

GENÇ MÜTEFEKKİRLER DERGİSİ
JOURNAL OF YOUNG INTELLECTUALS

e-ISSN: 2718-000X

Yıl/Year: 6, Cilt/Volume: 6, Sayı/Issue: 1

Mart/March-2025

الإعلام في صدر الإسلام - مفهومه، وسائله، أدواته، وظائفه، وتطوره

İslam'ın İlk Dönemlerinde Medya:
Kavramı, Araçları, Gereçleri, İşlevleri ve Gelişimi
Media in Early Islam: Its Concept, Means, Tools, Functions, and Development

Mohamad Ali Alahmad

Dr. Öğr. Üyesi., Karabük Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi
Dr. Assistant Professor, Karabuk University, Faculty of Arts

mohamadalialahmad@karabuk.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-5500-9254>

Atıf / Citation: Alahmad, M. A. (2025). İslam'ın İlk Dönemlerinde Medya:
Kavramı, Araçları, Gereçleri, İşlevleri ve Gelişimi. Genç Mütefekkirlere Dergisi, 6 (1), 266-304

<http://doi.org/10.5281/zenodo.15009091>

Yayın Bilgisi/Publication Information

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi/Date Received: 27.01.2025

Kabul Tarihi/Date Accepted: 11.03.2025

Sayfa Aralığı/ Page Range:266-304

İntihal: Bu makale, intihal.net yazılımınca taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

Plagiarism: This article has been scanned by intihal.net. No plagiarism detected.

Yayıncı / Published by: Nihat DEMİRKOL / TÜRKİYE



ÖZET

Bu çalışma asr-ı saâdetteki medyanın kavramı ve ortaya çıkışını ele almaktadır. Tebliğ ile propaganda ilişkilerini inceler, tebliğ ve medianın ilişki ve farklılıklarını ortaya koyar, medyanın asr-I saâdet ve Hulefâ-I raşîdîn dönemindeki geçtiği değişimlerden bahseder, nitekim ümmetin media anlayışı Kur'ân'ın belirttiği kurallara göre oluşmuş ümmetin kimliğini ve hüveyyetini tüm insanlığa ulaştırmak üzere ilkel kabilenin media anlayışı yerini almıştır.

Ayrıca bu çalışma Emevî ve Abbasî dönemlerindeki yeni kavimlerin müslüman olması ve farklı ırk ve dillere sahip insanların var olmasından dolayı medyanın geçtiği değişimleri ele alır, bu dönemdeki medianın çoklu görevlerini araştırır, bu vazifelerden, tebliğ ve davet etmek, iktidardaki yönetimi desteklemek, farklı mezhebe sahipler ve muhalefetin sesi olmak, medianın araçlarını kullanarak farklı düşüncelere davet etmek ve desteklemek, araştırmanın sonunda ise islamdaki media, değeri yüksek hedefleri gerçekleştirmek islam'a davet etmek için kullanılmıştır. İslamın ortaya çıkışından itibaren temelleri atılmış, emevi döneminde pekiştirilmiş ve abbasi döneminde devletin yayılmasından ve görevlerinin çoğalmasından dolayı medianın rolü ve görevleri daha açık görülmeye başlanmıştır

Anahtar kelimeler: İslam Tarihi, Media, İslam Hilafeti, Emeviler, Abbasiler, media kurumları.

ABSTRACT

This study tackles with the media in the early years of Islam, its concept and beginning, its overlapping and with the terms of advocacy, propaganda and media in the Prophet's era, its development till the Rashid's era. Developed by the Qur'an in a new perception, the media of the ummah (ummat al-Islam) has become an expression of its identity and mission, and carries its vocation worldwide. It replaced the tribal traditional form of media, which represents the Arab tribes before Islam.

With the volume of new people converted to Islam and fall under the Islamic state, the development in the functions and tools of the media in the Umayyad and Abbasid periods was discussed. As the media was devoted to address the new ethnic, races and sects of people of the larger Islamic community. It was used to express the ruling authority view, speaks in the name of its institutions, spreading their ideas and agendas, and calls for support of its caliphs and princes. It was the best method of the political propaganda. Likewise, the media was used by the opponents of the Islamic state authority for the same purposes.

However, the research concluded that the Islamic media was a focused to fulfill its mission of advocacy Islam and its spreader. It was developed over time, its rules and organizations were formed and developed in the Umayyad era, and became stronger and more efficient in the Abbasid golden age (132-232 A.H). As the media expresses the state and its establishments, speaks in the name of the nation and its cultural identity that preserves its entity.

Keywords: Islamic History, Media, Islamic Caliphate, Media Institutions, Civilizational Identity

المخلص

يتناول هذا البحث الإعلام في صدر الإسلام بمفهومه ونشأته، ويناقش تداخله مع مفهوم الدعوة ومفهوم الدعاية، كما يناقش التداخل بين مصطلح الدعوة ومصطلح الإعلام في العهد النبوي، مع بيان الفروق بينهما وبين الدعاية، ويبين أيضاً التطور الذي طرأ على مفهوم الإعلام في العهدين النبوي والراشدي، إذ أصبح إعلام الأمة (أمة الإسلام) بمفهومها القرآني الجديد الذي استحدثه القرآن، يعبر عن هويتها ورسالتها، ويحمل دعوتها إلى العالمين، وقد حُلَّ محلَّ إعلام القبيلة بصورتها البدائية التقليدية، التي كانت ممثلة لشنات العرب قبل الإسلام. كما يعالج التغير الذي طرأ على وظائف الإعلام وأدواته في العهدين الأموي والعباسي، جراء دخول أقوام جديدة في الإسلام، وتحوله إلى مخاطبة المجتمع الإسلامي الجديد المتعدد الأطياف والأعراق، فأصبح الإعلام والحالة هذه متعدد الوظائف والمهام، يؤدي دوره الأساس في اعتباره إعلام الرسالة والدعوة، ويمارس مسؤولياته ووظائفه المستحدثة ليكون إعلام الدولة الرسمي، يعبر عن إرادة السلطة الحاكمة، يتحدث باسم مؤسساتها، ويدعو لنصرتها وتأييد خلفائها وأمرائها وموالاتهم، علاوة على تلييته لأغراض الأحزاب والفرق المناوئة للدولة والمتصارعة معها، واستخدام وسائله وأدواته في الدعاية لها وترويج أفكارها، والتحدث باسمها والتواصل مع مؤيديها، ويستحدث من الأدوات والطرق والأساليب ما يحقق أهدافها ومطامحها، وقد اشتمل البحث على خمسة مباحث، تحدث في المبحث الأول عن مفهوم الإعلام وتعريفاته، وتناول في المبحث الثاني واقع الإعلام وأدواته ووظائفه قبل الإسلام، وتكلم في المبحث الثالث عن واقع الإعلام وأدواته ووظائفه في صدر الإسلام بينما عرض في المبحث الرابع وظائف الإعلام في صدر الإسلام، وأبان المبحث الخامس أدوات الإعلام،

أما منهجية البحث، فقد اعتمد الباحث على المنهج التاريخي والوصفي التحليلي في معالجة المادة العلمية، وذلك لأن المنهج التاريخي ضروري وهام لاستقصاء المادة العلمية من مظانها ومن مصادرها، وكذلك اعتمد على المنهج الوصفي التحليلي من أجل تحليل تلك المادة العلمية وبيان أهميتها وما تفيد به في وصف المادة العلمية وتوظيف ذلك في تحليل الموارد التاريخية والمعلومات الأخرى لخدمة أغراض البحث. وقد خلص البحث إلى العديد من النتائج من أبرزها: أن الإعلام علم أصيل عند العرب بمفهومه اللغوي وبدلالاته الدالة على الإخبار والاتصال، ومنها أن الإعلام الإسلامي كان إعلاماً هادفاً يؤدي رسالته في الدعوة للإسلام ونشره منذ تأسيسه، ومنها أن الإسلام طوّر مفهوم الإعلام وأعطاه صفة العالمية، ونقله إلى مرحلته الأوسع والأشمل، لأن الإسلام دين للعالمين وليس للعرب وحدهم، ومنها أن وظيفة الإعلام في الإسلام توسعت وتطورت في العهود الإسلامية المتتالية بعد عصر النبي ص وصحابته، وفي عهد الراشدين وفي العهدين الأموي والعباسي، ومنها أن مفهوم الإعلام عند العرب المسلمين مرّ بمراحل ثلاث متدرجة، انتقل فيها من المفهوم العفوي إلى إعلام الدولة، وتشكلت له مؤسسات تُغنى به في الدولتين الأموية والعباسية.

كلمات مفتاحية: التاريخ الإسلامي، الإعلام، الخلافة الإسلامية، مؤسسات الإعلام، الهوية الحضارية.

المقدمة

الإعلام ملازم للإنسان منذ أن خلقه الله واختاره ليكون خليفة في الأرض، وليحمل الأمانة التي كلفه الله بها في العبادة له وعمارة الكون، ولم يكن الإعلام في بداية أمره علماً مصنفاً مؤطراً بقواعد، أو مدوناً بين السطور، بل كان تعبيراً عفويًا يعبر به عما يحتاجه الإنسان من ضرورات، ووسيلة للتواصل بين البشر وأداة للاتصال فيما بينهم، لاسيما بعد أن كثرت الناس وانتشروا وسكنوا أطراف الأرض، وكثرت أعدادهم وتنوعت شعوبهم، وأصبح لكل شعب ولكل أمة منهم لغة وأعراف وعادات وأنماط للمعيشة، وصار الإفصاح عن الرغبات وتبادل المصالح يتطلب إيجاد الطرق والوسائل والأساليب الكفيلة بأداء هذا الدور، ولأجل ذلك لجأ كل شعب من الشعوب، مع الاتساع والتباعد للمسافات، والتعدد والتنوع الجغرافي، إلى ابتكار الوسائل والأدوات التي تلبى طموحاته في التواصل، وتتلاءم مع بيئته وأوضاعه، فكانت وسائل الاتصال ضرورة من أجل المواكبة لمتطلبات الحياة، وللتواصل بين الناس، وكان لا بد من المنهاج والشرائع التي توجه الناس وتهديهم وتبين لهم الحق من الباطل، فكانت الرسائل السماوية التي أنزلها الله مع الأنبياء والرسل، لتدل الناس وترشدهم إلى ما يصلح شؤونهم في الحياة الدنيا، وما يسعدهم في آخرتهم وكان الأنبياء والرسل هم المكلفون بتبليغ الناس ما أنزل الله إليهم من الشرائع، والتبليغ والدعوة هما الصورة الأولى المرادفة لكلمة الإعلام في العهود المتتابعة التي سبقت الإسلام، وفي الإسلام أيضاً اعتبرت الدعوة للإسلام هي الوسيلة الإعلامية الأساس لتبليغه للناس على يد النبي صلى الله عليه وسلم وللدعوة إليه ونشره .

إذاً ابتدأ الإعلام بالكلمة، لأجل التعبير عما يريد الإنسان، ثم تطور وتقدم وتبلورت مفاهيمه، وتحسنت أدواته وارتقت أساليبه، ولما كان الإسلام هو خاتم الديانات السماوية، فقد جعله الله المنهاج الأقوم والأشمل لكافة جوانب الحياة، حتى يكون ملائماً لفطرة الإنسان، ويكون صالحاً وقادراً على تلبية مصالح الناس وحاجياتهم في كل زمان ومكان، وليكون أداة التعبير لكافة الأقسام والشعوب التي تدخل في الإسلام منذ عهد النبي صلى الله عليه وسلم وحتى قيام الساعة، كما قال الله تعالى: ﴿اليوم أكملت لكم دينكم وأتممت عليكم نعمتي ورضيت لكم الإسلام ديناً﴾ (المائدة: 3)، وهذا الإتمام لا بد أن يكون له من وسائل الإبلاغ والدعوة، ما يمكنه من الإنتشار حتى يصل إلى الناس كافة، لأنه منزل إليهم جميعاً كرسالة خاتمة، ﴿وما أرسلناك إلا كافة للناس بشيراً ونذيراً ولكن أكثر الناس لا يعلمون﴾ (سبأ: 28) .

وبما يتناسب مع عالميته وشموليته وصلاحيته، وقد أدى النبي صلى الله عليه وسلم واجبه في تبليغ الإسلام والدعوة إليه على الوجه الأكمل، واستخدم الوسائل والأدوات والأساليب الإعلامية فيما يعبر به آنذاك بـ : الدعوة والتبليغ، وكان ذلك بأمر من الله تعالى، ﴿يا أيها النبي بلغ ما أنزل إليك من ربك وإن لم تفعل فما بلغت رسالته والله يعصمك من الناس﴾ (المائدة: 67) .

فالإعلام كان ملازماً للإسلام منذ بدايته ملازمة وظيفية، ويرتبط به ارتباط المنهج والرسالة بوسيلة تبليغها وإيصالها للناس، وهو يكتسب أهميته من الوظيفة التي يؤديها، ومن الغاية التي يعمل لأجلها، ووظيفته ورسالته في عهد النبي صلى الله عليه وسلم إيصال الإسلام للناس كافة في أنحاء المعمورة، وتستمر هذه الوظيفة بعد وفاة النبي صلى الله عليه وسلم، ولكن بوسائل وأدوات تتجدد وتتطور وترتقي مواكبةً للتطور والتجدد والتحديث الذي يطرأ على المجتمعات الإنسانية في كل عصر من العصور اللاحقة، بحيث يكون إعلاماً متنوعاً ومنسجماً مع الواقع الذي يعايشه

بأدواته ووسائله وأساليبه ، وقادراً على أداء الرسالة التي يحملها ، وهي تقديم صورة نقية لعقيدة الإسلام وشريعته، وكمنهاج رباني لحياة الناس .

لقد بدأ الإعلام في الإسلام كوسيلة وأداة لتبليغ الدعوة ونشر الإسلام في بداياته، ثم توسع مفهومه وأخذ دلالاتٍ وأبعاداً جديدة، وتطورت وسائله وأدواته، وتوسعت غاياته وأهدافه، حتى تبلور المفهوم وصار في الوقت الراهن علماً يقوم على أسس وقواعد، وصار متعدد الوسائل والأدوات، ولذلك يحاول هذا البحث إلقاء الضوء على مفهوم الإعلام ودلالاته الأولية في اللغة والاصطلاح، كما يسعى لمتابعة تطور هذا المفهوم وبيان التغيرات التي طرأت على وظائفه وأدواته من خلال اتساع الدولة الإسلامية في عهد الخلفاء الراشدين، وفي العصرين الأموي والعباسي، بسبب اكتمال بناء مؤسسات الدولة الإسلامية في هذين العهدين ، وتبلور هذه المؤسسات كظواهر مدنية حضارية للأمة العربية الإسلامية في عواصم الدولة الإسلامية دمشق وبغداد في العهدين الأموي والعباسي على التوالي .

1. أهمية البحث وأهدافه :

يهدف هذا البحث إلى بيان شمولية الإسلام وعالميته، وأنه خاتم الرسالات السماوية، وأن الإعلام والتبليغ له هو جزء من رسالته ، إذ لا يمكن أن يُبَلِّغَ إلى العالمين بدون وسائل وأدوات تؤدي هذا الغرض وهو التبليغ، وأن وسائله للتبليغ لا تقل أهمية عن أهدافه ، ولذلك فإن بيان مفهوم الإعلام ووسائله وأدوات تبليغه هي ضرورة لنشر الإسلام وإيصاله للناس كافة ، من أجل تحقيق عالميته ، فالغاية نبيلة والوسيلة لذلك نبيلة وواضحة وسلمية ومحبة للناس ليتقبلوها ويؤمنوا بالمبدأ التي تدعوا إليه، ولأجل هذا فإن أهمية هذا البحث تكمن في وضوح الأهداف والوسائل التي تناولها البحث وفي تعددها وتنوعها ، وتكمن أهمية هذا البحث كذلك في أن الإعلام في سمة أساسية وبارزة لتعبر عنه وتفتح المدعوبين إليه وتسترعي انتباههم لقبول قيمه ومبادئه، ولولا ذلك لما انتشرت الدعوة خلال أقل من قرن من الزمان إلى أصقاع الدنيا وأحائها شرقاً وغرباً وشمالاً وجنوباً، تحقيقاً لقول الله عز وجل في الآية (28) من سورة سبأ: (وما أرسلناك إلا كافة للناس بشيراً ونذيراً...) .

2. مشكلة البحث :

ينتقد أعداء الإسلام مبادئه وينتقصونه من قيمه، بأنه دين السيف والعنف والقسوة ، وأن المسلمين بدءاً من النبي صلى الله عليه وسلم وخلفائه الراشدين، ثم من جاء بعدهم من أجيال المسلمين ، استخدموا العنف والقوة لنشر الإسلام ، وأن الإسلام قيمه ووسائله الإعلامية قاصرة في تبليغ دعوته، ولهذا جاء هذا البحث ليبين أن النبي صلى الله عليه وسلم والمسلمون من بعده استخدموا اللين والكلمة الطيبة والرحمة لتبليغ الدعوة الإسلامية إلى العالمين، وأنهم استخدموا أساليب ووسائل عديدة لتحقيق هذه الغاية النبيلة، ثم طوّروا تلك الوسائل والأساليب مع مرور الزمن في الدولتين الأموية والعباسية بعد الخلافة الراشدة ، كما بيّن البحث أن وسائل وأدوات الإعلام في الإسلام كانت عديدة ومتنوعة وهادفة وواقعية ولذلك نجحت في تحقيق الأهداف التي سعت لتحقيقها .

3. هيكليّة البحث :

وقد تناول هذا البحث موضوعات عدّة ، تحدث في المبحث الأول عن مفهوم الإعلام وتعريفاته ، وتناول في المبحث الثاني واقع الإعلام وأدواته ووظائفه قبل الإسلام ، وتكلم في المبحث الثالث عن واقع الإعلام وأدواته ووظائفه في صدر الإسلام ، بينما عرض في المبحث الرابع وظائف الإعلام في صدر الإسلام ، وأبان المبحث الخامس أدوات الإعلام ، ثم ختم ببيان أهم النتائج التي استخلصها الباحث وخاتمة وقائمة بالمصادر المراجع التي استند إليها البحث.

4 . منهج البحث :

وقد اعتمد الباحث على المنهج التاريخي والمنهج الوصفي الاستقرائي في تتبع المادة العلمية من مظانها ومن مصادرها القديمة، ومن تطبيقاتها المعاصرة، لما يوفره هذان المنهجان من إمكانيّة التقصي والتوثيق ، ومن قدرة على التحليل والربط والتعمق في فهم جوانب الموضوع، وفي التوفيق بين مقدماته وأفكاره .

5. الدراسات السابقة :

يناقش هذا البحث موضوع الإعلام في صدر الإسلام مفهومه ونشأته وتطوره في صدر الإسلام ، وفي العهود التي تلتها حتى العصر العباسي الأول، وقد استفاد الباحث من كل ما ورد في المراجع والدراسات العربية الحديثة ومن المؤلفات السابقة الرصينة والموثوقة التي تناولت موضوع الإعلام في الفترة المعنية لهذا البحث وتتبعها وتفحصها ، وهي في أغلبها كتب عامة وليس بينها دراسة علمية أكاديمية منهجية أو مُحكّمة ، وهي تتناول جوانب مختلفة من موضوع الإعلام الإسلامي ، يقتصر البعض منها على مفهوم الإعلام وتعريفاته ومقارنته بمفهوم الدعوة والدعاية ، ويركز على الفرق بين تلك المفاهيم ، مثل كتاب محمد كمال الدين إمام ، الإعلام الإسلامي ، وبعضها يركز على فلسفة الإعلام في الإسلام ، مثل مقال محمد بلال أشمل ، المنشور في مجلة رسالة الجهاد ، وبعضها يركز على الإعلام الإسلامي من الجانب النظري ومن ناحية التطبيق ، والبعض يتناول الموضوع من الناحية التاريخية إضافة إلى عرض لبعض المذاهب الإعلامية ، والحقيقة أن الدراسات حول هذا الموضوع لا تجد فيها دراسة علمية منهجية أكاديمية تناولت الجوانب التي تناولتها هذه الدراسة من حيث التوسع في الموضوعات ، والشمولية في عرض الأفكار ، وفي المنهجية العلمية التي تناولها هذا البحث ، إضافة إلى العرض التاريخي وبيان التطور التي مرّ به الإعلام منذ الفترة التي سبقت بداية الإسلام ، ووصولاً إلى نهاية العصر العباسي الأول ، وعلاوة على ذلك فقد ركّز هذا البحث على أدوات الإعلام الإسلامي وأساليبه في عرض الإسلام وفي بيان وظائف الإعلام الإسلامي ، وتحليل لجوانب الموضوع بأسلوب مستوعب لأبرز الأفكار والتصورات التي تهم القارئ في مجال الإعلام الإسلامي بشموليته وعالميته ، ولهذا فإن الباحث عرّف بهذا الموضوع وفق الرؤية التي طرحها بإضاءات منهجية ، متوخياً الدقة والموضوعية العلمية ، بعيداً عما يملأ بطون بعض الكتب ، بدون تحري الكتابة المنهجية ، لأجل تقريب المعلومة وتحقيق النفع المتوخى من هذا البحث .

المبحث الأول: مفهوم الإعلام وتعريفاته

الإسلام دين إعلامي بطبيعته، لأنه يقوم على الإفصاح والبيان والإخبار (إمام، 1980، 9؛ خفاجي و شرف 1992، 137)، فهو يخبرنا ويُعلِّمنا عن طريق الوحي بالخبر من الله سبحانه إلى النبي صلى الله عليه وسلم بالقرآن، الذي يتضمن أحكام الإسلام لإبلاغه للناس، ولذلك فإن الإعلام في الإسلام إعلام هادف، وله غاية وهدف يسعى لتحقيقهما، ومرتبطة بهما ابتداءً ارتباطاً عضوياً، وإلا فلا قيمة له بدون الرسالة التي يحملها ويريد إيصالها وتبليغها وهي الإسلام، فلفظة الإعلام ترادف في معناها: الدعوة، الدعاية، التبليغ، مع وجود بعض الفروق والتباين بين هذه الكلمات الثلاث وبين كلمة الإعلام، وإلا لماذا ورد في النص القرآني، وعلى لسان النبي صلى الله عليه وسلم، مترادفات مثل دعوة وبلاغ وتبليغ، مع الاختلاف والتباين بين كلمتي دعوة وإعلام عن مفهوم الدعاية التي توافق معنى الدعوة في حالات (حمزة، 2002، 33 - 38)، دون لفظة الإعلام، مع العلم أن القطان عرّف الوحي أن من معانيه: الإعلام عن خبر السماء¹ (القطان، 2006، 26)، لذا ومن أجل توضيح مفهوم الإعلام، لابد من الوقوف عند المفهوم الذي تحمله مفردات الدعوة والدعاية والتبليغ، وهل هم بدلالة واحدة في الاصطلاح، مقارنةً مع مفهوم الإعلام في اللغة وفي الاصطلاح؟ وأيضاً لابد من بيان الفرق بين مفهوم الإعلام وبين مفهوم الدعوة ومترادفاتهما، ومن ثم التعرف على نشأة مفهوم الإعلام في الإسلام، والوقوف عند وظائفه وأدواته، ومتابعة التغيرات التي طرأت على هذا المفهوم وعلى الوظائف والأدوات المتعلقة به، وما استجد على ذلك حتى استقر عليه الحال في الحضارة العربية الإسلامية، وأيضاً معرفة مدى تأثير الإعلام بالمناخ الديني والسياسي وبالبيئة العلمية والدينية بعد الفترة النبوية، حينما توسعت إدارات الدولة الإسلامية وتبلور شكلها المؤسساتي وتنظيماتها الإدارية الرسمية في الدولتين الأموية والعباسية، إذا أخذ الإعلام شكلاً ووظيفةً متطورين، كنتيجة طبيعية للتدرج والنمو الذي مر بهما عقب البعثة النبوية، وفي عهد الخلفاء الراشدين، حتى وصل إلى الحال الذي عليه في الدولة العباسية، وصار له ديوان خاص به يسمى الرسائل أو البريد (القلقشندي، 1987، 70/1)، ويقدم آدم منظر رأياً آخر يشير فيه إلى أن البريد اختراع قديم جداً، وأصله فارسي، وأن أكثر كلماته المستعملة أيام الأمويين والعباسيين فارسية مثل فيج والشاكري، بمعنى راكب البريد، والأسكار، وهو السجل الذي تدون منه خطابات البريد وحقائبه، ومواعيد انطلاق البريد ووصوله (متر، 1957، 404/2)، وأصبح يؤدي الدور الفعال والمؤثر بين النظم الإدارية الإسلامية، ثم تطور إلى ما يعرف في الوقت الراهن بمؤسسات وأجهزة الإعلام.

أولاً: مفهوم الدعوة وعلاقته بمفهوم الإعلام:

هناك شبه تطابق بين مفهوم الدعوة وتعريفها وبين مفهوم الدعاية والتبليغ، ولكن التباين واقع بين مفهومي الدعوة والإعلام، ولذلك يحسن بيان أوجه الاختلاف بينهما دون التوسع بالحديث عن الفروق بين الإعلام وبين التبليغ والدعاية، لأن سياق البحث معنياً بذلك، لكن لابد من الإشارة إلى أن لفظة التبليغ وردت في الإسلام بمعنى الدعوة للإسلام (إمام، 1980، 24 - 27)، (يا أيها النبي بلغ ما أنزل إليك من ربك) (المائدة: 67)، وجاءت لفظة بلاغ: (إن في هذا لبلاغاً لقوم عابدين* وما أرسلناك إلا رحمة للعالمين) (الأنبياء: 106، 107).

¹ عرّف القطان الوحي بأنه الخفاء والسرعة، وقيل: الإشارة السريعة، وقيل في معناه الاصطلاحي: الإعلام الخفي السريع الخاص بمن يوجه إليه، بحيث يخفى على غيره.

أ- مفهوم الدعوة وتعريفها:

الدعوة من الألفاظ التي تطلق على الإسلام وعلى الدعوة إليه (إمام، 1980، 29)، ولم يتفق العلماء والمختصون على تعريف واحد محدد لها، شأنها شأن الإعلام، وهي في اللغة من مادة دعا، والدعوة إلى الشيء هي الحث على قصده، وتفيد كلمة الدعوة لغوياً المحاولات القولية أو الفعلية من أجل تحقيق هدف أو عمل (ابن منظور، 1956، 259/14 - 257)، أما اصطلاحياً فالدعوة إلى الإسلام هي تبليغه للناس وتعليمهم إياه وحثهم على تطبيقه في واقع الحياة (حماد، 1994، 17؛ حجاب، 2002، 107-109)، وقيل الدعوة في الاصطلاح هي الجهود التي بذلها أصحاب الأفكار الجديدة أو العقائد الجديدة أو المذاهب الجديدة لتأييد أفكارهم أو عقائدهم أو مذهبهم (إمام، 2005، 24 - 25)، وجاء تعريف الدعوة أيضاً من وجهة نظر إعلامية بأنها النشاط الاتصالي الموجه بشكل مقصود إلى فرد أو جماعة أو المجتمع كله لدعوتهم إلى فكرة أو حقيقة ما، في محاولة لإظهار ما تتضمنه تلك الفكرة (إمام، 1980، 29).

ب. مفهوم الإعلام وتعريفه:

الإعلام معناه اللغوي من مادة علمَ علماً، ورجل عالم وعلیم، وهي في كثير من استعمالاتها تعني العلم ضد الجهل، وتعني الإخبار والإنباء (ابن منظور، 1956، 416-418/12)، وهي معاني لا تبتعد عن المعنى الاصطلاحي للإعلام، لهذا فإن مفهوم الإعلام مستعمل في التراث الإسلامي، وقد كتب الماوردي كتابه المشهور أعلام النبوة، وكتب ابن قيم الجوزية أعلام الموقعين عن رب العالمين، وتدل استعمالات كلمة الإعلام على معنى الإخبار والإنباء والتعليم، وكلها من دلالات مفهوم الإعلام ومن وظائف الإعلام الحديث (إمام، 2005، 5)، لكن نسبة الإعلام ومفهومه إلى العصر الحديث على أنها لفظة مستحدثة معه مقولة خاطئة تاريخياً فقد استخدمت كلمة الإعلام بمفهومها المعاصر عند المسلمين منذ صدر الإسلام (إمام، 2005، 22)، مع تباين الألفاظ واختلاف الأدوات، بل إن كلمة الإعلام ومفهومه هي أحد المعاني التي دلت على اسم القرآن الكريم فقد أشار الزركشي إلى "أن القرآن سمي بخمسة وخمسين اسماً، ثم حدد المقصود من كلمة القرآن بلاغاً لأنه كان من الإعلام والإبلاغ وأداء الرسالة" (الزركشي، 2001، 343/1، 346)، ويقول الماوردي وهو يتحدث عن إعلام النبوة: "الأمر ضربان، أمر إعلام، وأمر إزام، وأمر الإعلام يتضمن وصفاً خبرياً إذا جاز التعبير بغض النظر عما وراءه من غايات التأثير، وسمي أمر إعلام ليبين الطبيعة الإخبارية بالنسبة لجهود المستقبلين وهم يتلقون الرسالة الإعلامية" (الماوردي، 1986، 18)، نتبين مما سبق أن هناك ترابطاً وثيقاً بين كلمتي الدعوة والإعلام لكن ليس على شكل تطابق، بل توجد بينهما بعض الفروق والتباين من ناحية الدلالة والوظيفة، وهذا لم تنطرق إليه المعاجم اللغوية (إمام، 2005، 22)، ويمكن استظهار هذه الفروق في الدلالة والمعنى المراد بين مفهوم الدعوة ومفهوم الإعلام من خلال الجوانب الآتية:

1. كلمة الدعوة ذات مفهوم شامل له دلالاته القوية الدقيقة التي تبرز النشاط القولي والفعلية لمن يقوم بالدعوة، وتتضمن توجيه رسالة أو نداء إلى مدعو محدد معروف كمجموعة أو شخص أو اسم، ولهذا اختار الله تعالى في القرآن لفظة الدعوة باشتقاقاتها وتصريفاتها المختلفة لوصف عمل الداعية، وللتعبير عن المعاني التي تحملها (الأصفهاني، 1998، 400؛ إمام، 1980، 29)، بينما الإعلام يبرز نشاط ودور من يقومون بالدعوة سواء بالوصف المجرد لعمل ونشاط بشري إن كان إعلاماً محايداً، أو بالتأييد والمساندة وجلب التعاطف معه، إن كان

إعلاماً منتمياً ومالياً، أو الإنتقاص منه وانتقاده والمعارضة له إن كان إعلاماً يحمل فكراً وتوجهات مناهضة أو متباينة مع العمل والنشاط الدعوي (إمام، 2005، 24). والدعوة هي الجهد البشري الذي يبذل لحمل العقيدة إلى الناس، بينما الإعلام هو الجهد البشري للدفاع عن هذه العقيدة والتأييد لها، وهو أيضاً يحمل العقيدة للناس وهذا مطابق لدور الدعوة .

2. الدعوة واجب على كل مسلم في كل مجتمع للمسلمين وفي كل زمان ومكان حتى قيام الساعة، بينما الإعلام مسؤولية خاصة للفئة القادرة على حمله واستخدامه والعمل من حيث المهارة ومن حيث المال والعلم .

3. الدعوة تعني تقديم مضمون محدد، وهي هنا تعني الإسلام، والإسلام يتميز بالثبات والديمومة من لدن آدم حتى محمد صلى الله عليه وسلم خاتم الأنبياء، بينما الإعلام أسلوب عمل وأداة ولأن الأساليب تعبر عن عصر وفترة ما وترتبط بمكان، لذا فإنها تتميز بالنسيبية والتغير، فكل زمان أسلوبه ولكل مكان أسلوبه أيضاً .

4. الدعوة بثباتها واستمراريتها تتحكم بالإعلام، لكن الإعلام لا يمكن له التحكم بالدعوة، وإلا لمضى بها نحو أهوائه وتوجهاته التي لا تتفق مع مقاصد الشرع .

5. الدعوة قول وعمل، فقد تكون بالكلمة وقد تكون باستخدام القوة للضرورة حين لا تؤدي الكلمة دورها، بينما الإعلام فن قولي، وهنا الدعوة أوسع نطاقاً من الإعلام من حيث الدور بينما الإعلام أوسع من حيث مكان وصوله وانتشاره .

6. الدعوة قد تكون في السر، بينما الإعلام يتطلب العلانية والجمهور، ولا وجود له ولا يسمى إعلاماً إن لم يكن معلوماً ومكشوفاً وجمهورياً (إمام، 2005، 27-29) .

وبالرغم من وجود بعض التباين والتداخل بين معنى الدعوة والإعلام، فإنهما يتفقان على أمر واحد هو أداء الرسالة وإيصال فكرة إلى الآخرين، والإعلام هو الإعلام في أي زمان ومكان، وإن تغيرت أدواته ووظائفه، ولذا فإن تعريف الإعلام بالمعنى العام بتعريفاته المتعددة مأخوذ عن التعريفات والمفاهيم الغربية للاتصال والإعلام، أما مفهوم الإعلام الإسلامي فهو لا يبتعد كثيراً عن مفهوم الإعلام العام، من حيث كونه أداة ووسيلة لنقل الأخبار وتبليغ الأفكار، لكنه يحمل المنهج والقيم الإسلامية ويوعي تام لهذه القيم (سعد الدين، 1991، 19)، والإعلام بمفهومه وتعريفه العام هو: تزويد الناس بالأخبار والمعلومات التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم (إمام، 1980، 27)، أما الإعلام الإسلامي فمنهم من يرى أنه الإعلام العام، لكنه يرتدي ثوباً إسلامياً، ويراه البعض بأنه: استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون متفهمون كطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة مستخدمين تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم الأخلاقية للمسلمين وغير المسلمين في كل زمان ومكان، وفي إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والإرشاد وإحداث التأثير المطلوب والتعرف على مدى التأثير أولاً بأول (كحيل، 1985، 29) .

ويذكر آخرون تعريفات أخرى للإعلام الإسلامي، منها: تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة نبيه صلى الله عليه وسلم، بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية عامة، بواسطة قائم

بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي صائب يعني الحقائق الإسلامية، ويترجمها إلى واقع في سلوكه ومعاملاته (عبد الحليم، 1984، 147). ويحاول آخرون تقديم تعريف أشمل لمفهوم الإعلام الإسلامي بالقول: "إنه إعلام عام في محتواه ووسائله، يلتزم في كل ما ينشر أو يذاع أو يعرض على الناس بالتصور الإسلامي للإنسان والكون والحياة، المستمد أساساً من القرآن الكريم وصحيح السنة النبوية، وما ارتضته الأمة من مصادر التشريع في إطارهما" (يونس، 2004، 368).

وبالتأمل في التعريف الأنف الذكر، نرى أنه يمثل مفهوماً أشمل لنموذج الإعلام الملتزم بالإسلام، ولا يمثل تعريف الإعلام الإسلامي الرسمي، الذي ينطق بلسان الدول الموسومة بأنها دول إسلامية، لكونها مصنفة في العصر الراهن وفق المعايير السياسية والقانونية عالمياً، بالنظر إلى دين غالبية سكانها وهو الإسلام، دون الالتفات إلى تطبيقها الإسلام في بلدانها كشرعية ومنهاج حياة، وهذا التعريف وأغلب التعريفات الأخرى للإعلام الإسلامي، تأخذ بعين الاعتبار المفهوم الشامل للإسلام في حديثها عن هذا الإعلام، وهي بهذا تقدم مقاربة عن الجانب النظري لمفهوم الإعلام وليس الجانب العملي وكما يقول البعض عن الإعلام الإسلامي بأنه الدعوة ذاتها، كل دعوة الإسلام، وما دام الإسلام دعوة فهو إعلام أيضاً (أشمل، 1991)، وهو بهذا المعنى إعلام تأثير وليس إعلام إثارة، على أنه يبلغ الإسلام للناس ويؤثر فيهم بمفاهيمه وعقيدته وشرعيته وأخلاقه (يونس، 2004، 368)، فهل أدى هذا الدور وهذه الوظيفة على أرض الواقع في الفترة النبوية وما تلاها في فترة الخلفاء الراشدين التي تعد فترة تأسيس لدولة الإسلام، على أسس جديدة، تحل فيها قيم الإسلام ومفاهيمه العالمية الشاملة محل قيم الجاهلية المحلية السائدة بين العرب قبل الإسلام، هذا ما نتبينه في المبحث الآتي عن واقع الإعلام وأدواته ووظائفه عن العرب قبيل الإسلام، وفي العهدين النبوي والراشدي.

المبحث الثاني: واقع الإعلام وأدواته ووظائفه قبل الإسلام

قبل الحديث عن مفهوم الإعلام ووظائفه وأدواته ووسائله في صدر الإسلام، نلقي الضوء على حال الإعلام عند الأمم السابقة إلى ما قبيل ظهور الإسلام، ثم نتفحص وضع الإعلام بوظائفه وأدواته في الفترة الجاهلية، من أجل ملاحظة التطور الذي طرأ على دور الإعلام وغاياته ووظائفه وأدواته لاحقاً في الفترة النبوية وما تلاها حتى مطلع العهد الأموي، ويقسم هذا المبحث إلى قسمين:

الأول: واقع الإعلام عند الأمم السابقة

لجأ الإنسان في عصور ما قبل التاريخ إلى وسائل إعلامية وطرق بسيطة لنقل الأخبار واستقصائها فقد كان قادة التجمعات البشرية البدائية ينتهزون كل الأحداث البارزة كاحتفالات الزواج وعقد معاهدات الصلح، وتحالفات الحروب من أجل إبلاغ قبائلهم وتجمعاتهم بالتوجيهات والقرارات المراد إيصالها لهم، وبطرق وأساليب مثيرة ومؤثرة!

وكانت الشائعات من الأشكال القديمة للإعلام عن حدث ما يراد نشره، إذ يعتمدون إلى إلقاء خبر بصورة متعمدة، فينتقل هذا الخبر من فرد إلى آخر، ومن مجموعة إلى ما هي أوسع منها، حتى يشيع وينتشر بشكل كبير، ثم يتحول إلى أسطورة وتصبح الأسطورة حدثاً تاريخياً مع مرور الأيام كما هي حال إلياذة هوميروس عند الإغريق اليونانيين (سعد الدين، 1991، 7 - 9).

وعند المصريين القدماء عرف النقش على جدران الأهرامات والمعابد الضخمة كوسائل إعلامية رسمية، تدون من خلالها انتصارات الفراعنة وسيرهم، والأوامر الملكية التي تصدر عنهم وكذلك لنقل الأحداث الرياضية التي تحدث عندهم . فالنقش هو الوسائل والجدران واللوحات هي الأدوات لإعلام الفراعنة المصريين القدماء والوظيفة لهذا الإعلام هي تسجيل أمجاد هؤلاء الفراعنة وتخليد ذكراهم عبر العصور .

وفي الحضارات العراقية المتعاقبة قبل الميلاد، فتكشف حفريات علماء الآثار عن سجلات تعد وثائق إعلامية عن فترة 1800 ق.م، تظهر أساليب الزراعة والري وعلاج الآفات الزراعية، وكأنها خطط وإرشادات زراعية ينقلها إعلام متطور كما هو الحال في الدول المتقدمة في الوقت الحاضر (عبد الحليم، 1984، 12)، ونقل عن البابليين أنه كان لديهم صحف تسجل الحوادث يومياً، وتصدر تعليمات وإرشادات كما يفعل الإعلاميون المعاصرون، أما اليونان فقد عرفوا الخطابة والحوار كوسائل اتصال ذات تأثير كبير في المجتمع، ومن صور ذلك ما نقل عن استخدام الشعراء والخطباء والكتاب في عهد الاسكندر المقدوني كوسائل إعلامية واصطحابهم معه في الحروب، الأمر الذي يعكس وضع الإعلام في عصره، ويبين اهتمام الاسكندر بالإعلام وأساليبه ووسائله الإعلامية التي يستخدمها لتوجيه الرأي العام في بلاده وبسكان البلاد التي يغزوها .

وعند قراءة الإعلام في العصر الروماني، يذكر أن القيصر في الدولة الرومانية يوظف الإعلام ليصرف أنظار شعبه عن المشكلات الداخلية والخارجية التي يعانون منها بالمباريات الرياضية، علاوةً على وظائف أخرى للإعلام في هذا العصر منها القيام بدور المبشرين المسيحيين الأوائل، إذا كان المرسلون الإعلاميون يقومون بدور المبشرين في الخروج من البلاد والتبشير بالمسيحية، وكان هذا الإعلام يؤدي رسالة تبشيرية، ويوصف بأنه إعلام ديني تبشيري، ويمتدح على هذا بأنه يدعو للسلام ونبذ الحروب (عبد الحليم، 1984، 13) .

الثاني: واقع الإعلام عند العرب قبيل ظهور الإسلام :

كانت مكة قبل ظهور الإسلام حاضرة العرب الأولى ومركز استقطاب خاص لهم من النواحي الدينية والاقتصادية والثقافية، وكانت مواسمها التجارية والثقافية تقام أوقات موسم الحج، بما يقام في مكة وحولها من أسواق تزدهر فيها حركة التجارة وتقام بها النشاطات الثقافية الكبرى بفعاليتها المتنوعة لاسيما الشعر وتبادل المعلومات في الأسواق التجارية ومن أشهرها سوق عكاظ الذي يقع في الجنوب الشرقي من مكة ويبعد عنها مسافة خمسة وثلاثين كيلومتراً، ويحتل هذا السوق أهمية خاصة في المجال الإعلامي، إذ انعقد منتداه الإعلامي والثقافي قبيل موسم الحج، ويلتقي الحجاج فيه من كافة القبائل العربية ليحققوا أهدافهم التجارية والعقائدية، ويقومون بالدعاية الإعلامية لمعروضاتهم الأدبية وموادهم الثقافية ومنتجاتهم وبضائعهم (حاتم، 1985، 63-64)، ويمكن أن تسمى هذه النشاطات مظاهر إعلامية اقتصادية وثقافية، أو دعاية اقتصادية وثقافية، كما أن هناك صوراً إعلامية اجتماعية مثل عقود الخطب والزواج في سوق عكاظ، حيث ينهض أهل العروسين فيفخر كل منهما بقومه شعراً ونثراً (حاتم، 1985، 65) .

أما الإعلام الديني فكان له حضور أيضاً في سوق عكاظ، وكان هذا السوق والأسواق الأخرى مثل سوق مجنة وسوق ذي المجاز ميادين للدعوة إلى الحنيفية السمحة، وهي دين إبراهيم عليه السلام وكان قس بن ساعدة وغيره ممن كانوا على هذه العقيدة يقفون في سوق عكاظ يدعون بخطبهم المشهورة إلى عقيدتهم وديانتهم كما نشرت المسيحية تعاليمها

بين العرب، وأوجدت فيهم من يميل إلى الرهينة وبين الأديرة، ويروى أن حنظلة الطائي فارق قومه ونسك، وبنى ديراً بالقرب من شاطئ الفرات، وأن أمية بن أبي الصلت كان قد نظر في الكتب وقرأها ولبس المسوخ تعبدًا، وكان القسس والرهبان يردون أسواق العرب ويعطون ويبيشرون ويذكرون البعث والجساب والجنة والنار، وقد حكى القرآن الكريم في كثير من الآيات أخبارهم وفند مذاهبهم (أمين، 1969، 12-27)، ويشهد الناس هذا التوجيه الإعلامي الدعوي المليء بالترغيب في الآخرة والترهيب من عذاب الله ومن مخالفة أمره، والمشجع على الزهد في الدنيا والابتعاد عما يغضب الله .

وفضلاً عما سبق، كان للقضاء بين المتخاصمين وحل النزاعات بين أبناء القبائل العربية موقع أساس يقصده كافة المتخاصمين وأصحاب الحقوق والمظالم فيما بينهم، وكان مجلس التحكيم والقضاء بين الناس ينعقد في عكاظ، ويرأس هذا المجلس وجوه من زعماء العرب عرفوا بالمحكِّمين أو القضاة فيقضون بين المتخاصمين ويحلون النزاعات (حاتم، 1985، 64-65)، وكانت أخبار هذا التحكيم تنتشر بين العرب في أنحاء الجزيرة العربية بالوسائل الإعلامية المتاحة وأدوات هذا الإعلام هي الأشخاص والوفود التي تنتشر وتذيع ما يحدث في سوق عكاظ في الجوانب سالفة الذكر، فالإعلام ركن من أركان المشهد العام في هذه الأسواق العربية في مكة، إذ كانت مكة آنذاك أعظم من الجزيرة العربية، ونقطة تواصل حضاري بين الجهات الأربع، وإعلامها يغطي الجهات المذكورة شمالاً نحو الشام وبلاد الروم، ومنها نحو سواحل شمال أفريقية وأوروبا، وشرقاً إلى بلاد فارس والصين، وجنوباً إلى سواحل بحر العرب في اليمن وعدن ومن ثم عبر البحر إلى الهند، ومن عدن أيضاً تتجه الركبان والوفود التجارية نحو الحبشة وسواحل البحر الأحمر الشرقية، وهذه الوفود عدا لنشاطاتها التجارية تؤدي دور رجال الإعلام فتشكل شبكات اتصالات إعلامية فاعلة تغطي كافة الأحداث التي تقع في مكة والجزيرة العربية وتنقلها إلى تلك الجهات والمراكز الحضارية المحيطة بالجزيرة العربية من جهاتها المختلفة، ولهذا كان ارتباط الإعلام بالتجارة وثيقاً، وقد أسهم كل منهما في إعلاء منزلة مكة بين المراكز الحضارية في الشرق والغرب والشمال والجنوب، وساعد على ذلك ما اتصف به أهلها من حكمة ورجاحة عقول، ومن حنكة سياسية، ومن تفوق ثقافي واقتصادي واجتماعي، ومن خلال اجتماعات وجهاء قريش في منتداهم المعروف بدار الندوة، الذي يعد مجعماً لأهل الحل والعقد من قادة قريش وزعمائها ويتشاورون فيه في سائر أمورهم الداخلية وعلاقاتهم الخارجية مع قبائل العرب في الجزيرة العربية، ومع دول الجوار في فارس والروم والحبشة، وفي الاقتصاد والسلم والحرب وغير ذلك (حاتم، 1985، 65-601)، ويحظى ذلك كله بتغطية إعلامية شاملة، بحيث ينقل الركبان والتجار أخبارهم وما يصدر عنهم من قرارات فيسمع بها العرب في الجزيرة فيلتزمون بها، وتصل إلى دول الجوار عن طريق وسائل الإعلام المتمثلة بالتجار فيتبادلون المعاهدات والاتفاقات مع تلك الدول من خلال الوفود التجارية والرسول والموفدين الخاصين، ويشير البعض إلى أن حركة التجارة بين العرب وجيرانهم، إضافة إلى الإمارات العربية على تخوم جزيرة العرب كإمارة الحيرة، ونشاط رهبان ودعاة اليهودية والنصرانية (أمين، 1969، 28-29)، يقول الهمداني: "لم يصل إلى أحد خبر من أخبار العرب والعجم إلا من العرب، وذلك لأن قنن سكن مكة أحاط بعلم العرب العاربة وأخبار أهل الكتاب، وكانوا يدخلون البلاد للتجارات فيعرفون أخبار الناس، وكذلك من سكن الحيرة وجاور الأعاجم على علم أخبارهم وأيام حَمِيرَ وسيرها في البلاد، وكذلك من سكن الشام خبر بأخبار الروم وبني إسرائيل واليونان، ومن وقع بالبحرين وعُمان، فعنه أتت أخبار السند وفارس، ومن سكن اليمن علم أخبار الأمم جميعاً، لأنه كان في ظل الملوك السيارة" (أمين، 1969، 29)، فالنص السابق يبين لنا أنه كان لدى

العرب في الجزيرة العربية وما حولها في الشام والعراق، شبكة اتصالات إعلامية واسعة وظيقتها نقل الأخبار والتواصل الحضاري، وأدواتها ووسائلها متعددة أبرزها التجار والوفود التجارية، وأن تلك الوسائل تقوم بتغطية شاملة لكافة ما يجري في مكة وبلاد العرب، وتنقله إلى العالم الخارجي المحيط بالعرب، وتؤدي الدور ذاته في نقل أخبار الأمم المجاورة إلى العرب في بلادهم وفي مركزهم الحضاري الرئيس مكة .

المبحث الثالث: واقع الإعلام وأدواته ووظائفه في صدر الإسلام:

لم يكن واقع الإعلام في صدر الإسلام ووظائفه وأدواته في كثير من الأمور بعيداً عما كان عليه الحال في الفترة الجاهلية التي سبقت نزول الإسلام، بل إنه علاوة على هذا قد يشهد تطوراً وتحديثاً في الوظائف والأدوات منذ بدء البعثة النبوية، لأنه مغاير في الرؤى والغايات والأهداف عما سبقه من الإعلام المعبر عن واقع العرب في الفترة الجاهلية، مع أنهما متتابعان ومتصلان زمنياً، ذلك أن الإسلام صبغ المجتمع والدولة بفاهيمه الجديدة ومنهجه الرباني المتكامل، والملبي لكل احتياجات النفس والفطرة البشرية في كافة جوانب الحياة، وهذا من مستلزمات عالميته وشموليته، باعتباره خاتم الرسالات السماوية، وأنزله الله تعالى لكل الناس عرباً وعمماً بألوانهم وأجناسهم وألسنتهم ولغاتهم وبلدانهم منذ بعثة النبي صلى الله عليه وسلم، وحتى قيام الساعة، وقد أخبرنا الله تعالى بصريح نصوص القرآن الكريم، الذي تترى رسائله الإعلامية عبر الوحي إلى النبي صلى الله عليه وسلم طوال مدة البعثة النبوية، عن هذا الواقع الجديد وبالإعلام المواقب لطبيعة الرسالة وللمرحلة التي تحياها الإنسانية وهي تتلقى رسالة الإسلام الخاتمة الخالدة، قال تعالى: ﴿وقرآنًا فرقانًا لنقرأه على الناس على مكث ونزلناه تنزيلاً﴾ (الإسراء: 106)، وقال تعالى: ﴿وقال الذين كفروا لولا نزل عليه القرآن جملةً واحدةً كذلك لنثبت به فؤادك ورتلناه ترتيلاً﴾ (الفرقان: 32)، فالتدرج والتمهل والتوالي في نزول القرآن له وظائف دعوية أخبرنا الله تعالى بها، أولها: تثبيت فؤاد النبي للاستمرار في أداء وظيفته في تبليغ الدعوة ونشر الإسلام، وثانيها: التمكين من فهمه وحفظه من قبل الأمة، ولذلك بدأت تحل مفاهيم الإسلام وقيمه الجديدة عن طريق التدرج في التنزيل، شيئاً فشيئاً محل القيم والمفاهيم الجاهلية السائدة بين العرب، وهم الأمة الذين تنزل القرآن فيهم وبلغتهم، وقد أدى الإعلام في الدولة الإسلامية الناشئة وظيفته بشكل كامل ومتقن وبدقة، وبأسلوب راقٍ في الأداء والعمل، وبصدق وأمانة في التبليغ ولعب دوراً بناءً في ترسيخ المفاهيم القرآنية وتثبيت مفهوم الأمة الذي لم تفرقه العرب من قبل في ولائها وانتمائها (نزال، 2012، 74-81)، بل درجت على التشتت والعصبيّة القبلية والتشردم والتبعية للقبيلة وللكيانات الصغيرة المنتثرة والمتناثرة، وأيضاً تبعية العرب في أطراف الجزيرة بين الشمال والشمال الشرقي كعرب الحيرة المناذرة على أطراف العراق في تبعيتهم للفرس وموالاتهم وعرب الغساسنة في بلاد الشام في تبعية الروم وموالاتهم، وجاء القرآن ليرببها على القيم الجديدة وعلى الانطلاق في كافة سلوكياتها وولاءاتها من هذا المفهوم، كما أعطى الإسلام للعرب عقيدةً تشعرهم بأنهم حَمَلَةٌ رسالة، وأحل وحدة العبادة محل التعدد والبعثرة، ورفض العصبيّة القبليّة المُفَرَّقة، وأحل رباط العقيدة محلها، وكان لمجيء القرآن بلسان عربي مبين تثبيت لمكانتها الجامعة بين العرب، فقد أكسبها منزلة خاصة وجعلها أساس العروبة، وترك هذا الأثر في تكوين الأمة العربية في التاريخ مفهومها القائم على الإسلام ورابطة العقيدة (الدوري، 1984، 37)، ولهذا نقل الإعلام الإسلامي القرآني للعرب تصوراً متكاملأ يعرفهم بواقعهم الجديد وهو يخاطبهم ويوجههم لما ينبغي أن يكونوا عليه في المستقبل بقوله تعالى: ﴿وان هذه أمتكم أمة واحدة وأنا ربكم فاعبدون﴾ (الأنبياء: الآية 92)، وقوله تعالى: ﴿وان هذه

أمتكم أمة واحدة واحدة وأنا ربكم فاتقون) (المؤمنون: 52)، ثم جاء النص القرآني وهو يخبر الأمة الإسلامية الناشئة باستكمال عناصر شخصيتها بإبلاغها بالسمة الرئيسية لهذه الشخصية وهي الوسطية والاعتدال، كما قال تعالى: (وكذلك جعلناكم أمةً وسطاً لتكونوا شهداء على الناس ويكون الرسول عليكم شهيداً...) (البقرة: 143)، فالإعلام الإسلامي في أدائه لوظيفته في بناء الشخصية الجديدة لأمة العرب، استبدل هذه الشخصية من شخصية قائمة على العنصر والعرق الواحد وهو العرب، إلى شخصية إنسانية عامة ذات معيار جديد في الانتماء وهو المبدأ والرسالة والعقيدة، وكلها قائمة على الإيمان بالله والولاء للعقيدة والمبدأ، وليس للعرق بمفهومه الضيق، ثم اتجه هذا الإعلام باتجاهين اثنين لاستكمال وظيفته :

الأول: نشر تعاليم الإسلام ومبادئه وشرائعه وأخلاقه وتصوره للكون والحياة في المجتمع الذي نزل فيه الإسلام في مكة أولاً، ثم في المدينة المنورة العاصمة الأولى لدولة الإسلام، وفي الأندلس والمناطق المحيطة بها داخل الجزيرة العربية .

الثاني: نشر الإسلام ومبادئه خارج بلاد العرب في جزيرتهم، وحمله إلى الأمم والشعوب الأخرى، لتحقيق أبرز خصائصه وسماته على أرض الواقع (حاتم، 1985، 138)، خاصة العالمية أنه خاتم الرسالات السماوية والأديان إلى العالمين والناس كافة، وخاصة الشمولية يشمل كافة أصقاع الأرض دون استثناء لمنطقة أو دولة أو بقعة، وأن يشمل ذلك كل الأزمنة منذ بعثة النبي صلى الله عليه وسلم وحتى يرث الله الأرض وما عليها كما قال الله تعالى: (إن في هذا لبلاغاً لقوم عابدين وما أرسلناك إلا رحمة للعالمين) (الأنبياء: 107)، فالإعلام في صدر الإسلام كان إسلامياً في شكله ومضمونه، يحمل مبادئ وعقيدة ومنهج الإسلام، وينطق ويعبر عن هذا المنهج، ولا بد أن يرتفع مستواه الخطابي إلى مستوى الرسالة العظيمة التي ينقلها ويسعى لإبصالها للناس، من حيث الأداء والأسلوب والأدوات، إذ ينبغي أن تكون وسيلة الإعلام نظيفة نقية في ألفاظها وتعبيراتها كي تكون بمستوى الغاية التي ينشدها هذا الإعلام ويسعى لتحقيقها وهي نشر الإسلام، ولا بد أن تكون نظيفة أيضاً ومعبرة عن سمو أهدافها في جميع مراحل تحركها من المرسل إلى المرسل إليه، إذ هي لسان حال هذا المرسل، وينبغي أن تكون مقنعة تلبى رغبة وحاجة المرسل إليه، لأن الرسالة تعبر عن المرسل، والكتاب يعبر عن الكاتب، والهدية تعبر عن المهدى (خفاجي و شرف، 1992، 28)، وهذه الأمور الثلاثة هي الإسلام، فالمرسل هو الله سبحانه وتعالى والرسالة هي دعوة الإسلام الخاتمة إلى العالمين، والكتاب هو القرآن الكريم، يقول الله تعالى عنه، وهو المنزل له، يخاطب به رسوله محمداً صلى الله عليه وسلم، ويخاطب الناس من خلاله عن طريق جبريل عليه السلام: (لقد أنزلنا إليك كتاباً فيه ذكركم أفلا تعقلون) (الأنبياء: 10)، (وأنزلنا إليك الذكر لتبين للناس ما نزل إليهم ولعلهم يتفكرون) (النحل: 44)، (وما أرسلناك إلا رحمة للعالمين) (الأنبياء: 107)، (ذلك الكتاب لا ريب فيه هدى للمتقين) (البقرة: 2)، فالإسلام والقرآن هما الهدية والهداية، والنبي صلى الله عليه وسلم هو الرحمة المهداة بالتبليغ، وذلك لا يتم إلا عن طريق الإعلام بقوله تعالى: (فهل على الرسل إلا البلاغ المبين) (النحل: 35)، وقوله تعالى: (وما على الرسول إلا البلاغ المبين) (العنكبوت: 18)، وجاء هذا النص في سورة النور الآية 54 وفي: (تبارك الذي نزل الفرقان على عبده ليكون للعالمين نذيراً)

(الفرقان: 1) و: ﴿كتاب أنزلناه إليك لتخرج الناس من الظلمات إلى النور بإذن ربهم إلى صراط العزيز الحميد﴾ (إبراهيم: 1) .

وإذا كانت الوظيفة الأولى لرسول الله صلى الله عليه وسلم هي تبليغ دعوة الإسلام للناس ونشرها بينهم، فكيف كان تبليغه لهذه الدعوة؟ إذا عدّ التبليغ عملاً إعلامياً، وما هي الوظائف الأخرى للإعلام سوى الدعوة والتبليغ؟ وما هي الأدوات والوسائل التي استعملها النبي عليه الصلاة والسلام أثناء عمله الدعوي والإعلامي لإيصال الدعوة للناس، وإنجاحها وتحقيق غاياتها؟ هذا ما نتعرف عليه فيما يلي عن وظائف الإعلام وأدواته، ومتابعة المتغيرات التي طرأت على تلك الوظائف والأدوات مواكبةً للأوضاع السياسية والاجتماعية في الدولة الإسلامية منذ عهد الرسول صلى الله عليه وسلم حتى العهد العباسي .

المبحث الرابع: وظائف الإعلام في صدر الإسلام

أولاً: وظيفة دعوية:

ترتبط وظيفة الإعلام في صدر الإسلام ارتباطاً وثيقاً بالأهداف التي جاء الإسلام من أجلها، وهي بالدرجة الأساس نشر الإسلام وإبلاغه للناس كرسالة هي خاتم الرسالات السماوية، وإذا تأملنا حالة العرب قبل الإسلام، وكيف كان واقع الدين بينهم، وجد أنه كان للدين تأثير كبير عليهم في جاهليتهم، ونقلت المصادر تعظيمهم لبيت الله الحرام ((الكعبة المشرفة)) يحجون إليها كل عام من كافة أنحاء الجزيرة العربية، يطوفون حولها وينحرون الهدى ((الإبل)) تقرباً إلى الله على سنة أبيهم إبراهيم عليه السلام، وذكر أن قريشاً ابتدعت ((الحُمن)) وهو الشدة والصلابة في التمسك به بشكل خاطيء وعرف عنهم تعظيمهم الزائد للحرم وأنهم ابتدعوا شعائر باطلة في الحج، كعدم وقوفهم في عرفات حين يقف الناس حتى مبعث النبي صلى الله عليه وسلم، (ثم أفيضوا من حيث أفاض الناس) (البقرة: 199)، ورد الله عليهم أيضاً فيما كانوا حرموا من اللباس والطعام، كما ردّ عليهم كل العقائد التي فيها شرك بالله ومن عادات الوثنية والجاهلية (ابن كثير، 1976، 284/1). ثم انتشرت النصرانية واليهودية بين العرب، خاصة في منطقة نجران، علاوة على انتشار الوثنية وعبادة الأصنام، وكان العرب مع إيمانهم بالله وبالآديان السماوية التي سبقت الإعلام كاليهودية والنصرانية يعبدون الأصنام ويضعونها حول الكعبة (أمين، 1969، 23-28)، ولهذا سماهم القرآن العظيم بالمشركين ووصفهم بالنَّجَس في صورة إعلامية فريدة بقوله تعالى ((إنما المشركون نجس فلا يقربوا المسجد الحرام بعد عامهم هذا)) (التوبة: 28)، وقد أخبرنا الله تعالى في القرآن الكريم الذي هو إعلام لأهل الأرض يحدثنا الله عز وجل فيه عن أخبار الأولين والآخرين وعن الغيبيات، وعمما يستجد من أحداث في عهد النبي صلى الله عليه وسلم، وما بعده، ثم يخبرنا القرآن عن وظيفة النبي صلى الله عليه وسلم، وهي الدعوة للإسلام، قال تعالى: ((فلذلك فادع واستقم كما أمرت)) (الشورى: 15)، والدعوة والإعلام كوظيفة يحملان المعنى نفسه نظرياً وعملياً لأنهما يتطابقان في إيصال الإسلام للناس (صيني، 1997، 59)، إذ أن مفهوم الإعلام بشكل عام هو الاتصال communication، أي انتقال المعلومات والأفكار والاتجاهات والعواطف من شخص أو جماعة إلى شخص أو جماعة آخرين من خلال وسائل اتصال فعالة، وفعاليته تكمن بوصول المعنى المراد وإيصاله والذي يقصد المرسل إيصاله إلى من يستقبلونه بشكل فعلي (خفاجي و شرف،

1992، 15)، ولما كان النبي صلى الله عليه وسلم هو المكلف من الله بنشر الإسلام وتبليغه للناس بصريح آيات القرآن الكريم: ﴿إنا أرسلناك شاهداً ومبشراً ونذيراً * وداعياً إلى الله بإذنه وسراجاً منيراً﴾ (الأحزاب: 45، 46)، فإنه وبهذا الأمر والتكليف الرباني يعد الإعلامي الأول في الإسلام، باعتباره مبلغ دعوة الإسلام، وهو صلى الله عليه وسلم إن جاز التعبير وزير الإعلام في الدولة الإسلامية التي أسسها في المدينة، وهو صلى الله عليه وسلم فضلاً عن قيادة هذه الدولة، يدير شؤون الحملة الإعلامية لنشر الدعوة، وهو وسيلة وأداة الاتصال الوحيدة في بدء الدعوة للإسلام، وقد أدرك عظم التكليف، ﴿إنا سنلقي عليك قولاً ثقیلاً﴾ (المزمل: 5)، فبدأ بأهل بيته، ثم بالأقربين من أهله وعشيرته يدعوهم للإسلام تنفيذاً لأمر الله له (وأنذر عشيرتک الأقربین) (الشعراء: 214)، وقد روى البخاري في صحيحه عن ابن عباس قال: "لما نزلت هذه الآية جعل النبي صلى الله عليه وسلم ينادي: يا بني فهُر يا بني عَدِي ببطون قريش الأقربین، يدعوهم قبائل قبائل" (البخاري، د.ت، 22/5)، ووسع الدائرة بعدها عقب دعوة أهل مكة وأخذ يذهب إلى القبائل خارج مكة ويدعوهم للإسلام فذهب إلى الطائف وأرسل قبل هجرته مصعب بن عمير إلى المدينة يعلم الناس الإسلام (ابن كثير، 1976، 149 / 2، 180؛ هارون، 1976، 99، 109، 1004)، وأرسل بعد انتشار الإسلام بعض أصحابه إلى أطراف الجزيرة العربية يعلمون الناس الإسلام، كما في إرساله معاذ بن جبل إلى اليمن معلماً وداعياً للإسلام وقاضياً وولياً يدير شؤون المسلمين هناك، وسأله: كيف تصنع إن عرض لك قضاء؟! وهو يريد الاطمئنان إلى علمه بأسلوب الدعوة للإسلام واستيعابه لواجبه، وأن يحيطنا صلى الله عليه وسلم معلماً بأخبار هذه المهمة ويغطيها إعلامياً، فأجاب معاذ: بكتاب الله، فقال له عليه السلام: فإن لم تجد؟ قال: بسنة رسول الله صلى الله عليه وسلم، قال: فإن لم تجد؟ أجاب معاذ عندئذ: أجتهد برأيي ولا ألو؟! فأجابه عليه الصلاة والسلام إجابة الرضى والموافقة والتأييد لعمله بفقه الواقع: الحمد لله الذي وفق رسول الله لما يرضى رسول الله (ابن كثير، 1976، 149 / 4).

فإرسال معاذ إلى اليمن هو جزء من الخطة العملية لنشر دعوة الإسلام، وتصلح هذه الخطة لتكون أساساً للإعلام المعاصر ولغيره من وسائل التربية والتوجيه من أجل إنجاح الدعوة إلى الله، فمن يضعون نصب أعينهم توظيف الإعلام كأداة للدعوة للإسلام (غلوش، 1986، 10/1).

– أدى النبي صلى الله عليه وسلم في نشر الدعوة الإسلامية وتبليغها للناس وكانت هذه الوظيفة الدعوية هي صورتها الأخرى وظيفية إعلامية، وبرز دور الإعلام ومفهومه في هذه الصورة على أنه مرآة لدعوة الإسلام يعكسها بصورة صحيحة ومشرقة، وكان العبء في بداية الدعوة على الرسول صلى الله عليه وسلم بمفرده، وبالاتصال الشخصي المباشر مع جمهور المدعوين (إمام، 1980، 22-23)، بأداء ناجح وبجهد متدرج يوسع دائرة الاتصال شيئاً فشيئاً، بعد الأسرة بالعشيرة، ثم بأهل مكة، ثم بسائر العرب في ديارهم، إلى أن بلغت الدعوة الإسلامية بفضل الجهد الدعوي الإعلامي الناجح في التبليغ إلى كافة الدول والحكومات والشعوب في عصر النبي صلى الله عليه وسلم من خلال الرسائل والوفود التي بعثها النبي عليه الصلاة والسلام إلى حكام وقادة وملوك العالم من حوله، وعد المؤرخون ذلك غاية النجاح الدعوي والإعلامي، وكان للأساليب التي استخدمها النبي صلى الله عليه وسلم في خطابه وكتبه للملوك والزعماء، وفي تبليغ الدعوة المباشرة بشخصه، الدور الأبرز في نجاحه وهي بذاتها الأساليب التي وجه القرآن الكريم لها (حاتم، 1985، 201)، حتى شهدت دائرة المعارف البريطانية بهذا النجاح للنبي صلى الله عليه وسلم في دعوته، "جاء محمد بدعوة جديدة هي دعوة

الإسلام، وكان هذا الرسول أوفر الأنبياء والشخصيات الدينية حظاً من النجاح، فقد أنجز في عشرين عاماً من حياته ما عجزت عن إنجازه قرون من جهود المصلحين من اليهود والنصارى رغم السلطة الزمنية التي تساند هؤلاء، ورغم أنه كان أمام الرسول تراث أجيال من الوثنية والجهل والبغاء والربا والقمار ومعاقرة الخمر، واضطهاد الضعفاء والحروب الكثيرة بين القبائل العربية ومئات الشرور الأخرى" (خفاجي و شرف، 1992، 137).

ومما لا شك فيه أن السر الحقيقي في نجاح النبي صلى الله عليه وسلم في وظيفته الدعوية حتى انتشر الإسلام في أرجاء المعمورة في الفترة الزمنية القياسية وهي العشرين عاماً إنما كان بفضل الإخلاص والتفاني من حامل الدعوة ومبلغها صلى الله عليه وسلم، ولأن أهم ما يميز الإعلام الإسلامي التبليغي المتمثل بالنبي صلى الله عليه وسلم، أنه كان خدمةً للمبدأ وللدِين وللعقيدة وللمنهج الذي جاء به هذا المبدأ، وليس إعلماً لتمجيد شخص النبي صلى الله عليه وسلم كقائد للأمة وحاكم لدولة الإسلام، ولعائلته، ولم يكن إعلامه صلى الله عليه وسلم إعلماً كاذباً يكذب على الأمة وعلى الشعوب الأخرى، فهو لا يكذب على المسلمين ولا يتملق أحداً ولا يحرف عقيدةً أو منهجاً يحمله، ولا يتكلم، ولا يوافق لأحد، ولا يستجدي حينذاك الدول الكبرى لتقبل عليه وتقبله منه، بل هو إعلام مستقل بوظيفته، ذاتي الانطلاق رباني المصدر (الشعراوي، 1992، 140-142) ولذلك قال الله عن نبيه صلى الله عليه وسلم: ﴿فلعلك باخع نفسك على آثارهم إن لم يؤمنوا بهذا الحديث أسفاً﴾ (الكهف: 6)، وقال الله عنه أيضاً: ﴿لعلك باخع نفسك ألا يكونوا مؤمنين﴾ (الشعراء: 3)، واستمر الإعلام يزاول وظيفته ودوره في الدعوة الإسلامية ونشر الإسلام طوال العهد النبوي، لأن مفهومه في هذه المرحلة نفس مفهوم الدعوة للإسلام، وفي فترة الخلفاء الراشدين بعد وفاة النبي صلى الله عليه وسلم، توقفت الدعوة وحدثت تقلبات سياسية كانت الدعوة فيها بين مد وجزر، ففي خلافة أبي بكر الصديق، وقعت أحداث الردة، وارتد العرب عن الإسلام، واضطر الخليفة أبو بكر لحمل السلاح في وجه المرتدين، وجهز أحد عشر جيشاً وزعها في كافة الأنحاء لمحاربة المرتدين وتثبيت الإسلام في أنحاء الجزيرة العربية ونجح في وأد حركة الردة وإنهائها، فكانت وظيفة الإعلام في هذه الفترة دعوة من ارتد من العرب إلى العودة للإسلام، واتخذ وظيفة ثانية هي تغطية ونقل أخبار الحرب على المرتدين، وقد روت المصادر تفاصيل المعارك التي خاضتها جيوش المسلمين الأحد عشر، وبينت ما ترتب على ذلك من نتائج إيجابية حفظت صف وحدة الأمة في بلادها وفي عقيدتها، وكان للإعلام في هذه المرحلة وظيفة سياسية كان الخليفة من خلالها يوجه الرسائل إلى المرتدين يحثهم فيها على الرجوع عن ردتهم وكان الأمراء وقادة الجيوش هم حملة تلك الرسائل، فكانت الدعوة والكلمة تواكب السيف في منع تفرق الأمة وضياع دولتها وانهايار بنائها (الطبري، 1962، 223/3، 249، 261، 267، 281، 301-342).

وفي عهد الخليفة عمر بن الخطاب، سارت الدعوة في المسارين المذكورين جنباً إلى جنب، وكان الإعلام الإسلامي يغطي أخبارهما معاً، وكان عمر رضي الله عنه يأمر قادة الجيوش الفاتحة في جبهات الفتوح بالشام والعراق ومصر، بأن يعرضوا على زعماء تلك الدول الإسلام فإن قبلوا فلا داعي للقتال، أو يدفعوا الجزية، وإن أبوا ذلك عندئذ يلجأ المسلمون للسيف وتكون الفتوحات لتلك البلاد عنوة وبقوة السلاح إن لم يتمكن المسلمون من الفتح صلحاً (الطبري، 1962، 434/3، 480، 598-613، 93/4، 104، 173-186).

وبعد استشهاد الخليفة عمر تباطأت حركة الفتوحات في أواخر عهد عثمان بسبب الفتنة وتمرد الغوغائيين أتباع عبد الله بن سبأ اليهودي وهجومهم على عثمان واستشهاده على أيديهم (الطبري، 1962، 4/ 246، 288، 317، 330، 365)، وبقيت الفتوحات متوقفة في عهد علي رضي الله عنه حين دب الخلاف حول الخلافة بينه وبين معاوية رضي الله عنه، وكانت وظيفة الإعلام نقل أحداث الفتنة العمياء بين هذين الصحابييين (الطبري، 1962، 4/ 508، 561) بدل وظيفته الأصلية في تسجيل حركة الفتوحات ونشاطات المسلمين الفاتحين في الدعوة إلى الإسلام وفي الخلافة الأموية منذ بدء عهد الخليفة معاوية بن أبي سفيان وحتى نهاية الخلافة الأموية عام 132هـ/749م، وبدء الخلافة العباسية شغل الإعلام وظائف عدة، منها نقل أخبار الفتوحات والدعوة للإسلام في مناطق جديدة يفتحها المسلمون، ودأب الإعلام في هذه الفترة يواكب الفتوحات في الجهات المختلفة ففي بلاد المغرب انطلق المسلمون منذ بدء عهد الخليفة معاوية سنة 41هـ/661م، يستكملون ما بدأوه منذ عهد الخليفة عثمان، والتي تشمل كلاً من ليبيا وتونس والجزائر والمغرب وموريتانيا، وتقدم الفاتحون في فتوحهم الذي بلغ ذروته في عهد الخليفة الوليد بن عبد الملك مع نهاية القرن الهجري الأول، ويؤدي الإعلام الإسلامي وظيفته في متابعة أخبار الفتح، عبر المراسلات والرسائل بين قادة الفتح في البلاد المفتوحة، وبين الخليفة في عاصمة الخلافة دمشق (الطبري، 1962، 6/ 256، 388، 424، 434، 442، 500)، وعلاوة على وظيفة الإعلام العسكرية والجهادية في ميادين الفتوحات أدى في العهدين الأموي والعباسي وظائف وأدواراً وأشكالاً أكثر تنظيماً، طبقاً لسياسات الخلفاء الأمويين ثم العباسيين، وصار الإعلام يمارس وظيفة الدعاية السياسية للخلفاء، ويؤدي دور الترويج لسياسات الدولة وتوجهاتها، ولم يعد مقتصرًا على الاهتمام بنشر الدعوة الإسلامية وحسب، وانحسر دور الدعوة في العصر العباسي، للانشغال بالدنيا ولطغيان الترف ولكثره الحروب والاقتيال الداخلي وخروج الكثير من المناطق عن سلطة الدولة وسيادتها، ولضعف هيبة الخلافة وتحكم العناصر غير العربية بها عندما دب الضعف فيها بعد منتصف القرن الثالث الهجري. واقتصرت الدعوة عند الفاطميين على من تؤهلهم الدولة، وترى فيهم الولاء لسياساتها من أجل ترويج الآراء والأفكار التي تؤيد توجهاتها، ولا تسمح لمعارضين لها بنشر أفكارهم وعقائدهم (حماد، 1994، 22- 23)، كما اتخذ الإعلام خطأ آخر في وظائفه عبر وظيفة الدعوة للإسلام، ولم يعد التوائم والتوافق قائماً ومتطابقاً في أداء الوظيفة، وصار لكل منهما وظيفة منفصلة عن الآخر، الإعلام يؤدي وظائف في نقل أخبار الفتن والصراع السياسي بين مؤسسة الخلافة ومعارضيهما على المستويات الدينية والمذهبية والسياسية (الطبري، 1962، 6/ 86، 119، 151، 187، 195، 210، 284، 311)، ويأخذ وظائف أخرى في استجماع صورة التفاعلات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في أنحاء الدولة الإسلامية وأقاليمها، سواء بالانسجام مع مؤسسة الخلافة بالولاء والتبعية لها، أو بالخلاف معها والخروج عليها ومناقضتها (الطبري، 1962، 7/ 15، 30- 32، 49، 66، 70، 141)، بالإضافة إلى ما يؤديه في وظائف في تدوين الإنجازات الحضارية والعلمية وحركة الازدهار العلمي والعمراني التي شهدتها حواضر العالم الإسلامي بعد اتساع رقعة دولة الخلافة في العهد الأموي بفضل فتوحات الخلفاء الأمويين (أمين، 1969، 142، 164، 187، 202، 206، 246)، وشملت بلاد الرافدين وفارس وما وراء النهر حتى حدود الصين شرقاً، وامتدت غرباً حتى بلغت الشمال الإفريقي بكامله، إضافة لمصر، مستوعبة كافة أقطار المغرب العربي الحالية .

ثانياً: وظيفة تربية تعليمية:

كان العرب في الجاهلية قبل الإسلام في فوضى عارمة وفساد كبير في القيم والأخلاق والمعاملات وكافة مناحي الحياة، وجاء الإسلام بمنهجه الرباني المتكامل ليبنى الحياة الإنسانية في جوانبها المختلفة بشكل صحيح، وذلك بالتوجيه والتربية، وهذه الوظيفة أداها الإعلام في الإسلام على أتم وجه، لأنه يخاطب الإنسان عقلاً وجسماً وروحاً، مادياً ومعنوياً (خفاجي و شرف، 1992، 37)، (فطرة الله التي فطر الناس عليها لا تبديل لخلق الله ذلك الدين القيم) (الروم: 30)، كما يقوم الإعلام الإسلامي بتعريف الفرد الآداب والأخلاق الإسلامية، ويهذب سلوكه باعتباره اللبنة الأساس في المجتمع المسلم، ويقدم له نماذج من القدوة الحسنة والمثل الأعلى مقتبسة من سيرة النبي صلى الله عليه وسلم ومن سير الصحابة والسلف الصالح (الشنقيطي، 1994، 73-75)، (لقد كان لكم في رسول الله أسوة حسنة لمن كان يرجو الله واليوم الآخر وذكر الله كثيراً) (الأحزاب: 21)، وأيضاً يقوم الإعلام الإسلامي بوظيفته في إعداد الأسرة وتربيتها من خلال توجيه المسلم إلى الآداب التي ترتقي به نحو مدارج الكمال ولا تتنافر مع تعاليم الإسلام (يونس، 2004، 382)، وهنا نورد وثائق إعلامية روتها المصادر عن تربية العرب وأخلاقهم السنية قبل الإسلام، وكيف صنع الإسلام من هؤلاء جيلاً فريداً على درجة عالية من التربية والاستقامة والالتزام بالمنهج الإسلامي، وتعكس تلك الروايات الإعلامية التغيرات التي طرأت على نفوس وعقول وأخلاق وسلوكيات العربي الجاهلي، بعد أن صقلتها التربية النبوية وأعدت تشكيلها وصياغتها من جديد، وحولت هؤلاء العرب البداة إلى رجال أصفياء يضيئون الكون كالنجوم ونماذج للقدوة والهداية، وصورة أحدهم كقرآن يدب على الأرض من ذلك ما نقل عن إجابات جعفر بن أبي طالب للنجاشي ملك الحبشة حين طلب منه النجاشي أن يرد على عمرو بن العاص موفد قريش للنجاشي، حين تكلم عمرو أمام النجاشي بأكاذيب وأباطيل تشوه الإسلام وتسيء إلى النبي صلى الله عليه وسلم وتطعن به وبأصحابه وبإسلامهم، فأجاب جعفر بن أبي طالب النجاشي: "كنا قوماً على الشرك نعبد الأوثان ونأكل الميتة ونسيء الجوار يستحل المحارم بعضنا من بعض في سفك الدماء وغيرها... فبعث الله نبياً من أنفسنا نعرف وفاءه وصدقه وأمانته، فدعانا أن نعبد الله ونصل الأرحام ونحمي الجوار ونصلي الله ونصوم له ولا نعبد غيره..." (وفي رواية مكملة: "...وأمرنا بصدق الحديث وأداء الأمانة وصلة الأرحام وحسن الجوار والكف عن المحارم والدماء، ونهانا عن الفواحش وقول الزور ... وعدد عليه أمور الإسلام" (ابن كثير، 1976، 20/2-21؛ هارون، 1976، 74-78) وهكذا يسجل الإعلام الوقائع بتفاصيلها ليعرف من خلالها بقيم الإسلام ويربي الأمة على هذه القيم والمبادئ، وقد جاءت سور القرآن الكريم تربي المسلمين وتغرس فيهم العقيدة أولاً ثم الآداب والأخلاق (كحيل، 1985، 85-99) ثم تعلمهم التشريعات التطبيقية التي تشكل الجوانب العملية في الإسلام، ضمن منظومة متكاملة من القيم التي تبني الشخصية الإسلامية، وإذا تأملنا المشهد العام لحالة المجتمع الذي أنشأه الإسلام، ونظرنا إلى القيم والأخلاق التي تربي عليها، فإننا نتبين صورة مجتمع متماسك أسس على قيم القرآن ومبادئه وأخلاقه، لأن النص القرآني إنما ماء للحياة به ولمواجهة الواقع ولضبط حركة الحياة وتوجيهها نحو الأخذ بمنهج الله، وهو ما أرادته (الشنقيطي، 1986، 89) الآية الكريمة: ﴿إن هذا القرآن يهدي للتي هي أقوم﴾. (الإسراء: 9)، وبالبناء العملي المتدرج من خلال الوقائع والأحداث خلال ثلاثة وعشرين عاماً هي فترة البعثة النبوية، نقض فيها النبي صلى الله عليه وسلم عرى الجاهلية ونظمها الفاسدة عروة عروة ونسج بدلاً عنها في نفوس الناس قيم الإسلام كالأخوة والصبر والثبات والصدق والمروءة وإكرام الضيف وصلة الرحم والرجولة والوفاء والعفة والإخلاص، وكل المكارم الحميدة التي حلت محل فسيفساء الرذائل الباطلة من مخلفات الجاهلية، وقد عكس الإعلام

الصورتين الأنفتين وبالمقارنة بينهما من خلال ما أوردناه من رد جعفر بن أبي طالب على استفسار النجاشي عن أخلاق وقيم الإسلام بل إن الإعلام في العهد النبوي أبدع في نقل كافة الأخبار والصور الإعلامية وعبر الوسائط والأدوات المختلفة كما سنرى لاحقاً في سياق هذا البحث، وأظهر لنا هذا الإعلام النقلة النوعية والتحول الكبير في إبطال مفاهيم وقيم بالية تمسك بها العرب في الجاهلية، تلك التي تعبر عن التفكك الاجتماعي وانتهاك الحرمات وسفك الدماء والربا والخمر، والاحتراب القبلي والقتل، وكلها قيم الجاهلية التي أماتها وأبطلها الإسلام، وارتفع بهذا الشتات القبلي المهترىء عند العرب إلى مفاهيم جديدة تمخض عنها ميلاد أمة الإسلام بمفهومها الحضاري الذي اختاره الله للمسلمين كخير أمة أخرجت للناس وبدت صورة ذلك بالنقلة القيمية النوعية الخالدة التي رواها روات الإعلام الإسلامي عن خطبة النبي صلى الله عليه وسلم في حجة الوداع التي وضع فيها دستوراً خالداً للمسلمين وللأمة إلى قيام الساعة في وضع قيم الجاهلية وإبطالها وتزيين الكون بقيم ومبادئ الإسلام الخالدة التي عدت برقيها ومدنيتها أجمل وأعلى نظم وقوانين في مجال حقوق الإنسان ودساتير الأرض (الطبري، 1962، 148/3-152؛ ابن كثير، 1976، 211/4، 388-391؛ ابن خلدون، 2005، 523)، وقد وصف كرد علي هذا الرقي وهذه المدنية عند المسلمين فذكر أن العرب دعاة مدنية وقال: "لم يقصر العرب في شأن من شؤون المدنية بالنسبة لمعاصريهم (ليقصد المسلمين)، فاستنبطوا بعقولهم وطبقوا على شريعته كل ما يعلي أمرهم وتحلو به حياتهم، حيث جاء الإسلام بما فيه من عوامل القوة والنظام المدني البديع الذي استخرجه أهل الصدر الأول من روح الكتاب والسنة، بأجمل مدنية عرفها البشر إذ ذاك، وما نظنه مهما ارتقى في الأزمان التالية يخرج عن حدها كثيراً، لم يترك العرب باباً من أبواب المدنية إلا طرقوه ولا علماً من علوم الصناعات إلا برزوا فيه" (كرد علي، 1983، 123/5). وإذا كان تمجيد كرد علي للمدنية والحضارة الإسلامية بهذه الصورة الناصعة، فإن ذلك بفضل الاستقرار والتماسك للمجتمع الإسلامي، وبسبب توجه جهود أبناء الأمة للبناء والعمران، لكن انشغال المسلمين بالفتوحات عن التربية المستديمة للمجتمع، أدى إلى انحسار حالة الاستقرار والتماسك التي مرت بها الأمة في العهد النبوي وصدر العهد الراشدي إلى حين استشهاد الخليفة عثمان بن عفان عام 35هـ/655م، ونتج عن ذلك ظهور الروح والقيم القبلية في الأمة من جديد، وعاد الانقسام في المجتمع الإسلامي، وتجددت الصراعات القبلية والافتتال، وبروز العصبية بين قيسية ويمانية وبين مؤسسة الخلافة والخارجين عليها، ومرجع ذلك إلى ضعف التربية الإسلامية في النفوس، بسبب التغيرات والتبدلات التي أصابت الأمة ونقصان التوجيه وغياب دور الإعلام في غرس القيم القائمة على الوحدة ونبذ الفرقة والعصبية، والعمل للمبدأ وخدمة راية الأمة والجهاد لنشر الإسلام، وعاد الإعلام في هذه الفترة ينمي في النفوس المفاهيم القديمة التي كانت تتحكم بالمجتمع وتحركهم في فترة الجاهلية، وطراً تحول آخر جراء الدعاية الإعلامية الموجهة من السلطة السياسية في العهدين الأموي والعباسي، وهو الرد على الخصوم السياسيين بالقوة وتوجيه إعلام الدولة لهذا (الطبري، 1962، 10/5، 172، 299، 474، 545)، بدلاً من توجيهه لبث الحمية وإيقاظ روح الجهاد والدعوة للإسلام، فهذا مؤشر على نقص إيمان الغالبية العظمى من أبناء الأمة، وثمره هذا النقص أنك ترى نماذج قليلة هم طبقة العلماء والفقهاء والدعاة وحملة العلم، بدلاً من الجيل الكامل الذي تمسك بهذه الروح الإيمانية وتربى على حمل الإسلام والجهاد في سبيل الله، ونشر الإسلام وإعلاء رايته، كما كان جيل الصحابة والتابعين من بعدهم، وقد عكس الإعلام في العهدين الأموي والعباسي (الطبري، 1962، 81/6، 93، 210، 334) صورة هذه التحولات والتغيرات التي طرأت على المجتمع الإسلامي، وعلى بنيانه وتركيبته .

ثالثاً: وظيفة سياسية:

نقل الإعلام بأدواته ووسائله المختلفة الأحداث والنشاطات والتبدلات السياسية التي تقع في بلاد العرب قبل الإسلام، ثم ما يستجد وما يطرأ ويتتابع أيضاً بعد الإسلام منذ عهد النبي صلى الله عليه وسلم وحتى العصر العباسي، وقد تشكلت تدريجياً منذ بدء الإسلام وحتى العصر العباسي أغلب مؤسسات الدولة، ونقلنا لنا المصادر التاريخية دور الإعلام في تلك الأحداث السياسية، وتصوير وتوثيق للوقائع بشكل دقيق، يُظهر مواكبته لكل ما يجري من أحداث وقضايا، وكان الشعر والكتابة النثرية والخطابة أشهر الأدوات الإعلامية التي تثبت فعاليتها وتثبت بشكل مستمر ومؤثر لمستجدات الأحداث السياسية، وغالباً ما تكون اللوحات الجدارية أو الإعلامية أو الإعلانية، أبرز الوسائل لإبراز تلك الوقائع السياسية، ولإظهارها إعلامياً من أجل التأثير في الرأي العام وتوجيهه وتشكيله وفق الاتجاهات السياسية التي يراد لفت الأنظار إليها، وتحويل آراء الناس وإقناع عقولهم للتأثر بها والميل نحوها قبولاً أو رفضاً، أو لفرض واقع معين، ومن الشواهد على ذلك:

1. دار الندوة بمكة: كانت دار الندوة أكبر مركز إعلامي في الجزيرة العربية، لاسيما وأنها دار حكومة قريش في عاصمة العرب آنذاك مكة المكرمة، بثقلها الديني وهي تضم بين جنباتها البيت الحرام ((الكعبة)) وثقلها الاقتصادي باعتبار مكة المركز التجاري لقريش وفيها أسواقهم التجارية كسوق عكاظ، وثقلها الاجتماعي، لأن لها الصدارة بين قبائل العرب نسباً ومكانةً ويتوج ذلك ويتصدره المكانة السياسية لقريش ولمكة بين العرب في الجزيرة العربية وخارجها وعند الدول والأمم المجاورة كالفرس والروم والأحباش والهنود وغيرهم، كما أن دار الندوة مركز البحث الإعلامي الذي يصدر عن قريش ويعبر عن مواقفها وآرائها تجاه كل ما يجري حولها، وأيضاً تؤدي دوراً ووظيفة إعلامية في نقل قرارات قريش إلى أهل مكة وإلى العرب من حولهم، و إلى العالم الخارجي، وتثبت ما تستقبل قريش من وفود وما تبعث من مبعوثين سياسياً واقتصادياً، وكان لدار الندوة أشهر حدث إعلامي حين اجتمع فيها وجهاء قريش وقادتها يناقشون أخطر قضية تهمهم في بدء الإسلام وهي هجرة النبي صلى الله عليه وسلم إلى المدينة واتخاذهم القرار الحاسم بمنعه من الهجرة وقتله في بيته وهو نائم ليلة اعتزاهم الهجرة، فكان هذا الحدث الأبرز والأخطر والأكثر سخونة وأهمية، بحيث جاءت الإرادة الإلهية بإفشال خطتهم وخروج النبي صلى الله عليه وسلم من بين مقاتليهم المتأهبين للقتال عليه حين يهجم بالخروج، وقد سجل القرآن العظيم هذا الحدث الكبير وأخبرنا بذلك (القرآن الكريم، التوبة: 40)، ونقل لنا تفاصيل هذا الحدث العظيم كما روته تفاصيل كتب السنة وكتب السير، يقول ابن كثير عن دار الندوة وعن اجتماع قريش فيها لمنع هجرة النبي صلى الله عليه وسلم: "فحذروا خروج رسول الله فاجتمعوا له في دار الندوة، وهي دار قصي ابن كلاب التي كانت قريش لا تقضي أمراً إلا فيها، يتشاورون فيما يصنعون في أمر رسول الله حين خافوه" (ابن كثير، 1976، 2/227).

2. صحيفة المقاطعة للنبي صلى الله عليه وسلم والمسلمين في مكة: وهي الوثيقة السياسية التي كتبتها قريش وعلقتها على باب الكعبة، وقررت فيها مقاطعة النبي صلى الله عليه وسلم ومحاصرته وعشيرته بني هاشم وبني عبد المطلب، حين عجزت عن منعه من الدعوة إلى الإسلام فكان الإعلان عن هذه الوثيقة وإشهارها وظيفة سياسية يؤديها الإعلام ويشيع أمرها وينشرها بين العرب، وبفضل هذه الوظيفة للإعلام وتدوينه لأمرها

وصل خبرها إلينا، يقول ابن كثير يصف ذلك: "مخالفة قريش بني هاشم وبني عبد المطلب، وحصرهم إياهم في شعب أبي طالب مدة طويلة استغرقت ثلاث سنين، وكتابتهم بذلك صحيفة ظالمة فاجرة ... وقد اشتد ذلك على المسلمين كأشد ما كانوا حتى بلغ المسلمون الجهد، واشتد عليهم البلاء، وجمعت قريش في مكرها أن يقتلوا رسول الله صلى الله عليه وسلم علانية ... فلما كان رأس ثلاث سنين تلاوم رجال من بني عبد مناف ورجال من قصي ومن سواهم من قريش، وأجمعوا أمرهم على نقض ما تعاهدوا عليه من الغدر والبراءة منه، وبعث الله على صحيفتهم الأرضة، فلحست كل ما كان فيها من عهد وميثاق" (ابن كثير، 1976، 43/2-44).

3. صحيفة المدينة المنورة ((الوثيقة)): وهي الصحيفة التي كتبها النبي صلى الله عليه وسلم في السنة الثانية من الهجرة، وتتضمن أمرين:

أ- المؤاخاة بين المهاجرين والأنصار .

ب- موادة يهود المدينة .

وكلا الأمرين على درجة كبيرة من الأهمية من الناحيتين السياسية والاجتماعية ويعد الإخبار بهما من الوظائف السياسية للإعلام، لما لهما من دور بارز في إحلال الاستقرار بين فئات المجتمع في عاصمة الدولة الإسلامية الفتية، وهي بأمس الحاجة إليه، من أجل الالتفات نحو البناء والنهوض ومعالجة جوانب الحياة الأخرى فالمؤاخاة أساس للتأليف بين المسلمين وهم من بيئتين مختلفتين بالأعراف والعادات والطباع، وتقرب المؤاخاة بينهم بتلك القيم المتباينة، وتقوي شكيמתهم وتدفعهم للبناء المشترك للدولة تحت راية التوحيد، وأما الوثيقة مع اليهود فتبطل كيدهم ومكرهم، وقد عرفوا بهذا قبل هجرة النبي صلى الله عليه وسلم للمدينة، إذ دأبوا على التحريش بين سكان المدينة العرب من الأوس والخزرج كي يحافظوا على سيطرتهم على اقتصاد المدينة كتجار وصناع، فكانت الوثيقة قطع لدابرهم السيء في الماضي، ووقاية من مؤامراتهم ووسائلهم في المستقبل، حتى لا يعيقوا تأسيس الدولة الإسلامية والتأمر عليها (البخاري، دت، 5/ 109؛ ابن كثير، 1976، 319/2-329؛ خفاجي و شرف، 1992، 240-243).

1. اجتماع أهل الشورى في سقيفة بني ساعدة:

وهو من الأحداث السياسية البارزة في صدر الإسلام، وقد حدث مطلع العام الحادي عشر للهجرة النبوية، حين التقى كبار الصحابة من المهاجرين والأنصار، وهم يمثلون أهل الحل والعقد في الأمة، أو ما يعرف بأهل الشورى أو أهل الرأي، في سقيفة بني ساعدة في عاصمة الدولة الإسلامية المدينة المنورة (الطبري، 1962، 203/3-211)، لاختيار خليفة للنبي صلى الله عليه وسلم، إثر انتقاله للرفيق الأعلى، وقد تباينت آراء المجتمعين من المهاجرين والأنصار حول اختيار الخليفة واختلفوا في الرأي في بداية الأمر، لكن عادوا للتشاور الذي قادهم إلى الاتفاق على اختيار أبي بكر الصديق كأول خليفة للمسلمين، ولذلك فإن متابعة الإعلام لهذا الحدث الهام، قد أدى وظيفته السياسية بمفهومها الأوسع، لأنه يواكب كافة الأحداث السياسية، منذ ما قبل الإسلام وحتى مرحلة التدوين وتشكل مؤسسات الدولة الإسلامية في العصر العباسي .

2. صلح الحديبية:

يعد صلح الحديبية نقطة تحول في مسيرة الدعوة الإسلامية، وبداية التمكين للإسلام وإن كان في ظاهره تراجعاً، وقد سماه القرآن العظيم فتحاً مبيناً، ﴿إنا فتحنا لك فتحاً مبيناً﴾ (الفتح: 1)، وقال عليه الصلاة والسلام في الحديث الذي يرويّه البخاري عن أنس بن مالك أن هذه الآية نزلت في الحديبية (البخاري، د.ت، 5/ 265). وقد وقع هذا الصلح في العام السادس من الهجرة النبوية حين خرج النبي صلى الله عليه وسلم مع أصحابه يريد الاعتمار والطواف بالبيت، وخرج وأصحابه حتى وصلوا مكان الحديبية، فاعترضتهم قريش لصددهم عن أداء العمرة، على أن ذلك تحدٍ لإرادتها وكسرٌ لشوكتها، وانتهى الأمر بعد المفاوضات الشاقة والعسيرة إلى توقيع بنود الصلح، ولهذا تعدّ التغطية الإعلامية من الإعلام الإسلامي الذي تحدث عن هذا الصلح بالتفاصيل تغطيةً شاملةً واسعة استوعبت كافة التفاصيل ونقلت الجوانب السياسية والقانونية التي شملها صلح الحديبية، فبنود الصلح والمفاوضات والشروط والمداولات كلها جوانب قانونية للحدث السياسي وتغطيته إعلامياً هي في غاية الخطورة، لأن صاحب هذه المهمة ينبغي أن يكون مؤهلاً تأهيلاً ممتازاً ومعدّ إعداداً محكماً، لأن عمله يتطلب الدقة والسرعة والنجاح، لتعلق وظيفته بالجوانب السياسية والقانونية والعسكرية، ويطلق على وظيفته وظيفة عسكرية لارتباطها بالميدان العسكري، كما يسمى القائم لهذا العمل بالمراسل الحربي والعسكري (حجازي، 1986، 70-71؛ الشنقيطي، 1994، 68).

رابعاً: وظيفة إعلامية عسكرية واستخباراتية:

أسهم الإعلام عند المسلمين في غزواتهم ومعاركهم ضد أعدائهم، سواء في عصر النبي صلى الله عليه وسلم، أو في المراحل اللاحقة، في تحقيق مقاصد المسلمين ومصالحهم، والشواهد التي تشير لذلك كثيرة، نذكر نماذج منها من السيرة النبوية، تؤكد أن النبي صلى الله عليه وسلم بما أيده الله من الوحي وبما آتاه من الحكمة والتسديد، كان يتمتع بخبرة عسكرية نظرية وبالخبرة العملية وكان يغتنم كل ساحة للاستفادة منها في خطته العسكرية، ونذكر أمثلة على ذلك في مجال تدبير الخطط وبعوث الاستطلاع الميداني السرية التي تخترق صفوف العدو وتحقق الهدف وتعود بالنتائج المتوخاة دون أن تنكشف من العدو:

1. استطلاع حذيفة بن اليمان أخبار العدو في غزوة الخندق: فقد أرسله النبي صلى الله عليه وسلم في إحدى الليالي الشاتية التي كان كفار قريش يحاصرون المدينة المنورة فيها حصاراً خانقاً، وكان المسلمون في ضيق وخوف شديدين، حتى يقول أحد الصحابة: "كان أحدنا لا يستطيع الخروج لقضاء حاجته، فقال عليه الصلاة والسلام: من يستطيع أن يذهب ليأتينا بأخبار قريش ويكون رفيقي في الجنة، فلم يجبه أحد من شدة الخوف" (البخاري، د.ت، 5/ 241)، ثم قال عليه الصلاة والسلام لحذيفة بن اليمان: "اذهب يا حذيفة فادخل في القوم فانظر ماذا يفعلون، ولا تحدثن شيئاً حتى تأتينا، فذهب حذيفة التزاماً بأمر الرسول صلى الله عليه وسلم واستطلع الخبر وعاد ولم يحدث أمراً تنفيذياً لأمر النبي صلى الله عليه وسلم" (ابن كثير، 1976، 3/ 217-221)، وهذه الحادثة عملية استخباراتية إعلامية، حققت نجاحاً تاماً، ويعتبر حذيفة في هذه العملية وفق المفاهيم العسكرية من مندوبي الأخبار ومن المرسلين العسكريين (الشنقيطي، 1994، 68)، الذين يؤدون مهام سرية خلف خطوط العدو، أو ينقلون أخباره بالدخول بين قطعاته العسكرية، وقد أدت السرية إلى نجاحها، وكان العنصر الأساس في نجاحها هو خبرة النبي صلى الله عليه وسلم بقدرات

من يكلفهم، بحيث يختار للمهمة الشخص المناسب للقيام بها، ويوجهه إلى الأسلوب الأمثل للحفاظ على سرية المهمة، وهذا من تمام نجاحها .

2. خُدْعَةُ نَعِيمِ بْنِ مَسْعُودٍ (غزوة الخندق): أسلم نعيم سرّاً دون علم قومه قبيلة غَطَفَانَ، وأتى النبي صلى الله عليه وسلم، وقال: "يا رسول الله لقد أسلمت ولم يعلم قومي بإسلامي، فمرني بما شئت، فقال له عليه الصلاة والسلام: إنما أنت فينا رجل واحد، مُخَذَّلٌ عنا ما استطعت، فإن الحرب خدعة، فسعى نعيم بين قريش المحاصرة للمدينة في غزوة الخندق وبين حلفائهم بني يهود سكان المدينة الذين وقعوا مع النبي صلى الله عليه وسلم وثيقة المدينة في السنة الثانية للهجرة على ألا يغدروا بالمسلمين ولا يتحالفوا مع عدوهم، لكن بني يهود والغدر والنكث من أصول طباعهم، نكثوا اليهود مع النبي والمسلمين وتحالفوا مع قريش وأغروهم بغزو المدينة في هذه الغزوة الخندق، وغدروا بالمسلمين، فسعى نعيم حتى أوقع بينهم وبين قريش في خطته بأن زرع الشك بين الطرفين، وأبطل هذا التحالف" (ابن كثير، 1976، 214/3؛ هارون، 1976، 218) وقام بمهمة إعلامية ناجحة لصالح المسلمين، وأتى سعي بنعيم بن مسعود أكَّله وجنى ثماره العظيمة حين أتم خطته بإحكام وانتهى إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم بخبره بما أوقعه من الخلاف بين يهود من جهة، وغطفان وقريش من جهة ثانية، ثم أرسل الله الرياح الشديدة عليهم في الليل فانهمزوا خائبين (هارون، 1976، 220-221).

3. استطلاع بسر بن سفيان الخزاعي: عهد إليه النبي عليه الصلاة والسلام بمهمة استطلاعية حينما كان متجهاً إلى مكة للعمرة عام الحديبية في السنة السادسة للهجرة، وحين كان عليه الصلاة والسلام في ذي الحليفة قبل مكة، كلفه أن يتقدم إمام المسلمين لاستكشاف المنطقة ويقوم بجمع الأخبار عن قريش داخل مكة وخارجها، ويستكشف أماكن تجمع قوات قريش، ويعرف ردود أفعال قادة مكة وخطتهم تجاه قدوم النبي للاعتما في هذا العام واختاره الرسول صلى الله عليه وسلم لهذه المهمة لأنه كان أحد زعماء قبيلة خزاعة البارزين ومعروف لدى قريش بوزنه السياسي، ولأنه أسلم حديثاً ولم تعلم قريش بإسلامه، ولهذا لا يداخلها الشك فيه عند دخوله مكة أو خروجه منها، بل حتى في دخوله إلى معسكرات قريش أو إلى مركز حكومها في دار الندوة، وقد أدى بسر وظيفته الإعلامية بإتقان وإحكام ونجاح باهر، إذ دخل إلى معسكرات قريش في منطقة بلدح على أطراف مكة وحصل على كافة المعلومات التي أراها لمهمته الإعلامية المكلف بها من النبي صلى الله عليه وسلم، ويمثل بسر في هذه الوظيفة رجل الإعلام المسلم الذي يتحرك وفق خطة إعلامية مدروسة وبالتنسيق مع الجهة المسؤولة عنه سياسياً وإعلامياً، ولذلك أنجز مهمته بنجاح تام وحصل على أدق المعلومات وعاد في الوقت المحدد له، ولاقى النبي صلى الله عليه وسلم كما يروي الإمام البخاري في صحيحه عند غدير أشطاط (البخاري، د.ت، 267/5)، وقدم له تلك المعلومات الإعلامية والعسكرية القيمة، ليتم توظيفها ضمن الخطة المحكمة التي رسمها وينفذها عليه الصلاة والسلام في إدارة صراعه مع قريش، وفي المفاوضات معها للوصول إلى الصلح في الحديبية (حجازي، 1986، 70-72).

خامساً: وظيفة ثقافية أدبية اجتماعية:

يغطي الإعلام في هذه الوظيفة الفعاليات والنشاطات الأدبية والثقافية، ويبرع في تقديمه صورة وافية عن المناسبات الاجتماعية المختلفة، وقد أوردت المصادر صوراً كثيرة من دور الإعلام ووظيفته في تسجيل الحياة الثقافية والأدبية والاجتماعية عند العرب قبل الإسلام، وهم أمة اللغة والبلاغة والأدب، لاسيما في الشعر، حتى يقال: الشعر ديوان العرب، أي سجلاً لأخلاقهم وطباعهم وعاداتهم وديانتهم وعقليتهم (الفلقشندي، 1987، 89/1؛ أمين، 1969، 57)، وإذا كان كذلك فقد برع شعراؤهم في تصوير الأحداث وتقديمها وكأنهم يرسمون في صورهم البيانية شعراً ونثراً، مشهداً إعلامياً متناسقاً متكاملأً، ففي الفترة الجاهلية، كان الشعر والأدب السمة الأساس للعربي، وكان شعراؤهم وكُتَّابهم يتبارون ويتباهون في تجبير الكلام وتنميقه، وأصبح ذلك من مزايا أهل العلم، وجزياً على هذا، أطلق ابن حبيب على بعض مؤلفاته اسم المَحَبَّر والمُنَمَّق في أشعار وأخبار قريش والعرب (ابن حبيب، 1985)، ويشير أحمد أمين إلى أن الشعراء في الجاهلية كانوا أهل المعرفة، وأنهم على أهل زمانهم من حيث الأنساب واللغة وأرقى الطبقات الاجتماعية عقلاً (أمين، 1969، 55-56)، وكان الشاعر من أصحاب المعلقات، التي تعد من أشهر شعر العرب وأبلغه، يُقِيمُ حوالاً يراجع قصيدته قبل أن يعرضها ويلقيها عليهم ثم تعلق عند الكعبة ليراها الناس ويقرأونها أثناء حجهم بالبيت والطواف حوله (الزوزني، 2005)، وموضوعات الشعر قبل الإسلام نقلها لنا الإخباريون والرواة، ويروى أن حماداً الراوية هو الذي جمع المعلقات ونقلها (أمين، 1969، 58)، وفي الإسلام، كان للشعر والنثر والخطابة والأمثال والقصص دور هام كوظيفة إعلامية (أمين، 1969، 60-62)، تنقل وتحكي ما يروى من حوادث في المجالات المتعددة كما ذكرنا دعويأً وسياسياً وعسكريأً، علاوةً على الوظيفة الثقافية والأدبية، كما استخدم القصص من القصة في العصرين الأموي والعباسي وسيلة لوعظ الناس وتهذيبهم، واشتهر من شعراء الأمويين أصحاب النقائص الثلاثة جرير والفرزدق والأخطل، وكان الخلفاء يهتمون بالأدب ويكرمون الشعراء ويجزلون لهم العطايا تشجيعاً لهم وثناءً على إبداعهم (كرد علي، 1983، 17/4)، وقد غطى الشعر بوظيفته الإعلامية أوضاع المجتمع والدولة والقضايا الإنسانية في المديح والهجاء والرثاء وفي الدفاع عن العقيدة والدين في العصر النبوي، حتى عرف حسان بن ثابت بأنه شاعر الرسول صلى الله عليه وسلم، اشتهر بقوته في الدفاع عن الإسلام وفي الرد على الشرك والمشركين (ابن كثير، 1976، 41/3، 69، 106، 113، 119، 250، 311، 684)، أما كعب بن زهير فقد وفد على النبي صلى الله عليه وسلم، وأسلم بين يدي النبي صلى الله عليه وسلم، ثم امتدحه بالقصيدة المشهورة: بانث سعاد، فكافأه النبي صلى الله عليه وسلم وخلع عليه برده، وسميت القصيدة بقصيدة البردة (ابن كثير، 1976، 699/3، 701، 707) ولذلك فإن الإسلام حدد وظيفة الشعر بعد أن ذم الشعراء الكذبة الذين لا خلاق ولا مبدأ لديهم إلا التكبس والتملق ولو على حساب الحق، بأن جعل منهم حملة رسالة وأصحاب قضايا عنوانها التمسك بمنهج الله وتحري الصدق والانتصار للحق والدفاع عنه ضد الباطل، كما في محكم التنزيل (والشعراء يتبعهم الغاؤون... وأنهم يقولون ما لا يفعلون، إلا الذين آمنوا و عملوا الصالحات وذكروا الله كثيراً وانتصروا من بعد ما ظلموا، وسيعلم الذين ظلموا أي منقلب ينقلبون) (الشعراء: 224-227)، وإضافة إلى الشعر فقد عرف العرب في جاهليتهم الأمثال، وامتد ذلك فيهم واشتهر في القرون الإسلامية الأولى كنوع آخر من الأدب، وخلفوا لنا ما يدل على عقليتهم الإبداعية في هذا كإبداعهم في الشعر والقصص، وذلك يدل على تجارب صادقة من واقع الحياة، ونظر هادىء ملؤه الحكمة والعقلانية، وبرعوا كذلك في الأحادي والألغاز، واشتهر منهم في الجاهلية امرؤ القيس وعبيد بن الأبرص، وسطرت المؤلفات التي تروي الأمثال عند

العرب، مثل كتاب الأمثال للميداني وأمثال المفضل الضبي (القلقشندي، 1987، 50/1-62؛ أمين، 1969، 66-68)، ولطالما كان العرب في جاهليتهم لا يأخذون مسبقاً بعين الاعتبار أهدافاً للأدب في معالجة ومناقشة قضايا المجتمع، ولا يضعون نصب أعينهم غايات ووظائف ينشدها أدبهم ورسالة ينقلها ذلك الأدب بشكل مخطط له ومدرس، فإن الأدب في الإسلام له وظيفة يؤديها، وهو في الحالتين وسيلة إعلامية كمرآة تعبر عن قيم المجتمع وعن المثل التي يحملها ويدين بها، ولهذا فإنه بعد الإسلام أخذ الأدب بأبوابه وفنونه المتعددة من شعر وقصة وأمثال وخطابة يمارسها وظيفة توجيهية في الأمة، وصار منبراً لإيصال الأفكار والتوجهات التي تسعى الدولة إلى تحويل الرأي العام نحوها وتلك هي وظيفة الإعلام ومهمته في الدولة الإسلامية (سعد الدين، 1991، 27-28)، ففي عصر الرسول كانت وظيفة الشعر والأدب تأييد الدعوة الإسلامية ونشر الإسلام والرد على عقائد المشركين وإبطال حججهم وعقائدهم وآرائهم الفاسدة، وإحلال قيم الإسلام الصحيحة وتأديب الناس عليها، وأدى الشعر والقصة الوظيفة ذاتها التي أداها الشعر والأدب في العصر الجاهلي، ثم في الفترة النبوية، وركز على نقل أخبار وأشعار الفتوحات والانتصارات للجيوش الإسلامية، وصار لكل فرقة من الفرق أدباً لها والدافعون عن آرائها السياسية وتوجهاتها الحزبية، فصار هناك شعراء للفرق والمذاهب السياسية والدينية، كشعراء الخوارج وشعراء بني العباس، وشعراء البيت الأموي وغيرهم، وتوزعت مهام الشعر والأدب ووظائفه بين تلك الفرق والمذاهب، وأصبح تركيزها واهتمامها لتأييد مسارها السياسي، ولتأييد فكرها ومذهبها الذي تدعو له، وتحول الإعلام في وظائفه إلى إعلام دولة وإعلام فرق وأحزاب متصارعة ومتناحرة (أمين، 1969، 156-165)، وانحسرت وظيفة الأدب والشعر الفنية كفن وأدب بحث يعالج ويناقش القضايا الإنسانية الجمالية في حياة الإنسان (كرد علي، 1983، 22/4-23)، وتراجع الاهتمام بالقيم الأدبية الفنية والجمالية إلى الدرجة الثانية، وتقدم عليه منذ بدء الفتنة بين علي ومعاوية عام 35هـ/655م والاهتمام بالمذهب السياسي أو الديني أو الحزبي (حمزة، 2002، 47-52)، وكان أكثر المنشغلين بالعلم يوجهون جهودهم لدراسة علوم الشريعة والتفقه بها (كرد علي، 1983، 22/4-23)، وذلك لازدياد الاهتمام بها، ونشاط حركة التعليم والتأليف بها.

المبحث الخامس: أدوات الإعلام

احتاج الإعلام إلى وسائل وأدوات للقيام بوظائفه المتعددة التي ذكرت آنفاً، وهي الدعوية والتربوية والسياسية والثقافية، وكما تعددت وظائفه فقد تعددت أدواته ووسائله، ويرى المنتعق لهذه الأدوات أن أغلب ما كان مستعملاً عند العرب قبل الإسلام، حافظ على دوره في صدر الإسلام وفي القرون الإسلامية الأولى إلى حين أخذت هذه الأدوات والوسائل الإعلامية مكانها في النظم الإدارية كمؤسسات وإدارات رسمية في الدولتين الأموية والعباسية، وهو ما يعادل الوزارات في الدول الحديثة في الوقت الحالي، ولربما طرأ هناك بعض التطوير والتحديث والزيادة على تلك الأدوات الإعلامية من خلال الوقائع التي استخدمت فيها، وهو ما يمكن ملاحظته عند ذكر الأمثلة والشواهد على دور كل أداة منها، ونورد هنا هذه الأدوات الإعلامية على الشكل الآتي:

1. **الكتابة والتدوين:** وقد عرفت في فترة ما قبل الإسلام كوسيلة للإعلام والاتصال وتثبيت المعلومات، ووعاؤها اللغة العربية (أمين، 1969، 51؛ حاتم، 1985، 66، 72)، يتخاطب الناس فيما بينهم، وبها تخاطب الدول بعضها البعض، كما ترسل الرسائل المكتوبة من الملوك والأمراء إلى الولاة وقادة الجيوش والموظفين

الإداريين، واستمر دور هذه الوسيلة في الإسلام بعد بعثة النبي صلى الله عليه وسلم، وعرف في العهد النبوي كُتَّاب الوحي الذين يكتبون القرآن الذي ينزل على النبي صلى الله عليه وسلم وعُرف منهم علي بن أبي طالب وخالد بن الوليد ومعاوية بن أبي زيد وأبي بن كعب وآخرون، ولهذا قال القلقشندي إن ديوان الإنشاء الذي يُعنى بكتابة الرسائل كان وجوده متقدماً زمنياً منذ عهد النبي صلى الله عليه وسلم، وليس في العصر الأموي أو العباسي (القلقشندي، 1987، 125/1)، وكان أول من دَوَّن الدواوين في الإسلام هو الخليفة الثاني عمر بن الخطاب وكان ديوان الحمد وديوان العطاء هما الديوانان اللذان أنشأهما الخليفة عمر نظراً للحاجة إليهما لتوزيع الأموال على الجند (الدوري، 1988، 139)، وازداد اهتمام المسلمين بالتدوين، لأن دور الكتابة الإعلامي أكثر ديمومة وأقدر على حفظ المعلومات، وكانت للكتابة أثرها في تقدم الثقافة وقد بدأ التدوين الرسمي في الإسلام بعد كتابة القرآن، مع مطلع القرن الهجري الثاني بتدوين السنة النبوية على يدي محمد بن شهاب الزهري بتكليف من الخليفة عمر بن عبد العزيز (القلقشندي، 1987، 63/1-67؛ خفاجي و شرف، 1992، 354-356)، فكانت الكتابة من أبرز وأهم أدوات الإعلام، ويمكن القول إن الخليفة معاوية بن أبي سفيان، قام بعمل أشبه ما يكون بتأسيس وزارة للإعلام، أي بدأ بِمَأسَسة الإعلام وتأطيره بشكل رسمي أقرب ما يكون بعمل وزارة، حين قال مرة لمستشاريه: وددت أن عندنا من يحدثنا عما مضى من الزمن، فقليل له: إنَّ بِحَضْرَمَوْت رجلاً معمرًا فأتى به، وورد على معاوية من اليمن عُبيدُ بن شُرَيْبة، من المعمرين، وكان آية باهرة في رواية أخبار التاريخ يرويها مشفوعةً بقصائد، فأمر معاوية كُتَّابَهُ أن يُدَوِّنُوا ما يتحدث به عبيد بن شُرَيْبة في كل مجلس سمر به معاوية، ولذلك كان البدء في تدوين التاريخ على يد الخليفة معاوية (كرد علي، 1968، 171/1-172)، وهذا التدوين من أكبر الأعمال الإعلامية، وهو من أعظم أدوات الإعلام التي وظفت في نصف القرن الهجري الأول في عصر معاوية، وهو يتقدم زمنياً على تدوين علم الحديث في عهد عمر بن عبد العزيز في نهاية القرن الأول ومطلع الثاني، وبالتالي نقل لنا الإعلام ثلاثة أعمال جليلة للأمويين: تدوين الدواوين في عهد عبد الملك، وتدوين التاريخ في عهد معاوية، وتدوين الحديث في عهد عمر بن عبد العزيز، ثم تطورت الدواوين في العهد الأموي، فأنشأ الأمويون دواوين جديدة، وجعلوا من ديوان الإنشاء ديواناً رسمياً، وخصصوا ديواناً للرسائل، وأخذ هذا الديوان صفته الرسمية في عهد الخليفة عبد الملك بن مروان، وبأمر مباشر منه (القلقشندي، 1987، 125/1؛ الدوري، 1988، 147)، ثم توسع هذا الديوان في مستهل الخلافة العباسية إثر تولي أبو العباس السفاح الخلافة عام 132هـ، وتعيينه للوزارة الوزير الأول أبا سلمة الخلال، فهو أول من لقب بلقب الوزارة (القلقشندي، 1987، 127/1)، كما اشتهر أبو إسحاق الصابئ بتولي ديوان الرسائل في الدولة العباسية في عهد الطائع والمطيع وعز الدولة (القلقشندي، 1987، 70/1-71).

2. الشُّعْر :

يعد الشعر من أهم وأبرز أدوات الإعلام منذ الفترة الجاهلية وحتى يومنا هذا، ولعظيم مكانته قال عنه الخليفة معاوية بن أبي سفيان رضي الله عنه : الشعر ديوان العرب (القلقشندي، 1987، 89/1؛ كرد علي، 1968، 172/1)، لأنه يروي ويحكي ويُدَوِّن أفعالهم وأحاديثهم وكل ما يجري من حوادث في حياتهم اليومية اجتماعياً وسياسياً واقتصادياً وأدبياً، ولأهمية وظيفة الشعر أنه كان سيد البلاغة عند العرب في الجاهلية، ولاهتمامهم بالبلاغة الشعرية يقام منتدى

للشعر في موسم الحج في سوق عكاظ بمكة، يعرض فيه كبار الشعر وفحولهم أجمل قصائدهم فناً وبلاغةً وتعلق على جدار الكعبة وعلى بابها وتبقى معلقة عاماً يمر بها الناس ويقرأونها (ابن كثير، 1976، 120/1-121)، ويشير كرد علي إلى عظيم تأثير الشعر وإلى دور وظيفته وأهميتها، فيقول: "ويكفي في تأثير الشعر في العقول أن الرسول صلى الله عليه وسلم كان ينصب لحسان بن ثابت منبراً في المسجد يقوم عليه ينفح عن الرسول وهناك المئات من الصحابة كانوا شعراء مُجيدين" (كرد علي، 1968، 175/1: 123/4)، وخصص حسان بن ثابت بين هؤلاء بأنه شاعر الرسول صلى الله عليه وسلم، وكان عليه الصلاة والسلام يأمره بأن يرد عنه بالشعر اتهامات كفار قريش له ويقول له: "أجب عني، اللهم أيده بروح القدس"، وفي رواية أخرى قال النبي صلى الله عليه وسلم لحسان: "اهجهم أو هاجهم وجبريل معك." (البخاري، د.ت، 232/4؛ عبد الباقي، 2007، 549؛ هارون، 1976، 345).

ولهذا فإن الشعر هو من أهم أدوات الإعلام، ويتعدى دوره الجانب الفني الأدبي الذي يُعنى بالإجادة في الصورة والمعنى، وينشغل بالإبداع في الفخر والرتاء والوصف والهجاء والغزل أيام الجاهلية، إلى وظيفة أساسية في الإسلام، هي الدعوة له والذب عن عقيدته ومبادئه والدفاع عن الرسول صلى الله عليه وسلم (إمام، 1980، 27)، إضافة لوظائفه التي ذكرناها في هذا البحث، أما الخليفة الثاني عمر بن الخطاب فتحدث عن مكانة الشعر ووظيفته عند العرب، فيقول: كان الشعر علم قوم لم يكن لهم علم أصح منه، فجاء الإسلام فتشاغلت عنه العرب وتشاغلوها بالجهاد فلما كثر الإسلام وجاءت الفتوح، واطمأنت العرب بالأمصار، راجعوا رواية الشعر (كرد علي، 1968، 175/1)، فالشعر أدى وظيفة إعلامية نقل لنا حضارة العرب قبل الإسلام وفي الإسلام ازدادت وظائفه وتعددت، وكانت وظيفته الأساس في عهد النبي صلى الله عليه وسلم وعهد أبي بكر وعمر دعوية وسياسية لنشر الإسلام، ثم تقدمت الوظيفة السياسية والدعائية له لما بدأ الهجوم على الخلافة وأعدائها في عهد عثمان، وما جرى بعد استشهاد عثمان من نزاع بين علي ومعاوية على الخلافة، أعقب ذلك صراع الفرق السياسية والدينية مع الأمويين وفيما بين هذه الفرق، وأخذت الوظيفة السياسية للإعلام تغلب في هذه المرحلة على الوظيفة الدعوية التي سادت ووسمت الشعر في العهد النبوي وفي عهد أبي بكر وعمر، فصار شعراً سياسياً بامتياز، ينطق بلسان الفرق والمذاهب السياسية، وينطق بلسان الدولة الأموية ضد خصومها السياسيين والعكس صحيح (الطبري، 1962، 369/7؛ كرد علي، 1983، 142/1) ولهذا نلمح في خطاب عبد الله بن الزبير السياسي نبرة التحدي للأمويين في صراعه معهم على الخلافة حين يقول:

فلا ألين لغير الحق أسأله حتى يلين الضرس الماضغ الحجر

وتطورت وظيفة الشعر مرة أخرى وصار أداةً للدعاية السياسية للعباسيين في مرحلة دعوتهم السرية قبل إنشاء الدولة، وصار أيضاً أداةً للتحذير للأمويين مما يدبره العباسيون لقلب دولتهم وإسقاطهم وتشير أبيات نصر بن سيار أحد القادة البارزين لجيوش الأمويين إلى هذا وهو يتحسس المخاطر المحدقة بالدولة الأموية، ويدعو الأمويين إلى سرعة التحرك العسكري قبل فوات الأوان وسقوط دولتهم، والتي يقول فيها:

أرى بين الرماد ومبيض جمر وأخشى أن يكون له ضرام

فإن النار بالعودين تُنكى وإن الحرب مَبْدَوْهَا كَلَامٌ

فقلتُ من النَّعجب لبيتِ شِعْري أيقاظُ أُمِّيَّةٍ أم نِيامٍ

وقد كان الإعلام الشعري صادقاً في أبيات نصر بن سيار هذه، ووقع ما حذر الأمويين منه وتسارعت الأحداث وانتصر العباسيون وأسقطوا خلافة بني أمية عام 132هـ/749م .

3. الاتصال المباشر مع الأفراد والجماعات:

يعد الاتصال المباشر من أقوى أدوات الإعلام ومن أكثرها قدرةً على التأثير وتحقيق النتائج المطلوبة (حمزة، 1971، 172-173)، ويستعمل فيه الحديث الفردي والخطبة في المجموعة أو في الأعداد الكبيرة من الناس، ونشير هنا إلى دور كل من هذه الأنواع الثلاثة كأداة مستقلة من أدوات الإعلام :

أ. الاتصال الفردي (الاتصال الشخصي): وقد عرف في الإسلام كأداة للدعوة للإسلام إذ بدأ النبي عليه الصلاة والسلام دعوته بالاتصال المباشر مع الأفراد (إمام، 1980، 32-35) ، فدعا أهل بيته وأفراداً محيطين به، وكان أول من أسلم معه هو زوجته خديجة، ومن الرجال أبو بكر الصديق ومن الشباب علي بن أبي طالب (ابن كثير، 1976، 427/1، 432، 453)، كما استقبل عليه الصلاة والسلام أفراداً بأشخاصهم يدعوهم للإسلام ولهذا فإن الاتصال الشخصي يأتي بثمار للدعوة مباشرة (ابن كثير، 1976، 32/2، 699/3) .

ب. الاتصال الجمعي : وهو أداة إعلامية استخدمها النبي عليه الصلاة والسلام في إعلام المجموعات من الناس ودعوتهم إلى الإسلام، فقد بدأ عليه السلام بدعوة قريش إثر نزول قوله تعالى: ﴿وأنذر عشيرتَك الأقربين﴾ (الشعراء: 214)، وصعد جبل الصفا ونادى بأعلى صوته قبائل قريش بأسمائها، فهرع الناس إليه من كل شعاب مكة، ثم دعاهم للإسلام (ابن كثير، 1976، 455/1-457)، وأيضاً ذهب عليه الصلاة والسلام إلى أسواق العرب في موسم الحج يدعوهم للإسلام، وذهب إلى الطائف وعرض على أهلها الإسلام (ابن كثير، 1976، 149/2-155) .

ج. الاتصال بالتجمعات الكبيرة: وكانت هذه الأداة معروفة عند العرب قبل الإسلام في جاهليتهم، ومظهرها هو الحضور إلى أسواق العرب التي تقام في مكة والمدينة (يثرب) وحضور موسم الحج، وتلقى في موسم الحج خطبة عرفات التي تلقى في أكبر مؤتمر سنوي للمسلمين في العالم ولهذا لا بد من اعتبار الخطبة هي الأداة الإعلامية التي تخاطب التجمعات الكبيرة لدى العرب، خاصة في موسم الحج، هذا المؤتمر السنوي الذي يحضره أعداد غفيرة، كانت تقدم في صدر الإسلام بمئات الآلاف، وتقدر حالياً ببضعة ملايين يجتمعون في صعيد واحد، لهذا تعد الخطبة هي الأداة الاتصال بالتجمعات الكبيرة، ونبين هنا دورها الإعلامي :

– الخطبة: عرفها العرب قبل الإسلام واشتهر منهم خطباء معروفون بالحكمة ورجاحة العقل بين أقوامهم، لكنها في الإسلام كانت الوعاة للدعوة الإسلامية، وقد قسمت إلى خطبة الجمعة وخطبة العيدين الفطر والأضحى، وفي الحج تلقى خطبة عرفات يليقها خطيب مسجد عرفات في جموع الحجيج، وفي الفترة النبوية كان عليه الصلاة والسلام قد ألقى في حجته الوحيدة بعد فتح مكة خطبة جامعة عرفات بحجة

الوداع (الطبري، 1962، 148/3-152؛ ابن كثير، 1976، 211/4، 289، 347)، وتؤدي خطبة عرفات رسالة ووظيفة إعلامية ذات أبعاد دينية فيها شرح لقضايا وجوانب إسلامية تحتاج لثن يشرحها ويوضحها خليفة المسلمين أو من ينوب عنه، وفي عهد النبي صلى الله عليه وسلم كان عليه الصلاة والسلام قد جعل من خطبة حجة الوداع في السنة العاشرة للهجرة مناسبة يقدم فيها آخر ما يوصي به المسلمون في عهده وأمه إلى قيام الساعة بثوابت يجب عليهم الالتزام والعمل بها (خفاجي و شرف، 1992، 299)، وفي ذلك تأكيد وإلزام لكل من يأتي من بعده من خلفاء الإسلام وقادة المسلمين بالمبادئ والواجبات التي أمر عليه الصلاة والسلام أمته بالعمل بها (خفاجي و شرف، 1992، 302-307).

واشتهر في الإسلام خطباء مميزون، منهم: أبو بكر الصديق وعمر بن الخطاب وعثمان وعلي وعبد الله بن الزبير ومعاوية بن أبي سفيان وأبو عبيدة بن الجراح وعبد الملك بن مروان والحجاج بين يوسف الثقفي، ولعبت الخطبة بعد العهد النبوي دوراً بارزاً في النزاعات والخلافات السياسية إذ كانت أداة إعلامية تقدم المساجلات السياسية والخصومات والردود بين السياسيين بعضهم على بعض، وكوصل رسائل سياسية من الدولة للمعارضين لها، ومن المعارضين إلى الدولة، وكل من يحاول إضفاء الشرعية على موقفه وإبطال موقف الطرف الآخر، وإثبات شرعيته بالحجج وبالقوة العسكرية وباستخدام القوة والتلويح بها، ومثال ذلك ما تنقله لنا المصادر عن خطبة الحجاج بالكوفة حين ولاه عليها الخليفة عبد الملك بن مروان على العراق سنة خمس وسبعين هجرية، فجاء الحجاج الكوفة وبدأ بالمسجد فدخله ثم صعد المنبر وهو متلثم بعمامة خز حمراء، ثم أمر بجمع الناس وخطب فيهم بعد ان كشف عن وجهه وقال يريد إيصال رسالة سياسية وأمنية للمحاضرين:

أنا ابن جلا وطلّاع الثنايا متى أضع العمامة تعرفوني

ثم قال نثراً: إني لأحمل الشعر محمله، وأجزيه بمثله، وإني لأرى رؤوساً قد أينعت وحان قطافها، وإني لأنظر إلى الدماء بين العمائم واللحى .

ثم قال شعراً يؤدي ما ذكره نثراً:

هذا أوان الشّد فاشتدي زيّم قد لَقَّها الليل بسوّاق حُطْم

ليس براعي إبلٍ ولا غنمٍ ولا بجزارٍ على ظهرٍ وضَم

فالخطبة كالتي أوردنا هنا تؤدي رسالتين سياسية وإعلامية في آن معاً .

4. الوفود:

عندما تذكر الوفود كأداة للإعلام فإنها ترتبط بالرسائل، والوفد والرسالة أداتان إعلاميتان تحملان مضموناً يؤدي غرضاً ووظيفة، كانت قبل الإسلام إما دبلوماسية سياسية أو اقتصادية إن كان الأمر يتعلق بالتجارة والمال والاقتصاد، وكان عمرو بن العاص وعمار بن الوليد المخزومي تاجرين خرجا إلى النجاشي ملك الحبشة لبحث العلاقات التجارية والدبلوماسية بين حكومة مكة القرشية، وحكومة الحبشة بزعامة ملكها النجاشي (أمين، 1969، 14)، أما في الإسلام

فقد استمرت حركة الوفود بين قريش وملك الحبشة، وعاود عمرو بن العاص الذهاب إلى الحبشة، لكن هذه المرة بوظيفة دبلوماسية سياسية في السنة السادسة بعد مبعث النبي صلى الله عليه وسلم كما تؤكد كتب السيرة ليستعيد المسلمين الذين لجأوا إلى ملك الحبشة النجاشي هرباً من اضطهاد قريش، وكانوا بزعامة جعفر بن أبي طالب، وقد فشلت هذه المهمة للوفد القرشي الذي تزعمه عمرو بن العاص، وعاود عمرو خائباً لاقتناع النجاشي بحجج الصحابة اللاجئين إليه، العادلة بأنهم على حق ومظلومون، وأن عمراً مبطلٌ ومعتدٍ وظالم في عدائه للإسلام آنذاك (ابن كثير، 1976، 14/2، 26).

وتتابعت الوفود في الإسلام كأداة إعلامية، وفي صلح الحديبية في العام السادس للهجرة جاء وفد قريش بزعامة سهيل بن عمرو، وفاوضوا النبي صلى الله عليه وسلم على عدم دخوله مكة معتمراً في ذلك العام وعاد إلى المدينة ووقع الطرفان صلح الحديبية (الطبري، 1962، 620/2-644) وكان الوفد القرشي يحمل رؤية قانونية ذات مضمون ديني وسياسي تفاوض على أساسها مع النبي صلى الله عليه وسلم وكان الصلح دعاية عالمية للإسلام، وبعد صلح الحديبية صارت الوفود في الإسلام قسمين:

1. الوفود التي أرسلها النبي صلى الله عليه وسلم إلى زعماء القبائل وإلى رؤساء الدولة والإمارات والممالك المجاورة (ابن كثير، 1976، 339/3)، وأسهمت هذه الرسائل إسهاماً كبيراً في خدمة الإسلام والدعوة الإسلامية في داخل الجزيرة العربية وخارجها، وأدت وظيفتها الإعلامية في:

أ. نشر الإسلام في مناطق جديدة لم تبلغها الدعوة من قبل .

ب. تقديم الدولة الإسلامية الناشئة في المدينة بزعامة النبي صلى الله عليه وسلم، إلى العالم الخارجي، كقوة جديدة لها سيادتها ومكانتها، وتعرض هويتها المميّزة التي تحمل الإسلام، ومن الجدير بالذكر هنا أن النبي صلى الله عليه وسلم بعد فتح مكة ونزول سورة التوبة أرسل في العام التاسع للهجرة أبا بكر أميراً على الحج ثم أرسل علياً بعده ليقرأ على الناس في عرفات الأحكام التي نزلت بها سورة التوبة، إذ نزلت هذه السورة بعد فتح مكة مع بدء موسم الحج (البخاري، د.ت، 124/6؛ ابن كثير، 1976، 68/4).

2. الوفود التي استقبلها النبي صلى الله عليه وسلم بعد فتح مكة: كان ذلك في جزيرة العرب والمناطق المحيطة بها، وبعض تلك الوفود من الممالك والإمارات والدويلات المجاورة للجزيرة العربية (ابن كثير، 1976، 27/4، 53، 76-185)، وتحمل تلك الوفود رسالة إعلامية واضحة الدلالة وهي أن النبي صلى الله عليه وسلم فرض بفتح مكة هيبة دولة الإسلام على الدول الأخرى وقرأت تلك الدول فتح مكة على أنه بروز للدولة الإسلامية في المدينة كقوة جديدة يجب الاعتراف بها والإقرار بمكانتها وقوتها وسيادتها على كامل الجزيرة العربية وأطرافها، فالوفود أداة إعلامية تحمل مضامين دعوية وسياسية وتربوية، كان عليه الصلاة والسلام يُنَبِّت من خلالها مكانة الدولة الإسلامية الجديدة كقوة رئيسة في الجزيرة العربية لها السيادة على كامل رقعها الجغرافية، ويحقق من الدول المجاورة اعترافاً بها، وفي الوقت ذاته تنشر الإسلام وتدعو إليه، وتقدم أخلاق الإسلام وقيمه لتربي المجتمعات العربية على تلك القيم .

ولم تخرج وظيفة الوفود كأداة إعلامية بعد الفترة النبوية عن النطاق الذي أدته في هذه الفترة وما سبقها، لكنها اتخذت منحىً أكثر وضوحاً في وظيفتها السياسية وفي تطور مفهومها في انضوائها تحت دائرة الإعلام الرسمي في كلا الدولتين الأموية والعباسية، فأصبحت الوفود التي ترسل أو تستقبل تمثل دولة لها شاراتها ومؤسساتها الرسمية .

5. القصص ووضاوعوا الحديث :

عرفت العرب قبل الإسلام القصص أحد أبواب أدبهم، واشتهر منها أيام العرب التي تدور أحداثها عما وقع بين العرب في الجاهلية من حروب كداحس والغبراء ويوم الفجار ويوم الكلاب، وعما وقع بينهم وبين أعدائهم كيوم ذي قار بين بني شيبان والفرس، كما روى العرب قصصاً عن الأمم الأخرى كالفرس والهنود (أمين، 1969، 66-68)، وحينما أنزل القرآن على النبي صلى الله عليه وسلم، اعتمد القصص كأداة للدعوة والاتصال الإعلامي، وأكد القرآن الكريم أن للقصص وظائف إعلامية تؤديها في الإخبار عما سلف من وقائع الأمم السابقة قال تعالى: ﴿لقد كان في قصصهم عبرة لأولي الألباب، ما كان حديثاً يفترى، ولكن تصديق الذي بين يديه وتفصيل كل شيء وهدى ورحمة لقوم يؤمنون﴾ (يوسف: 111)، وكما حدد الله عز وجل في الآية السابقة أن قصص القرآن كلها صادقة وليس فيها شيء مكذوب أو مفترى فإنه حدد وظائفه كأداة لأخذ العبرة وتصديق الحق ودحض الباطل وتأكيد توحيد الله وبطلان حجج المشركين والثوبيين، ﴿فأقصص القصص لعلهم يتفكرون﴾ (الأعراف: 176)، ﴿إن هذا لهو القصص الحق، وما من إله إلا الله، وإن الله لهو العزيز الحكيم﴾ (آل عمران: 62)، فالقصص القرآني أداة من أدوات الدعوة إلى الإسلام، يؤدي وظائف إعلامية في الاستدلال به على أن القرآن حق منزل من عند الله، وأن الإسلام دين الحق ويُرغَّب السامعين للإيمان بالإسلام، وقد أدى هذه الوظيفة طوال الفترة النبوية، وأيضاً عهد الخلفاء أبي بكر وعمر وعثمان، ثم تغيرت وظيفته، وأخذ يفقد مصداقيته شيئاً فشيئاً كلما تقادم الزمن وتباعد عن عهد الإسلام الأول في عصر الرسول صلى الله عليه وسلم وصحابته وحدث تغيير في أداء وظيفته، ودوره كأداة إعلام تتمتع بالمصداقية وتزويد الناس بالأخبار الصحيحة، وهذا عائد لتغير أهداف وغايات روات القصص وناقليها (حماد، 1994، 38-39)، فأصبح القصص بعد العهد الراشدي بعضه يبني على الصدق، والبعض الآخر مبني على الكذب، وصار جزءاً من الدعاية السياسية للحكام والتقرب إليهم (حمزة، 1971، 77-78)، إضافة إلى استخدامه كأداة إعلامية للدعاية للفرق السياسية والمذهبية، وتأييد آرائها ومواقفها وتعزيز مكانتها، وأدى وظيفة دعائية أخرى في الدعوة للخلفاء والملوك والسلطين .

والأخطر من هذا سعي القصاصين لتوظيف الحديث النبوي الشريف كأداة إعلامية في أمرين:

أولهما: الدعاية السياسية للخلفاء والأسر الحاكمة، ووضع الأحاديث واختلاقها لبيان فضل هذا الخليفة أو الحاكم أو ذلك، ولمدح تلك الأسرة الحاكمة أو ذمها، ويقف وراء هذا الفرق السياسية المعادية للأُمويين والعباسيين ولأهل البيت وخاصة الدعاية القوية ضد الخليفة علي بن أبي طالب، لاسيما ما ورد من الأخبار والروايات المكذوبة في كتاب ابن أبي الحديد في نهج البلاغة (الخطيب، 1985، 118-121)، ويرى حمزة أن الدعاية للفرق والقادة والساسة تقسم إلى قسمين، الأول: الدعاية البيضاء باستخدام الأحاديث الصحيحة لتأييد غاياتها بأن القادة والساسة على حق وأن خصومهم على باطل، وتفسير القرآن تفسيراً يناصر آراءهم، والثاني: الدعاية السوداء التي يجيزون لأنفسهم من خلالها تحريف الأحاديث واختلاقها، ثم يقول حمزة: وإن كنا لا نميل إلى تصديق الروايات التي نقلها ورواها ابن أبي الحديد ضد

الأمويين، خاصة معاوية بن أبي سفيان، فإننا نضع في الاعتبار معنى لا مفر منه، هو كراهية الشيعة لمعاوية، وهذه الكراهية حملتهم لوضع الأحاديث والكذب على لسان رسول الله صلى الله عليه وسلم، من أجل تشويه معاوية وكل الأمويين (حمزة، 1971، 57-59).

ثانيهما: وضع الأحاديث للكذب والتقرب إلى السلاطين والأمراء والخلفاء، من ذلك ما حكى عن غياث بن إبراهيم أنه دخل على الخليفة المهدي العباسي بن الخليفة أبي جعفر المنصور، وكان يعجب الخليفة للعب بالحمام، فأراد التقرب إليه ونيل عطياه فروى بين يديه الحديث الذي نصه: لا سَبَقَ إلا في حُفِّ أو حافر أو جناح، فأمر له الخليفة المهدي بعشرة آلاف درهم، فلما أراد الخروج، قال المهدي: أشهد أن قفاك قفا كذاب على رسول الله صلى الله عليه وسلم، ما قال رسول الله: أو جناح (أمين، 1969، 214)، إذاً استخدم وضع الحديث لأداء وظيفة إعلامية غير أخلاقية وتفنقر إلى الصدق والدقة، وهو كما يقول الخطيب يشبه ما يفعله الصحفيون اليوم من التخلي عن أخلاقهم والابتعاد عن الأمانة المهنية، والكذب الإعلامي لنيل المنافع القاصرة (الخطيب، 1985، 225).

نتائج البحث:

توصل الباحث من خلال هذا البحث إلى استخلاص النتائج الآتية:

1. الإعلام علم أصيل عند العرب قبل الإسلام بمفهومه اللغوي الدال على الاتصال والإخبار ونقل المعلومات والتواصل، بأدواته ووسائله المتعددة، وممارسة وظائفه في مكة عاصمتهم الحضارية ومركز ثقلهم السياسي والاقتصادي والثقافي.
2. طور الإسلام مفهوم الإعلام ووسع مجالات عمله في اتجاه الوظائف والأدوات، وأعطاه طابعاً حضارياً جديداً لم يعرف من قبل، وجعله إعلام أمة تميز بها من دون الناس.
3. اختلفت وظائف الإعلام في العهد النبوي عنها في الفترات اللاحقة، في عهد الراشدين، وفي ظل الدولتين الأموية والعباسية، تبعاً للغايات والأهداف التي يسعى لتحقيقها في الفترتين المذكورتين.
4. أدى توسع رقعة الدولة الإسلامية في العهدين الراشدي والأموي، ووقوع النزاعات والاختلافات المذهبية والسياسية، إلى تغير وتبدل في مسيرة الإعلام، ودخول أدوات جديدة على عمل الإعلام ووظائفه، وانعكس ذلك سلبياً على مسيرة الدعوة الإسلامية وانتشار الإسلام في مناطق وآفاق جديدة.
5. مر مفهوم الإعلام عند العرب المسلمين بمرحلة ثلاث متدرجة، انتقل فيها من المفهوم العفوي إلى إعلام الدولة، وتشكلت له مؤسسات تُعنى به في الدولتين الأموية والعباسية.
6. وصل الإعلام في الدولة العربية الإسلامية في العهدين الأموي والعباسي إلى حالة من الاستقرار والبناء الإداري والمؤسسي، مهدت الطريق وعدت تأسيساً لتطور الإعلام بمفاهيمه ووظائفه وأدواته في العصر الحديث.

الختامة:

تتاول هذا البحث مفهوم الإعلام ووظائفه وأدواته في الحضارة العربية الإسلامية، وأوضح أن مفهوم الإعلام عريق متأصل في جذور وأعماق الحياة الإنسانية، حين رافق الإنسان منذ وجوده على الأرض، كما تطرق البحث إلى دلالات هذا المفهوم عند أهل اللغة وفي الاصطلاح، وأشار إلى أن الإعلام يرادف في بعض دلالاته مفهوم الدعوة في الإسلام، مظهراً التباين والالتقاء بين كلا المفهومين .

ووقف البحث أيضاً عند مفصل ومحطات مفهوم الإعلام، وحاول التعرف على التطورات والتغيرات التي طرأت على هذا المفهوم منذ نشأته إلى حين انتهى به المطاف حين أخذ مكانته بشكله المؤسسي في الدولة العباسية .

وتكلم أيضاً عن وظائف الإعلام، وبين أنها تتمحور في أغلبها حول الوظائف السياسية والاجتماعية والدعوية والثقافية والاجتماعية، وقد لاحظ الباحث أن التراث في هذه الفترة غني بالشواهد التي تثبت وظائف الإعلام المذكورة، بل إن التراث بأكمله قائم على الإعلام ومنقول عبر الإعلام، ولولا ذلك لما وقفنا على شيء من مبدئه وطبيعته أو وظائفه أو مهامه، ولذلك اقتصر البحث على بعض الصور المعبرة عن وظائف الإعلام في كل وظيفة من وظائفه دون التوسع لأن التوسع في الأمثلة والشواهد بحر لا ساحل له، أما الأدوات فهي كثيرة مبنوثة في بطون المصادر، وهي متنوعة ومتوافرة في الفترات الزمنية المتلاحقة منذ ما قبل الإسلام في الفترة الجاهلية، وحتى نهاية الفترة التي عناها البحث في العصر العباسي، وقد تطور البعض منها وتوسع البعض الآخر، لكنها في الغالب هي ذاتها التي استخدمها الإعلام منذ ما قبل الإسلام وحتى الدولة العباسية، وقد خلص الباحث إلى أن التجربة الإعلامية الإسلامية تستحق التوقف، وتمثل في كثير من جوانبها أساساً قوياً ومتيناً يصلح لئن يقوم عليه الإعلام المعاصر بمؤسساته ووسائله وتقنياته التي بلغها في ذروة تقدمه العلمي الحالي .

المصادر والمراجع

- أشمل، محمد بلال. (د.ت). فلسفة الإعلام في الإسلام- علامات ودلالات، مجلة رسالة الجهاد، (100) .
- إمام، إبراهيم. (1980). الإعلام الإسلامي- المرحلة الشفهية (ط 1)، بيروت: مكتبة الأنجلو المصرية .
- إمام، محمد كمال الدين. (2005). الإعلام الإسلامي (ط 1)، القاهرة: دار الجامعة الجديدة .
- أمين، أحمد. (1969). فجر الإسلام (ط 10)، بيروت : دار الكتاب العربي .
- البخاري، محمد بن اسماعيل. (د.ت). الجامع الصحيح (ط 1)، بيروت: المكتبة الثقافية .
- حاتم، عبد القادر. (1985). الإعلام في القرآن (ط 1)، لندن: مؤسسة فادي برس .
- ابن حبيب، محمد. (1985). المنطق في أخبار قريش (ط 1)، بيروت: عالم الكتب .
- جباب، محمد منير. (2002). الإعلام الإسلامي- المبادئ والنظرية والتطبيق (ط 1)، القاهرة: دار الفجر .
- حجازي، سليم عبد الله. (1986). منهج الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية (ط 1)، جدة: دار المنارة .
- حماد، محمود أحمد. (1994). الإعلام والدعوة بين التكامل والتضاد، القاهرة: دن .
- حمزة، عبد اللطيف. (1971). الإعلام في صدر الإسلام (ط 1)، القاهرة: دار الفكر العربي .
- حمزة، عبد اللطيف. (2002). الإعلام له تاريخه ومذاهبه، القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب .
- الخطيب، محمد عجاج. (1985). أضواء على الإعلام في صدر الإسلام (ط 1)، بيروت: مؤسسة الرسالة .
- خفاجي، محمد عبد المنعم؛ و شرف، عبد العزيز. (1992). التفسير الإعلامي للسيرة النبوية (ط 1)، بيروت: دار الجيل .
- ابن خلدون، عبد الرحمن بن محمد. (2005). العبر وتاريخ المبتدأ والخبر (ط 5)، بيروت: بيت الأفكار الدولية.
- الدوري، عبد العزيز. (1984). التكوين التاريخي للأمة العربية (ط 1)، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية .
- الدوري، عبد العزيز. (1988). النظم الإسلامية (ط 1)، بغداد: وزارة التعليم العالي .
- الراغب الأصفهاني، الحسين بن محمد. (1988). غريب مفردات القرآن (ط 1)، بيروت: دار المعرفة .
- الزركشي، محمد بن بهادر. (2001). البرهان في علوم القرآن (ط 1)، بيروت: دار الكتب العلمية .
- الزوزني، الحسين بن أحمد. (2005). شرح المعلقات العشر (ط 1)، بيروت .

سعد الدين، محمد منير. (1991). الإعلام- قراءة في الإعلام المعاصر والإعلام الإسلامي (ط 1)، بيروت: دار المحروسة .

الشعراوي، عايد. (1992). التلويف الفكري والإعلامي في العالم الإسلامي (ط 1)، بيروت: دار النهضة الإسلامية .

الشنقيطي، سيد محمد ساداتي. (1986). أصول الإعلام الإسلامي وأسس - دراسة تحليلية لنصوص الأخبار في سورة الأنعام (ط 1)، الرياض: دار عالم الكتب .

الشنقيطي، سيد محمد. (1994). نحو تأصيل لدراسات الاتصالية (ط 1)، الرياض: دار عالم الكتب .

صيني، سعيد إسماعيل. (1997). الإعلام الإنساني النظري في الميزان (ط 1)، الرياض: دن .

الطبري، محمد بن جرير. (1962). تاريخ الأمم والملوك (ط 1)، القاهرة: دار سويدان .

عبد الباقي، محمد فؤاد. (2007). اللؤلؤ والمرجان فيما اتفق عليه الشيخان البخاري ومسلم (ط 1)، القاهرة: دار الحديث .

عبد الحليم، محمد محيي الدين. (1984). الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية (ط 1)، القاهرة: مكتبة الخانجي .

غُلّوش، أحمد. (1986). الإعلام في القرآن - الجزء الأول (ط 1)، دن .

القطان، مَنّاع. (2006). مباحث في علوم القرآن، بيروت: مؤسسة الرسالة .

القلقشندي، أحمد بن علي. (1987). صبح الأعشى (ط 1)، بيروت: دار الكتب العلمية .

ابن كثير، اسماعيل بن عمر. (1976). السيرة النبوية (ط 1)، بيروت: دار المعرفة .

كحيل، عبد الوهاب. (1985). الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي (ط 1)، الرياض: عالم الكتب .

كرد علي، محمد. (1968). الإسلام والحضارة العربية (ط 3)، القاهرة: لجنة التأليف والترجمة .

كرد علي، محمد. (1983). خطط الشام (ط 3)، دمشق: مكتبة النوري .

الماوردي، علي بن حبيب. (1986). أعلام النبوة (ط 1)، بيروت: دار الكتب العلمية .

مِثْر، آدم. (1957). الحضارة الإسلامية في القرن الرابع الهجري (ط 3)، (ترجمة: محمد عبد الهادي أبو ريبة) القاهرة: مطبعة لجنة التأليف والترجمة .

ابن منظور، محمد بن مكرم. (1956). لسان العرب، بيروت: دار صادر .

- نزال، سميح عمران. (2012). فقه الانتماء إلى المجتمع والأمة بين المفهوم العقدي والإجرائي - بحث ضمن كتاب: فقه الانتماء إلى المجتمع والأمة (ط1)، عمان: الجامعة الأردنية / المعهد العالمي للفكر الإسلامي .
- هارون، عبد السلام. (1976). تهذيب سيرة ابن هشام، بيروت: المؤسسة العربية الحديثة .
- يونس، محمد أحمد. (2004). الخطاب الإسلامي في الصحافة العربية (ط 1)، دبي: دار القلم .

Etik Beyan / Ethical Statement

Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.
It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.

Yazar(lar) / Author(s)

Mohamad Ali Alahmad

Finansman / Funding

Yazar bu araştırmayı desteklemek için herhangi bir dış fon almadığını kabul eder.
The author acknowledges that received not external funding support of this research.

Çıkar Çatışması / Competing Interests

Yazar, çıkar çatışması olmadığını beyan ederler.
The author declares that he have no competing interests.