتبط بأحكام الاسلام وتعاليمه، وهديه، واخلاقه. وهذه الخاصة لها صلة بالتي سبقتها، حيث يمثل الخطاب الاعلامي الاسلامي عقيدة الدين الاسلامي ويعكسها بكل ما تحمل من اصول ، اهمها التوحيد والاتجاه الى الله وحده بالعبادة وافراده بالعبودية. فهو اذن يتميز بالاستمرارية التي تتميز بها العقيدة الاسلامية وتترتب عليه مهام ومسؤوليات تتبع من عظمة هذه العقيدة وروحها.

Abstract. This research tackles an important subject within the informational speech in the Islamic journalism concerned with talking to the audience in an identity reflecting the Islamic creed. It is a scientific attempt to tackle this and coming up with results which serve the Islamic informational excursing within the margin of the bases , stems, and targets. The study falls in two parts, the first of



which is theoretical and the other is practical represented by analysing the content of and the Islamic page. The researcher used the descriptive approach and the style of analysing the content in preparing the study reaching the results. The research comprises there is a reference to the value, the problem, previous works, theses, the approach and the adopted concepts. tackled the subject of journalistic speech and the Islamic speech. subject of information and the informational speech referring to them from the Arab, Islamic, western, informational speech point of view. subject of information speech and calling speech subjects of calling speech elements of communication within the calling speech were also dealt with.

1. مقدمة:

يعد الدين ركناً أساسياً مهماً في حياة الشعوب والمجتمعات، فهو يرسم لها الخطوط العامة ويضع لها المنهج الذي تسيّر عليه ويحدد ملامح النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي وشكله الذي ينبغي ان تلتزم به، ويقود الدين الحياة ويسمو بها نحو السماء، ويخطط للأفراد تفاصيل حياتهم الدقيقة، ويجدون فيه الامان الروحي والاستقرار الاخلاقي.

ولم يعد الاعلام اليوم معلومة تقدم او مهنة تمارس ليس الا، بل غدت العملية برمتها تصنعاً موظفاً لمضامين واشكال تخاطب العقل مثلما تتناغم العواطف، الغاية منها التأثير والتوجيه على وفق رؤى واهداف القائم بالاتصال، بخاصة بعد ان اصبحت وسائل الاعلام جزء من حياة الناس يتعرضون اليها يومياً من خلال عملية اتصالية لها اسسها وقواعدها وممارساتها العلمية والمهنية.

والاعلام هو المعبر عن واقع الشعوب وثقافتها بل المكون لها والمؤثر فيها، وهو الذي تقع عليه مهمة التعبير الحقيقي عن روح الجماهير وعقليتها وتطلعاتها وافكارها، من هنا تأتي أهمية الاعلام الديني وأثره في تشكيل اتجاهات واره وثقافات الجمهور على تنوعه واختلافه، فوسائل الاعلام بصورتها العامة أضحت المحرك الأساس لمجريات الاحداث والصانع الحقيقي لها، وهي الأداة التي تصنع ثقافة الأمم وترسم مساراتها وفقاً لمنهجها وسياساتها ومصالحها.

وهكذا نلحظ أهمية الاعلام الاسلامي اليوم في الصراع الفكري والحضاري بين الاسلام والابديولوجيات الاخرى، فعلى القائمين بالاتصال الاسلامي استشعار حجم التحديات التي يتعرض لها الاسلام والمسلمون والاستعداد لها ببذل الجهد و مواكبة التطورات واستثماره لصالحه ولا سيما التطورات



التقنية الهائلة والمتسارعة ليوظفها بما يخدم سياسته الهادفة ومنهجته الإصلاحية والتبليغية، ليسمو بعقلية الجماهير ويرتفع بها الى مصاف الخير والسعادة والطمأنينة التي ينشدها الدين الحنيف. ونظراً لاختلاف العقائد والمناهج والانظمة والتوجهات عموماً فان الاعلام ينحو بممارسته بما يتوافق ورؤية كل منها دون ان يختلف كثيراً في اصول الممارسة المهنية نفسها، ولذلك فان ما يميز أي اعلام عن غيره هو الرؤية والخط والمرجعية الفكرية التي تحملها رسالته، ويسعى لنقلها وتثقيف القارئ، والاخذ بها بصيغ مختلفة، لذا انبرى الخطاب الاعلامي لمخاطبة الجمهور على وفق الهوية التي ينتسب اليها الاعلام.

وعلى اساس هذه الاهمية البالغة راحت العقائد والانظمة وحتى الجماعات تشكل اعلامها وتتمرر خطابها، ولما كان الاسلام آخر دعوة عقائدية الهية توجب على المسلمين تبليغها للناس جميعاً للتذكير والالتزام بها امتثالاً لقوله تعالى (وَمَنْ يَبْتَغِ غَيْرَ الْإِسْلَامِ دِينًا فَلَنْ يُقْبَلَ مِنْهُ...) (آل عمران آية 85) فقد وجب واصبح من اللازم ان يكون لهذه الدعوة اعلام ينقل خطابها للناس جميعاً المسلمين منهم وغير المسلمين من خلال مختلف الوسائل الاعلامية، وفي الوقت الذي يقتضي الحال ان يكون هناك خطاب اسلامي فان الضرورة الملازمة تقتضي ايضاً ان يكون له خطاباً اعلامياً ناضجاً، عليه فان أي خلل في هذه الممارسة يشكل مشكلة بحد ذاتها. ومن هنا فان العراق كونه بلداً اسلامياً يحظى بممارسة خطابية اعلامية اسلامية، يتوجب الوقوف عندها لمعرفة حجم هذه الممارسة ومدى فاعليتها، والاسس التي تقوم عليها والمساحة التي تعمل في ظلها وحدودها.

فإن الدعوة إلى الله تعالى على بصيرة هي أشرف ما قضى الإنسان به أوقاته، فهي وظيفة الأنبياء والمرسلين عليهم السلام، قال تعالى: ((وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ)) (فصلت، آية: 33)، وقال عليه الصلاة والسلام: « فو الله لأن يهدي الله بك رجلاً واحداً خير لك من حمر النعم »(البخاري، 1987، ص1096).

ومع تغيير أسلوب التواصل والتخاطب مع الناس، حيث كان في السابق ينزل المصلحون إلى الناس في منتدياتهم ومجالسهم ومساجدهم لدعوتهم إلى الله تعالى فقد اختلف هذا الأمر اليوم بعد تطور أساليب الاتصال ووسائله، فأصبح الداعية يتحدث إلى الملايين عبر المذياع أو الشاشات المرئية أو عبر طباعة الكتب والمجلات وغيرها، والأمر ذاته ينطبق على شبكة المعلومات العالمية الانترنت التي تعد الآن من أهم وسائل الاتصال والإعلام الفاعلة والمؤثرة، حيث تتمتع هذه الشبكة بمزايا عديدة منها سرعة الاتصال، والضخامة المتناهية وإمكانيات البحث عن المعلومات، هذه المزايا جعلت لشبكة الانترنت



تأثيراً متزايداً، فقد وصف أحد الباحثين تأثير شبكة الانترنت بقوله: إنها تعمّ كل جوانب حياتنا، وتوسع قدراتنا على التفكير، وتغيّر الطريقة التي نفكر بها، والطريقة التي نتحدث بها مع الآخرين.

2. مفهوم الخطاب:

جاء مفهوم الخطاب كمصطلح عربي اصيل، أذ عرفته الثقافة العربية الاسلامية في (حقل الاصول) ذلك الحقل الواسع جدا الذي يقوم على دراسات تتعلق بتأصيل علوم القرآن الكريم والحديث واللغة والكلام، لذا فان لفظة (خطاب) التي هي مصدر خاطب أي كلمه وحادثه ووجه اليه كلاما (معجم الوسيط، 1990، مادة خطب)، وردت في القرآن الكريم بصيغة المصدر في ثلاث آيات هي قوله تعالى (وَشَدَدْنَا مُلْكَهُ وَأَتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَضَّلْنَا الْخِطَابَ) (سورة ص، آية: 20)، وقوله تعالى (فَقَالَ أَكْفَلْنِيهَا وَعَزَّنِي فِي الْخِطَابِ) (سورة ص، آية: 23)، وقوله تعالى (رَبِّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا الرَّحْمَنَ لَا يَمْلِكُونَ مِنْهُ خِطَاباً) (سورة النبأ، آية: 37). ووردت بصيغة الفعل في ثلاث آيات ايضا هي قوله تعالى (وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَاماً) (سورة الفرقان، آية: 63)، وقوله تعالى (وَلَا تُخَاطَبُنِي فِي الَّذِينَ ظَلَمُوا إِنَّهُمْ مُعْرِضُونَ) (سورة هود، آية: 37)، وهذه الآيات الست التي وردت فيها لفظة الخطاب (عبد الباقي، 1987، مادة الخطاب)، تعكس المفهوم القرآني للخطاب حيث تتفق كتب التفسير عند القدماء والمحدثين في ضبط مفهوم الخطاب فيما ورد في القرآن الكريم. ويستدل من معناها ان الخطاب فيها يقع في دائرة الكلام والمخاطبة، والقائمين على المحاجة، وهنا تظهر واحدة من اهم خصائص الخطاب القرآني وهو قيامه من خلال نسق معرفي لخلق حالة الايمان بالرغم من ألوهية هذا الخطاب الذي ليس الا كلام الله، وخطاب الارادة الالهية الى البشر، ذلك ان اكثر الخطابات اقناعا وتأثيرا التي لا يمكن لاحد الاتيان بمثلها هي خطابات الله سبحانه وتعالى

اما المعاجم العربية فقد نهلت من التفسير القرآنية مفهومها للخطاب. فاستمد المعجم العربي دلالة (الخطاب) ومفهوميته بما يحيل على الكلام من سياق الآيات التي وردت في القرآن الكريم ويبدل المفهوم القرآني والتفسيرات المعجمية الى ان البيان وتجنب الابهام والغموض علامات دالة بوصفها قرينا ملازما للكلام وبالتالي الخطاب. ويتجسد ذلك فيما ابرزته التفسير من خاصية الاقتناع - التي اشرنا اليها آنفا - التي يقوم عليها الخطاب القرآني كما أن هناك تلازماً دلالياً واضحاً بين مفهومي الخطاب والكلام وترادفهما اللغوي على مستوى اللفظ المعجمي، وهذا التلازم يحيل على الخطاب فعالية ذاتية للتعبير عن اغراض المتكلم (ابراهيم، 1993، ص 59-60).



لذلك كانت العلامة اللغوية الملفوظة بمستواها الشفاهي تعلق على العلامة غير اللفظية وهو ما اكدت عليه المعاجم اللغوية العربية التي لم تخرج في تحديد مفهوم الخطاب عن دلالة الكلام ومعاييره، وهو الضبط الذي يذهب اليه كثير من علماء اللغة قديما وحديثا، لذلك يذهب علماء اللغة والاصول الى ان الخطاب هو الكلام ولا يمكن ان يقوم بدون الكلام، حيث الكلام هو الوسيلة الاساسية في انشائه وخاصيته الملازمة لوجوده كونه ملفوظا.

وبعد اتساع مفهوم الكلام ليشمل كلام الله، تجاوز دلالة الالفاظ ليشمل صياغة الالفاظ او شكل الكلام، ويدخل في ذلك تعريف الأمدي للكلام بانه ما تألف من كلمتين يحسن السكوت عليه (السد، 1997، ص4-5).

ثم توسعت الاصطلاحية اللغوية للخطاب لتشمل منظومته انتاج اصطلاحيات صغرى خاصة به مثل: دليل الخطاب وفحوى الخطاب ولحن الخطاب. واصبح يمثل مصطلح اللفظ والفحوى، ويميز احدهم بين الكلام عامة والخطاب بوصفه نوعا من الكلام بقوله ان (الكلام يطلق على العبارة الدالة بالوضع على مدلولها القائم بالنفس، فالخطاب اما الكلام اللفظي او الكلام النفسي الموجه نحو الغير للافهام، والمتبادر من عبارة الاحكام، الكلام اللفظي، والمراد بالخطاب في تفسير الحكم هو الكلام النفسي). ويضفي هذا التعبير على الخطاب قصدية الافهام في الكلام وذا بعد نفسي يوفر عوامل التأثير والاقناع على متلقي الخطاب (الفاروقي، (د.ت)، ص175).

الأمر الذي يشير الى كونه حدثا اتصاليا متضمنا لقصدية اتصالية، في انتاج الخطاب، او اعادة انتاجه، كسيرورة وممارسة اجتماعية ودلالية، تتميز بخصائصها المتعددة في كل نوع خطابي، مع التأكيد على ان اساس ذلك كان لغويا اكثر مما هو فكري.

الخطاب: هو عملية تقنيع الواقع، وتصوره وفق ادراك مسبق لما يجب أن يكون، ويتم تمثله في نظام من المفاهيم، والتصورات، والمقترحات، والمقولات التي تمتاز بمنطق داخلي يحكمها، بغض النظر عن طبيعته، هدفه الإقناع والاستجابة السلوكية لما يقوله، ويتسم بطقوس وخصائص معينة (سميسم، 1997، ص 112).

اما التعريفات التي جاء بها الفكر العربي المعاصر للخطاب: هو مجموع خصوصي لتعابير تتحدد بوظائفها الاجتماعية ومشروعها الأيديولوجي وهو بذلك يطرح مفاهيم عديدة وفي تعريف واحد للمصطلح (معجم المصطلحات الادبية المعاصرة، 1985، ص83)، ويعرفه أحد الباحثين: هو جمع الخطاب بالنص فيعرف الخطاب الكلام في حال تحوله من محل الفكرة التي تخللها، من التوسط الى



التلبس، والخطاب هو المجموع والنص واحد، النص مسمى والخطاب اسم، الخطاب ظاهره النص (المطلبي، 1986، ص7).

أما الخطاب اصطلاحاً، فهو كلام أو رسالة سواء أكان نصاً مكتوباً، أم كلاماً منطوقاً وهو رسالة تتطوي على هدف، ودلالة، فلا يعد الخطاب قولاً أو كلاماً مرسلأً، وإنما هو كلام له نظامه الخاص، وغير منفصل عن السياق التاريخي الذي يظهر فيه (زايد، 2007، ص18).

وما لا يفهمه المخاطب لا يكون خطاباً معه وبأن (الكلام) مشترك لفظي ويطلق تارةً على المعنى النفسي (المدلول) وأخرى على الخطاب (الدال)، والكلام اسم مشترك قد يطلق على الالفاظ الدالة على ما في النفس، تقول مثلاً: سمعت كلام فلان وفصاحته، وقد يطلق على مدلول العبارات وهي المعاني التي في النفس، ويتألف الخطاب - عادة من اركان اربعة: المخاطب (المتكلم)، والمخاطب (المتلقي)، وادوات الخطاب ووسائله، ومضمون الخطاب (الغزالي، 1998، ص64).

ومرّ مفهوم (الخطاب) منذ ظهور الدراسات الألسنية على يد (دي سوسور) في محاضراته اللغوية الشهيرة بتطورات عدة، إذ كانت كتب النحو تُطلق (الخطاب) في البداية على اقسام الكلام، وأصبح يعني في اللسانيات البنيوية، الكلام في حركية التواصل، أي اللغة التي يستعملها الأفراد، ويمثل في جوهره الوحدة التي تساوي أو تفوق الجملة، إلا أن اللسانيات المعاصرة ترى أن الخطاب يعني كل تعبير يتجاوز الجملة، وهو قائم على مجموعة من العلاقات تربط بين الجمل، وعند القيام بعملية التحليل تكون الجملة أصغر وحدة يحلل فيها الخطاب (سميسم، 2001، ص2).

وفي تاريخ اللسانيات، ويميز علماء اللغة بين الخطاب وبين الحديث، ذلك أن الحديث يمكن أن يُجمع في عينة لغوية واحدة، ويحلل عناصر صغرى ابتداءً بالصوت، أي (النويم) بوصفه اصغر وحدة، في حين أن تحليل الخطاب يسير في اتجاهٍ آخر، إذ أن الجملة هي الوحدة الصغرى (علوش، 1985، ص83).

الأمر الذي يشير الى ان مصطلح الخطاب عربياً بقدر ما يعكس دلالات اصطلاحية موروثه ومعاصرة فانه يمكن القول بان القرآن الكريم قد اصّل هذا المفهوم وفسح المجال امام اجتهادات المتقنين والمفكرين والباحثين ورجال الاعلام.. لبناء منظومة لغوية واصطلاحية مستمدة من معانيه تؤسس لنظرية الخطاب العربي الاسلامي مستقلة عن الفكر الغربي، بحيث تعكس اسهامات جوهرية ذات هوية اصيلة تكون محل التداول ومستقلة عن مستوردات ثقافية اجنبية.



وأما المفهوم الغربي فقد تعددت المدارس والاتجاهات والحقول الفكرية الغربية التي أسهمت في إيجاد منظورات متعددة لتأسس نظرية الخطاب، وعلى ضوءها تعددت مفاهيم ومدلولات المصطلح الخطابي، الذي بولغ في استخدامه بمعان وكيفيات متعددة وأكثر عمومية، ومع ذلك فإن دائرة الاختلاف في المفهوم والدلالة للمصطلح تضعنا أمام مفاهيم وتعريفات عديدة.

الخطاب هو النصوص والاقوال كما تعطي بمجموع كلماتها ونظام بنائها وبنيتها المنطقية أو تنظيمها البياني، وإنه نظام تعبير مقنن ومضبوط بين (مخاطب) - بكسر الطاء - و (مخاطب) - بفتح الطاء -، ضمن عملية التواصل والاتصال (فوكو، 1987، ص34).

إن الخطاب لدى (فوكو) في واقعه المادي مكون من أشياء منطوقة ومكتوبة وهذا المنظور للخطاب لا يقتصر على كونه مجموعة اقوال فحسب، بل مجموعه أحداث ذات صلة ببعضها البعض الآخر أيضاً (فوكو، 1988، ص6).

ومر مفهوم الخطاب منذ ظهور الدراسات اللسانية على يد (دي سوسور) بتطورات عدة فكانت كتب النحو تطلقه في البداية على أقسام الكلام وأصبح يعني في اللسانيات البنوية الكلام في حركة التواصل أي اللغة التي يستعملها الأفراد، ويمثل في جوهره الوحدة التي تساوي أو تفوق الجملة، إلا أن اللسانيات المعاصرة ترى أن الخطاب يعني كل تعبير يتجاوز الجملة، وهو قائم على مجموعة من العلاقات تربط بين الجمل، وعند القيام بعملية التحليل تكون الجملة أصغر وحدة يحلل فيها الخطاب.

ويدخل الخطاب كمفهوم مرادف للنص وهناك تداخل دلالي بينهما، كما يقابل مفهوم الخطاب بمفهوم اللغة بوصفها مجموعة متناهية من العناصر المستقرة نسبياً، ويرادف مفهوم الخطاب النظر لمفهوم الوظيفة في استعمال اللغة (سميسم، 2001، ص17).

ويأتي مفهوم الخطاب على وفق الأدبيات التي عنيت بدراسة الخطاب في إطار اللسانيات بالمعاني الثلاثة الآتية (علوش د. سعد، 1985، ص83):

1- الخطاب يعني الكلام.

2- الخطاب مرادف للمفوض.

3- الخطاب الملفوظ أكبر من الجملة.

ويمكن الإشارة إلى تعريف معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة للخطاب على أنه مجموع التعابير

الخاصة التي تتحدد بوظائفها الاجتماعية ومشروعها الأيديولوجي.



وفي ضوء مفهوم الخطاب وتعريفه، يمكن بيان اهم السمات العامة والخصائص الاساسية التي تتعلق بجوهر الخطاب ذاته والتي يمكن تحديدها بالآتي(فوكو، 1987، ص67-71):

1- تتكون اجزاء الخطاب من الالفاظ التي تتألف منها الجمل - متتالية جملية او وحدة لغوية اشمل من الجملة في اللغة الاعتيادية (الطبيعية) المفيدة، ومن تشكيلات ونصوص دلالية في اللغة الاصطناعية، او انماط الكلمات التي جمعت بحسب وظيفتها وخصوصيتها الصرف تركيبية.

2- انتظام هذه الاجزاء بوصفها الوحدات الاساسية للخطاب، على وفق نمط دلالي مقنن (بتشكيلة خطابية) تتمثل بمجموعات متتالية من العبارات أي بمجموع الانجازات اللفظية التي ترتبط فيما بينها بروابط نحوية (تركيبية او دلالية) على مستوى الجمل، وبروابط منطوقية ذات علاقة بالتناسق الصوري والتسلسل المنطقي على مستوى القضايا، الا انه يجب الاخذ بنظر الاعتبار ان المنظومة العبارية العامة (كالحقل الخطابي، الاسلوب، الصيغة الخطابية) والتي تحكم مجموع الانجازات اللفظية لا تستطيع ان تتحكم لوحدها بالخطاب مادام يخضع بحسب ابعاده الاخرى لمنظومات منطقية اجتماعية وثقافية وحضارية، ولسانية وسيكولوجية وتهيمن على أي مستوى من مستوياتها بنية متميزة ومحددة النوع او (الجنس الخطابي) (رواية، خبر، مبنى، اسطورة، دعائية، الخ)، و (النظام الخطابي) ليس في جوهره الا بناء فكريا محكما يعني المعرفة المنظمة الخاصة بجانب محدد من الواقع او ظاهرة محددة وهو ما يمكننا من الحديث عن خطابات متعددة: خطاب سياسي، خطاب ديني، خطاب تاريخي، خطاب دعائي، واخر اجتماعي وغيره فلسفي، واقتصادي وثقافي... الخ

3- يتسم الخطاب بكونه حدثا ماديا وفعلا اتصاليا بالقصدية، تم انتاجه (بأسلوب) و (صيغة معينة) بعد تشفيره ووضعه في سياق استدلالي أي بشكل مقدمات ونتائج وفقا للقصدية الدلالية بين طرفي الممارسة الخطابية (المرسل) و(المتلقي) ضمن عملية التواصل والاتصال، حيث يقضي الخطاب مرسلا ومتلقيا يهدف المرسل التأثير في متلقي خطابه، انه ممارسة اجتماعية ودلالية في الوقت نفسه.

4- تتحكم المنظومة التكوينية للخطاب بفاعليته، التي تعني في الوقت نفسه مجموع قواعد الممارسة الخطابية ممثلة بمجموعة معقدة من العلاقات والروابط التي تقوم بعمل (قاعدة) هي التي تقدر وتحدد ما يجب ان يرتبط بعلاقة ما داخل ممارسة خطابية معينة، كي تستطيع هذه الاخيرة



ان تشير الى هذا الموضوع او ذلك، او تخرج الى الوجود هذه العبارة او تلك، او تستخدم هذا المفهوم او ذلك. ذلك ان الممارسة الخطابية تمثل سيرورة اجتماعية لإنتاج او لإعادة إنتاج المعنى بين طرفي هذه الممارسة.

5- ان هناك انماط عديدة من الخطاب، ضمن (التشكيكية الخطابية) مثل (الخطاب المباشر)، الذي يتسم بانه خطاب حوارى يستغني عن الكثير من التقنيات المجازية، ويمتلك احالات بسيطة الى الشيء و (الخطاب الضمني) التي يتعارض مع الخطاب المباشر، ويُفسر على ضوء هذا التعارض، ويتميز بامتلاكه قدرة حدسية بالمرجعية، وعلى توليد مستويات التأويل الى ما لا نهاية، وبامتلاكه خلفية تميل الى الجماعة (السوسيو - ثقافية) التي هي ذات الوقت تتجه بهذا الخطاب.

ويشكل الخطاب عالما خاصا به، وهو عالم (سيمائي) تنمية العلاقات الحاضرة من الخطاب، الذي يمكن ان يكون (واقعيًا، تخيليا) ينطوي على امكانية الاحتمال. والخطاب السياسي والدعائي اكثر النماذج تمثيلا لهذا العالم.

من ذلك يرى الباحث أن الخطاب هو (شكل اتصالي يتضمن صياغة لغوية لنقل مضمون يتضمن افكار ومعتقدات وراء.. تتخذ صورًا مختلفة من النصوص والجمال عبارات والكلمات والمصطلحات واللهجات والتعابير والاشكال والرموز والحركات.. تتفق مع غاية وهدف واتجاه المرسل والتأثير المطلوب احداثه أي انها عملية اوصول معنى الى الآخر).

وللخطاب أنواع متعددة يمكن إجمالها بالأكثر إلى الأقل تعقيداً، والأعمق إلى الأقل عمقاً، والأشمل إلى الأقل شمولاً على النحو الاتي (حنفي، 1988، ص 22-24):

1- الخطاب الديني: وهو خطاب أخلاقي يعتمد على سلطة القائل وإرادته سواء أكان مقدساً أم دنيوياً إلهياً أم إنسانياً وحيّاً أم إلهاماً نقلاً أم عقلاً، وهو أكثر أنواع الخطاب عموميةً ؛ لأنه



سلطوي أمرى تسلیمی اذعانی یطالب بالإیمان والعقائد، یعتمد علی التصویر الفنی وإثارة الخیال والحیة المستقبلیة وما فیها من وعود وخلص من ألم البشر، وقد یكون خطاباً عقائدياً كما هو الحال فی علم الکلام، أو باطنياً كما هو الحال فی التصوف أم تشریعياً كما هو الحال فی الفقه وأصوله، ویدل علی مرحلة تاریخیة قدیمة وهو أقدم أنواع الخطاب، ویری الباحث أنّ الدراسة التي نحن بصددھا تنطبق مع هذا النوع من الخطاب، مع الفارق أنّ هؤلاء الجماعات المتطرفة یستغلون هذا النوع من الخطاب، لاستمالة الناس فی سبیل تحقق أهداف غیر شرعیة.

2- الخطاب الفلسفی: وهو خطاب عقلي برهاني مثالي أخلاقي النزعة، وهو تطوير للخطاب الديني ووارث له، یقبل الحوار والرأي الآخر، وهو یخاطب جمهور العقلاء بصرف النظر عن انتماءاتهم الدينية والعرقیة والسیاسیة، أحياناً لا یفهمه الا الخاصة وأحياناً أخرى تفهمه العامة، إذا كان بسیط وواضحاً بعيد عن المصطلحات الفلسفیة.

3- الخطاب الأخلاقي: وهو قراءة للخطاب الديني والخطاب الفلسفی فی الحد الأدنى الذي یتفق علیه الناس جميعاً یختزل العقائد والنظریات إلى مجرد سلوك فاضل ومعاملة حسنة.

4- الخطاب القانوني: وهو اختزال للخطاب الديني والفلسفی والأخلاقي إلى مجموعة من الأوامر والنواهي، فالدين شریعة والفلسفة مواضع والنظر عمل والخطاب القانوني هو خطاب عام للناس جميعاً یضع قواعد السلوك وعقوبات فی حال خرق القانون.

5- الخطاب التاريخي: وهو الخطاب البديل من التوجيه والإرشاد المباشرین إلى الاتعاظ بحوادث التاريخ ومسارها واستعادة نموذجات البطولة، ومهمته الإخبار، والخبر أحد مصادر المعرفة وعن طریقها یتم التحقق من صدق الروایات.

6- الخطاب الاجتماعي السیاسي: وهو الخطاب الذي یتحول من الخطاب الديني بعد اختزاله مرات عدّة إلى الخطاب الإنساني الذي یبدأ بالمجتمع ویصدر منه، لاسیما خطاب الزعماء السیاسیین والقادة ورجال الأعمال، ویكشف الخطاب عن صراع الهواء والمصالح والإرادة والقوة الاجتماعیة والتنظیمات السیاسیة ضمن حركات اجتماعیة.

7- الخطاب الأدبي والفنی: وهو الخطاب النقدي الذي یقوم بتحلیل الأعمال الأدبیة والفنیة، لبيان جمالیتها وصورها وأسالیبها وقدرتها علی التأثير فی المتلقي وإثارة خیاله، وهو خطاب یجمع بین الذاتي والموضعیة، بین رؤية الأديب والفنان والواقع الذي یصورانه ویعبّران عنه.



8- الخطاب الإعلامي المعلوماتي: وهو الخطاب الذي ويرمي إلى الأخبار والحوادث ليس، بغاية العلم وحده بل للتأثير أيضاً في السامعين والمشاهدين وتوجيههم إلى اتجاه معين.

3. الإعلام والخطاب الاعلامي:

الإعلام في الأصل اللغوي هو احاطة الغير علماً بشيء ليدرك حقيقته، وقد شاع تعريف الاعلام بالإخبار غير ان هناك فرقا بينهما، فالإخبار لا يتجاوز تبليغ خبر معين في الوقت الذي يتجاوز فيه الإعلام ذلك ويضيف الى معنى الاعلام معنى الاخبار ايضاً، وكلمة الاعلام ليست حديثة في القاموس العربي بل ان هناك العديد من المؤلفات العربية تحمل عناوينها كلمة الاعلام منها كتاب ابي الحسن العامري المسمى الاعلام بمناقب الاسلام(السحلي، 1993، ص181).

والقرآن الكريم مليء بالأخبار والانباء والقصص والتبشير والانذار بل هو في مجموعه نبأ ما قبلنا وخبر ما بعدنا. وهو ما عبر عنه القرآن الكريم بقوله تعالى (قُلْ هُوَ نَبَأٌ عَظِيمٌ أَنْتُمْ عَنْهُ مُعْرِضُونَ)(سورة ص، الآية: 67-68)

ويعرف الأعلام بمعناه السليم هو: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصحيحة، والحقائق الثابتة التي تساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، او مشكلة من المشكلات فاذا خلت هذه العملية الاعلامية من الصدق لم تصبح اعلاماً بالمعنى الصحيح، بل هي نوع اخر، كأن تكون تضليلاً للجمهور او مؤامرة سوداء ضد هذا الجمهور ونحو ذلك(حمزة، 1978، ص105 - 106) وتعد سمة الاخبار الصادقة وهو ما يؤكد عليه العديد من الباحثين في تعريفاتهم للأعلام، فالصدق والامانة هي منهج الحصول على البيانات واستقائها من مصادرها، وبغير ذلك فالأعلام يفقد اهم دعامة له. وهي دعامة الصدق، والمفروض ان الاعلام يقوم على الوضوح والصراحة ويقدم الاعلام حقائق مجردة، بعضها سار وبعضها غير سار، فالإعلامي ليس له غرض معين فيما ينشره على الناس اللهم الا الاعلام في ذاته(عبد الحليم، 1984، ص18).

الأعلام هو كل قول او فعل قصد به حمل حقائق او مشاعر او عواطف او افكار او تجارب قولية او سلوكية شخصية او جماعية الى فرد او جماعة او جمهور بغية التأثير سواء اكان الحمل مباشراً ام بواسطة وسيلة اصطلاح على انها وسيلة اعلام قديماً او حديثاً وهو كل جهد فكري او عملي يقوم به شخص او مؤسسة او جماعة بقصد حمل مضمون معين الى طرف اخر بشكل مباشر او غير مباشر عبر وسيلة اعلام بغية التأثير(الشنقيطي، 1986، ص18).



الأمر الذي يشير الى أنه لابد ان يعتمد الاعلام على الحقائق المجردة مع الصدق والموضوعية في العرض والامانة في استقاء المعلومات، وجمعها من مصادرها الاصلية فضلاً عن التعبير بصدق عن الجمهور الذي يتوجه اليه، واذا اراد الباحثون والدارسون محاولة وضع تعريف جديد فان محاولتهم لا تخرج عن كونها محاولة اجتهاد في مجال البحث العلمي.

4. الخطاب الاعلامي:

4.1. تعريف الخطاب الإعلامي:

هو عملية تقنيع الواقع، وتصوره وفق ادراك مسبق لما يجب أن يكون، ويتم تمثله في نظام من المفاهيم، والتصورات، والمقترحات، والمقولات التي تمتاز بمنطق داخلي يحكمها، بغض النظر عن طبيعته، هدفه الإقناع والاستجابة السلوكية لما يقوله، ويتسم بطقوس وخصائص معينة، وهو مجموع الأنشطة الإعلامية التواصلية الجماهيرية: التقارير الإخبارية، الافتتاحيات، البرامج التلفازية، المواد الإذاعية، وغيرها من الخطابات النوعية ". فالخطاب الإعلامي يضم بالإضافة إلى النصوص، الصور والأفلام والموسيقى والأغاني والإشهار والدعاية والرسائل والخطابات الالكترونية وغيرها (سميسم، 1997، ص 112).

واتاحت اتساع دلالة الخطاب امكانية استخدامه في العلوم الاجتماعية بضمنها الاعلام، والتي انطلقت من كون اللغة ظاهرة اجتماعية تتحدد على وفق شروط وظروف اجتماعية، فهي لا تعبر عن المجتمع وتعكس ظروفه فحسب، بل تشكل جزءاً أساسياً منه، من هذه الزاوية تسلت معظم الاستخدامات السائدة لمصطلح الخطاب بمعناه غير اللساني، حتى استخدم الخطاب على مختلف الازمنة في تحديد ماهية المجتمع وهويته (وادي، 2000، ص 44).

ويُعد الخطاب الإعلامي صناعة ثقافية بآتم معنى للكلمة إذ تتكاتف على انتاجها وسائط متعددة، ويظهر ذلك في طبيعة الرسائل التي تتدفق خلال هذا الخطاب وسرعتها وطرائق توزيعها وكيفيات تلقيها، الأمر الذي جعل من الإعلام محوراً أساسياً في منظومة المجتمع، إنه صناعة تجمع بين اللغة والمعلومة ومحتواها الثقافي والآليات التقنية لتبليغها عبر الزمان والمكان،

تقتضي مجموعة الأنشطة التواصلية الإعلامية المذكورة في هذا التعريف وسائط إعلامية لها فعالية في انجاز مسارات التخاطب الإعلامي، إذ يُعد الوسيط عقلاً تقنياً له لمسات خاصة في تلقي المضمون وإعادة تنظيم أشكاله وبنه من جديد (علي، 2001، ص 344).



ويعد الخطاب الإعلامي منتج لغوي اخباري متنوع ضمن إطار بنية اجتماعية ثقافية محددة، وهو شكل من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع، له قدرة كبيرة على التأثير في المتلقي وإعادة تشكيل وعيه ورسم رؤاه المستقبلية وبلورة رأيه، بحسب الوسائط التقنية التي يستعملها والمرتكزات المعرفية التي يصدر منها.

وهو نسقاً تفاعلياً مركب متشابك يجمع بين اللساني والإيقوني، تتلاقى فيه العلامات اللغوية وغير اللغوية، يشترك في هذه الميزة مع خطابات أخرى ويختلف عنها في الوقت نفسه، وذلك مثل: الخطاب الإشهاري والسياسي والدعائي وبخاصة من حيث الشحن الإيديولوجي، وكل ذلك يشتغل عن طريق اللغة والصورة في الوقت نفسه، مما يجعل للخطاب الإعلامي نسقاً سيميائياً دالاً قابلاً للقراءة والتأويل، عابراً للتخصصات ومعارف عديدة، موظفاً ومستثمراً لها حسب ما تقتضيه الأوضاع (بشير، 2008، ص 230).

وعليه فإن الخطاب الإعلامي هو كيان واسلوب للنشاط الاتصالي الذي يتخذه الفرد، أو الجماعة أو المجتمع، وهو أيضاً الحصيلة الفكرية التي ينتهي إليها ذلك السلوك، وهذا يعني أن الخطاب الإعلامي يتضمن سلوكاً وأسلوباً ومضموناً.

4.2. دوافع الخطاب:

للخطاب دوافع كثيرة يمكن اجمالها بالآتي (أستيتيه، 2002، ص 17-18):

1- دافع نفسي

عن طريق الخطاب نستطيع التعبير عما في دواخلنا ويجعلنا قادرين على أن نجعل لأفكارنا قدراً من التقبل لدى الآخرين وصولاً إلى تحقيق الذات والتطلع إلى التميز من الآخرين.

(1) دافع الحوار

عن طريق الخطاب نستطيع أن نتحاور، إذ يقبل بعضنا بعضاً في النهاية أو يترك أحدنا الآخر في نهاية المطاف، لاسيما وأن الحوار هو وسيلة التفاعل الذي يجري بين خطابٍ وخطابٍ آخر ضمن عملية توصيل الأفكار.

(2) دافع الاكتشاف

لولا الخطاب لما عرفنا كيف نقدم الحقيقة للآخرين ولا عرفنا كيف وصلوا إليها واكتشفوا المجهول، وبذلك فإننا نحقق متعة عقلية.



4.3. مناهج تحليل الخطاب:

يمكن التمييز بين أربعة مناهج في تحليل الخطاب وهي كالاتي(حنفي، 1988، ص 28 - 33):

1. تحليل الألفاظ

يرمي إلى ضبط استخدام الألفاظ والتراكيب، وربما استبدالها ووضع رموز بدلاً منها دفعاً للاشتباه وسوء استخدام الألفاظ.

2. تحليل اللغة

وهو المنهج السابق نفسه لكنه ينصب على المستوى الثاني والثالث من أبعاد الخطاب (المعاني والأشياء)، وهو المنهج الغالب في تحليل النصوص الفلسفية ويقوم على التمييز بين الإنشاء والخبر، وبين التحليل والتراكيب فيم يخص القضايا الأدبية والعلمية.

3. تحليل الأحلام

وهو منهج يكشف البعد النفسي الغائب في منهج تحليل الألفاظ ومنهج تحليل اللغة ومثال على ذلك تحليل السيرة الذاتية واحاديث النفس (المنولوج).

4. منهج تحليل المضمون

هو المنهج الأعم الأشمل والذي يضم المناهج الثلاثة السابقة، تحليل الألفاظ وتحليل المعاني وتحليل الأشياء من أجل تحليل الأفعال ووصف علاقات الإنسان بالمحيط والكون والعالم الإنساني أو الطبيعي.

4.4. خصائص وسمات الخطاب الاعلامي:

يستند الخطاب الاعلامي والخطاب السياسي كل منهما الى الدعاية او يرنو كل منهما لتحقيق غايات دعائية تكون في الخطاب الاول صادقة، وفي الثاني كاذبة او مضللة او مشوشة، وان الخطاب السياسي قد يستند الى الخطاب الاعلامي والخطاب الدعائي، وذلك لتطور ديناميات تنفيذ السياسة وبخاصة الخارجية منها التي افضت الى تعدد ادواتها، لاسيما ان الخطاب الاعلامي يكون من الاهمية ما لا يستغني عنه الخطاب السياسي في اثناء الازمات السياسية والحروب... الخ وهو ما نلاحظه في عالم اليوم.

ويؤدي كل من الخطاب الاعلامي والخطاب السياسي مطلباً مشتركاً لاسيما عندما يقعان تحت مظلة سلطة واحدة، حيث يؤدي الخطاب الاعلامي دوره بإعادة انتاج الخطاب السياسي، ذلك أن الخطابين الاعلامي والسياسي ينطويان على قصدية ترمي لتحقيق الاقناع، والتأثير في المتلقي من



خلال تحويل الافكار والقيم والاتجاهات التي يحتويها الخطابان الى واقع يتجسد بممارسات سلوكية تتناغم وتتسجم واهداف القائم بالاتصال، وذلك يتمثل في ان المنتج الخطابي السياسي يلجأ الى الفاعل الخطابي الاعلامي، لإعادة انتاج الخطاب السياسي على وفق رؤية تشكل الخطاب الاعلامي الذي يضيف عناصر الاقناع والتأثير في المتلقي، لذا فان الخطاب السياسي يكون هنا تصور الواقع وتمثله على الصعيد الفعلي، أي نظريا في نظام من المفاهيم التي تأخذ طابعا عاما ومحددا (محمد، 1985، ص18).

وفي ضوء خصائص الخطاب عامة فان للخطاب الاعلامي سمات منها:

- 1- يقوم الخطاب الاعلامي اولا على توصيل رسالة يهدف منتج الخطاب والفاعل او المخطط الخطابي على حد سواء لإيصالها للمتلقي بأكبر قدر من الفاعلية لأحداث التأثير المطلوب وبصيغ خطابية مختلفة.
- 2- تتكون هذه الرسالة التي تشكل معطيات في الخطاب من تشكيلات ونصوص دلالية لغوية وغير لغوية تعتمد اساليب اتصال لفظية وغير لفظية من خلال اعتماد الوسائل الاعلامية المسموعة والمرئية والمقروءة المختلفة وفنونها.
- 3- تعتمد رسالة الخطاب على المضامين والاشكال والرموز.. بصيغ مختلفة تحمل براعة اسلوبية وجمالية تهدف لشد انتباه المتلقي، وجذبه للتواصل مع الخطاب ومن ثم تحقيق التأثير المطلوب فيه، ذلك ان الخطاب يسعى لإبراز قيمة الشكل لان لغته لا تقتصر على اىصال المضمون فحسب التي هي غاية بحد ذاتها بل اظهاره وايصاله بأشكال تزيد من فاعليته
- 4- تعتمد الرسالة الخطابية على تفاعل بين منتج الخطاب والفاعل او المخطط الذي يقوم بإعادة انتاجه، وبالتالي فان هناك عملية اتصالية تفاعلية اولية تهدف لانضاج الخطاب نفسه لتخرج بعدها النصوص الخطابية مصاغة بما يحقق اهداف الرسالة الخطابية واداء وظائفها.
- 5- الخطاب الاعلامي خطاب سلطة يحمل عقيدتها وفكرتها، وبحسب النظام الذي يمثله، وهو تعبير عن سلطة المؤسسات السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية والدينية.
- 6- يتفاعل الخطاب الاعلامي مع غيره من الخطابات فهو (تناسخ خطابي) يتضمن المؤثرات والمصادر والاصول التي لا تتعلق على نفسها، بل تنفتح على غيرها في تفاعلات نصية، وبالتالي فان الخطاب الاعلامي غير مغلق على نفسه فهو انتاج واعادة انتاج لتفاعل خطابات سابقة لا حصر لها.



7- يعد الخطاب الاعلامي المعبر الرئيس عن اشكال وانواع اخرى من الخطابات كالخطاب السياسي والدعائي والديني.. لان رسالة الخطاب الاعلامي بمحتواها ومضمونها اعدت بشكل خضعت لصياغة استدلالية منطقية على وفق قواعد معينة تؤثر مرجعية الخطاب. ويمكن الاستدلال على ذلك من خلال سلطة الخطاب نفسه او بالرجوع الى تحليل مضمون الخطاب الاعلامي.

8- يتصف الخطاب الاعلامي بالقصدية المباشرة في ايصال مضمونه- الذي ينطوي على اهداف مختلفة - من قبل مرسله من خلال الخطاب المباشر، او غير المباشر بغية احداث التأثير المطلوب على وفق الاهداف المنشودة للخطاب.

9- الخطاب الاعلامي خطاب مرحلي انتقالي تنتقل فيها احيانا النصوص والمضامين والاشكال الدلالية من محتوى الى آخر، وفقا للمستجدات والضرورات.. ولكنها جميعا تؤدي وظيفة رئيسية واحدة تبغي التأثير في المتلقي، وهذا ما يمكن ان نطلق عليه بـ (خطاب المرحلة) وهو الخطاب القائم على التخطيط الآني والمستقبلي.

5. الخطاب الاعلامي والخطاب الاعلامي الاسلامي:

5.1. الخطاب الدعوي الاسلامي:

يتسع مفهوم الخطاب الإعلامي للدعوة الإسلامية بقدر اتساع الخطاب الدعوي الذي تضمنه القرآن الكريم، وجاءت به السنة النبوية الشريفة المطهرة فهو في الأصل خطاب إلهي سماوي منزل من الله عز وجل إلى صدر رسول الله (صلى الله عليه وسلم) لإيصال رسالته للناس جميعاً.. وبالتالي فإن دراسة الخطاب الدعوي الإسلامي يفرض دراسة خطاب القرآن الكريم-الخطاب القرآني-والسنة النبوية الشريفة-الخطاب النبوي- وهو من الاتساع والشمولية والعمق والبعد والإعجاز ما يستوجب مجلدات لا تقي الموضوع. ولذلك فإننا في هذا المبحث سنتعرض بالمبحث إلى جوانب نحسب أنها أساسية في دراسة الدعوة الإسلامية لاستنتاج الخطاب الإعلامي الدعوي الإسلامي منها.

ولعل من أولويات هذا الموضوع التي تحتاج إلى إيضاح بعد ان تعرفنا على مفهوم الخطاب الاعلامي هو التعرض الى جوانب اساسية في دراسة مفهوم الدعوة الإسلامية، واخضاعها لمفهوم اتصالي اعلامي لأنموذج العملية الاتصالية الإعلامية لاستنتاج جوانب مهمة في الخطاب الاعلامي الإسلامي.



وراعى القرآن الكريم بوصفه مصدر الخطاب الاسلامي بكل انواعه التنوع في الخطاب والتدرج في اخذ الناس بأحكام الدين شيئاً فشيئاً فكان خطابه في مكة المكرمة غير خطابه في المدينة المنورة من حيث النداء والمضمون والفاصلة القرآنية والايقاع والمثل والشاهد والانموذج وبيان اصل النشأة والحديث عن المصير، وهذا التنوع شمل الحديث النبوي او الخطاب النبوي ايضاً الذي رافق مراحل الدعوة ومضمونها، وتدرج معها تدرجاً واكب الاحداث والوقائع فيها بصورة عامة (عبد الرحمن ، 1997، ص22-23).

وتعددت مواصفات الخطاب القرآني وتنوعت بحسب الاغراض وبحسب محل الخطاب وموضوعه، والقرآن بكونه عربي الخطاب وانساني الرسالة لا بد من مطابقة الكلام بمقتضى الحال، وبالتالي ادراك الحال او محل الخطاب او طبيعة المخاطب ومشكلاته وتاريخه وعقيدته فيأتي الخطاب موافقاً لمقتضى الحال.

ويعني الخطاب الاعلامي الدعوي بشكل عام الاحاطة بالفكرة والمعلومة المراد نقلها او الاعلام بها، والامانة في صدقها والصدق في نقلها، ومن ثم امتلاك الكيفية، التي يعني بلوغ احدث الوسائل والاساليب والواعية الاعلامية التي تحمل المعلومة الى الآخر وتحاول اقناعه بها، وهذا المعنى يرد من مفهوم الاعلام ودوره ووظيفته في التبليغ، ونقل الرسالة الى المستقبل بغية احداث التأثير المراد تحقيقه خلال وقوع الاتصال الاعلامي (عبد الرحمن ، 1997، ص17).

كذلك فان للدعوة مستويات في التبليغ يستوجب مراعاتها وهي:

- 1- متخصصة: وتعني أن هناك دعاة متخصصين كالذين يلقون الخطب والمحاضرات ويعقدون الندوات ، ويجوبون وينتشرون في بقاع البلاد للدعوة الإسلامية، وهناك مؤسسات دعوية متخصصة بهذا الشأن.
 - 2- عامة: وتعني كل مسلم يدعو بدعوة الإسلام أحدهم بسلوكة وآخر بكتابة مقال وغيره بنصيحة..
- أما اهم مرتكزات الخطاب الدعوي الاسلامي فهي(عبد الرحمن ، 1997، ص83):
- الانفتاح: أي انفتاح الخطاب على الناس كافة.. فلا ينغلق على فئة وينحصر بنخبة دون غيرها. ومن عالمية الرسالة الإسلامية تتشكل عالمية الخطاب.
 - التيسير ورفع الحرج: ويعني أن يتسم الخطاب بالتيسير والابتعاد عن التعسير، لأن الإسلام دين اليسر لا العسر، وبالتالي لا بد من رفع الحرج عن الناس والمشقة وأن يسعى الخطاب



في مقاصده لتحقيق هذه الأهداف، قال تعالى (يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ) (سورة البقرة، الآية: 185).

3- التدرج في التبليغ والتطبيق: التدرج سنة شرعية وطبيعية في الخلق. والحال يفرض على الخطاب التدرج في التبليغ والتطبيق. وهو منهج قامت عليه الدعوة الإسلامية واقتضتها الطبيعة البشرية، لذا وجب الأخذ بها لتحقيق فاعليتها.. فلا بد من خطوات ومراحل تراعي المألوف وترافقها الحكمة والتبصر حتى يدرك الخطاب غاياته ومراميه ولا يكون محل نفور.

الخطاب الاعلامي الاسلامي المعاصر:

مفهوم الاعلام الاسلامي:

تباينت اغلب الدول العربية والاسلامية في تطبيق مفاهيم ونظريات الاتصال والاعلام، وعبرت عنها بحسب فلسفتها وكل بحسب رؤية النظام السياسي القائم فيها. وهي بذلك ابتعدت من خلال هذا التقليد وهذا النقل عن تراثها وتقاليدها الاصلية وطرأت على اعلامها بعض المضامين التي تتعارض مع الشريعة الاسلامية، فاصبح الاعلام ذو الهوية الاسلامية اليوم ليس بالضرورة اعلامها الرسمي، ولكنه يندرج ضمن عدة تسميات عديدة منها ما يسمى بـ (الاعلام الديني) او (البرامج الدينية) او (الصفحات الدينية). وهو لديها صورة من صور الاعلام المتخصص (محمد، 1983، ص36).

ويعرف الاعلام الاسلامي بأنه: حمل مضامين الوحي الإلهي ووقائع الحياة البشرية المحكومة بشرع الله الى الناس كافة، بأساليب ووسائل تتفق في سموها وحسنها ونقاؤها وتنوعها مع المضامين الحقة التي تعرض من خلالها، وهو محكوم غاية ووسيلة بمقاصد الشرع الحنيف واحكامه (الشنقيطي، 1986، ص18).

ويرى بعضهم أنه كلمة تتكون من شقين (إعلام) و (اسلام) ويعطي مفهومه بإضافة الاعلام الى الاسلام، وهو اما يقصد به اعلام دولة ما في بلاد المسلمين، وإما يقصد به الاعلام المتمشي مع تعاليم الاسلام الحنيف (الحيالي، 1994، ص7).

ويمثل الاعلام الاسلامي الاعلام العام لدولة مسلمة حكومة وشعبا، لان الاسلام دين ودولة، ايمان ونظام، شامل لكل مفردات الحياة، والدولة لها مؤسساتها النابضة بالمعنى الحديث، واحدى هذه المؤسسات هي المؤسسة الاعلامية التي تعمل لصالح الدين والدولة، وأجهزة الاعلام فيها تتطلق من مبادئها وتخدم مصالحها، والاعلام يصبح فيها عيناً من عيون السلطة ترى فيها الاخطاء لتتجنبها وتبصر من خلالها المحاسن لتنتشرها (محمد، 1983، ص36).



ويعد الاعلام في التصور الاسلامي جزء من منظومة النظام العام الساعي لتحقيق مصالح الناس وسعادتهم، وهو بهذا التوجه لا بد ان يصاغ صياغة متزنة تتوافق وذلك النظام، وتتسجم مع كل معطياته الفكرية والسلوكية، كي لا يحدث صدام بين جزء وآخر في داخل المنظومة الواحدة

ويجب ان ينبع من الاعلام الاسلامي العقيدة الاسلامية للدولة المسلمة ويرافق ذلك ان (يعالج مختلف قضايا الحياة واحداثها من منظور اسلامي استنادا الى القرآن الكريم والسنة النبوية وما ارتضته الامة من مصادر الشريعة، وتقديم هذه القضايا والاحداث للجماهير بلغة مناسبة واستخدام الفنون الاعلامية الملائمة والافادة من كل وسائل التكنولوجيا الحديثة ويصطبغ بالصبغة الاسلامية في جوهره ومظهره في محتواه وشكله وكل ما يصدر عنه ولا يعلن او يبث او يرسل او يروج ما يتعارض والشريعة الاسلامية) (هيبه، 1990، ص20).

ويجب ان يكون الاعلام الاسلامي صوت الدولة الاسلامية الموحدة والامة الاسلامية معا ومرآتها، يطرح ويعالج قضايا امورها الخاصة منها والعامه لصالح دنياهم وآخرتهم، والدفاع عنها وتنظيم علاقاتهم فيما بينهم من جهة ومع غيرهم من جهة اخرى وعلى وفق وجهة النظر الاسلامية وتفسيراتها الشرعية التي تحكمها مقاييس الدين الاسلامي الحنيف، ويتفق هذا الاتجاه مع القول أن الاعلام هو نظام من اخطر انظمة المجتمع اليوم، لا بد ان يتم بناؤه بصورة تتكامل مع بقية انظمة المجتمع الاخرى لتحقيق سعادة المجتمع وسلامته وقوته وتماسكه، حيث ان أي تقصير في هذه العملية البنائية من شأنه الحاق الاذى والضرر بالمجتمع (ساداتي، 1986، ص13).

ولا يتعارض الاعلام الاسلامي مع الانماط الاتصالية الاخرى من دعوة ودعاية وعلان وعلاقات عامة وحرب نفسية، ولا مع وسائل الاعلام الحالية من صحافة واذاعة وتلفزيون وسينما ومسرح وانترنت، ولا مع الاشكال او مستويات الاتصال المعروفة سابقا وحاليا، ولا مع اساليب واشكال الاعلام الاخرى بضمنها الاشكال الثقافية والفنية بشرط استنادها للضوابط الاسلامية وعدم تعارضها مع مضامين الشريعة الاسلامية.

ويقترّب الاعلام الاسلامي بمفهومه من مفهوم الاعلام الحالي، او السائد من حيث الوسائل والاساليب والوظائف الا ان ما يميزه عن هذا الاعلام هو القيم التي يحملها والمضمون الذي يعبر عنها والهدف الذي يبتغيه هذا الاعلام والاخلاقيات التي تحكم العملية الاتصالية والاعلامية برمتها والتي تقوم على ضوابط اسلامية فضلا عن السمات والخصائص التي تميز الاعلام الاسلامي عن الاعلام بمفهومه العام.



ويعرف الاعلام الاسلامي بانه استخدام جميع الوسائل العصرية للدعوة الى الاسلام، والدفاع عنه والتعريف بأحوال المسلمين في شتى اقطار الارض وجمع كلمتهم وايجاد الحلول السليمة لمشاكلهم وتبصيرهم بما يبدره لهم اعداؤهم(متولي, 1988، ص74).

ويرى باحث اخر أن الاعلام في الاسلام هو فن ايصال الحقيقة الى الناس بالقول الصادق والعمل الصالح دون كذب او خداع , وهو قول يتلى على الناس هداية لهم ونورا يهدي به الله من اتبع رضوانه سبيل السلام.

وهو بهذا يهدف الى هداية الانسان وتبصيره بأمر دينه ودينه، وبعث الفكر الاسلامي الاصيل، والتماس منابعه من القرآن والسنة، ونشر الاخلاق الاسلامية، والتصدي للغزو الفكري، وبتث المعلومات والاخبار الصحيحة، وتأتي مهمة الاعلامي المسلم لبيان الحقائق الاسلامية، والوصول الى قلوب الناس وعقولها، بالحكمة المطلوبة(يوسف, 1993، ص5).

الاعلام الاسلامي هو بيان الدين الاسلامي بعقيدته وشريعته وعباداته الموجه للمسلمين وغير المسلمين، ويدخل ضمن ذلك عملية نقل الافكار والمعلومات والآراء والحقائق الاخرى التي تجري في عموم المجتمع الانساني بما لا يخرج عن الحدود الشرعية، مستخدما في ذلك مختلف وسائل واساليب واشكال الاتصال الاعلامي الحديثة بهدف نشر واشاعة هذا الدين واعلاء كلمته وتحقيق رسالته، وان يأخذ هذا الاعلام مده على مستوى العمل به وتفعيل نظريته وفلسفته الاسلامية على مستوى الدول الاسلامية كافة، وان تأخذ المعاهد والكليات والاقسام المتخصصة بالثقافة والاعلام والعلوم الاسلامية بتدريسه على ان تكون هذه المادة بتفصيلاتها موجهة لخلق فكر اعلامي موحد واعداد كوادر تقوم عليه واداء وظيفته ومهامه وواجباته، وتوسيع قاعدة بناء مؤسسات اعلامية مختلفة تقوم على اسس الشريعة الاسلامية لتوجيه رسالتها الى المسلمين الذين لا يعرف كثير، منهم اليوم عن دينهم الا اسمه وغير المسلمين، على وفق ما يطلق عليه اليوم بالاعلام الداخلي والخارجي لتنفيذ منهاج العمل الاعلامي الاسلامي(حسون, 1984، ص465).

5.2. خصائص وسمات الخطاب الاعلامي الاسلامي:

يستند الاعلام الاسلامي بمضمونه وشكله ومهامه ووظائفه واهدافه لخطاب، له نظريته الخاصة به، فان الخطاب الاعلامي الاسلامي يتميز بسمات وخصائص تمثل هويته المتفرد بها عن بقية النظريات والفلسفات الاعلامية الاخرى، ومن هنا سيفرض هذا الاعلام هذه السمات والخصائص لتمييزه عن غيره التي يمكن ان نلخصها بالآتي(الاسطل, 1984، ص321-322):



أ- انه خطاب اعلامي ديني: يمثل الدين الاسلامي وخطابه، الصادر من الله تعالى، ويستمد شرعيته ومرجعيته منه، وينطق بلسانه كمنتج خطابي ويعبر عنه كفاعل خطابي، فهو قائم على منهج إلهي في جوهره، وليس محل اجتهادات خالصة ومستقلة، لعقل بشري وهو خطاب اعلامي يمثل الدعوة الاسلامية ويستمد منابعه واصوله ومصادره من القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، وتقوم منطلقاته واهدافه على اساس ذلك ويستمد منهما قيمه الاخلاقية وخطابته السياسية والاجتماعية والاقتصادية، فهو يسير على هدي الدين الاسلامي في تناول الامور وتشكيل خطابته والتعامل مع القضايا المختلفة ومعالجتها، لذا فهو خطاب اعلامي متواصل مع مسيرة الحياة ذات المنهج الاسلامي، ولا ينتهي الا بنهايتها لان الامة الاسلامية وحضارتها لا ينطبق عليها قانون الدورات الحضارية الذي انتهى اليه علماء التاريخ والحضارة والاجتماع حيث تزول بزوالها كل مسمياتها، فهو اذن خطاب اعلامي موثَّق وذو منهج هادف وقائم حتى تقوم الساعة.

ب- انه خطاب اعلامي عقائدي: ويعني انه قائم على العقيدة والايمان، مرتبط بأحكام الاسلام وتعاليمه، وهديه، واخلاقه. وهذه الخاصية لها صلة بالتي سبقتها، حيث يمثل الخطاب الاعلامي الاسلامي عقيدة الدين الاسلامي ويعكسها بكل ما تحمل من اصول، اهمها التوحيد والاتجاه الى الله وحده بالعبادة وافراده بالعبودية. فهو اذن يتميز بالاستمرارية التي تتميز بها العقيدة الاسلامية وتترتب عليه مهام ومسؤوليات تنبع من عظمة هذه العقيدة وروحها..

ت- انه خطاب اعلامي انفتاحي عالمي شامل: أي انفتاح الخطاب الدعوي الاسلامي على الناس كافة دون انغلاق على جهة او فئة دون غيرها من البشر فهو يمثل ويعكس دعوة موجهة للناس جميعا أي دعوة عالمية، ويصدر عن دين شامل يمثل خلاصة الاديان وخاتمتها، ويتجاوز حدود الطوائف والقوميات والانظمة والدعوات الفكرية والعقائدية غير الاسلامية ويقاوم التيارات الفكرية والانحرافات العقائدية، وهو خطاب اعلامي موجه لكل أبناء الانسانية ويخاطبهم ويشمل نواحي الحياة كافة سواء ما يخص منها الانسان بكل صفاته ومزايه العقلية والوجدانية والجسدية، او ما يخص منها المجتمع بأفراده واسره وتجمعاته، او ما يخص منها النظام الديني او السياسي او الاجتماعي او الاقتصادي للمجتمع ودولته. وهذه الابعاد التي تمثل انفتاحية عالمية وشمولية الخطاب الاعلامي الاسلامي تحتضن الامتدادات الزمانية والمكانية وتتواصل



فيها مع حياة الناس جميعا، على وفق الضوابط الشرعية التي يقوم عليها الدين الاسلامي كونه كما ذكرنا دين شامل وكامل وصالح لكل زمان ومكان بالدعوة التي جاء بها للناس جميعا.

ث- انه خطاب اعلامي برسالة: ورسالته السماوية تقوم على نقل وتبليغ وتحقيق رسالة الاسلام وتوصيل معانيها بالوسائل المشروعة في الاسلام وللغايات النبيلة التي يهدف اليها الاسلام لا غير، داخل بلاد المسلمين وخارجها لكي تتبع شرعيته في الحياة كلها. ورسالته هذه التي يصاغ الخطاب على وفق وبما يتفق مع مضمونها تتصف بالقيم النبيلة والاهداف الرشيدة والاخلاق الحميدة الملتزمة بمنهج الله عز وجل وتطبيق شرعه في كل شؤون الحياة لنقل البشرية من الضلالة الى الهدى، وانقاذها من الظلمات الى النور، ويدخل ضمن ذلك انه خطاب اعلامي مسؤول، ملزم بالاعلام وتبليغ رسالة الاسلام الى الناس جميعا، واي تقصير في ذلك يكون المنتج او المخطط او الفاعل الخطابي والقائمين عليه والعاملين فيه مقصرون امام الله عز وجل في اداء واجبهم الكبير هذا(الاسطل, ص322-335)

ج- انه خطاب اعلامي مبدئي ملتزم: ويعني انه يقوم على مبدأ واحد لا غير، يدين بالولاء الى منبعه ومصدره ومرجعته وهو الاسلام لا غير، وثابت على منهجه وملتزم بتعاليم هذا الدين القيم لا يخرج عن خطه ولا يحيد عن مسلكه ولا يجامل احداً على حساب الدين او حقوق الاخرين , وبالتالي فهو مبدئي لا يتلون على وفق الاهواء والمصالح والضغط والمتغيرات، مهما تعرض دينه للمخاطر والازمات ومهما اشتدت به الشدائد وضافت به الامور، فهو برغم كل ذلك يؤدي واجبه بما اوتي من قوة وما استطاع الى ذلك سبيلا , وهذا يعني بالنتيجة انه خطاب اعلامي مبدئي في موضوعيته وملتزم بها. وبذلك يكون في الوقت ذاته خطاباً اعلامياً موضوعياً لا يتأثر بميل او هوى , مؤمناً برسالته عارفاً بها يبغى الله فيها. فهو موضوعي في ما يبلغ في اطار العملية الاتصالية الاعلامية.

ح- انه خطاب اعلامي عام: ويتحدد ذلك بجانبين، فهو من جهة واجب عام تقع عملية تنفيذ وتحقيق وتطبيق هذا الخطاب على عاتق المسلمين جميعا، ومن جهة اخرى فهو حق عام للجميع، المسلمين منهم وغير المسلمين، لتحقيق اغراض منها الاعلام او التبليغ والدعوة والدعاية والارشاد والتوجيه والنصح والترفيه والترغيب والترهيب والتعارف , وتبادل الآراء والمشورة والتزود بالمعلومات والتعلم وصيانة المجتمع والحفاظ عليه، وكل ما يدخل ضمن ما يعرف بحق الاعلام والنشر في الممارسة والحصول على المعلومات على وفق الحريات



والحقوق والمسؤوليات التي تمنحها وتصونها وتكفلها الشريعة الإسلامية السمحاء.. ولا يجب على وفق ذلك الخطاب الاعلامي الاسلامي عن احد بصورة عامة الا ما دعت الضرورة لحجبه او سرية، وانه متاح لكل كلما امكن ذلك وبلا اكرام.. ذلك ان له دوره الريادي المهم في قيادة المجتمع وترشيد الرأي العام ونشر الوعي الاسلامي والتأكيد على رسالة الاسلام ودعوته، ولضمان عموميته فان ولاة امور المسلمين والقائمين والمشرفين عليه وجب عليهم تهيئة واتاحة كل مستلزمات ووسائل الاتصال والاعلام واساليبها المقبولة شرعا لنقل الرسالة الاعلامية وايصالها الى الناس جميعا، وتجديد كل الطاقات البشرية والامكانيات المادية لتحقيق هذا الهدف السامي.

خ- انه خطاب اعلامي اخلاقي قيمى: يقوم على المبادئ الاخلاقية والمعايير القيمية ويسعى للمخاطبة بها ونشرها، ويعطي كل ذي حقاً حقه. فالإنسان عنده ذو قيمة عليا لأنه خلق الله عز وجل الذي كرم خلقه واحسن وابدع فيه وفضله على كثير من المخلوقات، وهو حامل امانة الله من الارض، فلا اعلان مضللاً ولا اشاعات ولا دعاية مغرضة ولا توظيف سيئاً لأغراض الحرب النفسية، ولا أي شكل أو اسلوب اعلامي سلبي مخادع يعتمد الخطاب بعيداً عن الاعتبارات الاخلاقية والقيمىة السلمية والصحيحة التي يخاطب بها الناس، ولكن في ذات الوقت يوظف بذكاء وتخطيط لصالح قضيته لذلك فهو لا يهين الانسان، او يحرص على اهانتة او يخادعه او يدعو لخداعة، فليس للسب والقذف والمراوغة والتضليل والكذب والتشويه (الخطيب، 1987، ص14-15).

د- انه خطاب اعلامي يتسم الصدق والمرونة: بناء على هويته ومرجعياته فهو يتميز بكونه خطاب اعلامي صادق، فالصدق هو منهج الاسلام وجوهر العقيدة الاسلامية، والصدق له منزلته عند الله سبحانه.

ذ- انه خطاب اعلامي مرحلي: أي ان لكل زمان ومكان لغة خطابية، ولكل ظرف وواقعة تعامل خطابي مع الحدث. ومعنى ذلك لا نذهب به الى التلوين والخداع والتضليل والنفاق وعدم الالتزام والمبدئية، ولكن المصلحة العليا للدين والمسلمين تفرض التعامل مع الحياة في اطار واقعتها وضرورتها على وفق الرؤية والحدود الشرعية لكل حال، ويدخل ضمن ذلك استخدام مختلف الوسائل والاساليب المشروعة لتحقيق الغايات والاهداف النبيلة التي يسعى اليها الخطاب الاعلامي الاسلامي (الخطيب، 1987، ص18-19).



الأمر الذي يشير الى موقع الصدق في الدين الاسلامي، فهو من الاهمية ما يتوقف عليه نجاح الدعوة والداعي بها الى الله عز وجل، لذلك فالخطاب الاعلامي الاسلامي يقوم على الصدق من خلال تحري الحقائق والوقائع والالتزام بروايتها الصادقة التي هي الضمانة الاساسية للفوز بثقة الناس الذين هم غرض المادة الاعلامية الاسلامية. وهدف الدعوة الاسلامية للأخذ بيدهم الى طريق الله عز وجل، ومن ثم فالأعلام الصادق مقبول ومشمول اما الاعلام الكاذب مردود ومرفوض لا تجد له أذناً صاغية. ولا يتأثر هذا الصدق في الخطاب الذي هو هويته الاصلية بمواكبته للتطور الذي عم الانسانية ونمط حياتها ما دام لا يتعارض مع التصور الاسلامي للأمر، فهو مرن ويتجاوب مع الحياة ووسائلها وسبلها المشروعة، ولا يتعارض مع وسائل الاعلام الحديثة واساليبها الخطابية الجديدة، بل يدعو لتسخيرها لخدمة الدعوة الاسلامية وايصال صوتها وتحقيق اتصال ذي نمط حديث مقبول شرعا غاية ووسيلة وهدفاً. يمكن له ان يظفر بتأثيره الايجابي في الناس في ظل تعدد الخطابات ومرجعيتها وهوياتها وأساليبها ورسائلها وفنونه، التي تشهدها حركات العصر وتياراتها(الاسطل، 1984، ص74).

ملاح الخطاب الاعلامي في الفضائيات الاسلامية:

تشير بعض الدراسات الى ان الخطاب الديني في بعض الفضائيات العربية غير قادر على اظهار جوهر الدين الاسلامي الصحيح، وكثيرا ما يشغل نفسه بالشكليات والأمور الهامشية، ويركز على أسلوب الترهيب ويتجاهل أسلوب الترغيب، وفي كثير من الأحيان يكون منفصلاً عن واقع الحياة، ويميل الى التشديد على الناس في أمور دينهم، وينظر الى المرأة نظرة متدنية، وكثيرا ما يميل الى الرفض التام للحضارة الغربية، ولا يراعي فقه الاولويات، وأشارت الدراسة الى ضرورة وجود ضوابط لتطوير الخطاب الديني في القنوات العربية، بما لا يؤدي الى التصادم مع النصوص، وأن يراعي القواعد العامة للإفتاء، وأن يسعى الى الانفتاح على الاخرين، وأن ينطلق فكر التطوير من القران والسنة النبوية المطهرة.

كما يوصف الخطاب الاعلامي لعدد من الفضائيات الاسلامية بأنه خطاب طائفي متطرف، وهو خطاب متشنج يضيق بالآخر ويتمحور حول الذات وحتى لو انفتح على المتلقي فانه يختاره من الاتجاهات والميول نفسها، وهذا الخطاب يأخذ أسلوب مهاجمة فقه الاخر والتقليل من أهميته، و كثيرا ما يعتمد الهجوم ثم رد الفعل(خزعل، 2011، ص 17 - 18).

وينعكس هذا التشنج والتطرف والغلو في خطاب بعض الفضائيات الاسلامية التي تعتاش على بث الفرقة بين المسلمين سلباً على واقع الأمن الاجتماعي والسلم الأهلي، وغالباً ما تتحول الاتهامات المتبادلة على منابر تلك الفضائيات الى أعمال عنف وقتل وتفجير وتشريد على أرض الواقع، وهكذا



أصبحت تلك الفضائيات التي يفترض بها ان تكون منارات للتسامح والوسطية سبباً للبعضاء والعداء بين مكونات المجتمع، وبالنظر الى الخطاب الاعلامي الفضائي الاسلامي من زاوية الانفتاح والانغلاق فان الملاحظ على هذا الخطاب انغلاقه من ناحية المضمون على المضمون الديني البحت واهتمامه وتركيزه على الناحية الفقهية، وكأن الهوية الاسلامية تتمثل بالعبادة فقط، ولا يعني هذا الطرح التقليل من أهمية هذه البرامج بقدر ما هو دعوة لإيجاد برامج للحياة وكيف يتعامل الانسان معها من منطلق اسلامي، كما انه خطاب منغلق غالباً على فئة معينة من الجمهور هي فئة المؤمنين و الملتزمين دينياً، والمفروض ان يكون الخطاب الاعلامي الاسلامي منفتحاً وشاملاً لفئات المجتمع كلها، وموجهاً للمؤمنين به وغير المؤمنين، لتتضح وجهة النظر الاسلامية في معالجة مشاكل الواقع السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وعلى الفضائيات الاسلامية أن تهتم بدراسة أساليب وفنون التأثير على المجتمع بشكل عام(عريبي، 2010، ص 403).

ويسجل في هذا الاطار أيضاً على هذا الخطاب انغلاقه على نفسه، فالفضائيات التي تعبر عن مذهب معين من المذاهب الاسلامية تتوجه لأتباع هذا المذهب فقط، بما يمكن ان يطلق عليه بعملية تثقيف الأنا الذاتي، فهو خطاب ذو سهم واتجاه واحد يتجه الى فئة معينة ومحددة، والمفروض وفق التنظير الاعلامي الاسلامي ان يكون هدف الفضائيات الاسلامية الوصول الى الجمهور العام بفئاته كلها، ويؤخذ على الخطاب الاعلامي الاسلامي الفضائي عدم استيعاب التقنيات الحديثة في فنون الاتصال وتوظيفها في الخطاب الاعلامي و عدم الانطلاق من رؤية استراتيجية عامة في الخطاب ومفرداته، كذلك ضعف المشاركة في قضايا المجتمع من النواحي الاجتماعية والاقتصادية و التتموية والتربوية و ضعف أساليب الايحاء واعتماد الخطاب المباشر، في كثير من الاحيان، و بلهجة التحدي أو الاحتجاج أو الاعتراض(حسين، 2011، ص 343 - 344).

المصادر

- [1] إبراهيم، عبدالله. (1993). إشكالية المصطلح النقدي: الخطاب والنص. مجلة آفاق عربية، (3)، 59-60.
- [2] أستيتيه، سمير شريف. (2002). اللغة وسيكولوجية الخطاب بين البلاغة والرسم الساخر. عمان: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
- [3] الأسطل، علي رضوان أحمد. (1984). الوفود في العهد الملكي وأثرها الإعلامي. عمان: مكتبة





المنار.

- [4] البخاري، محمد إسماعيل. (1987). الجامع الصحيح (ط3)، مجلد 3، تحقيق مصطفى ديب البغا). بيروت: دار ابن كثير.
- [5] بشير، إبرير. (2008). أعمال المؤتمر الثاني عشر، تداخل الأنواع الأدبية. إربد.
- [6] حسون، فيصل. (1984). الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية: النظرية والتطبيق (د. ن).
- [7] حسين، منتصر حاتم. (2011). أيديولوجيات الإعلام الإسلامي. عمان: دار أسامة.
- [8] حنفي، حسن. (1988). تحليل الخطاب: تحليل الخطاب العربي. عمان: منشورات جامعة فيلادلفيا، كلية الآداب.
- [9] الخطيب، محمد عجاج. (1987). أضواء على الإعلام في صدر الإسلام: خصائصه، دعائمه، رسائله، مناسباته، مراكزه (ط2). (د. ن).
- [10] خزل، عبد النبي. (2011). الخطاب الديني الفضائي: سماته وانعكاساته على شرائح المجتمع. مجلة الباحث الإعلامي، (13)، 17-18.
- [11] السد، نور الدين. (1997). مفارقة الخطاب للمرجع. المؤتمر العلمي الثالث عن تحليل الخطاب العربي، عمان: جامعة فيلادلفيا، كلية الآداب.
- [12] السحلي، منصور مصطفى. (1993). الوسطية في الإعلام (ط2). (د. ن).
- [13] السد، نور الدين. (1997). مفارقة الخطاب للمرجع. المؤتمر العلمي الثالث عن تحليل الخطاب العربي، عمان: جامعة فيلادلفيا، كلية الآداب.
- [14] الشنقيطي، سيد محمد ساداتي. (1986). مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم. الرياض: دار عالم الكتب للنشر والتوزيع.
- [15] الشنقيطي، سيد محمد ساداتي. (1986). أصول الإعلام الإسلامي وأساسه: دراسة تحليلية لنصوص الأنبياء في سورة الأنعام (ج1). الرياض: دار عالم الكتب للنشر والتوزيع.
- [16] عبد الباقي، محمد فؤاد. (1987). المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الكريم. بيروت: دار الفكر.
- [17] عبد الحليم، محي الدين. (1984). الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية (ط2). القاهرة: مكتبة الخانجي.
- [18] عبد الرحمن، عبدالله الزبير. (1997). من مرتكزات الخطاب الدعوي في التبليغ والتطبيق. سلسلة كتاب الأمة. قطر: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية.



- [19] عبد العليم، محمد. (1985). ملاحظات نقدية حول دراسة الخطاب السياسي. مجلة المنار، (7)، 18.
- [20] علي، نبيل. (2001). الثقافة العربية وعصر المعلومات: رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي. الكويت: عالم المعرفة.
- [21] الغزالي، المستصفي. (1998). المستصفي (ج1، ط1356). بيروت: المركز الثقافي العربي.
- [22] الفاروقي، محمد علي. (د.ت). كشاف اصطلاحات الفنون (تحقيق لطفي عبد البديع، ج2). القاهرة: دار الكتاب العربي.
- [23] فوكو، ميشيل. (1987). حفريات المعرفة (تر: سالم يفوت، ط2). بيروت: المركز الثقافي العربي.
- [24] فوكو، ميشيل. (1988). جنالوجيا المعرفة (ط2، تر: أحمد السلطاني وعبد السلام بن عبد العالي). بيروت: دار تزيقال للنشر.
- [25] هيبه، محمد منصور محمود. (1990). الصحافة الإسلامية في مصر. القاهرة: دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع.
- [26] وادي، جليل. (2000). الخطاب الإعلامي وإدارة الأزمة السياسية الدولية (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة بغداد، كلية الآداب، قسم الإعلام.
- [27] يوسف، محمد خير. (1993). الإعلام الإسلامي: بيلوجرافيا بالكتب والرسائل والبحوث الجامعية. الرياض: دار طويق للنشر والتوزيع.
- [28] زايد، أحمد. (2007). صور من الخطاب الديني المعاصر: خطاب المؤسسة والنخبة. القاهرة: دار العين للنشر.
- [29] الزبير، عبدالله. (1997). من مرتكزات الخطاب الدعوي في التبليغ والتطبيق. سلسلة كتاب الأمة. قطر: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية.
- [30] سورة البقرة، آية: 185.
- [31] سورة الفرقان، آية: 63.
- [32] سورة النبأ، آية: 37.
- [33] سورة ص، آية: 20.
- [34] سورة ص، آية: 23.



- [35] سورة ص، الآية: 67-68.
- [36] سورة فصلت، آية: 33.
- [37] سورة هود، آية: 37.
- [38] معجم الوسيط. (1990). القاهرة: دار المروج.
- [39] معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة. (1985). بيروت: دار الكتاب اللبناني.
- [40] المطلبي، مالك. (1986). نشوء الخطاب. صحيفة الجمهورية، (5994)، 7.
- [41] متولي، محمد محمود. (1988). الإعلام الإسلامي والرأي العام. القاهرة: شركة سعيد رأفت للطباعة.
- [42] محمد، محمد سيد. (1983). المسؤولية الإعلامية في الإسلام. القاهرة: مكتبة الخانجي.
- [43] محمد، محمد سيد. (1983). المسؤولية الإعلامية في الإسلام. القاهرة: مكتبة الخانجي.
- [44] محمد، محمد سيد. (1985). المسؤولية الإعلامية في الإسلام. القاهرة: مكتبة الخانجي.
- [45] سميسم، حميدة. (1997). مفهوم الخطاب الإعلامي. المؤتمر العلمي الثالث، عمان: منشورات جامعة فيلادلفيا في كتاب تحليل الخطاب العربي، 112.
- [46] سميسم، حميدة. (2001). الخطاب الإعلامي العراقي بين النظرية والتطبيق. المؤتمر القطري الأول للإعلام، العراق.
- [47] ساداتي، سيد محمد. (1986). مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم. الرياض: دار عالم الكتب للنشر والتوزيع.
- [48] السد، نور الدين. (1997). مفارقة الخطاب للمرجع. المؤتمر العلمي الثالث عن تحليل الخطاب العربي، عمان: جامعة فيلادلفيا، كلية الآداب.
- [49] الزبير، عبدالله. (1997). من مرتكزات الخطاب الدعوي في التبليغ والتطبيق. سلسلة كتاب الأمة، قطر: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية.
- [50] حنفي، حسن. (1988). تحليل الخطاب: تحليل الخطاب العربي. عمان: منشورات جامعة فيلادلفيا، كلية الآداب.
- [51] الأسطل، علي رضوان أحمد. (1984). الوفود في العهد الملكي وأثرها الإعلامي. عمان: مكتبة المنار.