وسائل الإقناع في سورة الشعراء و أثره في الخطاب الإعلامي (دراسة تحليلية)

لارا أحمد صالح* **أ.د سليمان محمد الدقور****

تاريخ وصول البحث: 2023/6/13م تاريخ قبول البحث: 2023/11/6م

الملخص

جاءت الدِّراسة تجيب عن سؤال مفاده "ما أبرز وسائل الإقناع العقلي وتأثيرها الإعلامي من خلال سورة الشعراء"؟

وهدفت الدراسة إلى استنطاق سورة الشعراء لصياغة منطق إعلامي متكامل بأسلوبه ومضمونه، كفيل بأن يُفعَل في واقع التواصلات الإعلامية بين البشر.

وقد قامت الدراسة على المنهج الاستقرائي، والمنهج التحليلي الاستنباطي.

اشتملت الدراسة على تمهيد ومطلبين، عُني المطلب الأول بالأساليب الإعلامية التي من شأنها التأثير في المتلقين، وعُني المطلب الثاني بأهم المضامين الإعلامية التي تمسُّ حياة البشر بكافة نواحيها لتصنع منهم جيلا يحيا بواقع القرآن وهداياته.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج كان من أبرزها:

إنَّ سورة الشعراء بما حوته من القصص شكلت بأسلوبها وفكرتها نهجًا إعلاميا متكاملا صالحا لبناء واقع إسلامي، قابلا للتمثل بأسلوبه وفكرته في كل زمان ومكان.

* باحثه.

**أستاذ دكتور، كلية الشريعة، الجامعة الاردنية.

Cognitive Persuasion Means and Intellectual Motivation and Their Impact on Media Discourse

(A Study in Surat al-Shu'ara' (Q26))

ABSTRACT

The study answers the question of "what are the most prominent means of cognitive persuasion and its intellectual motivation through Surat al-Shu'ara?" The study aims to explore Surat Al-Shu`ara' to formulate an integrated media thought, in its style and content, that can be implemented in the reality of media communications between people. The study is based on the inductive method, and the analytical deductive method. The study consists of introduction and two sections, one of which is concerned with media methods that influence the recipients; the second section is concerned with the most important media contents that touch human lives in all their aspects.

The study concludes a number of results, the most important of which are:

- Surat Al-Shu'ara', with its stories, forms in its style and ideas, an integrated media approach suitable for forming an Islamic reality capable of being represented in its style and ideas in every time and place.

المقدمة:

الحمد لله الذي أنزل القرآن وأودع فيه ما يحفز العقول ويصنع التفكير، ويرشد القلوب الحائرة، ويوجه حياة البشر بخير أسلوب إلى طريق الهدى وسواء السبيل، والصلاة والسلام على من جعله الله رحمة للعالمين النبي المرشد الهادي الأمين، محمد ﷺ.

أما بعد: فهذه دراسة موضوعية تناولت وسائل الإقناع العقلي من خلال سورة الشعراء.

لا شكَّ أنَّ الإعلام مصدر مهمٌ في واقع الإنسان؛ فمن خلاله يبني تصوراته ويصوغ رأيه وينمي تفكيره، ويحدد انتماءاته، وإن القرآن الكريم يُعدّ مرجعا إعلاميا بأسلوبه، فضلا عن فكرته التي جاء بها ليخرج الناس من الظلمات إلى النور بإذن ربهم إلى صراط العزيز الحميد.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال الرئيس الآتي:

ما أبرز وسائل الإقناع العقلي وتأثيرها الإعلامي من خلال سورة الشعراء؟

ويتفرع عن هذا السؤال الأسئلة الآتية:

1) ما وسائل الإقناع العقلي من خلال سورة الشعراء؟
2) ما هي طريقة الإعلام في صناعة الفكر وتوجيه العقول من خلال سورة الشعراء؟

أهمية الدراسة:

إنَّ الحاجة ماسة لفهم قضايا المنطق الإعلامي ومنطلقاته حتى يتبين أثره على الفرد والمجتمع، من هنا جاءت هذه الدراسة لبيان وسائل الإقناع العقلي وتحليلها من خلال السورة الكريمة، وعليه فإن أهمية هذه الدراسة تكمن فيما يأتي:

1) الربط بين قضايا الواقع والتوجيهات القرآنية.
2) تناول مسألة ذات تأثير واسع وممتد حيث يحتل الإعلام سلطة لها تأثيرها وصوتها.
3) بيان طريقة الإعلام في صناعة الفكرة وبثها، وتوجيه العقول والأفكار وفقها.
4) ضرورة ترشيد الخطاب الإعلامي وتأطيره بأطر وضوابط لها مرجعية قرآنية.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة في الآتي:

1) الكشف عن أهم وسائل الإقناع العقلي الشائعة من خلال السورة الكريمة.
2) بيان أهم المضامين الإعلامية التي تحمل صناعة الفكرة وبثها من خلال السورة الكريمة.
3) بيان حديث السورة وأثر توجيه خطابها على دراسة الواقع الإعلامي من حيث الإرشاد

والتضليل.

الدراسات السابقة:

ظهر من خلال البحث وجود عدد من الدراسات التي تناولت الحديث عن سورة الشعراء، منها ما تناول وسائل الإعلام في القرآن الكريم، ومنها ما تناول وسائل الإقناع الموجودة في القرآن الكريم، ولا يوجد في حدود الاطلاع دراسة تتطرق للإقناع العقلي من حيث الأسلوب والفكرة في سورة الشعراء.

ومن هذه الدراسات:

وسائل الدعوة وتطبيقاتها المعاصرة في ظلال سورة الشعراء، أبو سعدة، إسلام عماد، جامعة القلم للعلوم الإنسانية والتطبيقية، بحث محكَّم، ع 18، 2002م.

هذه دراسةٌ تأصيلية معتمدة على القرآن الكريم، بينت الوسائل الدعوية التي استخدمها الأنبياء الكرام عليهم السلام في دعوتهم لأقوامهم، ومن ثَم وضعت رؤية معاصرة لهذه الوسائل.

آليات الإقناع في الخطاب القرآني (سورة الشعراء أنموذجا)، بلخير، هشام، جامعة الحاج لخضر، باتنه، الجزائر،2021م.

هذه الدراسة جمعت بين التأصيل لوسائل الإقناع الموجودة في القرآن الكريم، متخذة سورة الشعراء أنموذجا، كما أنها تعرضت لبعض أساليب الإقناع والمحاجَّة في سورة الشعراء، وبينت انعكاس تلك الأساليب في واقع الأفراد والجماعات والأمم.

التضليل الإعلامي وسبل مواجهته وفقا لهدي القرآن الكريم- دراسة تحليلية، المقدادي، موسى عبد القادر صالح، جامعة العلوم الإسلامية العالمية الأردنية، عمان، 2016م.

هذه الدراسة تناولت سبل مواجهة التضليل الإعلامي وفقا لهدي القرآن الكريم، حيث اتجهت السياسة الغربية إلى اعتبار الإسلام عدوا بديلا عن العدو التقليدي (النظام الشيوعي في الاتحاد السوفيتي)، فأسهمت في أحداث أيلول عام 2001م، وما نشأ عنها من ربط الإسلام بالإرهاب والتطرف والعنف، وذلك من خلال حملات تضليلية مكثفة.

أساليب الدعوة في سورة الشعراء، موسى، علوية عوض الكريم الطاهر، جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، كلية الدراسات العليا، السودان، 2002م.

هذه دراسة تناولت حال الأقوام الذين بعث فيهم الرسل عليهم السلام الذين وردت قصصهم في سورة الشعراء، وأساليب دعوتهم، وما حلَّ بالأقوام بعد رفضهم دعوة رسلهم عليهم السلام.

التفسير الإعلامي لسورة النور، الفتياني، خالد ابراهيم أحمد، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية أصول الدين والتربية، السودان، رسالة ماجستير، 1988م.

هذه دراسة تأصيلية للدراسات الإعلامية، تقوم على تحليل الأحكام الواردة في السورة النور إعلاميا، فموضوعات سورة النور تخص المجتمع، وموضوعات سورة الشعراء تخص واقع البشر الذي يعيشون في هذا المجتمع، وما يتطلبونه من عقائد تبنى عليها حياتهم، ووسائل تؤثر فيهم.

الخطاب القرآني في سورة الشعراء (دراسة في النسيج اللغوي والدلالي)، إسماعيلي، لزهر كاتب حسن، جامعة أم البواقي، قسم اللغة والأدب العربي، 2010م.

هذه دراسة تحليلية، تقوم على دراسة نسج الخطاب القرآني في سورة الشعراء دراسة تحليلية وصفية، حرص الباحث من خلالها على الكشف عن الترابط والانسجام والتماسك الدلالي الذي يرق بالعملية التبليغية في القرآن الكريم إلى أعلى درجات التأثيرية والفاعلية.

لا شك أن للدراسات السابقة صلة بهذه الدراسة، فمنها ما تناولت الجانب الأسلوبي، ومنها ما ركزت على الفكرة الإعلامية ودور الإعلام في صناعة الرأي والتفكير، إلا أنَّ هذه الدراسة تميزت بالجمع بين الأسلوب والفكرة مستنطقة سورة الشعراء، بفكرتها وأسلوبها ساعيةً لأن تخلص إلى منهج إعلامي واقعي بناء بأسلوبه وفكرته، وذلك من خلال وسائل الإقناع العقلي الواردة في سورة الشعراء، وما كان عليه واقع الأنبياء والأمم التي تحدثت عنها السورة الكريمة.

محددات الدراسة: [1]

تنحصر هذه الدراسة في بيان وسائل الإقناع العقلي من خلال سورة الشعراء.

منهجية الدراسة:

اقتضت طبيعة هذه الدراسة اتباع المناهج العلمية الآتية:

المنهج الاستقرائي: سيتم توظيف هذا المنهج من خلال استقراء الآيات التي ورد فيها الإعلام في سورة الشعراء استقراء وافيا، وبيان ما تحويه من أساليب إعلامية متنوعة في بث ما تدعو إليه.

المنهج التحليلي الاستنباطي: ستيم توظيف هذا المنهج من خلال تحليل الأساليب والأفكار العلمية الواردة في سورة الشعراء وبيان أثرها على الواقع المعاصر.

خطة الدراسة:

اقتضت طبيعة هذه الدراسة أن تقسم على النحو الآتي:

المقدمة، وفيها: مشكلة الدراسة، وأهميتها، وأهدافها، ومحدداتها، والدراسات السابقة، والمنهج المتبع في الدراسة، وخطة الدراسة.

التمهيد: التعريف بالسورة الكريمة وأهم مصطلحات الدراسة.

المطلب الأول: وسائل الإقناع العقلي في السورة الكريمة وأثره في الإعلام.

المطلب الثاني: التحليل الإعلامي لوسائل الإقناع العقلي في السورة الكريمة.

ثم جاءت الخاتمة لتبين أهم النتائج والتوصيات التي خلصت إليها الدراسة.

والله نسأل أن يجعل هذا العمل خالصًا لوجهه الكريم، مقبولًا عنده، نافعًا لطلبة العلم وأهله، إنه وليّ ذلك والقادر عليه.

التمهيد:

التعريف بالسورة الكريمة وأهم مصطلحات الدراسة:

سورة الشعراء من السور المكية التي حوت جملة من القصص والمفاهيم والأساليب التي اتبعها أنبياء الله عليهم السلام في دعوة أقوامهم إلى الهدى.

وقد استغرق ذكر القصص معظم السورة الكريمة، ولا شك أن اسم السورة يتناسب مع واقع الحياة وقت نزول القرآن، فقد كان الشعراء قادة التأثير في مجتمعاتهم بما يقولون من شعر يعبرون به عن واقع قبائلهم ومجتمعهم.[2].

وإن السورة الكريمة بفكرتها وأسلوبها تشكل مدرسة إعلامية في مخاطبة العقل وإقناعه، سواء من خلال المحاجة والمسائلة، أو من خلال عرض الأدلة التي تجلي الحق وتوضحه.

مصطلحات خاصة بالدراسة:

تُعنى هذه الدراسة بالإقناع العقلي في سورة الشعراء، ومن أهم المصطلحات الواردة في الدراسة والتي تُعد ذات صلة بالسورة وفكرة الدراسة ما يأتي:

أولًا: **الإقناع.**

الإقناع لغة: فعل المُقنع، وهو جهد يبذله الإنسان لتقديم فكرة معينة يقنع بها الآخرين، نقول: أقنعه أي أرضاه.

وهو مأخوذ من القناعة التي هي الرضا بالقسم، ومنها اقتنع: أي رضي بالفكرة أو اطمأن للرأي [3].

الإقناع اصطلاحا:

يمكن إجمال التعريفات الواردة في الإقناع بأنه:[4]

الجهد المنظم الذي يهدف إلى التأثير في الآخرين، وحملهم على تغيير أفكارهم وسلوكاتهم من أجل تحقيق أهداف معينة، ويكون ذلك من خلال توظيف أساليب للتأثير في العقول والأفكار، شريطة أن تكون هذه الأساليب بعيدة عن الغش والخداع أو التضليل، ويجب أن يتمتع المطلوب إقناعه بحرية الرأي التي تمكنه من قبول أو رفض الأمر المعروض عليه.

ثالثا: الإعلام:

الإعلام لغة: الإعلام يدل على أثر بالشيء يتميز به عن غيره، وهو يدور حول الإخبار عن فكرة معينة بغية حصول أثر ما.[5]

الإعلام اصطلاحا:

يدور الإعلام في الاصطلاح حول مفهومين:

الأول: انعكاس موضوعي لعقلية الجماهير وروحهم وميولهم واتجاهاتهم[6].

الثاني: نشر الأخبار والمعلومات والحقائق التي تساعد على تكوين رأي في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات[7].

والجامع بين المعنى اللغوي والاصطلاحي يكمن في أنَّ الإعلام يقوم بالكشف عن حقيقة فكرة، أو إظهار واقع بحيث يلفت النظر إليه ويتعرف عليه.

وفي ضوء ما تقدم يمكن القول بأن **الخِطاب الإعلامي**:

الإخبار بكلام يتضمن معلومات بقصد التأثير على المخاطبين، أو تقييم واقعهم.

وعليه فإن الاقناع العقلي يسهم في:

نشر السلوكات والثقافات المرغوبة مما من شأنه إعادة تشكيل الأفراد وسلوكياتهم وجعلهم مختلفين عن الصورة التي كانوا عليها.

المطلب الأول: وسائل الإقناع العقلي في السورة الكريمة و أثره في الإعلام:

خلق الله تعالى العقل وأودعه فيمن قدّر لهم حمل مهمة خلافة الأرض، وهيأه للفهم والإدراك وتقبل الحقائق التي تتناسب مع كينونة صاحبه؛ ذلك أنَّ القيام بمهام الخلافة يحتاج إلى قدرة على فهم المهمات وإدارتها، وعليه كان من المهم جدا لكل إعلامي وداعية أن يخاطب العقل ويحفز فيه قدرات الفهم والإدراك.

وقد زخر القرآن بوجه عام، وسورة الشعراء على وجه الخصوص، بأساليب وطرائق الإقناع العقلي المحفزة للفهم والإدراك، المعينة على العمل والانطلاق نحو الأداء الناضج الواعي.

يمكن تقسيم وسائل الإقناع العقلي إلى **الوسائل المعنوية في الإقناع العقلي، والوسائل المادية في الإقناع العقلي**.

أولا: الوسائل المعنوية في الإقناع العقلي: يقصد بالوسائل المعنوية تلك الأساليب التي تحفز التفكير، وتجيب عن تساؤلات العقل،

وتتناسب مع حاجته لإدارة و اقعه وتوجهاته [8].

ومن أهم تلك الوسائل:

1- **الإقناع العقلي من خلال الأدلة المبثوثة في الكون والذات:**

الكون والنفس الإنسانية عالم رحب يستطيع مخاطبة العقل بلغة يفهمها؛ لأنه يراها ويسلم بوجودها، فوجودها مثير للبصر الذي يقود العقل إلى التساؤل للوصول إلى الحقيقة، والتفكير فيما وراء تلك الحقيقة.

وإن سورة الشعراء غنية بالإشارات الكونية واللفتات إلى النفس الإنسانية، التي من شأنها سوق العقل إلى الإيمان بإجابة تساؤلاته وتوجيهه إلى الحق.

لفتت سورة الشعراء نظر قارئها إلى إبداع الله تعالى في الكون الفسيح المترامي الواسع، وذلك باستثارة البصر الذي يرى الأشياء ماثلة أمامه.

قال تعالى: ﴿أَوَلَمْ يَرَوْا إِلَى الْأَرْضِ كَمْ أَنْبَتْنَا فِيهَا مِنْ كُلِّ زَوْجٍ كَرِيمٍ﴾ [الشعراء: 7]. ثم أتبع تلك اللفتة لرؤية الأبصار؛ بذكر أنَّ ما تراه الأبصار آية كونية من آيات العزيز الرحيم.

قال تعالى: ﴿إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً وَمَا كَانَ أَكْثَرُهُمْ مُؤْمِنِينَ (٨) وَإِنَّ رَبَّكَ لَهُوَ الْعَزِيزُ الرَّحِيمُ﴾ [الشعراء: 8-9].

يقول مالك بن نبي -رحمه الله تعالى-: "لم يعد لدى النبي أدنى شك أدبي أو عقلي، فإن الحكم الصادق هو الذي يهديه، وهذا النوع من الحكم لا يحوّل الشك المنهجي الذي عاناه، إلى شك مقصود لذاته؛ إذ أن الحقيقة العلوية للوحي تفرض نفسها فرضًا على العقل الوضعي، فكل ما يراه وما يسمعه وما يشعر به وما يفهمه، يتفق الآن مع حقيقة واضحة تمامًا في ذهنه، جلية في عينيه هي: الحقيقة القرآنية"[9].

وإن كان النص في سياق الحديث عن الرسول ﷺ إلا أنه ينطبق على كل نبي صاحب فكر ورسالة إلهية يحمل رسالته بقناعة، مما زادته هذه القناعة قوة أثناء إقناعه لقومه.

فنبي الله موسى عليه السلام ساق لفرعون عددا من الأدلة الكونية والذاتية على وجود الإله الذي كان يصف فرعون نفسه به؛ وذلك من خلال إجابته المقنعة الهادئة عن تساؤلاته المتتالية: ﴿قَالَ فِرْعَوْنُ وَمَا رَبُّ الْعَالَمِينَ﴾ [الشعراء: 23]، فعند إجابته عن سؤال فرعون عن رب العالمين بين له ما هي العوالم التي يسأل عنها: ﴿قَالَ رَبُّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا إِنْ كُنْتُمْ مُوقِنِينَ﴾ [الشعراء: 24]، وحينما توجه فرعون إلى قومه مستثيرا سمعهم لما قال موسى عليه السلام أجاب نبي الله جوابا يخاطب كينونة المستمعين، ومن لفتهم إلى الاستماع: ﴿قَالَ رَبُّكُمْ وَرَبُّ آبَائِكُمُ الْأَوَّلِينَ﴾ [الشعراء: 26]، ثم انتقل إلى الجهات التي يدركونها ويتخيلون سعتها اللامحدودة[10]: ﴿قَالَ رَبُّ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَمَا بَيْنَهُمَا إِنْ كُنْتُمْ تَعْقِلُونَ﴾ [الشعراء: 28].

قال الآلوسي -رحمه الله تعالى-: "فإنَّ الحدوث والافتقار إلى واجب مصور حكيم في المخاطبين وآبائهم الذين ذهبوا وعدِموا أظهر، والنظر في الأنفس أقرب وأوضح من النظر في الآفاق"[11].

وإن الإعلام بوسائله المسموعة والمرئية يعير اهتماما لقيادة العقل إلى التفكير في الكون والذات من خلال البرامج العلمية التي تعرف الإنسان بمخلوقات وعوالم يراها ويسمع بها، وهو في هذا أحد صنفين؛ إما أن يقود إلى من وراء الإبداع والإتقان في تلك الأشياء [12]، ومنها ما يشير إلى تلك الأشياء وعظمتها وإبداعها غاضا النظر عن خالق الكون ومبدعه، فيترك العقل في حيرته وماديته، ويقف عند الإبداع دون التساؤل عن المبدع أو التفكير بالغيب [13].

1.الإقناع العقلي من خلال الفطرة:

يقول الله تعالى في كتابه الكريم: ﴿فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾ [الروم: 30]، قال الشهيد سيد قطب -رحمه الله تعالى-: "هذا الدين هو العاصم من الأهواء المتفرقة التي لا تستند على حق، ولا تستمد من علم، إنما تتبع الشهوات والنزوات بغير ضابط ولا دليل... أقم وجهك للدين حنيفا مائلا عن كل ما عداه، مستقيما على نهيه دون سواه"[14].

الفطرة: "فطرة الله هي التوحيد الذي تشهد به العقول السليمة والنظر الصحيح"[15]، وهي "الجبلة المتهيئة لقبول الدين"[16].

من خلال الآية الكريمة يتضح أنَّ الفطرة هي الطاقة الباحثة عن الولاء والدين، الكامنة في كل نفس إنسانية، ذلك الدين الذي يقوم على العدل بصوره المادية والمعنوية، والتي يقوم عليها ميزان الله تعالى في خلق الأشياء وتوظيفها.

إذن فالأدلة الفطرية هي التي تعين العقل على مساعدة الفطرة، والأخذ بزمامها إلى الدين القيم وتحكيمه.

فإبراهيم عليه السلام عرَّف قومه برب العالمين من خلال ما تحتاجه الفطرة من وسائل الهداية والحماية والكفاية.

قال تعالى: ﴿الَّذِي خَلَقَنِي فَهُوَ يَهْدِينِ (٧٨) وَالَّذِي هُوَ يُطْعِمُنِي وَيَسْقِينِ (٧٩) وَإِذَا مَرِضْتُ فَهُوَ يَشْفِينِ﴾ [الشعراء: 78-80].

فلم يترك الله تعالى من خلقهم يتخبطون في سبلهم ويتعثرون في قراراتهم والتجاءاتهم؛ فالله خلقهم ورسم لهم طريق الاهتداء التي يحتاجونها في حياتهم سواءً على صعيد معاشهم، أو توجهاتهم وانتماءاتهم، وعلاقتهم الروحية.

وقد تكفل الله تعالى بأرزاق العباد الذين خلقهم وهداهم حتى يتوجهوا إليه مع الشعور بالعطاء الرباني والكفاية التي تضمن لهم البقاء والاستمرار، وليس ذلك فحسب فإن الله تعالى قد وقاهم من الأسقام وخلصهم منها إذا حلَّت بهم، وبعد كل ذلك وجههم إلى معادهم الذي يعيشون لأجله ويحيون في كنفه، إنهم راجعون إلى الله فليقوا أنفسهم بالطاعة وليعالجوها بالاستغفار[17].

قال تعالى: ﴿وَالَّذِي أَطْمَعُ أَنْ يَغْفِرَ لِي خَطِيئَتِي يَوْمَ الدِّينِ﴾ [الشعراء: 82].

وفي ذلك يقول الجلنيد: "لجوء الإنسان إلى الفطرة السليمة التي هي مضطرة بطبعها إلى الإقرار بوجود الرب الخالق؛ وذلك لما تحتاج إليه النفوس من لجوئها إلى قوة عليا تستنقذ بها عند حلول المصائب بها"[18].

والإعلام اليوم يسعى إلى كسب الرأي العام من خلال تلبية الحاجات الفطرية لدى الإنسان؛ وذلك بدعوة الدول العظمى وأصحاب القرار إلى رعاية البلدان الفقيرة، وكفايتها بالمال والمتاع ليتسنى لها خلق التبعية والانقياد من قبل أهل تلك الدول، فقد قام بإبراز الإمدادات الروسية إلى منكوبي جنوب سوريا [19]، والمساعدات الفرنسية الطبية للمستشفيات اللبنانية للمساعدة في جائحة كورونا[20]، وتوزيع المساعدات على المهاجرين في البوسنة والهرسك[21].

وجدير بالإعلام الإسلامي أن يعزز مفهوم التكافل؛ بمساعدة الجائع والفقير لأجل الله لا من أجل تحصيل مصلحة وحيازة سيادة.

وإن خدمة البشرية باختراع دواء لأي مرض عضال ينطلق من شعور الإنسان بأنه يحب لأخيه ما يحب لنفسه، وأنه يريد تلك البشرية أن تنعم بالسلام والرخاء، ويأمن كل فرد على حاجاته وصحته.

وقد تنحرف الفطرة عن مسارها في تلبية حاجاتها، وهنا يتجلى الدور الإعلامي في ردها إلى صوابها وتعديل مسارها؛ وهذا ما قام به شعيب عليه السلام حين ردَّ قومه عن تطفيف الموازين، والظلم في الكيل؛ بأن وجههم إلى إقامة العدل الذي ينسجم مع ما تتطلبه فطرتهم تجاه أنفسهم، وينسجم مع قيام كل الكون على العدل[22].

قال تعالى: ﴿أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (181) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ (182) وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ﴾ [الشعراء: 181-183].

يتبين مما سبق أن تلك الأدلة الكونية والفطرية تجعل العقل قادرا على التسليم بوعي وإدراك لما يجب عليه الإيمان به، مما يضمن الثبات على المنهج والاستمرارية في أداء المهام، حتى لو اختفت الرقابة وغاب الرقيب.

قال تعالى في سورة الشعراء: ﴿إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً وَمَا كَانَ أَكْثَرُهُمْ مُؤْمِنِينَ﴾؛ فلفظة أكثرهم تدل على أنَّ من الأتباع من آمن، وأن سبب الإيمان يخص القناعة العقلية بما جاء به النبي من البراهين والأدلة[23].

وإن ما حمل الصحابة رضوان الله عليهم على أن يبذلوا أموالهم وأنفسهم في سبيل الله الإيمان الذي انساقوا إليه بقناعتهم الفكرية وحسهم الفطري الذي تناسب مع رسالة نبينا محمد ﷺ، حتى أن أحد الصحابة قال له حينما استشار المسلمين في شأن بدر: (ولو خضت بحرا لخضناه معك، ولو علوت جبلا لعلوناه معك، ولو ذهبت بنا برك الغماد لتابعناك)[24].

ثانيا: الوسائل المادية في الإقناع العقلي:

إن العناد قد يحول بين الإنسان والتفكير، وقد يحجب صاحبه عن الاقتناع والنظر في الأدلة بطريقة إدراكية منطقية، وهنا يلجأ الإعلامي صاحب الفكرة والرسالة إلى الاستعانة بما يسوق العقل إلى الاقتناع القسري، فيأتي بما تراه الأبصار عيانا مما من شأنه أن يسكت السائل، ولا يدع له طريقا للمعاندة.

ويمكن بيان أهم وسائل الإقناع المادي بما يأتي:

1- المعجزات والبراهين المادية:

يقصد بها الأدلة الحسية التي يأتي بها الرسول؛ ليدلل على صدقه، ويكون ذلك في مرحلة تالية للإقناع الهادئ الهادف المقرون بالأدلة الموضوعية المنطقية [25].

ومن ذلك قول موسى عليه السلام لفرعون: ﴿قَالَ أَوَلَوْ جِئْتُكَ بِشَيْءٍ مُبِينٍ﴾ [الشعراء: 30]، ومعنى مبين: واضح مفصح مسكت، يتضح معه صدق ما جاء به [26]، فأتاه بالعصا التي انقلبت ثعبانا لا يختلف عن تلك الثعابين التي يراها فرعون في الأرض، فقد تبين للناظرين من خلال حركاته وسائر علاماته[27].

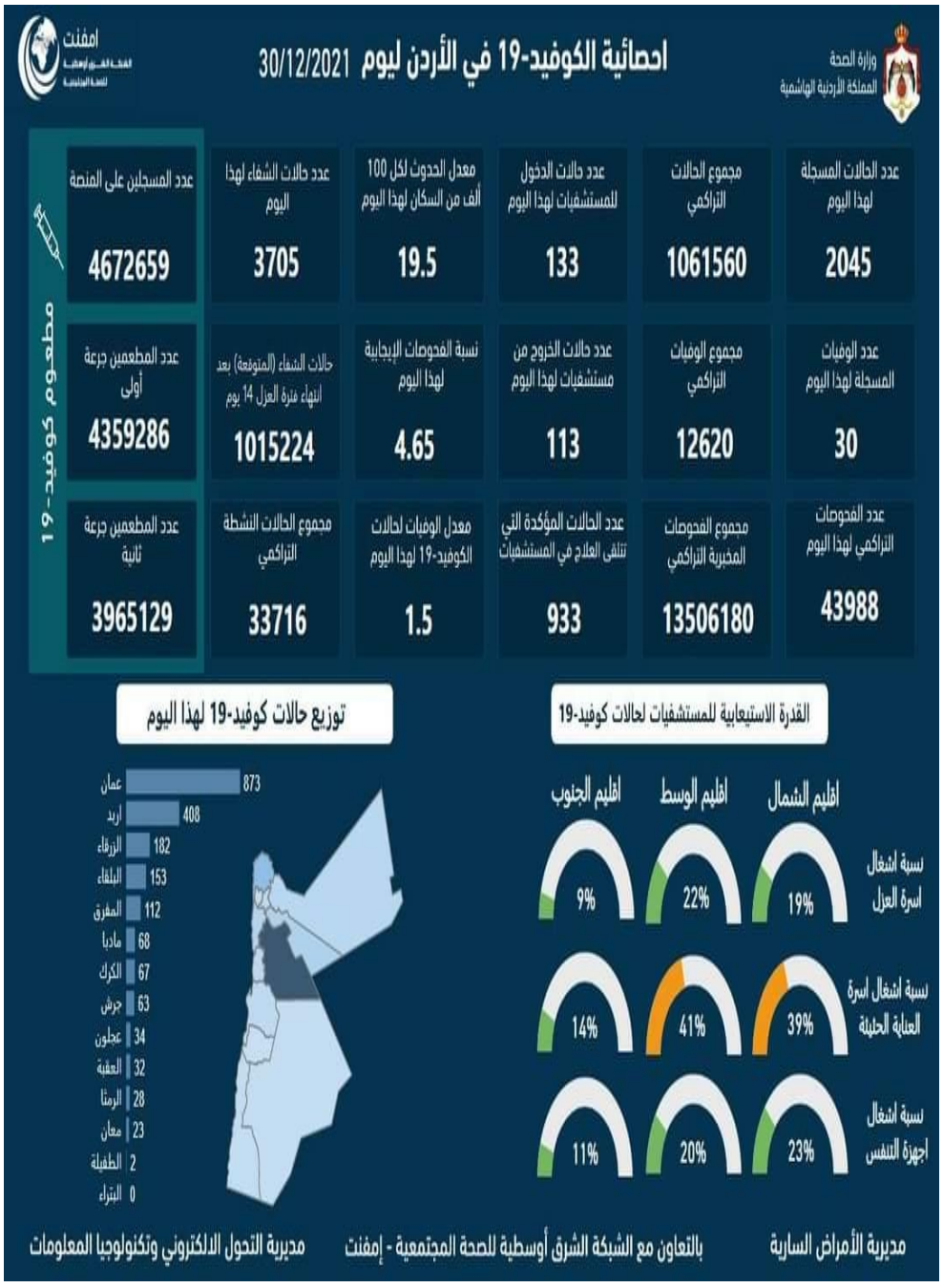
وإن خروج النور المرهب من يد موسى عليه السلام دون مرض أو برص بعد أن أخرج يده من جيبه كان معجزة أبهرت أبصار الناظرين، فلم يجدوا طريقة لمعاندته سوى اتهامه بالسحر؛ ليتخلصوا من عقولهم المذعنة المستجيبة لإفحام الأبصار [28].

ويتجلى الانقياد العقلي الاضطراري بإقرار السحرة بالإيمان برب العالمين: ﴿فَأُلْقِيَ السَّحَرَةُ سَاجِدِينَ (46) قَالُوا آمَنَّا بِرَبِّ الْعَالَمِينَ﴾ [الشعراء: 46-47]، وإلحاق القول بالفعل بأن خروا سجدا إظهارًا للإنقياد المطلق للمعجزة التي أدركوها وفهموا أنها ليست من جنس سحرهم.

ولسائل أن يسأل كيف للإعلامي الذي لم يؤيد بمعجزات خارقة أن يتحلى بتلك الوسيلة المقنعة؟

والجواب يكون بإبراز صور لحقائق منظورة مشاهدة لعجيب صنع الله في الكون؛ كتحول الجنين من مرحلة إلى مرحلة، والتغيرات التي تطرأ على المواد بتأثير أشياء عليها كالحرارة والبرودة وعامل الزمن.

إنَّ طبيعة التفكير المادي لا يخضع إلا بالمادة التي تصف حقيقة؛ لذلك فإن قناعة علماء الأجنة بما وصلوا إليه في دراساتهم عن تكون الجنين جعلت بعضهم يعلن إسلامه لِما رأى من الآيات القرآنية التي تصف تلك المراحل، من ذلك ما حدث مع البروفسور كيث مور (Keith Moore) عالم الأجنة والتشريح [29]، كما أنَّ معرفة علماء الكون والفلك بما يدور في الأفق من الأعاجيب جعلت بعضهم يستسلمون مذعنين للآيات التي وصفت ما وصلوا إليه بدقة وإتقان فاق تجاربهم واستطلاعاتهم.


وزارة الصحة
المملكة الأردنية الهاشمية
احصائية الكوفيد-19 في الأردن ليوم 30/12/2021
امفنت
عدد الحالات المسجلة لهذا اليوم
2045
مجموع الحالات التراكمي
1061560
عدد حالات الدخول للمستشفيات لهذا اليوم
133
معدل الحدوث لكل 100 ألف من السكان لهذا اليوم
19.5
عدد حالات الشفاء لهذا اليوم
3705
عدد المسجلين على المنصة
4672659
عدد الوفيات المسجلة لهذا اليوم
30
مجموع الوفيات التراكمي
12620
عدد حالات الخروج من مستشفيات لهذا اليوم
113
نسبة الفحوصات الإيجابية لهذا اليوم
4.65
حالات الشفاء (المتوقعة) بعد انتهاء فترة العزل 14 يوم
1015224
عدد المطعمين جرعة أولى
4359286
عدد الفحوصات التراكمي لهذا اليوم
43988
مجموع الفحوصات المخبرية التراكمي
13506180
عدد الحالات المؤكدة التي تتلقى العلاج في المستشفيات
933
معدل الوفيات لحالات الكوفيد-19 لهذا اليوم
1.5
مجموع الحالات النشطة التراكمي
33716
عدد المطعمين جرعة ثانية
3965129
مطعوم كوفيد-19
القدرة الاستيعابية للمستشفيات لحالات كوفيد-19
اقليم الشمال
اقليم الوسط
اقليم الجنوب
نسبة اشغال اسرة العزل
19%
22%
9%
نسبة اشغال اسرة العناية الحثيثة
39%
41%
14%
نسبة اشغال اجهزة التنفس
23%
20%
11%
توزيع حالات كوفيد-19 لهذا اليوم
عمان 873
اربد 408
الزرقاء 182
البلقاء 153
المفرق 112
مادبا 68
الكرك 67
جرش 63
عجلون 34
العقبة 32
الرمثا 28
معان 23
الطفيلة 2
البتراء 0
مديرية الأمراض السارية
بالتعاون مع الشبكة الشرق أوسطية للصحة المجتمعية - إمفنت
مديرية التحول الالكتروني وتكنولوجيا المعلومات

2- استجابة الله لدعاء النبي بأن ينجيه الله من قومه، وحلول الهلاك بالقوم على مرأى منهم ومسمع:

ومن ذلك أن يستجيب صاحب الرسالة لتحدي القوم له بأن يأتيهم بعذاب كما حصل مع قوم صالح عليه السلام حين تحداه قومه بطلب دليل على صدق رسالته، فأتاهم بالناقة فعقروها، فحلَّ بهم العذاب العظيم، وزلزلت بهم الأرض[30].

قال تعالى: ﴿قَالَ هَذِهِ نَاقَةٌ لَهَا شِرْبٌ وَلَكُمْ شِرْبُ يَوْمٍ مَعْلُومٍ (155) وَلَا تَمَسُّوهَا بِسُوءٍ فَيَأْخُذَكُمْ عَذَابُ يَوْمٍ عَظِيمٍ (156) فَعَقَرُوهَا فَأَصْبَحُوا نَادِمِينَ (157) فَأَخَذَهُمُ الْعَذَابُ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً وَمَا كَانَ أَكْثَرُهُمْ مُؤْمِنِينَ﴾ [الشعراء: 155-158].

ومنها أيضا ما ورد عن قوم شعيب عليه السلام[31] **حينما قالوا له:** ﴿فَأَسْقِطْ عَلَيْنَا كِسَفًا مِنَ السَّمَاءِ إِنْ كُنْتَ مِنَ الصَّادِقِينَ (187) قَالَ رَبِّي أَعْلَمُ بِمَا تَعْمَلُونَ (188) فَكَذَّبُوهُ فَأَخَذَهُمْ عَذَابُ يَوْمِ الظُّلَّةِ إِنَّهُ كَانَ عَذَابَ يَوْمٍ عَظِيمٍ﴾ [الشعراء: 187-189]

ومن صور استجابة الله لدعاء صفوته وخاصته من أنبيائه بالنجاة؛ حين دعاه نوح عليه السلام أن ينجيه وقومه بقوله: ﴿قَالَ رَبِّ إِنَّ قَوْمِي كَذَّبُونِ (117) فَافْتَحْ بَيْنِي وَبَيْنَهُمْ فَتْحًا وَنَجِّنِي وَمَنْ مَعِيَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ﴾ [الشعراء: 117-118]، **حيث جاءت الاستجابة من الله لنبيه سريعا:** ﴿فَأَنْجَيْنَاهُ وَمَنْ مَعَهُ فِي الْفُلْكِ الْمَشْحُونِ (119) ثُمَّ أَغْرَقْنَا بَعْدُ الْبَاقِينَ﴾ [الشعراء: 119-120]. **وتذكر الآيات أنَّ من الأقوام من لا يؤمن ولا يتأثر بالأمور الداعية للإيمان حتى يروا العذاب بالرغم أنَّ الإيمان خالط قلوبهم فتخلصوا من القناعة بالعناد والمجادلة**[32]. ﴿لَا يُؤْمِنُونَ بِهِ حَتَّى يَرَوُا الْعَذَابَ الْأَلِيمَ﴾ [الشعراء: 201].

إن الإعلام الناجح هو الذي يتنوع في وسائل خطابه المقنع، واضعا أمامه تباين الناس في تلقيهم؛ فمنهم صاحب العقل الطفل الذي لا يقنع إلا بالمحسوس، ومنهم من يجدي معه الدليل المنطقي؛ فيفهم الأدلة بطريقة تسوق إلى الإيمان بالفكرة التي انطلقت منها ودعت إليها[33].

فكل فكرة حتى تلقى رواجها يجب أن ترتبط بالدليل من جهة، وتخاطب واقع الإدراك العقلي للمخاطب من جهة أخرى.

المطلب الثاني: التحليل الإعلامي لوسائل الإقناع العقلي في السورة الكريمة:

وبعد سوق أهم ما يمتاز به الإقناع العقلي الفعال ستقوم الدراسة بتحليل سورة الشعراء بما يتناسب مع تلك الميزات بغية إحياء واقع للإعلام المقنع عقليا بأدلته الثابتة المتوازنة.

فموسى عليه السلام كان الإقناع في قصته متعدد الأساليب؛ فتارة كان يقنع بالأدلة المعنوية للقوم الذين لم يؤمنوا بعد، وبالأدلة المادية تارة أخرى.

عرض أدلته على وجود الله من خلال تعدد الصور التي تلفت العقل للتفكير، والنظر في الآفاق والذات بطريقة منظمة محفزة للعقل، حيث لفتهم إلى النظر في الكون الواسع، وفي التناسل المستمر، ثم وسع دائرة نظرهم بالتأمل في المشارق والمغارب، ولمَّا لم يجد منهم استجابة لدعوته عرض الأدلة المادية الحسية التي تميزت بالإقناع القسري لهؤلاء القوم الذين تميزوا بالبلادة وقلة البصيرة، فعندما رأوا العصا التي نالت من عصيهم وحبالهم تخلوا فورا عن دعمهم ومساندتهم لفرعون، وخروا سجدا لله رب العالمين، حتى أنهم أعلنوا استعدادهم لتحمل جميع العقوبات التي يفرضها فرعون عليهم(34).

وبناء عليه فإنه يجدر بالإعلام حتى يكون مقنعا لعقول متابعيه؛ أن يسند رسالته بالأدلة التي تتدرج وتتناسب مع واقع المخاطبين واستعدادهم للتلقي والاقتناع، فلا يلجأ إلى الأدلة المادية إلا بعد تحفيز العقل وإثارة مكنوناته الاستيعابية وقدرته على التفكير.

تتسم دعوة إبراهيم عليه السلام بأنها دعوة موقظة للفطرة، مسخرة إياها دليلا عقليا على وجود الله تعالى؛ فعندما ذكر القوم أنهم يعبدون ما عكف عليه آباؤهم لم يكتف نبي الله ببيان أنها لا ترى، ولا تسمع، ولا تضر ولا تنفع، بل أردف ذلك بذكر ما يقوم به الله تعالى الذي اختاره معبودا من قضاء الحاجات العقلية والفطرية، وإقالة العثرات التي قد تعترض طريق السالك إليه، معرفا القوم بأن مسارهم في الدنيا لا بد له من نهاية، ومعاشهم لا بد له من معاد يردون فيه إلى من قدر لهم هذا العيش.

فكل عقل سليم ينتظر لكل بداية نهاية، ولكل عمل جزاء، ولكل موجود موجد.

إن صناعة التفكير التي هي رسالة إعلامية مهمة، تتطلب بالضرورة ربط الأسباب بالمسببات، والأعمال بالنتائج، فلا يكتف الإعلامي ببيان ما هو الحق، بل يولي اهتمامه إلى واقعية الحق وإمكانية تمثله، والنتيجة المتحصلة من التمسك به.

وإن المتدبر في أسلوب نبي الله صالح عليه السلام في الخطاب العقلي لقومه يجد أنه يتجسد في اعتماده على الأسلوب المادي المسكت؛ ذلك أنهم لم يفكروا فيما قاله لهم وفي رسالته التي سينالون من وراء اتباعها رزقا وفوزا، بل سارعوا إلى طلب آية تدلل على صدقه، هذه الآية تتناسب بلا شك مع مادية تفكيرهم وتصوراتهم حيال ما يعرض على عقولهم، ولما أتاهم بالدليل لم يعبأوا

به، بل عقروا الناقة، وعتوا عن أمر ربهم، وتحدوه بأن يأتيهم بالعذاب، فأخذهم العذاب الذي طلبوه.

هذا ما نشاهده اليوم من سيطرة الدول الاقتصادية الكبرى على الدول النامية لإرهابهم وفرض السيطرة عليهم اقتصاديا؛ فهذا أسلوب ترهيب لإخضاع الأمة العربية والسيطرة على مواردها[35].

ومع أن ما قام به قوم لوط أشد من أن يقبله عقل، وتميل إليه فطرة سوية، إلا أن نبي الله عليه السلام كان غاية في التعقل والمنطقية في عرض رسالته وتفنيد ما عليه قومه، وقد تميز أسلوب لوط عليه السلام في ذكر ما عليه القوم من الشذوذ، وإيجاد البدائل المتناسبة مع حاجاتهم الفطرية المقنعة لعقولهم إن جردوها عن الهوى، والانغماس في الضلال[36].

قال تعالى: ﴿وَجَاءَهُ قَوْمُهُ يُهْرَعُونَ إِلَيْهِ وَمِنْ قَبْلُ كَانُوا يَعْمَلُونَ السَّيِّئَاتِ قَالَ يَاقَوْمِ هَؤُلَاءِ بَنَاتِي هُنَّ أَطْهَرُ لَكُمْ فَاتَّقُوا اللَّهَ وَلَا تُخْزُونِ فِي ضَيْفِي أَلَيْسَ مِنْكُمْ رَجُلٌ رَشِيدٌ﴾ [هود: 78].

أما نبي الله شعيب عيه السلام والذي بعث في قوم خالفوا نظام الكون القائم على العدل واستقامة الميزان؛ بقيامهم بجرائم اقتصادية من خلال التطفيف في المكاييل المادية، وظلم الناس في بخسهم أشياءهم والتقليل من شأنهم، والقيام بالفساد في الأرض معتمدين على سيادتهم وتحكمهم، قد دعاهم إلى العدل، وفي الوقت ذاته نهاهم عن إخسار الكيل والاستقامة في وضع الأمور في نصابها وميزانها العادل.

وإن في الموازنة بين الأمر والنهي الذي استخدمه شعيب عليه السلام تجسيدا لفكرة إيجاد البديل المعين على التخلص من الضلال والضرر؛ فقد حثهم شعيب عليه السلام على إتمام التوفية بأسلوبين؛ أسلوب الأمر بالتوفية والإتمام، ومن ثم أسلوب النهي عن الإنقاص والبخس، وما ذلك إلا لتمكن جريمة التطفيف فيهم[37].

قال تعالى: ﴿أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (181) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ (182) وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ﴾ [الشعراء: 181-183]. وما قامت به الدول لمواجهة ما يحل بشعوبها من الأوبئة والأمراض لهو خير دليل على أهمية إيجاد البديل؛ حيث وجهت العالم حديثا إلى استخدام وسائل التكنولوجيا على اختلافها كي تحافظ على استمرارية التعلم في حال تم حظر التعلم الوجاهي لغايات المحافظة على صحة الشعوب.

إنَّ ثقافة إيجاد البديل تعين المتلقي على التغيير، وتسهل أمامه السبل لأن يخرج من الضلال والجهل إلى النور والعلم النافع؛ حيث يجدر بالقائمين على وسائل الإعلام ومخاطبة الجماهير أن لا يكتفوا بتفنيد الباطل، وتسليط الضوء على الجوانب السلبية في الفرد والمجتمع، بل يخاطبوا في الناس فطرتهم وعقلهم بمعزل عن هواهم، ويقنعوهم من خلال البدائل بأن ترك الرذيلة أمر يسير وذلك للانشغال بالبديل [38].

وإن في قصة نوح عليه السلام مع قومه مزيدا من الإقناع العقلي لأولئك القوم الذين شنوا حربًا إعلامية على نوح عليه السلام ودعوته؛ رافضين للحق معاندين له بحجة لا تقوم على منطق ولا عقل؛ وذلك أن أتباع نبي الله من فقراء القوم، وإن الرد الذي صدر عن نبي الله نوح عليه السلام يتسم بوضوح الفكرة والهدف، فهو نبي مرسل مبلِغ غير مسؤول عن كون المبلَغ فقيرا أو غنيا شريفا أو وضيعا، ثم إنه لن يتخذ أي إجراء في حق من آمن له حيث إن العدل والمنطق لا يقتضيان ذلك.

وعندما ازدادت المعاندة، ولم تجد مخاطبة العقل مع قوم تحجرت عقولهم عن القبول توجه إلى الله طالبا النجاة له ولمن آمن: ﴿قَالَ رَبِّ إِنَّ قَوْمِي كَذَّبُونِ (١١٧) فَافْتَحْ بَيْنِي وَبَيْنَهُمْ فَتْحًا وَنَجِّنِي وَمَنْ مَعِيَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ﴾ [الشعراء: 117-118]، والهلاك لكل من وقف أمام انتشار الحق، فاستجاب الله دعاءه بتأييده بمعجزة كانت سببا في نجاته وأعجزت القوم عن حماية أنفسهم من الغرق[39].

قال تعالى: ﴿فَأَنْجَيْنَاهُ وَمَنْ مَعَهُ فِي الْفُلْكِ الْمَشْحُونِ (١١٩) ثُمَّ أَغْرَقْنَا بَعْدُ الْبَاقِينَ﴾ [الشعراء: 119-120]. إن أهم ما يهيئ الإعلام ليكون فعالا ذا أثر منطقي مقنع إبراز النماذج التي تتمثل الفكرة، ووضوح الفكرة المتمثلة، حيث لا يتعارض القول مع الفعل؛ فنحن نسمع كثيرا عن محاربة الفساد، والرشاوى، والوصولية، والطبقية الظالمة، واحتكار الثروات، ولكنا نجد من يحاربون الفساد هم أربابه وقادته [40]، فالثبات على المبادئ يمنح القوة لمن يقوم بالإقناع ويسهم في حفز المستهدفين للاقتناع بالموضوعات التي يعرضها عليهم.

فمن قواعد الإقناع أن تكون مقتنعا جدا بالفكرة التي تسعى إلى نشرها لأن أي مستوى من التذبذب أو التردد سيكون كفيلا بأن يحول بينك وبين إيصال الفكرة للغير، وإقناعه بها [41].

وإن المتأمل في الآيات التي ختمت بها السورة الكريمة، والتي تتحدث عن رسالة القرآن الكريم يتضح له أهمية مخاطبة القوم بلسانهم في صناعة قناعاتهم والتأثير فيهم؛ ففي بداية السورة بين الله تعالى أن الآيات التي جاءت بها هي آيات كتاب مبين، وبعد أن ساقت القصص التي صورت واقع الأمم وأثر الرسالات ذكرت أن القرآن الذي يتلى عليهم جاء بلسان عربي مبين؛ بمعنى أنه

مسطور بوضوح وبيان، وأنَّ ألفاظه وتراكيبه مبينة واضحة في التعبير عن معانيه وأحكامه، تتناسب مع واقع القوم الذين تنزل القرآن فيهم[42].

قال تعالى: ﴿نَزَلَ بِهِ الرُّوحُ الْأَمِينُ (١٩٣) عَلَى قَلْبِكَ لِتَكُونَ مِنَ الْمُنْذِرِينَ (١٩٤) بِلِسَانٍ عَرَبِيٍّ مُبِينٍ﴾ [الشعراء: 193-195].

الخاتمة

تُعد سورة الشعراء بميزان الإقناع العقلي أنموذجا إعلاميا يمثل الواقع، ويعطي البديل، ويسوق الأدلة على أهمية ذلك البديل بأن يُتبنى؛ لما يحمله من المردود الإيجابي على من يتبعه، ويبني عليه حياته.

ثم إن الصورة الإعلامية التي تعكسها سورة الشعراء في هذا المجال صورة منطلقة من الو اقع، ملبية للحاجات بما يضمن الثبات على الطريق المستقيم، بما تحمله من خطاب منطقي موضوعي حاملا إمكانية التمثل.

ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي:

1. بين البحث مفهوم الخطاب الإعلامي من خلال سورة الشعراء أنه: ما يوجهه الإعلام من معلومات للجمهور إخبارا لهم، أو تقييما لواقعهم.
2. سلط البحث الضوء على جملة من وسائل الخطاب الإعلامي المقنع، والتي راعت تباين الناس في تلقيهم، فمنهم من يقنَع بالدليل المنطقي، ومنهم من لا يقنَع إلا بالمحسوس، فتنوعت الوسائل لجعل العقل قادرا على التسليم بوعي وإدراك لما يجب عليه الإيمان به، ومن هذه الوسائل:
   - الوسائل المعنوية بما فيها الأدلة الفطرية والأدلة المبثوثة في الكون والذات.
   - الوسائل المادية والتي تضمنت المعجزات والبراهين، واستجابة الله لدعاء النبي بأن ينجيه الله من قومه، وحلول الهلاك بهم على مرأى منهم ومسمع.
3. بين البحث أنه يجدر بالإعلام ربط رسالته بالأدلة المتناسبة مع واقع المخاطبين واستعدادهم للتلقي والاقتناع، فلا يقوم ببث الأدلة المادية إلا بعد قيامه بتحفيز العقول وإثارة قدرتها على التفكير والاستيعاب.
4. أكد البحث على ضرورة اهتمام الإعلامي بصناعة التفكير من خلال رسائله، فلا يكتف ببيان ما هو الحق، بل يولي اهتمامه إلى واقعية الحق وإمكانية تمثله، وذلك من خلال ربط الأسباب بالمسببات، والأعمال بالنتائج المتحصلة من التمسك بهذا الحق.

5. سلط البحث الضوء على ضرورة تفعيل الإعلام في كافة جوانب الحياة، الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والفكرية، وذلك من خلال القصص التي عكست نمطا لمجتمع متعدد الطرائق في تفكيره وسلوكه واهتماماته.
6. أكد البحث على ضرورة تفعيل ثقافة إيجاد البديل التي تعين المتلقي على التغيير؛ فكما تسلط وسائل الإعلام الضوء على الجوانب السلبية في الفرد والمجتمع لا بدَّ لها من إيجاد البدائل التي تخاطب الفطرة والعقل، وتسهل السبل للخروج من الضلال والجهل إلى النور والعلم النافع.
7. بين البحث أن إبراز النماذج التي تتمثل الفكرة ووضوح الفكرة المتمثلة يجعل الإعلام مقنعا فعالا؛ فالثبات على المبادئ يمنح القوة لمن يقوم بالإقناع ويسهم في حفز المستهدفين للاقتناع بالموضوعات التي يعرضها عليهم.
8. تحدث البحث عن واقع تواصلي معيش، وبين ما يناسب هذا الواقع من خلال ما يريده الله، فشكل بذلك منهجا إعلاميا يجمع بين عرض الرؤية الواقعية وتقويم الواقع الإعلامي.

التوصيات:

توصي هذه الدراسة بـ:

1- أن يستنطق الباحثون وسائل وأساليب إعلامية محفزة للعقل، ومنمية للتفكير من خلال القرآن الكريم.
2- عقد ورشات عمل ومؤتمرات تسلط الضوء على أهمية البناء الفكري والعقلي في القرآن الكريم، وآلياته وأساليبه، وكيف يمكن أن ننهض بالواقع من خلال ذلك.
3- توجيه الباحثين لإعداد أدلة إعلامية من خلال دراسة السور في بُعدها الإعلامي.
4- توجيه الباحثين للاهتمام بالدراسة الإعلامية في السور القرآنية، وإعداد برامج تدريبية تخص هذا الشأن.

قائمة المصادر والمراجع:

- الآلوسي، شهاب الدين محمود بن عبد الله الحسيني، (ت: 1270هـ)، **روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني**، ط1، (تحقيق: علي عبد الباري عطية)، دار الكتب العلمية، بيروت، 1415هـ.
- إبراهيم مصطفى، أحمد الزيات، حامد عبد القادر، محمد النجار، **المعجم الوسيط**، مجمع اللغة العربية، القاهرة، دار الدعوة.
- أبو إسلام، أحمد بن علي، **عادوا إلى الفطرة (70 قصة حقيقية مؤثرة)**، ط1، 2019م.
- إمام، إبراهيم، **الإعلام والاتصال بالجماهير**، ط3، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 1981م.
- البقاعي، إبراهيم بن عمر بن حسن الرباط بن علي بن أبي بكر، (ت:885هـ)، **نظم الدرر في تناسب الآيات والسور**، دار الكتاب الإسلامي، القاهرة.

- أبو بكر الجزائري، جابر بن موسى بن عبد القادر بن جابر، (ت: 1439هـ)، **أيسر التفاسير لكلام العلي الكبير**، ط5، مكتبة العلوم والحكم، المملكة العربية السعودية، 1424هـ.

- أبو بكر البيهقي، أحمد بن الحسين بن علي بن موسى الخُسْرَوْجِردي الخراساني، (ت: 458هـ)، **دلائل النبوة ومعرفة أحوال صاحب الشريعة**، ط1، (تحقيق: د. عبد المعطي قلعجي)، دار الكتب العلمية، دار الريان للتراث، 1408هـ.

- البيانوني، سالم محمد أبو الفتح، **البدائل المشروعة وأهميتها في الدعوة الإسلامية**، ط2، دار إقرأ للنشر والتوزيع، الكويت، 1428هـ، 2008م

- التويجري، فهد بن عبد الله، **منهج القرآن الكريم في تربية العقل على التفكير**، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 1442هـ، 2021م.

- الجرجاني، علي بن محمد بن علي الزين الشريف، (ت: 816هـ)، **التعريفات**، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 1403هـ.

- الجلنيد، محمد السيد، **قضية الألوهية بين الدين والفلسفة**، دار قباء، القاهرة 2001م.

الحلبي، نور الدين علي بن إبراهيم بن أحمد، (ت: 1044)، **السيرة الحلبية= إنسان العيون في سيرة الأمين المأمون**، ط2، دار الكتب العلمية، بيروت، 1427هـ.

- الحميري اليمني، نشوان بن سعيد، (ت: 573هـ)، **شمس العلوم ودواء كلام العرب من الكلوم**، ط1، دار الفكر المعاصر، بيروت، دار الفكر، دمشق، 1420هـ، 1999م.

- حمزة، عبد اللطيف، **الإعلام له تاريخه ومذاهبه**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002م.

- الدباغ، مصطفى، **الإقناع فن أم حرب**، عمان، دار الإسراء للنشر والتوزيع، 1996م.

- الرازي، محمد بن عمر بن الحسن بن الحسين التيمي الملقب بفخر الدين الرازي خطيب الري، (ت: 606هـ)، **مفاتيح الغيب= التفسير الكبير**، ط3، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1420هـ.

- ابن رشيق القيرواني، أبو علي الحسن، (ت: 463هـ)، **العمدة في محاسن الشعر وآدابه**، ط5، (تحقيق: محمد محي الدين عبد الحميد)، دارالجيل، 1401هـ.

- السبعاوي، طه عبد الله محمد، **أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي**، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 1426هـ.

-أبو السعود العمادي، محمد بن محمد بن مصطفى، (ت: 982هـ)، **تفسير أبي السعود =إرشاد العقل السليم إلى مزايا الكتاب الكريم**، دار إحياء التراث العربي، بيروت.

- الصاحب بن عباد، كافي الكفاة إسماعيل، (ت: 385هـ)، **المحيط في اللغة**، ط1، (تحقيق: محمد حسن آل ياسين)، عالم الكتب، بيروت، 1414هـ.

- الطبري، أبو جعفر، محمد بن جرير بن يزيد بن كثير بن غالب الآملي، (ت: 310هـ)، **جامع البيان عن تأويل القرآن**، ط1، دار التربية والتراث، مكة المكرمة، 1422هـ.

- الفراهيدي، الخليل بن أحمد بن عمرو بن تميم البصري، (ت: 170هـ)، **العين**، (تحقيق: مهدي المخزومي، إبراهيم السامرائي)، دار ومكتبة الهلال.

- المراغي، أحمد بن مصطفى، (ت: 1371هـ)، **تفسير المراغي**، ط1، شركة ومكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي

وأولَاده، مصر، 1365هـ.
- المرعي، حجاج بن صالح بن حجاج، **إدارة الأفراد**، ط1، الأكاديميون للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2010م.
- النيسابوري، نظام الدين الحسن بن محمد، (ت:850هـ)، **تفسير غرائب القرآن ورغائب الفرقان**، ط1، (تحقيق: الشيخ زكريا عميرات)، دار الكتب العلمية، بيروت، 1416هـ.
- الهروي، محمد بن أحمد بن الازهري، أبو منصور، (ت: 370هـ)، **تهذيب اللغة**، ط1، (تحقيق: محمد عوض مرعب)، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 2001م.
- طاش، عبد القادر، **الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي**، ط1، مكتبة العبيكان، الرياض، 1416هـ.
- عجوة، علي؛ عتران، علي، **فن العلاقات العامة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008م.
- عبد الرحمن حجازي، **الإعلام الإسلامي بين الواقع والمرتجى**، ط2، دار المعرفة، لبنان، 2017م.
- عبد نور، كاظم، **مقدمة في التفكير والإبداع**، ط3، ديبونو للطباعة والنشر، الأردن، 2011م.
- عمر، أحمد مختار عبد الحميد، (ت: 1424هـ)، **معجم اللغة العربية المعاصرة**، ط1، عالم الكتب، 1429هـ، 2008م.
- غانم فنجان موسى، فاطمة فالح أحمد، **استباق مقاومة الإقناع**، فيشون ميديا، السويد، 2010م.
- فرجاني، علي، **مهارات المتحدث الإعلامي (طريقك للمنصات الإعلامية)**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015م.
- قطب، سيد، (ت: 1966م)، **اليوم الآخر في ظلال القرآن**، ط17، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1414هـ.
- قطب، سيد، (ت: 1966م)، **في ظلال القرآن**، ط39، دار الشروق، القاهرة، 1432هـ.
- قمحاوي، لبيب، **حجارة على بيت من زجاج (مقالات سياسية)**، ط1، دار البيروني للنشر والتوزيع، الأردن، 2016م، ص136- 138.
- كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، **التفسير الموضوعي لسور القرآن الكريم**، ط1، نخبة من علماء التفسير وعلوم القرآن، (إشراف: مصطفى مسلم)، جامعة الشارقة، 1431هـ.
- مالك بن نبي، (ت: 1393هـ)، **الظاهرة القرآنية**، ط10، (تحقيق: ندوة مالك بن نبي)، دار الفكر، دمشق، 1433هـ.

Cognitive Persuasion Means and Intellectual Motivation and their Impact on Media Discourse (A study in surat al-Shu'ara' (Q26))

Prepared by:
Lara Ahmed Mahmoud Saleh

Supervised:
Prof. Sulaiman Al-Dugur

Abstract

The study comes to answer the question of "which is the most prominent means of cognitive persuasion and intellectual motivation"?

The study aimes to explore Surat Al-Shu`ara' to formulate an integrated media thought, in its style and content, that can be implemented in the reality of media communications between people.

The study is based on the inductive method, and the analytical deductive method.

The study consists of introduction and two sections, one of which is concerned with media methods that influence the recipients, the second chapter is concerned with the most important media contents that touch human lives in all their aspects.

The study concludes a number of results, the most important of which are:

- Surat Al-Shu'ara', with its stories, forms in its style and ideas, an integrated media approach suitable for building an Islamic reality capable of being represented in its style and ideas in every time and place.

الهوامش:

(1) البحث مستل من رسالة ماجستير بعنوان قضايا الإعلام في ضوء سورة الشعراء، نوقشت في كانون الثاني، 2023م، الجامعة الأردنية.

(2) ينظر: أبو بكر الجزائري، **أيسر التفاسير لكلام العلي الكبير**، ج3، ص638؛ وينظر: كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، **التفسير الموضوعي لسور القرآن الكريم**،ط1، نخبة من علماء التفسير وعلوم القرآن، (إشراف: مصطفى مسلم)، جامعة الشارقة، 1431هـ، م5، ص341، ابن رشيق القيرواني، أبو علي الحسن، (ت: 463هـ)، **العمدة في محاسن الشعروآدابه**، ط5 ، (تحقيق: محمد محي الدين عبد الحميد)، دارالجيل، 1401هـ، ج1، ص65.

(3) ينظر: الفراهيدي، الخليل بن أحمد بن عمرو بن تميم، (ت: 170هـ)، **العين**، (تحقيق: مهدي المخزومي، إبراهيم السامرائي)، دار ومكتبة الهلال ج1، ص170، وينظر: مجمع اللغة العربية، إبراهيم مصطفى، أحمد الزيات، حامد عبد القادر، محمد النجار، **المعجم الوسيط**، دار الدعوة القاهرة ج2، ص763.

(4) ينظر: فرجاني، علي، **مهارات المتحدث الإعلامي (طريقك للمنصات الإعلامية)**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015م، ص101؛ وينظر، الدباغ، مصطفى، **الإقناع فن أم حرب**، عمان، دار الإسراء للنشر والتوزيع، 1996م، ص36؛ وينظر: غانم فنجان موسى، فاطمة فالح أحمد، **استباق مقاومة الإقناع**، فيشون ميديا، السويد، 2010.

(5) ينظر: ابن فارس، **معجم مقاييس اللغة**، ج4، ص109، باب العين واللام وما يثلثهما.

(6) حمزة، عبد اللطيف، **الإعلام لهُ تاريخه ومذاهبه**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002م، ص33.

(7) إمام، إبراهيم، **الإعلام والاتصال بالجماهير**، ط3، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 1981م، ص11.

(8) ينظر: عبد نور، كاظم، **مقدمة في التفكير والإبداع**، ط3، ديبونو للطباعة والنشر، الأردن، 2011م، ص67-71.

(9) مالك بن نبي، (ت: 1393ه)، **الظاهرة القرآنية**، ط10، (تحقيق: ندوة مالك بن نبي)، دار الفكر، دمشق، 1433ه، ص157.

(10) ينظر: الرازي، محمد بن عمر بن الحسن بن الحسين التيمي، (ت:606ه)، **التفسير الكبير**، ط3، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1420ه، ج24، ص499، وينظر: المراغي، أحمد بن مصطفى، (ت: 1371ه)، **تفسير المراغي**، ط1، شركة مصطفى البابي الحلبي وأولاده، مصر، 1356ه، ج19 ص54.

(11) الآلوسي، شهاب الدين محمود بن عبد الله الحسيني، (ت: 1270ه)، **روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني**، ط1، (تحقيق: علي عبد الباري عطية)، دار الكتب العلمية، بيروت، 1415ه، ج10، ص72.

(12) برنامج: هذا خلق الله، إعداد، عبد الرحمن الشايع وياسر الشيباني، يبث على إذاعة القرآن الكريم، يتحدث عن الله سبحانه وعجائب صنعه في الكون والنفس.

(13) الأفلام الوثائقية التي تعرض على قناتي ناشيونال جيوغرافيك (National Geographic)، (Super Storm Wave) تتناول الحديث عن معجزة الكون والكائنات التي فيه دون الإشارة إلى من أبدع، فيقف العقل عند الإبداع دون التساؤل عن المبدع.

(14) قطب، سيد، (ت: 1966م)، **في ظلال القرآن**، ط39، دار الشروق، القاهرة، 1432ه، م5، ص2767.

(15) النيسابوري، نظام الدين الحسن بن محمد، (ت:850ه)، **تفسير غرائب القرآن ورغائب الفرقان**، ط1، (تحقيق: الشيخ زكريا عميرات)، دار الكتب العلمية، بيروت، 1416ه، ج5، ص411.

(16) الجرجاني، علي بن محمد بن علي الزين الشريف، (ت: 816ه)، **التعريفات**، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 1403ه، ص168.

(17) الرازي، **التفسير الكبير**، ج24، ص513.

(18) الجلنيد، محمد السيد، **قضية الألوهية بين الدين والفلسفة**، دار قباء، القاهرة 2001م، ص33.

(19) نشرت (صحيفة الشرق الأوسط) وصول حملة مساعدات روسية إلى جنوب سوريا بحضور ممثلين عن منظمة الأمم المتحدة واللجنة الدولية للصليب الأحمر والمنظمات الإنسانية ضمن فعاليات أعمال المؤتمر الدولي حول عودة اللاجئين والمهاجرين السوريين الذي استمر لأربعة أيام، وتضمنت الحملة مساعدات طبية وغذائية ولوجستية بما فيها مولدات كهربائية ولوازم ومعدات طبية وزعت على العديد من المشافي في مدينة درعا. ينظر: **صحيفة الشرق الأوسط**، ع 15699، مساعدات روسية إلى جنوب روسيا بعد التسويات الجديدة، تاريخ النشر: 21 نوفمبر، 2021م.

https://aawsat.com/home/article/3315411/%D9%85%D8%B3%D8%A7%D8%B9%D8%AF%D8%A7%D8%AA-%D8%B1%D9%88%D8%B3%D9%8A%D8%A9-%D8%A5%D9%84%D9%89-%D8%AC%D9%86%D9%88%D8%A8-%D8%B3%D9%88%D8%B1%D9%8A%D8%A7-%D8%A8%D8%B9%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF%D8%A9

(20) ذكرت (صحيفة النهار اللبنانية) وصول شحنة استثنائية جديدة من المساعدات الفرنسية الإنسانية إلى مرفأ بيروت حيث كان في استقبالها السفيرة الفرنسية (آن غريو)، وتنقل السفينة التي انطلقت من مرفأ مرسيليا معدات طبية لمكافحة جائحة كورونا، وتشمل المساعدات 3 ملايين كمامة، و36 آلة تنفس، بالإضافة إلى معدات طبية وأدوية، ستوزع على المستشفيات والمؤسسات والجمعيات اللبنانية تحت إشراف سفارة فرنسا في لبنان. وقدمت (AKNOUL)، أطنان مساعدات إنسانية تتمثل بالأدوية والمعدات الطبية وأجهزة الكمبيوتر، وحليب أطفال مجفف، يتم نقلها مجانا من قبل مؤسسة CGM- CMA لصالح عشرات منظمات غير حكومية وثلاث

مستشفيات لبنانية. ينظر: **صحيفة النهار اللبنانية**، السفارة الفرنسية: وصول مساعدات طبية جديدة إلى لبنان، تاريخ النشر: 23 يوليو 2021م.

https://www.annahar.com/arabic/section/77-%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9/23072021103842617.

(21) نشرت صحيفة (مهاجر نيوز) قيام منظمة إيطالية توزع مساعدات على المهاجرين في البوسنة والهرسك؛ حيث نفذت منظمة (ألتوتيفير بلا حدود الإيطالية غير الحكومية)، مهمتها الإنسانية الثانية في البوسنة والهرسك على طول طريق البلقان، إذ زار متطوعوها منطقة يدهاتش غرب البوسنة على الحدود مع كرواتيا، ووزعوا الطعام =والحاجات الأساسية على المهاجرين داخل وخارج مراكز الاستضافة كما استمعوا إلى قصصهم. ينظر: **صحيفة مهاجر نيوز**، منظمة إيطالية توزع مساعدات على المهاجرين في البوسنة والهرسك، تاريخ النشر: 23 ديسمبر 2021م.

https://www.infomigrants.net/ar/post/37404/%D9%85%D9%86%D8%B8%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%8A%D8%B7%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%88%D8%B2%D8%B9-%D9%85%D8%B3%D8%A7%D8%B9%D8%AF%D8%A7%D8%AA-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%87%D8%A7%D8%AC%D8%B1%D9%8A%D9%86-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%88%D8%B3%D9%86%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%87%D8%B1%D8%B3%D9%83

(22) ينظر: البقاعي، إبراهيم بن عمر بن حسن الرباط، (ت: 885هـ)، **نظم الدرر في تناسب الآيات والصور**، دار الكتاب الإسلامي، القاهرة، ج14، ص87.

(23) ينظر: الرازي، **التفسير الكبير**، ج24، ص491.

(24) روي أن النبي ﷺ، قال لأصحابه يوم الحديبية حين صد عن البيت إني ذاهب بالهدى، فتأخر عند البيت واستشار أصحابه في ذلك، فقال المقداد بن الأسود أما والله لا نقول لك كما قال قوم موسى لموسى فَاذْهَبْ أَنْتَ وَرَبُّكَ فَقَاتِلا إِنَّا هاهُنا قاعِدُونَ [المائدة: الآية 24] ولكنا نقول إنا معكم مقاتلون، والله لنقاتلن عن يمينك وشمالك ومن بين يديك، ولو خضت بحرا لخضناه معك، ولو علوت جبلا لعلوناه معك، ولو ذهبت بنا برك الغماد لتابعناك، فلما سمع أصحاب رسول الله ﷺ ذلك تابعوه، فأشرق عند ذلك وجه رسول الله ﷺ. نور الدين الحلبي، علي بن إبراهيم بن أحمد، (ت: 1044هـ)، **السيرة الحلبية (إنسان العيون في سيرة الأمين المأمون)**، ط2، دار الكتب العلمية، بيروت، باب غزوة بدر الكبرى، ج2، ص206.

وأخرجه الإمام مسلم في صحيحه، كتاب الجهاد والسير، باب غزوة بدر، الحديث 83، (3/ 1403- 1404)، بلفظ: (والذي نفسي بيده لو أمرتنا أن نُخيضها البحر لأخضناها، ولو أمرتنا أن نضرب أكبادها إلى بَرْكِ الغماد لفعلنا). وهو قريب جداً من اللفظ المشتهر بين الناس وبنفس معناه. أبو بكر البيهقي، أحمد بن الحسين بن علي بن موسى الخُسْرَوْجِردي الخراساني، (ت: 458هـ)، دلائل النبوة ومعرفة أحوال صاحب الشريعة، ط1، (تحقيق: د. عبد المعطي قلعجي)، دار الكتب العلمية، دار الريان للتراث، 1408هـ.

(25) ينظر: البقاعي، **نظم الدرر في تناسب الآيات والسور**، ج14، ص28؛ وينظر: : أبو السعود، محمد بن محمد بن مصطفى، (ت: 982هـ)، **إرشاد العقل السليم إلى مزايا الكتاب الكريم**، دار إحياء التراث العربي، بيروت،ج6، ص240؛ وينظر: السبعاوي، طه عبد الله محمد، **أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي**، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 1426هـ، ص97.

(26) ينظر: ابن عطية، عبد الحق بن غالب بن عبد الرحمن بن تمام، (ت: 542هـ)، **المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز**، ط1، (تحقيق: عبد السلام عبد الشافي محمد)، دار الكتب العلمية، بيروت، 1422هـ، ج4، ص229؛ وينظر: المراغي، **تفسير المراغي**، ج19، ص56.

(27) ينظر: الرازي، **التفسير الكبير**، ج24، ص501.

(28) ينظر: أبو السعود، **إرشاد العقل السليم إلى مز ايا الكتاب الكريم**، ج6، ص241.

(29) البروفيسور كيث مور من أكبر علماء التشريح والأجنة في العالم، استلم جائزة جرانت من الجمعية الكندية لاختصاصي التشريح عام 1984 وهي تعد الجائزة الأكثر بروزا في حقل علم التشريح في كندا، وقد ترأس العديد من الجمعيات الدولية مثل الجمعية الكندية والأمريكية لاختصاصي التشريح ومجلس اتحاد العلوم الحيوية، وقد ألف كتابا يعد من أهم المراجع الطبية في هذا الاختصاص (مراحل خلق الإنسان- علم الاجنة السريري) وضمنه ذكر هذه المراحل المذكورة في القرآن، وربط في كل فصل من فصول الكتاب التي تتكلم عن تطور خلق الجنين وبين الحقائق العلمية والآيات والأحاديث المتعلقة بها، ذكر قصة إسلامه الدكتور زغلول النجار في كتابه (الذين هدى الله). ينظر: أبو إسلام، أحمد بن علي، **عادوا إلى الفطرة (70 قصة حقيقية مؤثرة)**، ط1، 2019م، ص236.

(30) ينظر: الرازي، **التفسيرالكبير**، ج24، ص525.

(31) ينظر: البقاعي، **نظم الدرر في تناسب الآيات والسور**، ج14، ص90.

(32) ينظر: الطبري، محمد بن جرير بن يزيد بن كثير بن غالب الآملي ، (ت: 310هـ)، **جامع البيان عن تأويل آي القرآن**، دار التربية والتراث، مكة المكرمة، ج19، 371- 401.

(33) ينظر: عبد الرحمن حجازي، **الإعلام الإسلامي بين الو اقع والمرتجى**، ط2، دار المعرفة، لبنان، 2017م، ص88.

(34) ينظر: السبعاوي، **أساليب الإقناع في المنظور الإسلامي**، ص35- 36.

(35) ينظر: المرجع السابق، ص119.

(36) ينظر: طاش، عبد القادر، **الإعلام وقضايا الو اقع الإسلامي**، ط1، مكتبة العبيكان، الرياض، 1416هـ، ص130.

(37) ينظر: الخالدي، صلاح، (ت: 1443هـ)، **القصص القر آني (عرض وقائع وتحليل أحداث)**، ط1، دار القلم، دمشق، 1419هـ، ج2، ص 16- 31.

(38) ينظر: البيانوني، سالم محمد أبو الفتح، **البدائل المشروعة وأهميتها في الدعوة الإسلامية**، ط2، دار اقرأ للنشر والتوزيع، الكويت، 1428هـ، 2008م، ص203- 206.

(39) ينظر: الخالدي، **القصص القر آني عرض وقائع وتحليل أحداث**، ص175، 188.

(40) ينظر: قمحاوي، لبيب، **حجارة على بيت من زجاج (مقالات سياسية)**، ط1، دار البيروني للنشر والتوزيع، الأردن، 2016م، ص136- 138.

(41) عجوة، علي؛ عتران، محمد، **فن العلاقات العامة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008م، ص216.

(42) ينظر: المراغي، **تفسير المراغي**، ج19، ص105.