



مجلة
جامعة الأنبار للعلوم الإسلامية
Anbar University Journal
Of Islamic Sciences



P. ISSN: 2071-6028

E. ISSN: 2706-8722

Volume 12- Issue 4- December 2021

المجلد ١٢ - العدد ٤ - كانون الأول ٢٠٢١ م

دور الدعاة في الإعلام المعاصر

١- أ.م. د نزار عامر حسين

جامعة الانبار/ كلية العلوم الإسلامية

الملخص

١- الإيميل:

nizar.amer@uoanbar.edu.iq

الإعلام اليوم أصبح يحتل مركز الصدارة في هذا الكوكب، ويرتبط بحياة البشر بشكل مباشر ويؤثر فيهم ويغير قناعاتهم، بل يبني البعض منهم كثيراً من أحلامه وأهدافه على ما يصدر من وسائل الإعلام المختلفة. والصورة التي تجعلنا نحكم على الآخرين من بني البشر، هي ما نشاهده ونسمعه ويصل إلينا عنهم، وكذلك ما يصل إليهم عن الإسلام والمسلمين من أخبار وأحداث في العالم الإسلامي، وهذا ما جعل العالم قرية صغيرة يعرف الناس أخبار بعضهم بسرعة فائقة وبصورة واضحة وخلال ثواني معدودة. لكن المشكلة تكمن في الصورة التي تنقل عن الإسلام والمسلمين إلى الآخرين، والتي يسيطر على الآلة الإعلامية فيها بعض أعداء الإسلام ومناوئيه، ولك أن تتخيل الصورة. لذلك حاولت في بحثي هذا الموسوم (دور الدعاة في الإعلام المعاصر) تسليط الضوء على دور الدعاة والمهمة الصعبة المنوطة بهم، مع وجود سيل من التضليل الإعلامي والضخ السلبي ضد الإسلام والمسلمين.

DOI: 10.34278/aujis.2021.170723

تاريخ استلام البحث: ٢٠٢١/٧/١١ م

تاريخ قبول البحث للنشر: ٢٠٢١/٨/٢٩ م

تاريخ نشر البحث: ٢٠٢١/١٢/١ م

الكلمات المفتاحية:

دور، دعاة، الإعلام

©Authors, 2021, College of Islamic Sciences University of Anbar. This is an open-access article under the CC BY 4.0 license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



THE ROLE OF PREACHERS IN CONTEMPORARY MEDIA

¹ **Asst. Prof. Dr. Nizar Amir Hussein**

University of Anbar - College of Islamic Sciences

Abstract:

Today, the media is taking center stage in this planet, and is directly related to human life, affects them and changes their convictions. Some of them even build many of their dreams and goals on what is issued by the various media. And the image that makes us judge other human beings, is what we see, hear and reach us about them, as well as what reaches them about Islam and Muslims from news and events in the Islamic world, and this is what made the world a small village where people know each other's news very quickly and clearly and within a few seconds. But the problem lies in the image that is transmitted about Islam and Muslims to others, in which some enemies and opponents of Islam control the media machine, and you can imagine the picture. Therefore, I tried in my research entitled (The Role of Preachers in Contemporary Media) to shed light on the role of preachers and the difficult task entrusted to them, with the presence of a torrent of media misinformation and negative pumping against Islam and Muslims.

I: Email:

nizar.amer@uoanbar.edu.iq

DOI: 10.34278/aujis.2021.170723

Submitted: 11 /7 /2021

Accepted: 29/ 8/2021

Published: 1 /12 /2021

Keywords:

role, preachers, media

©Authors, 2021, College of Islamic Sciences University of Anbar. This is an open-access article under the CC BY 4.0 license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على خاتم النبيين وسيد الخلق
اجمعين وامام الدعوة والمصلحين سيدنا محمد ﷺ الصادق الوعد الأمين وآله وصحبه
والتابعين... وبعد:

إنّ ميدان الدعوة واسع رحب، له فرسانه من الدعوة الذين حملوا على عاتقهم
تبليغ الدعوة إلى الله فنذروا أنفسهم لهذا العمل، وتحملوا لأجله المتاعب وركبوا
المصاعب واخذوا بالأسباب وقبل ذلك توكلوا على رب الأرباب ﴿وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ
حَسْبُهُ﴾ (الطلاق: ٣).

وقد تنوعت أساليب الدعوة إلى الله على مر القرون منذ بعثة النبي
ﷺ إلى يومنا هذا، وهذا التنوع أمر طبيعي بالنسبة لحالة المدعوين ففي
أزمنة انتشرت الخطابة وفي أخرى انتشرت أساليب تتناسب العصر الذي
عاش فيه الناس، ومن هذه الأساليب وأبرزها في العصر الحديث الإعلام
والذي جعل من التواصل بين الناس أسهل وأسرع، وهذا ما سهل على
الدعاة مهمة الدعوة إلى الله ونشر الدين الإسلامي في كل أصقاع الأرض.

لذلك ولغيره رأيت ان اسطرّ بعض الكلمات واكتب بعض العبارات وأدلي
ببعض المعلومات عن الدعوة الإسلامية والدعاة ودورهم في الإعلام المعاصر،
وكانت هذه منهجيتي في البحث تتركز على أمرين أساسيين هما الدعوة والإعلام
والعلاقة الوثيقة بينهما.

وقد اخترت للبحث عنواناً هو (دور الدعاة في الإعلام المعاصر).

قسمته بعد المقدمة على ثلاثة مباحث، جاء الأول: ليعرف بالمفاهيم الخاصة
بالبحث والتي لا يمكن لأي باحث أن يتجاهلها أو يمر عليها بدون شرحها، أما
المبحث الثاني: فقد تحدثت فيه عن الدعوة الإسلامية والإعلام الإسلامي والعلاقة
الوثيقة بينهما وأبرز الوسائل الإعلامية التي يستفاد منها الداعية في نشر وتبليغ

الدعوة الإسلامية، أما المبحث الثالث: فكان عن الدعاة في الإعلام المعاصر ودورهم ثم ختمت البحث بخاتمة.

ولا أدعي في عملي هذا الكمال، فالنقص هو صفة ملازمة للبشر و عملهم، لكن أتمنى أن يكون هذا العمل نافعا لمن يقرأه ولا ينسانا من صالح دعائه فهذا جهد المقل والله أسأل أن يغفر خطايانا ويتجاوز عن زلاتنا إنه نعم المولى ونعم المجيب.

وصلى الله على سيدنا محمد وآله وصحبه وسلم

المبحث الأول: التعريف بالمفاهيم وأهمية الدعوة المطلب الأول:

التعريف بالمفاهيم

أولاً: تعريف الدعوة لغة:

الدعوة لغة: من الدعاء إلى الشيء بمعنى الحث على قصده والدادل والعين والحرف المعتل أصل واحد وهو أن تميل الشيء إليك بصوت وكلام يكون منك. تقول: دعوت أدعو دعاءً^(١).

وجاء في المصباح المنير: دعوت الله أدعو دعاء، أي: ابتهلت إلى الله بالسؤال، ورغبت فيما عنده من الخير، ودعوت زيداً: ناديته، ودعا المؤذن إلى الصلاة فهو داعي إلى الله والجمع دعاة وداعون^(٢).

كما تطلق «الدعوة» مصدراً، ويراد بها النداء والنشر والتبليغ، وهو ما يتعلق بموضوع بحثنا والمعنى الذي يرتبط به؛ لأنها غالباً ما تأتي مرادفة لمعنى الاتصال^(٣).

والداعية هو المكلف شرعاً بتبليغ دعوة الله وهو الذي حمل الأمانة وعمل على نشر الدين الإسلامي^(٤)، وهو الذي مدحه الله بقوله: ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾ (فصلت: ٣٣).

ثانياً: الدعوة اصطلاحاً: تحمل هذه الكلمة «الدعوة» على معنيين، وهي من الألفاظ المشتركة اضافة إلى عدد كبير من التعريفات الإصطلاحية التي لا يمكن

(١) ينظر: معجم مقاييس اللغة. ابن فارس، تح: عبد السلام محمد هارون، اتحاد الكتاب العرب،

مصر، ٢٠٠٢م، ٢/٢٢٨.

(٢) ينظر: المصباح المنير، أحمد الحموي، المكتبة العلمية، بيروت، ١/١٩٤.

(٣) ينظر: سلوك الداعية وأثره في تبليغ الدعوة الإسلامية، محمد أبو فرحة الحسيني، رسالة

ماجستير، جامعة الأزهر، كلية أصول الدين، ١٩٨١م، ص ١٤.

(٤) ينظر: الدعوة إلى الله في ضوء الكتاب والسنة، صابر احمد طه، ٢٠٠١م، ص ٤٠.

حصرها، للدعوة أنها الإسلام أو الرسالة والثاني في عملية نشر الإسلام وتبليغ الرسالة.

ولأن المعنى الثاني هو الأقرب لقضية الإتصال بالمدعويين فسنركز على بعض التعريفات التي تناولته ومنها:

قول ابن تيمية - رحمه الله -: الدعوة إلى الله هي الدعوة إلى الإيمان به وبما جاءت به رسله بتصدقهم فيما أخبروا به وطاعتهم فيما امروا^(١).

وذكر أبو الفتح البيهقي في معنى الدعوة أنها: تبليغ الإسلام للناس وتعليمه إياهم وتطبيقه في واقع الحياة^(٢).

وقال علي المرشد عنها: هي إيلاخ الناس دعوة الإسلام في كل زمان ومكان بالأساليب والوسائل التي تتناسب مع احوال المدعويين^(٣).

أما الدكتور أحمد غلوش فقد عرفها بقوله: العلم الذي تعرف كافة المحاولات الفنية المتعددة الرامية إلى تبليغ الإسلام للناس بما حوى من عقيدة وشريعة وأخلاق^(٤).

(١) ينظر: مجموع الفتاوى. ابن تيمية، تح: عبد الرحمن بن محمد، مكتبة ابن تيمية، الرياض ط٢، ١٥٧/١٥-١٥٨.

(٢) ينظر: المدخل الى علم الدعوة، محمد أبو الفتح البيهقي، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط٣، ٢٠١٤م، ص١٧.

(٣) ينظر: مستلزمات الدعوة في العصر الحاضر، علي صالح المرشد، مكتبة لينا، ط١، مصر، ١٩٨٩م، ص٢١.

(٤) ينظر: الدعوة الإسلامية وأصولها ووسائلها، احمد غلوش، دار الكتاب، القاهرة، ١٩٧٩م، ص١٠.

المطلب الثاني:

مشروعية الدعوة وأهميتها

أولاً: مشروعيته وحكمها

إنّ مشروعية الدعوة إلى الله ثابتة في الكتاب والسنة المطهرة وقد جاءت العديد من الآيات والأدلة على وجوبها، وأنها من الفرائض ومن هذه الأدلة^(١) قوله تعالى: ﴿وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ﴾ (آل عمران: ١٠٤)، وقوله ﷺ: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ﴾ (النحل: ١٢٥)، وقوله ﷺ: ﴿وَادْعُ إِلَى رَبِّكَ وَلَا تَكُونَنَّ مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾ (القصص: ٨٧)، وقوله تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ﴾ (يوسف: ١٠٨).

وفي وقتنا هذا قد يسر الله ﷻ أمر الدعوة أكثر وبطرق لم تحصل لمن قبلنا من طرق كثيرة عن طريق الإذاعة والتلفرة والصحافة والإنترنت وغيرها الكثير، فالواجب على أهل العلم والدعاة أن يقوموا بهذا الأمر وأن يبلغوا رسالات الله إلى عباده كما أنزله الله على نبيه ﷺ كل حسب طاقته وقدرته^(٢).

أما من السنة المطهرة فقد جاء في حديث النبي ﷺ قوله: (من دل على خير فله مثل أجر فاعله)^(٣). وقوله ﷺ: (فو الله لئن يهدي الله بك رجلاً خيراً لك من حمر النعم)^(٤).

ثانياً: أهمية الدعوة وأهدافها:

أما أهميتها فتنبع من أهمية الدين ففضية الدين لعبت دوراً حيوياً في حياة الشعوب وتشكيل الرأي العام فقد كان الإنسان دائماً التفكير بالبحث عما وراء الوجود، ولا يوجد مجتمع من المجتمعات البشرية إلا وقام بناؤه الاجتماعي على معتقدات دينية خاصة منذ فجر التاريخ وذلك أن الدين يمثل ضرورة اجتماعية لازمت

(١) ينظر: الدعوة إلى الله وأخلاق الدعاة. عبد العزيز بن باز، رئاسة إدارة البحوث العلمية والإفتاء، الرياض، ٢٠٠٢م، ١/١٤، ١٥.

(٢) المصدر السابق، ص ١٦.

(٣) رواه مسلم، باب فضل إعانة الغازي، ١/٦، ٤.

(٤) رواه البخاري، باب من انتظر حتى تدفن، ٤/٤٧.

الإنسانية^(١).

ومما يجب ذكره أن للدعوة أهدافا عديدة سنذكر منها على سبيل المثال:

١. تبليغ رسالة الإسلام إلى الناس لما ورد عنه ﷺ: (بلغوا عني ولو آية)^(٢).
 ٢. هي سبب لتعليم الناس أمور دينهم وعقيدتهم وشريعتهم خاصة من يجهل منهم هذه الأمور من عامة الناس وبسطائهم.
 ٣. إنها سبب من أسباب اشاعة الأمن والطمأنينة في المجتمع المسلم ومن أسباب مكافحة الجريمة.
 ٤. إنها سبب من أسباب تكوين الوحدة الإسلامية بين الشعوب الإسلامية وتعميق مفهوم التضامن الإسلامي.
 ٥. الفوز برضا الله ﷻ وتحقيق سعادتي الدنيا والآخرة والاجر والثواب في طاعته سبحانه.
- وقد قسم بعض المختصين أهداف الدعوة إلى نوعين من الأهداف بحسب الجمهور المستهدف.

١. أهداف الدعوة مع المسلمين (مجتمع المدينة المنورة)^(٣).
 ٢. أهداف الدعوة مع غير المسلمين (مجتمع مكة قبل الهجرة).
- وهناك تفصيل أكثر لهذه الأهداف من الممكن أن تلتف في مضمونها مع الفوائد التي ذكرناها في الأهمية لكن ما ذكرناه هنا يعد الأساس في تشكيل اهداف الدعوة منذ بداية البعثة النبوية وحتى يومنا هذا.
- ثالثاً: المعاني التي تحملها الدعوة الإسلامية
- لقد تضمنت الشريعة الإسلامية الأحكام التي تخص الإنسان صغيرها وكبيرها ولم تهمل أي جانب من حياة البشر، حتى تناولت طريقة أكله وشربه بل

(١) ينظر: علم الاجتماع المعاصر، عبد الله الخريجي، ص ٨.

(٢) رواه البخاري، كتاب الأنبياء، ٤/١٧٠.

(٣) ينظر: الدعوة الى الله، اهميتها ووسائلها، فهد حمود العصيمي، دار ابن خزيمة، ص ١٤-١٧.

أكثر من ذلك كله وهو ما يتعلق بطهارة ثوبه وبدنه، وكل ذلك جاء وفق أهداف معينة للدعوة الإسلامية، سوف نذكر بعضاً منها لنعرف أن الإسلام هو الدين الوحيد الذي وازن بين الجانبين الروحي والمادي واعطى لكل منهما حصته وبين أهميته فكانت تحمل المعاني التي تحملها الدعوة الإسلامية ومن أبرز هذه المعاني:

١. التجربة العقلية للشعور بوجود الله وإمكانية الاتصال به وحمده ومحبته.
٢. تقبل وتفسير الطبيعة كمعرض للإبداع الإلهي والاستجابة لها كوسيلة لتنفيذ مضمون الحكمة الإلهية العامة.
٣. الاشتراك في الحياة الاجتماعية كمثالية دينية أساسية وليس لمجرد التدرج أو النفع المادي العاجل.
٤. الشعور بالسلام والأمن والسكينة والمتعة والسعادة الروحية لاتصال النفس والعقل بالله وهذا الشعور قد يبدو فردياً يحس به الإنسان^(١).

(١) ينظر: في الدين المقارن، محمد كمال جعفر، دار الكتب الجامعية، القاهرة، ٩٧٠م، ص٧٧-

المبحث الثاني:

الدعوة الإسلامية والإعلام المعاصر

على الرغم من أن الاعلام باجهزته ووسائله ونظرياته وتقنياته الحديثة كان غير معروف وقت نزول الوحي على صاحب الرسالة سيدنا محمد ﷺ، إلا أنه بتطبيق المقاييس العلمية الحالية على الدور الملقى على عاتق الدعوة الإسلامية نستطيع أن نقول أن الاعلام كان ولازال اداة هذا الدين ودعامته الرئيسية^(١).

بل يذهب الدكتور إبراهيم امام إلى أبعد من ذلك ويقول أن الدعوة الإسلامية هي الإعلام إذ يقول (القرآن الكريم يعبر عن الفكرة الإعلامية الواجبة في التعريف بالإسلام وبيان مزاياه الكريمة بلفظ آخر بديل عن الإعلام وهو الدعوة)^(٢).

المطلب الأول:

التعريف بالإعلام المعاصر

ثمة العديد من التعريفات القديمة والحديثة التي تتناول الاعلام وتحاول أن تصفه وصفا دقيقا ولا تريد ذكرها جميعا تجنباً للإطالة ومن أبرز ما وقفت عنده وأراه الأقرب وهو من أبرز التعاريف المعاصرة.

الإعلام: (تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة 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)^(٣).

فالدعوة عمل اعلامي بكل ما تحمله العبارة من معنى في اذهان واساتذة وخبراء الاعلام والاتصال بالجماهير كما يمكن أن نقول ما هي إلا عمل اعلامي يخاطب العقل ويستند إلى المنطق والبرهان كما تقدم ذكر ذلك في تعريفها ومعناها

(١) ينظر: الإعلام الإسلامي (المبادئ، النظرية، التطبيق)، محمد منير حجاب، دار الفجر، القاهرة، ٢٠٠٢م، ص ١١٤.

(٢) الإعلام الإسلامي، المرحلة الشفهية، إبراهيم إمام. مكتبة الأنكلو-المصرية، القاهرة، ١٩٨٠م، ص ٢٩.

(٣) أصول الإعلام الإسلامي: إبراهيم إمام، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٥م، ص ٢٧.

في بداية المبحث الثاني^(١).

ومن الجدير بالذكر أن النظام الاعلامي في الإسلام هو من أقوى الأنظمة الإعلامية التي عرفتها البشرية، ولا نكاد نجد تاريخاً ثابتاً للقواعد التي تنظم الاعلام تنظيمه حقيقية إلا في التاريخ الإسلامي^(٢).

ويعد الاتصال الشخصي والمباشر هو الخطوة الأولى من خطوات العمل الاعلامي الكبير الذي قام به النبي ﷺ في الدعوة إلى دين الله عز و جل في مكة وغيرها من البلاد^(٣).

وقد ذكر أحد المختصين أن النبي ﷺ كان عبقرية إعلامية يتضاءل بجانبه جهابذة الاعلام في العالم فقد اكتشف اهمية الاعلام لنشر دعوته واتخذ من وسائل الإعلام وطرق العمل الإعلامي العديد منها^(٤).

المطلب الثاني:

أهمية الإعلام ومبادئه

أولاً: أهمية الإعلام

كثيرة هي الضروريات التي ترافق الانسان في حياته وعبر أزمنة مختلفة، ويعد الإعلام واحدة من هذه الضروريات وتبرز أهميته وتتضح مكانته في حياة الإنسان، كونه وسيلة الاتصال بين الأفراد والشعوب، وهي ظاهرة قديمة قدم الإنسان والأمم، بل استمرت الإنسانية تعتبر الإعلام بهذه المعاني من الاهمية بمكان في كل عصر وزمان وبخاصة عصرنا هذا والذي يعد الاعلام فيه الآلة المفضلة لتغيير الشعوب وصبغها بالصبغة التي يريد المرسل حتى أطلق عليه (عصر الإعلام)، لما يحتويه من تخطيط وغايات بعيدة جداً في سعة الأفق وعمق الأثر وقوة

(١) ينظر: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، محي الدين عبد الحليم، مطبعة المدني، القاهرة، ١٩٨٠م، ص١٤٧.

(٢) ينظر: ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية، يوسف محمد قاسم، عمادة شؤون المكتبات، الرياض، ١٩٧٩م، ص٥.

(٣) ينظر: الإعلام في صدور الإسلام، عبد اللطيف حمزة، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٧١م، ص٧٣.

(٤) مائة سؤال عن الإعلام، طلعت همام، دار الفرقان، عمان، ١٩٨٧م، ص١٠٦.

التوجيه^(١).

ولا شك أن الاعلام المعاصر اصبح في هذه الأيام وفي كل الظروف والتطورات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، ونفسي العولمة وسيطرتها على الفكر العالمي، وبروز النظام العالمي الجديد في ثوبه الاستعماري تحت سيطرة اصحاب النفوذ العالمي لا بد أن تتغير مفاهيم الاعلام المعاصر وفق تلك المعطيات التي تتحكم في وسائل الإعلام وطرق توجيهها^(٢).

ثانياً: لقد أجمع علماء الإعلام أنه ينطلق من اربعة مبادئ تتعاضد كل اجهزته وتقنياته ووسائله وأساليبه في المحافظة عليها وهي على النحو الآتي:

١. الحقائق المدعمة بالأرقام والإحصائيات.
٢. التجرد من الذاتية والتحلي بالموضوعية في عرض الحقائق.
٣. الصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها الإعلامية.
٤. التعبير الصادق عن الجمهور الذي يوجه إليه الإعلام^(٣).

وإذا ما أخذنا هذه المبادئ وطبقناها على وسائل الاعلام المعاصرة والمختلفة نرى أكثرها لا يطبق هذه المبادئ على أرض الواقع وفي العمل الإعلامي، وذلك يعود لعدة أسباب أهمها صراع القوى العظمى للسيطرة على العالم، وفي ذات الوقت يقوم الدعاة في اعلامنا الإسلامي أكثرهم بتطبيق تلك المبادئ والتي هي من صميم المبادئ الإسلامية والسلوكيات الاخلاقية التي دعا إليها ديننا الحنيف وأمرنا بتبليغها للناس.

ونظرا لأهمية العلم والمعرفة والتمسك بالمبادئ الاعلامية الصحيحة في الوصول إلى الحقائق على أساس من الإقناع الصادق، فقد دفعت النظرية الإعلامية الإسلامية الفرد إلى تحصيل العلم والاستزادة منه^(٤).

(١) ينظر: الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، عبد الله الوشلي، دار عمار، اليمن، ط٢، ١٩٩٣م، ص١٣.

(٢) ينظر: اتجاهات الإعلام المعاصر، حسين عبد الجبار، دار أسامة، عمان، ٢٠١١م، ص٧.

(٣) ينظر: الإعلام الإسلامي، عبد الله الوشلي، ص٣٣.

(٤) الإعلام الإسلامي، محمد منير حجاب، ص٧٤.

المبحث الثالث: دور الدعاة في الإعلام المعاصر المطلب الأول: الداعية صفاته وأخلاقه

أولاً: الداعية:

من خلال الاطلاع والبحث في قضايا الاعلام المعاصر نرى أن المختصين يقسمون عناصر العملية الاعلامية إلى ثلاثة عناصر رئيسة وهي المرسل والمستقبل والرسالة^(١).

والمرسل لاشك هو الاعلامي الذي يخاطب جمهوره ويعرض لهم رسالته، وبحسب الرسالة ممكن أن يكون الداعية الذي يعرض للناس دعوته وفق ضوابط معينة وأساليب متنوعة ويلقي على عاتقه توصيل ما عنده لجمهوره بل وإقناعهم به. فالداعية هو: المكلف شرعا بتبليغ دعوة الله وهو الذي حمل الأمانة وعمل على نشر الدين الإسلامي^(٢).

والداعي الأول إلى الله تعالى هو نبينا محمد ﷺ^(٣)، قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَهِيدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا ﴿٤٥﴾ وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا ﴿٤٦﴾﴾ (الأحزاب: ٤٥-٤٦).

وعلى الداعية أن يقوم بدوره وبما يجب عليه وبما يكلف به من الاشتراك في وسائل الاعلام عبر القنوات المتنوعة وتقديم أفضل البرامج النافعة في مجال الاصلاح والبناء بالحجة والبرهان الساطع في جميع أنحاء العالم وبحسب الاستطاعة، وأن يرتبط بالجمهور لإرشادهم وتثقيفهم الثقافة الشرعية وتصحيح مفاهيمهم واعتقاداتهم الخاطئة^(٤).

(١) ينظر: أصول الإعلام، إبراهيم إمام، ص ٢٦٧.

(٢) ينظر: الدعاة الى الله، صابر احمد طه، ص ٤٠.

(٣) ينظر: أصول الدعوة، عبد الكريم زيدان، مؤسسة الرسالة، ط ٩، ٢٠٠١م، ص ٣٠٧.

(٤) ينظر: دليل الداعية، ناجي بن دايل السلطان، دار طيبة الخضراء، ط ١، ١٨١/١.

ثانياً: صفاته وأخلاقه

يحتاج الداعية الناجح إلى الأخلاق الحسنة والصفات الكريمة وهي اخلاق الإسلام التي بينها كتاب الله وسنة رسوله ﷺ.

ومن أهم هذه الصفات والاخلاق التي ينبغي للداعية أن يلتزمها هي الصدق والاخلاص والدعوة إلى الله على بصيرة والحلم والرفق واللين والصبر والرحمة والعفو والتواضع والايثار والوفاء والشجاعة والامانة والذكاء والحياء والتقوى والارادة القوية والهمة العالية والتفاؤل والنظام والدقة والمحافظة على الوقت والاعتزاز بالاسلام والدفاء عنه والتدرج بالدعوة، كما أمر نبينا ﷺ معاذ بن جبل عندما أرسله إلى اليمن^(١).

فلو نظرنا إلى بتمعن إلى هذه الصفات التي ذكرناها فهل سنجدها عند كل دعاة اليوم وخاصة في الفضائيات التي أصبحت أغراضها وأهدافها متباينة من خلال استقدام العديد من المتدينين والذين يدعون العلم ويسمون بتسميات مختلفة (مشايخ، دعاة، أساتذة،... الخ) ليظهروا على الشاشات والبرامج الدينية وبعضهم قد يسئ إلى الإسلام وهو لا يدري، هذا مع جل احترامي وتوقيري لعلمائنا ومشايخنا الكرام الذين يظهرون ونهل من علمهم ودررهم.

فإذا طبق داعية اليوم ماتقدم من الصفات والاخلاق والقواعد والضوابط كان من أعظم الناس حكمة ومعرفة ووصلت رسالته إلى القلوب قبل العقول^(٢).

(١) ينظر: الحكمة في الدعوة إلى الله، سعيد بن وهف القحطاني، رسالة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وزارة الأوقاف، السعودية، ٤٢٣هـ، ص ١٢١.

(٢) ينظر: الحكمة في الدعوة إلى الله، سعيد بن وهف القحطاني، رسالة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وزارة الأوقاف، السعودية، ٤٢٣هـ، ص ١٢٣.

المطلب الثاني:

الداعية ووسائل الإعلام الحديثة

لقد شهد النصف الثاني من القرن العشرين المنصرم أثرا ملحوظا في تطور وسائل الاتصال عبر الاثير، والتي تخطت الحواجز المادية عبر البحار والانهار والصحاري والقفار والى كل الاماكن المجهولة والمرئية، وانتقلت مع الإنسان أينما حل وارتحل، وأصبح الإعلام وسيلة فعالة من وسائل الاتصال الجماهيري^(١).

إنّ العالم اليوم يشهد بيئة اعلامية جديدة أبرز خصائصها التواصل الآني والبيث المباشر من خلال تجاوز الحدود والتعددية في قنوات الاتصال، مع تفاعل واضح بين المادة الإعلامية والمستقبل، ولا يعزب عن البال خطورة هذه البيئة على نسيجنا الثقافي والسياسي والاقتصادي، فديننا كان وما يزال هدفا للأختراق والغزو^(٢).

أولا: الفضائيات

لقد برز في الآونة الاخيرة اهتمام كبير بالتواصل الفضائي في مجالات عديدة، خاصة من الدول الصناعية التي سخرت الفضاء لخدمة اغراضها وفي مقدمتها الاغراض الاعلامية بحكم أن الاعلام هو الاقدر على الكشف عن طموحات المستقبل في ظل تطور الاتصالات الفضائية تبعا لذلك رغبة في توسيع نطاق التعامل بين المرسل والمتلقي^(٣).

وعن طريق استخدام الاقمار الصناعية امكن ارسال كم هائل من المعلومات، مما يؤثر على فهم الإنسان وقناعاته تجاه المواقف المختلفة ابلاغا واقناعا وتوجيها

(١) ينظر: الإعلام والدعوة الى الله، طه عبد الفتاح مقلد. الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة،

السنة الثامنة، العدد الثالث، ١٣٩٥هـ، ص ٨٧.

(٢) ينظر: الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي، عبد القادر طاش، مكتبة العبيكان، السعودية، ط ١،

١٤١٦هـ. ص ١٤٩-١٥١.

(٣) ينظر: البيث الإعلامي عن طريق الأقمار الصناعية، الطيب الجويلي، دار المسيرة، مؤسسة

سعيدان، بيروت، ط ١، ١٩٩١م، ص ٥-٧.

وحوار^(١)، وبأشكالها المختلفة صوتاً وصورةً من مصدرها على الأرض إلى جهاز المستقبل مباشرةً من غير اعتبار للزمان والمكان^(٢).

إن سطوة الاعلام وأثره على بصائر البشر وبصيرتهم جعلهم في حيرة وقلق ووجههم نحو التطلع إلى طريق الهداية والنور فضعف الاحساس بأهمية استثمار طاقات القنوات الفضائية في الدعوة إلى الله، حيث اصبح الناس في امس الحاجة إلى جهد كل اعلامي (داعية) يجعل التدين ثقافة للناس والقنوات الفضائية وسيلة العصر المناسبة لذلك، بحكم تطورها وشدة جذبها للناس على مختلف طبقاتهم ولا يكون ذلك ممكناً ما لم يحسن المسلمون طرق التبليغ والدعوة العصرية والمرتبطة بمعاني الايمان والحق والصدق في كفاية واقتدار^(٣).

إن تقصير الدعاة في أخذ مكانهم في الفضائيات وشاشات التلفاز تعطي المجال لغيرهم بأن يبيثوا للناس افكارهم المنحرفة ومعلوماتهم المغلوطة وفتاواهم الشاذة ليبعدوا الناس والمسلمين عن دينهم وعقيدهم الصافية وتدخلهم في ضلالات الشرك والخرافة.

لذا وجب على الدعاة والمصلحين أن يقدموا ما عندهم خلال الفضائيات الإسلامية وغيرها عن كل ما يتعلق بالدين الإسلامي الحنيف ويكون ذلك من خلال:

١. تقديم الإسلام بصورته الحقيقية للعالم اجمع، حيث إن الصورة الإعلامية عن الإسلام صورة مشوهة ومضللة وفيها العديد من الأكاذيب، في حين تغيب عن الشاشات مزايا الإسلام ومحاسنه.

٢. بيان دور المسلم بشكل عام والداعية بشكل خاص في كل جوانب الحياة كونه جزء من هذا العالم؛ لأن الكثير من المغرضين غالباً ما يقدمون

(١) ينظر: التخطيط الإعلامي المفاهيم والإطار العام، د. حميد جاعد الدليمي، دار الشروق، الأردن، ط١، ١٩٩٨م، ص١٧.

(٢) ينظر: زمن المستقبل والعالم العربي، عبد اللطيف ديبان، الرياض، ١٤١٨هـ، ص٢٥.

(٣) ينظر: القنوات الفضائية، سيد محمد سادات الشنقيطي، وزارة الأوقاف، السعودية، ١٤٢٠هـ، ص٤١-٤٣.

- المسلم في الإعلام بأبشع الصور.
٣. التركيز على دور المؤسسات الدينية كالمساجد والمدارس الدينية والجامعات والكليات الإسلامية والتي تواجه هي الأخرى حملة منظمة لاغلاقها أو دمجها مع غيرها.
٤. نبذ العنف والتطرف بكل أشكاله، وتعريف الناس بموقف الإسلام من الاعمال الارهابية التي تمارس في العالم باسم الدين، بل واستتكار ذلك صراحة ودون خوف أو وجل.
٥. طرح الفكر الإسلامي الوسطي واستعراض الآراء الدينية بدون تزمّت أو تطرف، والأفضل الابتعاد عن المسائل الخلافية خاصة التي لا تمس الأصول بل تتعلق بالفروع.
٦. الاجابة عن المسائل الفقهية والفتاوى يكون حصراً عن طريق علماء مختصين في الشريعة والأحكام، ولا شك أن ما ذكرناه هو ليس كل شيء يتعلق بدور الدعاة في الفضائيات فهناك المزيد الذي لايسع المكان والزمان
- ثانياً: الإنترنت وبرامجه.

يمكن للداعية أن يستفيد من شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) لبث الدعوة، ومن فوائده الحصول على برامج عديدة في العلوم المختلفة في العقيدة والتفسير والحديث والفتاوى الفقهية، إضافة الى تحميل الكتب والمصنفات على أجهزة الحاسوب، وهذه الطريقة تفيد كثيراً الدول التي يصعب نقل الكتب الورقية إليها حول العالم، إذا ما استطاع المختصين ترجمتها، وكذلك معرفة المشاكل التي يعاني منها المسلمون في كل مكان ومساعدتهم في حلها^(١).

ولقد انتشرت العديد من المواقع الدعوية على الانترنت وفيها اناس

(١) ينظر: الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية، صالح الرقب، الجامعة الإسلامية، كلية

أصول الدين، غزة، ٢٠٠٥م، ص ٤١٩.

متخصصون يدعون إلى الله على بصيرة، وبعضها حكومي مثل موقع وزارة الشؤون والاقواف الإسلامية وموقع الحرمين وغيرها، ومواقع أخرى للعلماء والدعاة في كل انحاء العالم لا يمكن حصرها، كما أن هناك مواقع تعنى بمواقيت الصلاة حول العالم واتجاه القبلة ومواقع للفتاوى المسموعة والمرئية، وأخرى للقرآن الكريم استماعا وتعلما، وغير ذلك مما يستفيد منه الاف المسلمين حول العالم وهم مقبلين عليها بشكل كبير ولها روادها ومتابعيها^(١).

هذا فضلا عن مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحديثة والتي نستخدمها في حياتنا الومية كالفيس بوك وتويتر والانستغرام وغير ذلك الكثير، وما لها من تأثير في مجال الدعوة.

وهناك ميزات عدة للدعوة عبر (الإنترنت) أهمها:

١. جاذبية (الإنترنت): إقبال الناس على استخدام (الإنترنت) كبير جدا وهو في ازدياد، حيث ينضم شهريا إلى الشبكة ملايين الناس في كل أنحاء الأرض، مما يساعد الداعية على تزويد المتابعين بالمعلومات الصحيحة عن الإسلام.
٢. قلة التكلفة: فلو أراد شخص ما طباعة كتيب صغير يوزعه على عشرة آلاف شخص فسيكلف مبلغا عاليا، أما عن طريق الإنترنت فبإمكانه توزيعه على الملايين دون تكلفة تذكر.
٣. سهولة الاستخدام: ممكن لأي شخص يعرف المبادئ الأولية لاستخدام الحاسوب أن يكون عارفا بالانترنت واستخدامه ولا يحتاج الأمر إلى الخبراء أو المهندسين، وهذا حافز للدعاة في تسهيل عملهم ونشر دعوتهم.
٤. عالمية (الإنترنت): لقد أصبح الإنترنت متوفرا في كل دول العالم

(١) ينظر: اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، حسين عبد الجبار، دار أسامة، الأردن، ٢٠١١م،

- تقريباً، ولذا فإن الداعية ليس محصوراً في مكان معين أو مدرسة أو مسجد، بل يمكن أن يدعو في أي مكان بمجرد دخوله إلى الإنترنت.
٥. تعدد وسائل الدعوة: إذ يشمل الإنترنت على عدة أشكال وصور من التواصل والاتصال مع الآخرين، وبالإمكان تزويدهم بالمسموع أو المكتوب أو المرئي من المحاضرات والخطب.
٦. التفاعلية: إذ تعودت وسائل الإعلام مع المرء كجهة مستقبلية تزودها بما تريد، أما عصر الإنترنت فالإنسان ممكن أن يحاور أو يسأل أو يناقش^(١).

ثالثاً: المطويات والنشرات الجدارية

المطوية هي سهلة العبارة ومختصرة على من لا يقدر مطالعة الكتب الكبيرة فهي تعطي فكرة مختصرة بأسلوب شيق وحجم صغير، ولم تقطع المطويات منذ وقت طويل مع كل التقدم الحاصل في مجال الهواتف المحمولة والأجهزة الذكية لكن مع الحرص على أن تكون المطوية خالية من الاختلافات والتعقيدات ويكون هناك متابعة لما يصدر من مطويات تفادياً للتكرار والملل^(٢).

أما النشرات الجدارية ولوحات الاعلانات والتي تنتشر في الأماكن العامة والطرق والمدارس والجامعات والدوائر الحكومية والمستشفيات، فبالإمكان للداعية أن يستفاد منها خاصة إذا اعتنى بالجانب الفني والموضوعي واستخدم الخط الواضح والألوان المناسبة وأيضاً كل ذلك بالإمكان عمله بالأجهزة الحديثة كالحاسوب والطابعات الحرارية والليزرية وهي بالغالـب ليست ذات كلفة عالية مادياً^(٣).

وقد تستخدم أيضاً في كتابة الآيات القرآنية والأحاديث النبوية الشريفة ويستفاد منها كل من يطلع عليها حفظاً وقراءة وتكون ضمن قول النبي ﷺ: (بلغوا

(١) ينظر: الوسائل والأساليب المعاصرة، صالح الرقب، ص ٤٢٢-٤٢٤.

(٢) ينظر: طرق ووسائل الدعوة إلى الله في أماكن العمل. موقع الرياض على الإنترنت:

<http://www.riyadhedu.gov.sa>

(٣) ينظر: دليل الفرص والوسائل الدعوية. خالد محمد الدبيجي، ط ١، ١٤٢٤هـ، ص ٣٠.

عني ولو آية^(١).

رابعاً: الإذاعات

تعد الإذاعة اقدم وسائل الإعلام المعاصر، حيث إن هناك فارق زمني بينها وبين التلفاز من ناحية الظهور لذلك ضلت هي مصدر التواصل مع الجمهور لسنوات طويلة، ومع التقدم الحاصل في وسائل الاعلام وظهور العديد من الوسائل الحديثة قل المتابعون للإذاعات بشكل عام والدينية بشكل خاص لكن هناك شريحة ليست قليلة من المجتمع لا غنى لها عن الإذاعة، مثل السائقين والعاملين والركاب في النقل العام واصحاب المحلات خاصة في المناطق الشعبية وهناك الكثير من الإذاعات في العالم التي كان لها أثر كبير في نفوس متابعيها، ولعل واقع الإعلام الإذاعي اليوم يختلف عن ما مضى حيث فطنت الكثير من الدول الكبرى الى الإذاعة لما لها القدرة على التأثير الوجداني والعقائدي من خلال الكلمة المسموعة والبرامج المتنوعة، والتي يروج بعضها للعقائد والمذاهب الضالة ويتجاهل الاسلام الحقيقي والعقيدة السليمة الصافية بسبب سطوة التيار العلماني على انظمة الحكم في العالم اجمع^(٢).

(١) سبق تخريجه.

(٢) ينظر: الإعلام والدعوة، طه مقلد، ص ٨٧-٨٨.

الخاتمة

الحمد لله، والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه ومن والاه، اللهم لا علم لنا إلا ما علمتنا إنك أنت العليم الحكيم... وبعد:
فلا بد بعد أن أنهينا بحثنا أن نقف وقفة بسيطة نستعرض فيها خاتمة نجملها بنقاط على النحو التالي:

١. الدعوة ومن خلال استعراض معانيها اللغوية والاصطلاحية يتبين لنا أنها تعني الدعوة إلى الله بتبليغ دين الإسلام وإرشادهم له.
٢. مشروعية الدعوة ثابتة في القرآن والسنة، وأوردنا في بحثنا هذا العديد من الآيات القرآنية والأحاديث النبوية التي تدل على ذلك.
٣. أهمية الدعوة الإسلامية تنطلق من أهمية هذا الدين في نفوس الجميع، كما أن لها أهدافا واضحة لا تخفى على أحد.
٤. للدعوة علاقة وثيقة بالإعلام؛ لأنها في حد ذاتها عمل اعلامي كما ذكر ذلك المختصين في مجال الاعلام وخاصة في زماننا المعاصر.
٥. للاعلام أهمية كبيرة في نشر الدعوة وله اهدافه ومبادئه وهو اليوم علم لا يقل أهمية عن بقية العلوم.
٦. الدعاة هم النقطة الأهم في هذه العلاقة بين الدعوة والاعلام وهم المرتكز الذي تستند عليه الدعوة الإسلامية، ودورهم كبير في إيصال صوت الإسلام الحقيقي للعالم أجمع.
٧. لابد للدعاة أن يركزوا على وسائل الاعلام الحديثة والمعاصرة كالفصائيات ومواقع الانترنت والتواصل الاجتماعي لكثرة روادها وانتشارها بشكل أوسع من غيرها.

المصادر والمراجع

القرآن الكريم

١. اتجاهات الاعلام الحديث والمعاصر، حسين عبد الجبار، دار أسامة، الأردن ٢٠١١م.
٢. أصول الإعلام الإسلامي، إبراهيم إمام، دار الفكر العربي القاهرة، ١٩٨٥م.
٣. أصول الدعوة، عبد الكريم زيدان، مؤسسة الرسالة، ط٩، ٢٠٠١م.
٤. الإعلام الإسلامي «المبادئ، النظرية، التطبيق»، محمد منير حجاب، دار الفجر، القاهرة، ٢٠٠٢م.
٥. الإعلام الإسلامي، المرحلة الشفهية، إبراهيم إمام، مكتبة الأنكلو المصرية، القاهرة، ١٩٨٠م.
٦. الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، عبد الله الوشلي، دار عمار، اليمن، ط٢، ١٩٩٣م اليمن،
٧. الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، محي الدين عبد الحلیم، مطبعة المدني، القاهرة ١٩٨٠م.
٨. الإعلام في صدر الإسلام، عبد اللطيف حمزة، دار الفكر العربي، القاهرة ١٩٧١م.
٩. الإعلام والدعوة إلى الله، طه عبد الفتاح مقلد، الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، السنة الثامنة، العدد الثالث، ١٣٩٥هـ.
١٠. الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي، عبد القادر طاش، مكتبة العبيكان، ط١، السعودية، ١٤١٦هـ.
١١. البث الإعلامي عن طريق الأقمار الصناعية، الطيب الجويلي، دار المسيرة، مؤسسة سعيدان، ط١، بيروت، ١٩٩١م.
١٢. التخطيط الإعلامي، المفاهيم والإطار العام، د. حميد جاعد الدليمي، دار الشروق، الأردن، ط١، ١٩٩٨م.
١٣. الحكمة في الدعوة إلى الله، سعيد بن وهف القحطاني، رسالة ماجستير، جامعة

- الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وزارة الأوقاف، السعودية، ١٤٢٣هـ.
١٤. الدعوة إلى الله في ضوء الكتاب والسنة، صابر أحمد طه، ٢٠٠١م.
١٥. الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها، أحمد أحمد غلوش، دار الكتاب المصري، القاهرة، ١٩٧٩م.
١٦. الدعوة إلى الله، أهميتها ووسائلها، فهد بن حمود العصيمي، دار ابن خزيمة، د.ت.
١٧. الدعوة إلى الله وأخلاق الدعوة، عبد العزيز بن باز، رئاسة إدارة البحوث العلمية والإفتاء، الرياض، ٢٠٠٢م.
١٨. دليل الداعية، ناجي بن دايل السلطان، دار طيبة الخضراء، ط١.
١٩. دليل الفرص والوسائل الدعوية، خالد محمد الديجي، ط١، ١٤٢٤هـ.
٢٠. زمن المستقبل والعالم العربي، عبد اللطيف دبيان، الرياض، ١٤١٨هـ.
٢١. سلوك الداعية وأثره في تبليغ الدعوة الإسلامية، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر. كلية أصول الدين.
٢٢. صحيح البخاري، محمد بن إسماعيل بن إبراهيم البخاري، تحقيق: محمد زهير الناصر، دار طوق النجاة، بيروت، ط١، ١٤٢٢هـ.
٢٣. صحيح مسلم، مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي دار إحياء الكتاب العربي، القاهرة، ١٣٧٤هـ.
٢٤. ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية، يوسف محمد قاسم، عمادة شؤون المكتبات، الرياض، ١٩٧٩م.
٢٥. طرق ووسائل الدعوة إلى الله في أماكن العمل، موقع الرياض على الإنترنت، (<http://www.riyadhedu.gov.sa>)
٢٦. علم الاجتماع المعاصر، عبد الله الحريجي، د.ت.
٢٧. في الدين المقارن، محمد كمال جعفر، دار الكتب الجامعية، القاهرة، ١٩٧٠م.
٢٨. القنوات الفضائية، سيد محمد سادات الشنقيطي، وزارة الأوقاف، السعودية، ١٤٢٠هـ.

٢٩. مائة سؤال عن الإعلام، طلعت همام، دار الفرقان، عمان، ١٩٨٧م.
٣٠. مجموع الفتاوى، ابن تيمية، تحقيق: عبد الرحمن بن محمد، مكتبة ابن تيمية، الرياض، ط٢.
٣١. المدخل إلى علم الدعوة، محمد أبو الفتح البيانوتي، مؤسسة الرسالة، ط٣ بيروت، ٢٠١٤م.
٣٢. مستلزمات الدعوة في العصر الحاضر، علي صالح المرشد، مكتبة لينا، ط١، مصر، ١٩٨٩م.
٣٣. المصباح المنير، أحمد الحموي، المكتبة العلمية، بيروت، د.ت.
٣٤. معجم مقاييس اللغة، ابن فارس، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، اتحاد الكتاب العرب، مصر، ٢٠٠٢م.
٣٥. الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية، صالح الرقب، الجامعة الإسلامية، كلية أصول الدين، غزة، ٢٠٠٥م.

References.

- *Abdel Halim, Mohieddin. Islamic Media and its Practical Applications, Al-Madani Press, Cairo, 1980.*
- *Abdul Jabbar, Hussein. Trends of Modern and Contemporary Media. Dar Osama, Jordan 2011.*
- *Al-Bayanouti , Muhammad Abu Al-Fath . Introduction to the Science of Dawah, Al-Resala Foundation, 3rd Edition, Beirut, 2014.*
- *Al-Debiji, Khalid Muhammad . Guide to Opportunities and Means of Advocacy, 1st Edition, 1424 AH.*
- *Al-Dulaimi, Hamid Jaad. Media Planning, Concepts and General Framework, Dar Al-Shorouk, Jordan, 1st Edition, 1998.*
- *Al-Hamwi, Ahmad. Al-Misbah Al-Munir, Scientific Library, Beirut, D.T.*
- *Al-Huraiji , Abdullah .Contemporary Sociology, D.T.*
- *Al-Juwaili, Al-Tayeb. Media Broadcasting by Satellite.Dar Al-Masirah, Saedan Foundation, 1st Edition, Beirut, 1991.*
- *Al-Murshid, Ali Saleh. Requirements for Dawah in the Present Era, Lina Library, 1st Edition, Egypt, 1989.*
- *Al-Nisaburi , Muslim bin Al-Hajjaj Al-Qushayri . Sahih Muslim, edited by, Muhammad Fouad Abdul Baqi, Dar Revival of the Arabic Book, Cairo, 1374 AH.*
- *Al-Osaimi, Fahd bin Hamoud . The Call to God, Its Importance and Means, Dar Ibn Khuzaima, D.T.*
- *Al-Qahtani, Imam Muhammad bin Saud, Saeed bin Wahf ,Wisdom in Calling to God .Islamic University, Ministry of Awqaf, Saudi Arabia, 1423 AH.*
- *Al-Raqab , Saleh .Contemporary Means and Methods of the Islamic Call, Islamic University, Faculty of Fundamentals of Religion, Gaza, 2005.*
- *Al-Shanqeeti, Sayyid Muhammad Sadat. Satellite Channels, Ministry of Awqaf, Saudi Arabia, 1420 AH.*
- *Al-Sultan, Naji bin Dayel . The Preacher's Guide. Dar Taiba Al-Khadra, 1st Edition.*
- *Al-Washli, Abdullah. Islamic Media in the Face of Contemporary Media, Dar Ammar, Yemen, 2nd Edition, 1993 AD, Yemen,*
- *Bin Baz, Abdul Aziz. The Call to God and the Ethics of the Preachers, Presidency of the Department of Scholarly Research and Ifta, Riyadh, 2002.*
- *Debian, Abdul Latif . The Time of the Future and the Arab World, Riyadh, 1418 AH.*

- *Ghalwash , Ahmed Ahmed . The Islamic Call: Its Origins and Means, Dar Al-Kitab Al-Masry, Cairo, 1979.*
- *Hammam, Talaat . One Hundred Questions on the Media, Dar Al-Furqan, Amman, 1987.*
- *Hamza, Abdul Latif .Media in the early days of Islam, Dar Al-Fikr Al-Arabi, Cairo, 1971.*
- *Hegab , Mohamed Mounir .Islamic Media ,Principles, Theory, Practice, Dar Al-Fagr, Cairo, 2002.*
- *Holly Quran*
- *Ibn Faris, Dictionary of Language Standards, Ibn Faris, edited by, Abd al-Salam Muhammad Haroun, Arab Writers Union, Egypt, 2002.*
- *Ibn Taymiyyah, Majmoo' al-Fatawa, edited by: Abd al-Rahman bin Muhammad, Ibn Taymiyyah Library, Riyadh, 2nd Edition.*
- *Imam , Ibrahim .Islamic Media, The Oral Stage, Anglo-Egyptian Library, Cairo, 1980.*
- *Imam , Ibrahim .The Origins of Islamic Media., Dar Al-Fikr Al-Arabi, Cairo, 1985.*
- *Jaafar, Muhammad Kamal . On Comparative Religion, Dar Al-Kutub Al-Jamia, Cairo, 1970.*
- *Makled, Taha Abdel Fattah. Media and Call to God, Islamic University, Medina, eighth year, third issue, 1395 AH.*
- *Qasim, Yusuf Muhammad . Media Controls in Islamic Law , Deanship of Library Affairs, Riyadh, 1979.*
- *Sahih Al-Bukhari, Muhammad bin Ismail bin Ibrahim Al-Bukhari, investigated by, Muhammad Zuhair Al-Nasser, Dar Tuq Al-Najat, Beirut, 1st Edition, 1422 AH.*
- *Taha , Saber Ahmed .The Preachers to God in the Light of the Qur'an and Sunnah. 2001.*
- *Tash , Abdul Qadir .Media and Issues of Islamic Reality. Library, 1st Edition, Saudi Arabia, 1416 AH.*
- *The Behavior of the Preacher and Its Impact on Communicating The Islamic Call, Al-Azhar University. Faculty of Fundamentals of Religion.*
- *Ways and Means of Calling to God in the Workplace, Riyadh website, (<http://www.riyadhedu.gov.sa>)*
- *Zaidan, Abdul Karim . The Origins of Dawah , Al-Resala Foundation, 9th Edition, 2001.*