



SIATS Journals

The Journal of Sharia Fundamentals for
Specialized Researches

(JSFSR)

Journal home page: <http://www.siats.co.uk>



مجلة أصول الشريعة للأبحاث التخصصية

المجلد 4 ، العدد 2 ، نيسان ، أبريل 2018م.

e ISSN 2289-9073

ALKHITAB AL'IEELAMIU ALEASKARIU FI ALSANAT ALNBUY
(DIRASAT HADITHIATAN MAWDUEIA)

الخطاب الإعلامي العسكري في السنة النبوي

(دراسة حديثة موضوعية).

د. عبد الله محمد أحمد الحسيان

الأستاذ المساعد في قسم السنة وعلومها

كلية الشريعة والدراسات الإسلامية/ جامعة القصيم

ahusbana@gmail.com

1439 هـ - 2018 م



ARTICLE INFO

Article history:

Received 21/1/2018

Received in revised form 5/2/2018

Accepted 19/3/2018

Available online 15/4/2018

Keywords:

Insert keywords for your paper

ABSTRACT

This research deals with the military media discourse directed by the Prophet in invasions, which is a unique model in the military planning and media communication with the nation. Therefore, through this research, to highlight the concept of military media discourse and its importance and to highlight the most important characteristics of the media in the speech of the Prophet.

The problem of research was about how to benefit from the Prophet's media discourse in the difficult circumstances experienced by our nation, as well as what are the most prominent aspects of the media used by the Prophet in his military speech, among its most prominent findings was the emphasis on the role of military media in speech to the public.

As well as the characteristics of the Prophet's speech, including the emphasis on the Muslim nation's fundamental principles even in the case of war, including taking into account the Islamic public opinion in the crises and wars and keen to employ media propaganda in sharpening the momentum and motivate the fighters to jihad and work to raise the morale of the army.

The most important recommendations in this research: working on the benefit of the experience of the Prophetic media and its important characteristics in wars, as well as work on the use of prophetic media characteristics in the Islamic media now.

Key Words (Military Media, Invasions, Prophetic Speech)



الملخص

يتناول هذا البحث الخطاب الإعلامي العسكري الموجه من النبي ﷺ في الغزوات، والذي يعد نموذجاً فريداً في التخطيط العسكري والتواصل الاعلامي مع الأمة؛ ولذا فإني أسعى من خلال هذا البحث إلى إبراز مفهوم الخطاب الإعلامي العسكري وأهميته وبيان أهم الخصائص الإعلامية في خطاب الرسول ﷺ وكانت اشكالية البحث تدور حول كيفية الاستفادة من الخطاب النبوي الإعلامي في الظروف الصعبة التي تمر بها أمتنا، وكذلك ما هي أبرز الجوانب الإعلامية التي استخدمها النبي ﷺ في خطابه العسكري.

ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها، أهمية التأكيد على دور الإعلام العسكري في مخاطبة الجمهور، وكذلك بيان خصائص الخطاب النبوي، ومنها التأكيد على مسلمات الأمة الإسلامية الأساسية حتى في حالة الحرب، ومنها مراعاة الرأي العام الإسلامي في الازمات والحروب والحرص على توظيف الدعاية الاعلامية في شحذ الهمة وتحفيز المقاتلين على الجهاد والعمل على رفع الروح المعنوية للجيش.

ومن أهم التوصيات في هذا البحث: العمل على الاستفادة من التجربة النبوية الإعلامية وخصائصها المهمة في الحروب، وكذلك العمل على توظيف الخصائص الإعلامية النبوية في الإعلام الإسلامي في الوقت الحاضر.

كلمات مفتاحية (الإعلام العسكري، الغزوات، الخطاب النبوي)

المقدمة

إن الحمد لله نحمده ونستعينه ونستغفره، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا، من يهده الله فلا مضل له، ومن يضلل فلا هادي له،

وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له، وأشهد أن محمداً عبده ورسوله

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ تَقَاتِهِ وَلَا تَمُوتُنَّ إِلَّا وَأَنْتُمْ مُسْلِمُونَ﴾ (آل عمران: 102)

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا، يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا﴾ (الأحزاب: 70 - 71).

والصلاة والسلام على نبينا محمد الذي بلغ الرسالة وأدى الأمانة، وكان خير من أعلم الناس برسالة ربه ووضع لهم المنهج المتبع للهداية والرشاد.

ونحن في هذه الأيام الصعبة التي تخوض فيه الأمة المسلمة حروباً وفتناً متلاطمة، أحوج ما نكون لخطاب النبي ﷺ في هذه المواقف والأحداث لنصوغ منه منهجاً وطريقاً وطوق نجاة للأمة المسلمة.

والخطاب الإعلامي العسكري النبوي لما له من أهمية علمية بالغة، ولما فيه من تخطيط استراتيجي في تحقيق النصر المنشود، ولما انبى عليه من آثار عظيمة وحسن تبليغه وتطبيقه؛ ولذا فإني أسعى من خلال هذا البحث إلى إبراز الجوانب الإعلامية العسكرية في خطاب الرسول ﷺ.

ولذلك قام هذا البحث على منهج الاستقراء الناقص الذي تتبعت من خلاله خطاب الرسول ﷺ في الغزوات، ثم اخترت منها بعض النماذج بحيث تشكل خاصية مميزة تميز الخطاب النبوي العسكري.

ولقد كان الخطاب النبوي يعد نموذجاً اتصالياً فريداً لتوجيه الرأي العام الإسلامي، في إطار كتاب الله وهدى نبيه محمد ﷺ وفق استراتيجية مستمرة، فإن خطابه الموجه في الغزوات نموذج أيضاً لتعبئة الرأي العام في زمن الحرب؛ وذلك لرفع الروح المعنوية وإقناع الرأي العام بمشروعية القتال، والتصدي لحمالات التشكيك، وحمالات الحرب النفسية المتمثلة في الدعاية المضللة، والشائعات المروعة التي يبثها الأعداء، والمتبوع لخطاب الرسول ﷺ في الغزوات يدرك تميز خطابه ببعض الخصائص والسمات التي كانت من أهم عوامل الانتصار والنجاح.

مشكلة البحث: - يعتبر الإعلام في حياتنا المعاصرة من المحركات الرئيسية للمجتمع وعامل مهم في نوره وتطوره، وكان النبي ﷺ من الذين قاموا بتغيير المجتمع باستخدامه للخطاب المباشر كوسيلة إعلامية للتبليغ والدعوة، وكان استعماله بارزاً في غزواته العسكرية وفي حالات الشدة التي مر بها، وهذا ساقني الى طرح هذه التساؤلات:

- 1- كيف نستفيد من الخطاب النبوي الإعلامي في حياتنا.
- 2- ما هي أبرز الجوانب الإعلامية التي استخدمها النبي ﷺ في خطابه العسكري.
- 3- ما هي أهمية الإعلام النبوي العسكري في حياة المجتمع المسلم.

أهمية البحث:-

- 1- التعرف على الخطاب الإعلامي النبوي وأهميته العلمية والتطبيقية في حياتنا.
- 2- إبراز الجوانب الإعلامية للخطاب النبوي في حالة الحرب.
- 3- معرفة هدي النبي ﷺ في الاتصال بالناس وتبليغه الرسالة الإعلامية بفاعلية واقتدار.
- 4- التعرف على الأسلوب النبوي في إدارة الخطاب الموجه في الغزوات.

أهداف البحث:-

1. بيان معنى الخطاب الإعلامي العسكري.
2. توضيح جوانب الخطاب الإعلامي العسكري عند النبي ﷺ.
3. إبراز جوانب الخطاب الإعلامي النبوي في الغزوات.
4. بيان خصائص الأسلوب النبوي الإعلامي في الخطاب العسكري.
5. وضع الحلول المستنبطة من الخطاب النبوي الإعلامي وتطبيقها في واقعنا المعاصر.

منهجية البحث:- اقتضت طبيعة البحث أن يستخدم الباحث:

- 1- المنهج الاستقرائي الناقص الذي تتبعت من خلاله خطب الرسول ﷺ في الغزوات، ثم اخترت منها نماذج بحيث يشكل كل نموذج منها مرحلة من مراحل الخطاب النبوي.
- 2- المنهج الوصفي التحليلي في كشف التحليل الإعلامي لخطاب الرسول ﷺ.
- 3- المنهج الاستنتاجي في وضع بيان يوضح أبرز معالم الخطاب النبوي في حالة الحرب.

وقد كانت خطة البحث وفق التالي:

المبحث الأول: مفهوم الخطاب الإعلامي العسكري وأهميته.

المطلب الأول: مفهوم الخطاب الإعلامي العسكري.

المطلب الثاني: أهمية الخطاب الإعلامي العسكري.

المطلب الثالث: أهداف الخطاب الإعلامي العسكري.

المبحث الثاني: خصائص الخطاب الإعلامي النبوي العسكري.

المطلب الأول: التأكيد على مسلمات الأمة الإسلامية الأساسية.

المطلب الثاني: مراعاة الرأي العام الإسلامي في الأزمات والحروب.

المطلب الثالث: توظيف الإعلان في تحشيد المقاتلين للحرب والثبات عليها.

المطلب الرابع: توظيف الحرب النفسية لرفع الروح المعنوية في الجيش.

المبحث الأول: مفهوم الخطاب الإعلامي العسكري وأهميته.

المطلب الأول: مفهوم الخطاب الإعلامي العسكري.

أولاً: مفهوم الخطاب (لغةً واصطلاحاً):

الخطابُ والمخاطبةُ: مُراجَعَةُ الكلامِ وَقَدْ خَاطَبَهُ بالكلامِ مُخاطَبَةً وخطاباً وهما يتخاطبانِ قال الله تعالى: " وَلَا تُخَاطِبُنِي فِي الَّذِينَ ظَلَمُوا "

جاءت مادة خطب في لسان العرب " الخطاب والمخاطبة مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطاباً وهما يتخاطبان والمخاطبة صيغة مبالغة تفيد الاشتراك والمشاركة في فعل ذي شأن. قال الليث: إن الخطبة مصدر الخطيب، لا يجوز إلا على وجه واحد، هو أن الخطبة اسم الكلام الذي يتكلم به الخطيب، فيوضع موضع المصدر.⁽¹⁾

¹ ابن منظور: لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط1، 1955، ج1 / مادة خطب

ولقد جاءت مادة (خطب) في عدة مواضع من القرآن الكريم، قال تعالى: ﴿وَشَدَدْنَا مُلْكَهُ وَأَتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَّلَ الْخِطَابِ﴾⁽²⁾، وقال جل شأنه: ﴿وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا﴾⁽³⁾، وقال سبحانه وتعالى: ﴿وَاصْنَعِ الْفُلْكَ بِأَعْيُنِنَا وَوَحْيِنَا وَلَا تُخَاطِبْنِي فِي الَّذِينَ ظَلَمُوا إِنَّهُمْ مُعْرِضُونَ﴾⁽⁴⁾.

أما الزمخشري فيرى أنه "يجوز أن يراد بمعنى الخطاب في الآية القصد الذي ليس فيه اختصار مخل ولا إشباع ممل ويقول الفصل بمعنى التمييز بين الشيئين وقيل الكلام البين: فصل بمعنى مفصول، لأنهم قالوا كلام ملتبس وفي كلامه لبس والملتبس المختلط، فقيل في نقيضه فصل أي مفصول بعضه من بعض، فمعنى فصل الخطاب: البين من الكلام الملخص الذي يتبينه من يخاطب به ويلتبس عليه... وإن شئت كل الفصل بمعنى الفاصل... وأردت بفصل الخطاب: الفاصل من الخطاب الذي يفصل بين الصحيح والفاقد والصواب والخطأ وهو كلامه في القضايا والحكومات وتدابير الملك والمنشورات"⁵.

مفهوم الخطاب اصطلاحاً:

يرى الجابري أن "الخطاب" هو مجموعة من النصوص التي تشكل خطاباً أو فكراً، فالخطاب باعتباره مقول الكاتب هو بناء من الأفكار يحمل وجهة نظر، أو هو هذه الوجهة من النظر مصوغة في بناء استدلالي يتضمن مقدمات ونتائج⁶. ويقول الطيار: "كل نطق أو كتابة تحمل وجهة نظر محددة من المتكلم أو الكاتب، وتفترض فيه التأثير على السامع أو القارئ، مع الأخذ بعين الاعتبار مجمل الظروف والممارسات التي تم فيها"⁷.

ويعرف سعيد اسماعيل الخطاب بأنه: "الخطاب اصطلاحاً: فيستعمل بمعانٍ شتى، تختلف تبعاً لطبيعة الموضوع الذي ينصب عليه الخطاب، وتبعاً للأغراض التي يتوخى تحقيقها منه، ففي التشريع والقضاء تعني بلاغة الخطاب أن "يؤسس على البرهان الاستدلالي، على النحو الذي يحدده المنطق، وفلسفة التشريع والأيدولوجية المتبناة في صياغة

² ص الآية: 20

³ الفرقان الآية: 63.

⁴ هود الآية: 37

⁵ الزمخشري ج 4 ص 80.

⁶ الجابري، محمد عابد الخطاب العربي المعاصر: دراسة تحليلية نقدية. بيروت: دار الطليعة للطباعة والنشر (1988)..

⁷ أحمد عبدالله الطيار "تأويل الخطاب الديني في الفكر الحدائثي الجديد"، حولية كلية 4- أصول الدين القاهرة، العدد (22)، المجلد الثالث (2005)، ص 12.

التشريعات، وفي أحكام القضاء، ومعنى هذا أن الخطاب يتجاوز الشكلية اللغوية، ويمتد إلى وسائل الإقناع ونوعية البرهان وأدوات الأسلوب البياني"⁸.

وفي ضوء ما سبق يمكن أن نعرف الخطاب بأنه:

الخطاب هو إيصال الأفكار إلى الآخرين بواسطة الكلام المفهوم، واللغة في ذلك هي أداة الخطاب يعني وعاء الأفكار. مفهوم الإعلام (لغة واصطلاحاً).

أصل الإعلام من مادة عِلِمَ، قال في اللسان: والعِلْمُ نقيضُ الجهلِ عِلِمَ عِلْمًا وَعَلِمَ هو نَفْسُهُ ورجل عالمٌ وَعَلِيمٌ من قومٍ عُلَمَاءٍ.

وَعَلِمَ بالشيءِ شَعَرَ يُقال: ما عَلِمْتُ بخبرِ قدومه أي ما شَعَرْتُ ويقال: اسْتَعْلِمَ لي خَبَرَ فلانٍ وَأَعْلَمَنِيهِ حتى أَعْلَمَهُ واسْتَعْلَمَنِي الخَبَرَ فَأَعْلَمْتُهُ إياه وَعَلِمَ الأمرُ وتَعَلَّمَ أتقنه.

ويجوز أن تقول: عَلِمْتُ الشيءَ بمعنى عَرَفْتَهُ وَخَبَرْتَهُ وَعَلِمَ الرَّجُلُ خَبَرَهَ وَأَحَبَّ أَنْ يَعْلَمَهُ أي يَحْبِبُهُ (9).

فخلاصة المعنى اللغوي أن الإعلام دائر حول الإخبار والتعريف ونقل المعلومات إلى الآخرين عن طريق الكلمة أو غيرها.

الإعلام اصطلاحاً

للإعلام تعريفات عديدة، مختلفة باختلاف التصورات والأفكار، ونستعرض بعضاً من هذه التعريفات، فمن أشهرها وأقربها للواقع تعريف العالم الألماني "أوتوجروت" للإعلام بأنه: هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميوها واتجاهاتها في الوقت نفسه"⁽¹⁰⁾.

و هذا التعريف وصف بيان لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام، ولكن واقع الإعلام قد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة⁽¹¹⁾.

⁸ على، سعيد إسماعيل (٢٠٠٤): (الخطاب التربوي الإسلامي، الكتاب المائة، مركز البحوث والدراسات في وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، قطر. ص 26.

⁹ لسان العرب. باب العين مع اللام والميم: 3083 / 4. طبعة دار المعارف

10- الإعلام والدعاية، د. عبد اللطيف حمزة، ص 76. مرجع سابق.

11- السابق: ص 75

ومن التعاريف: "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم" (12).

وعرفه الدكتور سيد الشنقيطي: "كل قول أو فعل قصد به حمل حقائق أو مشاعر أو عواطف أو أفكار أو تجارب قولية أو سلوكية شخصية أو جماعية إلى فرد أو جماعة أو جمهور بغية التأثير، سواء أكان الحمل مباشراً بواسطة وسيلة اصطلاح على أنها وسيلة إعلام قديماً أو حديثاً" (13).

وهذه بعض التعريفات لمصطلح الاعلام:

1- الإعلام هو: "إحاطة الرأي العام علماً بما يجري من أمور وحوادث سواء في الشؤون الداخلية أو الخارجية" (14).

2- هو: "نشر الأخبار والآراء على الجماهير" (15).

3- "تزويد الناس بالأخبار الصادقة والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد الناس على تكوين رأي

صائب في واقعة معينة" (16).

4- "النقل الحر والموضوعي للأخبار والمعلومات بإحدى الوسائل الإعلامية أو أنه نقل الأخبار والوقائع بصورة

12- الإعلام الإسلامي إبراهيم الإمام الطبعة الاولى، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية 1980، ص 27. / الإعلام والدعاية، عبد اللطيف حمزة،، الطبعة الثانية، دار الفكر العربي 1978م، ص 75.

4- مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم: دراسة تحليلية لنصوص من كتاب الله. د سيد محمد ساداتي الشنقيطي. ص 17 و 18. الرياض: دار عالم الكتب 1986.

1- جمال عفيفي: جريدة الصحافة، 1971م، ص 26.

2- إبراهيم إمام: العلاقات العامة والمجتمع، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 1981م، ص 316.

3- ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية وأنظمة المملكة العربية السعودية، الرياض، 1979م، ص 4.

صحيفة" (17).

والخلاصة أن الإعلام عملية اتصال يراد من ورائها بناء معارف المتلقين، أو الميل بهم نحو أهداف محددة، وتتوقف عملية الاتصال صلاحاً وفساداً، حقاً وباطلاً، هدئً وضلالاً، بحسب نوعية ما يتم إرساله من المعلومات، والقالب الذي تصاغ فيه الرسالة.

مفهوم الاعلام العسكري:

والذي يعيننا في هذا البحث نوعية الاعلام المتعلق بالحرب والشؤون العسكرية ولذا فإن الإعلام العسكري، له عدة تعريفات ومن أهمها:

تعريف الاء هشام بأنه: " الرسائل الإعلامية الواقعية المتنوعة حول الحروب والأزمات، الهادفة إلى زعزعة الأعداء، وتثبيت الأصدقاء" (18)..

وعرف الرفاعي الاعلام العسكري بأنه "الإعلام القائم على تزويد الناس بالمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة، عن الشؤون الحربية، والمبادئ العسكرية، وصولاً إلى تحرير وعي الأمة، وتحفيزها للبقاء حذرةً، جاهزة لمواجهة مخططات الأعداء، والدفاع عن نفسها" (19).

هو الاقرب لمفهوم الاعلام العسكري حسب رأي الباحث.

المطلب الثاني: أهمية الخطاب الإعلامي في الاسلام.

ينطلق المسلمون في اهتمامهم بوسائل إعلامهم من منطلقات ربانية جاء بها كتاب ربنا سبحانه سنة نبينا عليه الصلاة والسلام ومن هذه المنطلقات:

4- محمد عبد القادر: دور الإعلام في التنمية، وزارة الثقافة والإعلام، 1982م، ص 102.

2-الإعلام مقوماته ضوابطه، أساليبه في ضوء القرآن الكريم، دراسة موضوعية، آلاء أحمد هشام، رسالة ماجستير الجامعة الاسلامية -غزة- 2009م ص 134.

5- صور الاعلام الاسلامي في القرآن الكريم، عاطف ابراهيم رفاعي، رسالة ماجستير، جامعة المدينة العالمية 2011م.

أولاً: تحقيق خيرية هذه الأمة:

بامثال قوله تعالى ﴿كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ﴾⁽²⁰⁾

فربط الله تعالى خيرية هذه الأمة بقيامها بهذا الركن الكبير والفريضة العظيمة، ودلهم سبحانه على سبب فلاحهم وصلاح مجتمعاتهم، وهو الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وكان الخليفة الراشد الفاروق عمر بن الخطاب رضي الله عنه يقول: (من سره أن يكون من تلك الأمة فليؤد شرط الله فيها) ⁽²¹⁾.

ولا شك أن وسائل الإعلام - لها تأثير كبير و هائل في حياة البشر، وقدرة على تكوين وتغيير المفاهيم والأفكار - هي ميدان واسع لتطبيق هذه الفريضة، وتفعيلها في حياة الأمة، تطهيراً لمجتمعاتنا من الفساد، وتعزيزاً لكل خير وطاعة لله سبحانه،

ثانياً: القيام بواجب الدعوة إلى الله سبحانه:

وهي سبيل النبي عليه الصلاة والسلام وأصحابه الكرام رضي الله عنهم. وقد قال الله سبحانه ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾⁽²²⁾، فأمة النبي محمد عليه الصلاة والسلام أمة دعوة، تدعو للخير والهدى، بالحكمة والرفق، تأتمر بأمر ربها سبحانه القائل ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهُمْ بِالنِّبَاتِيِّ هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾⁽²³⁾. يلتمسون الأجر العظيم في دلالة الناس على الخير، والذي أخبر به رسولنا عليه الصلاة والسلام "والله لأن يهدي الله بك رجلاً واحداً خير لك من أن يكون لك حمر النعم"⁽²⁴⁾.

20- آل عمران الآية: 110.

21- تفسير القرآن العظيم. الإمام ابن كثير. ج.1. ص526. ط1 مكتبة دار الفحاء. دمشق، ومكتبة دار السلام. الرياض

22- سورة يوسف، الآية: 108

23- سورة النحل، الآية: 125

24- صحيح البخاري. كتاب المناقب، باب مناقب علي بن أبي طالب. رقم الحديث 3498. بيت الأفكار الدولية 1998. وصحيح مسلم، كتاب فضائل الصحابة، باب فضائل علي بن أبي طالب ص 682. رقم الحديث 2406، طبعة دار ابن حزم - القاهرة 2008

ثالثاً: بذل النصيحة للخلق.

فأهل الإسلام أنصح الخلق للناس؛ لما عندهم من الهدى والرشاد والنور المبين، ويحملون من الشفقة والرحمة للخلق أجمعين، متمثلين وصف رسولهم عليه الصلاة والسلام في القرآن {وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ} (25)، وقوله ﷺ "الدين النصيحة" (26)، فإعلامهم إعلام رشد وهداية، ووسائلهم أظهر الوسائل وأبعدها عن الريبة والمكر، وغش وخداع الناس.

رابعاً: البشارة والندارة:

من أعظم المنطلقات والأسس التي يقوم عليها الإعلام الإسلامي بجميع مكوناته هي البشارة والندارة، فالبشارة والندارة لأهل الإسلام بعد الرسل، وهم أحق بها وأهلها، بكتابتهم الحكيم المحفوظ على الدوام بحفظ رب العالمين سبحانه، وبما بين أيديهم من صحيح سنة المصطفى الكريم عليه الصلاة والسلام، ومن أظهر الدلائل على هذه المهمة النبيلة قوله سبحانه ﴿وَمَا تُرْسِلُ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ وَجُجَادِلُ الَّذِينَ كَفَرُوا بِالْبَاطِلِ لِيُدْحِضُوا بِهِ الْحَقَّ وَاتَّخَذُوا آيَاتِي وَمَا أُنذِرُوا هُزُوًا﴾ (27)، فتبشير الطائعين المؤمنين بثواب الله ورحمته لهم كما في قوله سبحانه ﴿وَبَشِّرِ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ كُلَّمَا رُزِقُوا مِنْهَا مِنْ ثَمَرَةٍ رُزِقُوا قَالُوا هَذَا الَّذِي رُزِقْنَا مِنْ قَبْلُ وَأَنُؤُوا بِهِ مُتَشَابِهًا وَلَهُمْ فِيهَا أَزْوَاجٌ مُّطَهَّرَةٌ وَهُمْ فِيهَا خَالِدُونَ﴾ (28)، وإنذار المعرضين المعاندين بشديد العقاب وأليم العذاب كما في قوله سبحانه ﴿فَأَنْذَرْتُكُمْ نَارًا تَلَظَّى﴾ (29)، وقد اقتضت حكمة العلي الخبير أن يكون لهاتين الوصيلتين أثر بالغ في المتلقين، فبالبشارات تنبعث الهمم إلى الخير والصلاح، وتسمو العزائم إلى الطاعة، وبالإنذار تنحسم مادة العصيان، ويججز العقلاء المؤمنون أنفسهم عن مواضع سخط الجبار سبحانه.

ويدخل تحت البشارات بيان محاسن الإسلام والصلاح المترتب على الالتزام به في الدنيا قبل الآخرة، كما أن التحذير والإنذار مما يخالف دين الإسلام قولاً وفعلاً، عقيدة وعملاً، سلوكاً وخلقاً من أعظم ما تقوم به وسائل الإعلام.

25- سورة الأنبياء، الآية: 107

26- صحيح مسلم. كتاب الإيمان. باب بيان أن الدين النصيحة. رقم الحديث / 95

27- سورة الكهف، الآية: 56.

28- سورة البقرة، الآية: 25

29- سورة الليل، الآية: 14.

المطلب الثالث: أهداف الخطاب الإعلامي العسكري:

من خلال المهام التي ينبغي على الإعلام العسكري أن يقوم بها، ومواجهته للحروب والأزمات يمكن تحديد أهدافه،
بأنها :

1- إرهاب العدو: حيث يقول تعالى ﴿وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْحَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ
وَأَخْرَيْنَ مِنْ دُونِهِمْ لَأَتَعَلَّمُونَهُمْ اللَّهُ يَغْلِبُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا
تُظَلَّمُونَ﴾⁽³⁰⁾.

ويتحقق هذا الإرهاب من خلال إعداد القوة بكافة أنواعها، كما دل على ذلك نص الآية، وهذه القوى المراد إعدادها تتمثل في: قوة العقيدة في المقدمة والأساس، قوة الوحدة، قوة الإعداد والسلاح: وتشمل كافة ما تحشده الأمة من العدد والعتاد، فحيث يكون النفي العام، يصبح من الواجب على كل مكلف مستطيع للقتال ألا يتخلف عنه، وتختلف هذه القوة باختلاف الزمان والمكان؛ لهذا بات من الواجب تعلم كافة أنواع الفنون الحربية والصناعات اللازمة، من باب: ما لا يتم الواجب المطلق إلا به فهو واجب⁽³¹⁾.

2- إنفاذ الواجب الشرعي والضرورة البشرية: في الإعلام يكون الأمر عليه لازماً وواجباً؛ لأنه يحقق ضرورة شرعية متمثلة في إنفاذ أمر الجهاد من خلال الإعلام، وهو إحدى طرق الجهاد. وهو يحقق ضرورة بشرية اجتماعية، في رد العدوان وتحقيق العدل، وليس البدء بالقتال وإثارة النزاعات، وإيصال العقيدة الإسلامية للناس كافة، من خلال إزاحة ما يعترض طريقها من العقبات⁽³²⁾.

3- تثبيت الروح المعنوية للعدو ودفع كيدهم وعدوانهم: حيث يقول تعالى: ﴿فَاتَّبِعُوهُمْ يُعَذِّبُهُمُ اللَّهُ بِأَيْدِيكُمْ وَيُخْرِجُهُمْ وَيَنْصُرْكُمْ عَلَيْهِمْ وَيَشْفِ صُدُورَ قَوْمٍ مُؤْمِنِينَ﴾⁽³³⁾

30- سورة الأنفال، الآية: 60.

31- الإعلام مقوماته ضوابطه أساليبه في ضوء القرآن الكريم، دراسة موضوعية، آلاء أحمد هشام، رسالة ماجستير الجامعة الإسلامية، غزة-2009م.

32- الإعلام مقوماته ضوابطه أساليبه -مصدر سابق-ص136.

33- سورة التوبة، الآية: 14.

يقول سيد قطب: "قاتلوهم يجعلكم الله ستار قدرته، وأداة مشيئته، فيعذبهم بأيديكم، ويخزهم بالهزيمة وهم يتخايلون بالقوة، وينصرم عليهم، ويشف صدور جماعة من المؤمنين ممن آذاهم وشردهم المشركون، يشفها من غيظها المكظوم، بانتصار الحق كاملاً، وهزيمة الباطل، وتشريد المبطلين"⁽³⁴⁾.

4- أهداف تثقيفية: وتعني نشر الثقافة العسكرية، وعرض الأحداث والأزمات وتطور الحروب بصورة موضوعية؛ بغرض تحقيق التفاعل بين الجمهور والأحداث، وإمدادهم بالمعلومات من مصادر موثوقة. فمن الطبيعي أن الجمهور يبحث عن آخر التطورات والمعلومات في أوقات الأزمات والحروب، ومن هنا تقع مهمة التثقيف للجمهور وإمداده بالمعلومات المستجدة دوماً وبصورة دائمة؛ كي لا يلجأ للحصول عليها من مصادر العدو وإذاعاته⁽³⁵⁾.

هذا وقد تحدث بعض العسكريين⁽³⁶⁾، أن للإعلام العسكري أهدافاً عديدة، واهمها ما يتعلق بالجندي وتهتم به، وتشمل:

- 1- تنمية شعور الجندي بالاعتزاز، وبث الحماس فيه، وزيادة ثقته في نفسه .
- 2- تنمية اعتزاز الجندي بسلاحه وقواته المسلحة، وإيمانه بقيادته وهدفه .
- 3- تحصينه من مخاطر الإعلام المعادي، وحرب العدو النفسية .
- 4- تنمية ثقافته بشكل عام، وثقافته العسكرية وتوجيهه التوجيه الديني الصحيح .
- 5- المساعدة في رفع الروح المعنوية، والحفاظ على وحياتها، وبث روح التحدي وقت الحرب

المبحث الثاني: خصائص الخطاب الاعلامي النبوي العسكري.

المطلب الأول: التأكيد على مسلمة الأمة الإسلامية الأساسية.

المطلب الثاني: مراعاة الرأي العام الإسلامي في الازمات والحروب.

المطلب الثالث: توظيف الاعلان في تحشيد المقاتلين للحرب والثبات عليها.

34- في ظلال القرآن - سيد قطب - ج10 ص1612.

35- المصدر سابق-ص136.

36- انظر: الإعلام العسكري الأردني - العميد الركن محمد خلف الرقاد، عمان، 1996م، ص: 60

المطلب الرابع: توظيف الحرب النفسية لرفع الروح المعنوية في الجيش.

المطلب الأول: التأكيد على مسلمات الأمة الإسلامية الأساسية.

من الأمور المهمة والتي يجب الحفاظ عليه في أوقات السلم والحرب؛ الحفاظ والتأكيد على القواعد والمسلمات العقائدية للأمة الإسلامية، ففي غزوة بدر الكبرى، وهي أول تجربة لجماعة المسلمين في التضحية والقتال في سبيل حمل الدعوة الإسلامية حملاً جهادياً، ولا تحفى أهمية الإعداد الإعلامي؛ لرفع الروح المعنوية؛ لحوض مثل هذه التجربة.

ولقد استوعبت بدر الكبرى المسلمات الإسلامية كلها، عندما أعلنت في ساعة واحدة للناس في كل مكان المفاصلة على عقيدة الإيمان بالله الواحد الأحد، فكانت بدر الكبرى شامة في جبين الزمان، واستحق أهلها بجدارة أن يكونوا سادة في الأرض، وسادة في السماء، ففي الأرض يقول الرسول ﷺ في حادثة حاطب بن أبي بلتعة: "لعل الله اطلع على أهل بدر يوم بدر، فقال اعملوا ما شئتم فقد وجبت لكم الجنة، أو قد غفرت لكم" (37).

وفي رفع شعار (لا إله إلا الله وحده لا شريك له، صدق وعده، ونصر عبده، وهزم الأحزاب وحده)، وتبرز مقومات الشعار الجيد والناجح في جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بسمة معينة بارزة يرى القارئ بالاتصال أنها أكثر تأثيراً على الجمهور المستهدف (38)، وهي هنا إبراز توحيد الألوهية، فالله وحده الذي أحلصت له جماعة المسلمين جميع أنواع العبادة هو الذي أيدها بنصره يوم الأحزاب، وهذا اليوم العظيم، ﴿وَمَا النَّصْرُ إِلَّا مِنْ عِنْدِ اللَّهِ﴾ (39)، فجماعة المسلمين التي يقودها النبي محمد ﷺ مؤيدة بنصر الله، فلا غالب لها، وهذا الرمز والشعار يساق لمجتمع قريش في مكة، الذي كان يظن أن قريشاً مؤيدة ومحمية بحمي الله لها بحراستها لبيتها وولايته، وهذه دعوى لا أساس لها في الواقع، فبيت الله ليس تركة يرثها الخلف عن السلف، إنه بيت الله يرثه أولياؤه المتقون، قال تعالى: ﴿وَمَا لَهُمْ آلَا يُعَذِّبُهُمُ اللَّهُ وَهُمْ يَصُدُّونَ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَمَا كَانُوا أَوْلِيَاءَهُ إِنْ أَوْلِيَاؤُهُ إِلَّا الْمُتَّقُونَ وَلَكِنَّ أَكْثَرَهُمْ لَا يَعْلَمُونَ﴾ (40).

³⁷ أخرجه من حديث علي بن أبي طالب البخاري (3007) و (3081) و (3983) و (4274) و (4890) و (6259) و

(6939) ومسلم (2494) وأبو داود (2650) و (2651) والترمذي (3302).

³⁸ انظر تفصيلاً في هذا الجانب عند صفوت العالم، الشعارات والرموز الانتخابية، ط / 1، القاهرة: دار الطباعة الجامعية، 1986م،

ص: 13.

³⁹ آل عمران الآية: 126

⁴⁰ الأنفال الآية: 34.

المطلب الثاني: مراعاة الرأي العام الإسلامي في الازمات والحروب.

من المرتكزات الإعلامية بيان ومراعاة الرأي العام في جميع الأحوال التي تمر بها البلاد سواء كانت سلماً أم حرباً، وتوجيهه للرأي العام لما فيه مصلحة الأمة، وهذه المراعاة تكون في صور اعلامية متعددة منها:

1- المشاركة والمشورة في القرار؛ حيث يأتي خطاب الرسول ﷺ البليغ إلى جماعة المسلمين، الذين تسودهم روح الجماعة وفي جو اتصالي يقوم على الاقناع والحوار بين أطراف المجتمع الإسلامي، يسوده التفاهم والقرب النفسي، والمشاركة في اتخاذ القرارات المهمة، لذا نجد النبي عليه الصلاة والسلام يستشير أصحابه في القرار الذي أراد اتخاذه في الخروج لملاقاة قريش في بدر، فقد درب النبي ﷺ أصحابه على إبداء الرأي العام ونما فيهم القدرة على التفكير والمناقشة من خلال تشاوره معهم.

يقول المباركفوري: "ونظراً إلى هذا التطور الخطير المفاجئ عقد رسول الله ﷺ مجلساً عسكرياً استشارياً أعلى، أشار فيه إلى الوضع الراهن، وتبادل فيه الرأي مع عامة جيشه، وقادته"⁽⁴¹⁾.

، ويتمثل ذلك في قول سعد بن معاذ للنبي ﷺ، حين خطب بهم واستشارهم في الخروج إلى بدر، ففي الحديث الذي أخرجه مسلم، عن أنس رضي الله عنه: قال سعد: ((... إِيَّانَا تُرِيدُ يَا رَسُولَ اللَّهِ؟ وَالَّذِي نَفْسِي بِيَدِهِ، لَوْ أَمَرْتَنَا أَنْ نُخِيضَهَا الْبَحْرَ لِأَخْضَانَهَا، وَلَوْ أَمَرْتَنَا أَنْ نَضْرِبَ أَكْبَادَهَا إِلَى بَرِّكَ الْغِمَادِ لَفَعَلْنَا"⁽⁴²⁾).

قال النووي في شرحه⁽⁴³⁾: "قال العلماء: إنما قصد ﷺ اختبار الأنصار؛ لأنه لم يكن بايعهم على أن يخرجوا معه للقتال وطلب العدو، وإنما بايعهم على أن يمنعوهم ممن يقصده، فلما عرض الخروج لغير أبي سفيان أراد أن يعلم أنهم يوافقون على ذلك فأجابوه أحسن جواب بالموافقة التامة في هذه المرة وغيرها وفيه استشارة الأصحاب وأهل الرأي والخبرة". وبذلك أراد النبي ﷺ استشارة الرأي العام لدى الأنصار، ليعرفه أولاً، لأنه لم يكن بايعهم على أن يخرجوا معه للقتال وطلب العدو، وإنما بايعهم على أن يمنعوهم ممن يقصده، فلما عرض الخروج لقافلة أبي سفيان أراد أن يعلم أنهم يوافقون على ذلك فأجابوه أحسن جواب بالموافقة التامة، وأراد ثانياً توجيه الرأي العام باتجاه موافقته على الخروج لملاقاة الكفار، ومن المعلوم أن سعد بن عباد رضي الله عنه يتكلم باسم الأنصار جميعاً، ولا يتكلم عن نفسه فقط.

⁴¹ - المباركفوري: الرحيق المختوم، الطبعة الأولى، دار الهلال - بيروت، ص 188.

⁴² - صحيح مسلم (3433).

⁴³ - صحيح مسلم بشرح النووي، ج 12، ص: 124.

وفي غزوة أحد فقد فعل النبي ﷺ مبدأ المشورة مع أصحابه، وعقد رسول الله ﷺ مجلساً استشارياً عسكرياً أعلى، تبادل فيه الرأي لاختيار الموقف، أخرج إليهم، أم يمكن في المدينة؟ وكان رأيه ألا يخرجوا من المدينة، وأن يتحصنوا بها، فإن دخلوها، قاتلهم المسلمون على أفواه الأرزقة، والنساء من فوق البيوت، وقد وافقه على هذا الرأي عبد الله بن أبي، وكان هو الرأي السديد، فبادر جماعة من فضلاء الصحابة ممن فاته الخروج يوم بدر، وأشاروا عليه بالخروج، وألحوا عليه في ذلك، لذا قال البخاري معلقاً: "وَشَاوَرَ النَّبِيُّ ﷺ أَصْحَابَهُ يَوْمَ أُحُدٍ فِي الْمَقَامِ وَالْخُرُوجِ، فَرَأَوْا لَهُ الْخُرُوجَ، فَلَمَّا لَيْسَ لِأُمَّتِهِ وَعَزَمَ قَالُوا: أَيْمٌ، فَلَمْ يَلِمْ إِلَيْهِمْ بَعْدَ الْعَزْمِ، وَقَالَ: «لَا يَنْبَغِي لِنَبِيِّ يَلْبَسُ لِأُمَّتِهِ فَيَضَعُهَا حَتَّى يَحْكُمَ اللَّهُ» (44).

ورفض رسول الله ﷺ رأيه أمام رأي الأغلبية، واستقر الرأي على الخروج من المدينة، واللقاء في الميدان السافر (45).

2- مساندة الشعب للسلطة والمشاركة في اتخاذ القرار في تطبيق قواعد السياسة الخارجية للدولة المتعلقة مع

الخصوم في أثناء الحروب.

فإدارة الدولة التي تنفذ هذه السياسة تضع نصب عينيها رغبة جماهيرها، فإن كانت الجماهير مقتنعة بسياسة الدولة الخارجية كان ذلك حافزاً للحكومة على تنفيذ سياستها، من ذلك ما أخرجه البخاري، عن عبد الله بن مسعود رضي الله عنه، قال: "قَالَ الْمَقْدَادُ يَوْمَ بَدْرٍ، يَا رَسُولَ اللَّهِ، إِنَّا لَا نَقُولُ لَكَ كَمَا قَالَتْ بَنُو إِسْرَائِيلَ لِمُوسَى، ﴿فَاذْهَبْ أَنْتَ وَرَبُّكَ فَقَاتِلَا إِنَّا هَاهُنَا قَاعِدُونَ﴾ وَلَكِنْ امْضِ وَنَحْنُ مَعَكَ، فَكَأَنَّهُ سُرِّيَ عَنِ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ" (46).

وكذلك فعل النبي ﷺ في غزوة الخندق فها هو يشرك أصحاب الرأي في صنع القرارات والسياسات الخارجية مع الخصوم، فأراد ان يبعث الى غطفان ويعرض عليهم ثلث ثمار المدينة (47)، فقام بأخذ رأي الصحابييين سعد بن

44- رواه: البخاري معلقاً في كتاب الاعتصام بالقرآن والسنة، باب قوله تعالى " وامرهم شورى بينهم" ج9 ص112، مسند الإمام أحمد تحقيق شعيب الارناؤوط، مؤسسة الرسالة 2001م، ج13 ص351، رقم14787، من رواية جابر بن عبد الله رضي الله عنه قال شعيب: صحيح لغيره، وهذا إسناد على شرط مسلم، والبيهقي في السنن الكبرى دار الكتب العلمية - بيروت 2003م، ج7 ص65؛ سنن الدارمي ج 2 ص1378 رقم 2205، والحاكم 128/2-129 وصححه ابن حجر في تعلق التعلق على صحيح البخاري تحقيق، سعيد القرقي، المكتب الإسلامي-عمان، الطبعة الأولى 1405هـ، ج5 ص330.

45- الرحيق المختوم ص227.

46- رواه البخاري(4609)؛ السنن الكبرى (11075)

47- المصدر السابق.

معاذ وسعد بن عباده - فهما المعنيان بشمار المدينة نيابة عن قومهما - بالأمر ويشرح لهم كافة الجوانب التي جعلته يقدم على هذه الخطوة، ليسمع منهما، ومن ثم يتخذ البديل الأنسب والأمثل، فهذا هو ﷺ فقالا له: "يا رسول الله أأمر تحبه فنصنعه؟ أم شيئاً أمرك الله به لا بد لنا من العمل به؟ أم شيئاً تصنعه لنا؟ قال: بل شيء أصنعه لكم، فقال سعد بن معاذ: يا رسول الله مالنا بهذا من حاجة، والله لا نعطيهم إلا السيف حتى يحكم الله بيننا وبينهم، فقال الرسول ﷺ: فأنت وذاك".

وهذا الاتصال الراقي ظهر جلياً في أدب السعديين مع قائدهما وتغليب القائد رأي السعديين على رأيه واتخذ قراراً بعدم منح غطفان أي حصة من الثمار وليس لهم إلا السيف بناء على توصية السعديين.

3- مراعاة حق التعبير لتقوية القرار السياسي او تحمل تبعيته في الحرب.

ففي غزوة بدر حينما أنزل النبي ﷺ صحابته منزلاً عند أدنى ماء من مياه بدر، جاءه الصحابي الحباب بن المنذر وقال: يا رسول أرايت هذا المنزل، أمنزلاً أنزلك الله، ليس لنا أن نتقدمه ولا نتأخر عنه؟ أم هو الرأي والحرب والمكيدة، قال رسول الله: «بل هو الرأي والحرب والمكيدة» قال: يا رسول الله فإن هذا ليس بمنزل، فأنهض يا رسول الله بالناس حتى تأتي أدنى ماء من القوم - أي المشركين - فننزله ونغور - نخرب - ما وراءه من الآبار، ثم نبني عليه حوضاً فنملؤه ماء ثم نقاتل القوم، فنشرب ولا يشربون، فأخذ النبي ﷺ برأيه " (48)

يعقب الدكتور الصلابي (في كتابه السيرة النبوية) على هذه الواقعة قائلاً: "كان أي فرد من أفراد المجتمع يدلي برأيه، حتى في أخطر القضايا ولا يكون في شعوره احتمال غضب القائد الأعلى، ثم حصول ما يترتب على ذلك الغضب، من تدني سمعة ذلك المشير بخلاف رأي القائد، وتأخره في الرتبة وتضرره في نفسه وماله، إنَّ هذه الحرية التي ربي عليها رسول الله ﷺ أصحابه، مكنت مجتمعهم من الاستفادة من عقول جميع أهل الرأي السديد والمنطق الرشيد... وإن كان من أقلهم سمعة وأبعدهم منزلة، لأنه ليس هنالك ما يحول بين أي فرد منهم والوصول برأيه إلى قائد جيشه" (49).

4 - الحرص على مراعاة الحاجات النفسية والمادية:

وهذه تبين العناية النبوية للأمور النفسية والاحتياجات المادية وتوظيفها في رفع الالهة والاستعداد في المعركة، وخاصة لدى الجنود وتحصيل حاجاتهم وحقوقهم المادية المسلوبة، لما سمع رسول الله رسول الله ﷺ بأبي سفيان مقبلاً من الشام

48- سيرة ابن هشام 3/ 126.

49- السيرة النبوية، علي الصلابي، دار المعرفة، بيروت 2008م، ص 398.

ندب المسلمين إليهم وقال: "هذه غير قريش فيها أموالهم فأخرجوا إليها لعل الله ينفلكموها" فانتدب الناس فحف بعضهم وثقل بعضهم وذلك أنهم لم يظنوا إن رسول الله رسول الله ﷺ يلقى حرباً. (50).

فالمسلمون ولاسيما المهاجرين في هذه الغزوة كانوا بحاجة إلى المال حيث كانوا حديثي عهد بالمدينة وتركوا أموالهم في مكة وكانوا فقراء، فكان تحفيزهم بترغيبهم بما هو حق لهم قد سلبه المشركين.

5- الحرص على المشاعر والتعاطف مع المخاطبين ومراعاة همومهم وشكواهم، ونرى ذلك في فتح مكة، تعتبر من المداخل الهامة للتأثير في النفوس، فقد عظم في نفوس أهل مكة اقتحام الحرم عنوة، لذا قال الرسول صلى الله عليه وسلم: "إن الله حبس عن مكة الفيل وسلط عليها رسوله والمؤمنين، وإنها لن تحل لأحد كان قبلي، وإنها أحلت لي ساعة من نهار، وإنها لن تحل لأحد بعدي" (51).

وفي غزوة حنين تظهر حقيقة مراعاة مشاعر الأنصار وتعاطف النبي ﷺ مع همومهم وشكواهم، عن أنس قال: أعطى النبي ﷺ من غنائم حنين الأقرع بن حابس مائة من الإبل، وعيينة بن حصن مائة من الإبل، فقال ناس من الأنصار: يعطي رسول الله ﷺ غنائمنا ناساً تقطر سيوفهم من دمائنا، أو تقطر سيوفنا من دمائهم، فبلغه ذلك، فأرسل إلى الأنصار، فقال: «هل فيكم من غيركم؟» قالوا: لا، إلا ابن أخت لنا، فقال رسول الله ﷺ: «ابن أخت القوم منهم، أقتلتم كذا وكذا، أما ترضون أن يذهب الناس بالدنيا، وتذهبون بمحمد إلى دياركم؟» قالوا: بلى يا رسول الله، قال: "والذي نفسي بيده، لو أخذ الناس وادياً أو شعباً، أخذت وادي الأنصار أو شعبهم، الأنصار كرشى وعييتي، ولولا الهجرة لكنت امرأ من الأنصار" (52).

وتؤكد الدراسات الإعلامية على أهمية مخاطبة هموم الناس وحاجاتهم في الإقناع بالأفكار، من خلال إشباع طموحات الجمهور، ومصالحه، والسعي إلى تلبية حاجاته المادية والمعنوية (53).

⁵⁰ السيرة النبوية لابن هشام 3/ 153

⁵¹ صحيح البخاري، تحقيق: محمد زهير بن ناصر الناصر، الطبعة: الأولى دار طوق النجاة 1422هـ، رقم (2434).

وفي صحيح مسلم، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث العربي - بيروت، رقم (1355).

⁵² صحيح البخاري (3801) ومسلم (6504) والترمذي (3907) وأحمد (12833، 13916) من طريق شعبة بن الحجاج عن قتادة.

⁵³ انظر د. محمد فريد محمود عزت، دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية، (جدة: دار الشروق، 1404هـ)، ص:

190، وما بعدها.

المطلب الثالث: توظيف الاعلان في تحشيد المقاتلين للحرب والثبات عليها.

وهذا ظاهر في تحشيد ﷺ للمسلمين وحثهم على القتال والثبات وتبشيرهم بالنصر وتصبير المصابين. وقد ظهر هذا التوظيف في صور عدة؛ منها:

1- شحذ همة الجيش وتحفيزهم للقتال، وترغيبهم بالشهادة نصرة للحق

يقول الله تعالى عن غزوة بدر: ﴿يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ حَرِّضِ الْمُؤْمِنِينَ عَلَى الْقِتَالِ إِنْ يَكُنْ مِنْكُمْ عَشْرُونَ صَابِرُونَ يَغْلِبُوا مِائَتِينَ وَإِنْ يَكُنْ مِنْكُمْ مِئَةٌ يَغْلِبُوا أَلْفًا مِنَ الَّذِينَ كَفَرُوا بِأَنَّهُمْ قَوْمٌ لَا يَفْقَهُونَ﴾⁽⁵⁴⁾، يوجه سبحانه النبي عليه الصلاة والسلام الى المبالغة في حث المؤمنين وإحمائهم على القتال بصبر وجلد، من أجل إحقاق الحق وإبطال الباطل، من غير الاعتماد الى الموازنة في العدد والعدة.

ويصف عجاج الخطيب النبي القائد بقوله: " ويشحذ العتيد ويدعو داعي الجهاد فيقف بين أصحابه خطيباً، ويتقدمهم قائداً فيحف به الأبطال ويتسابق إليه الفرسان، وتحلو الشهادة في ميادينه.. " (55).

2 - تثبيت الجيش في المعركة ودفعهم الى عدم الفرار منها، وقد ذكر تعالى هذا النوع في قوله: ﴿إِذْ يُعَشِّيكُمْ

النُّعَاسَ أَمَنَةً مِنْهُ وَيُنزِّلُ عَلَيْكُمْ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً لِيُطَهِّرَكُمْ بِهِ وَيُذْهِبَ عَنْكُمْ رِجْزَ الشَّيْطَانِ وَلِيَرْبِطَ عَلَى قُلُوبِكُمْ وَيُثَبِّتَ بِهِ الْأَقْدَامَ * إِذْ يُوحِي رَبُّكَ إِلَى الْمَلَائِكَةِ أَنِّي مَعَكُمْ فَثَبَّتُوا الَّذِينَ آمَنُوا سَأَلْتَنِي فِي قُلُوبِ الَّذِينَ كَفَرُوا الرُّعْبَ فَأَضْرِبُوا فَوْقَ الْأَعْنَاقِ وَاضْرِبُوا مِنْهُمْ كُلَّ بَنَانٍ﴾⁽⁵⁶⁾.

يقول الله تعالى: ﴿وَلَا تَحْسَبَنَّ الَّذِينَ قُتِلُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ أَمْواتًا بَلْ أَحْيَاءُ عِنْدَ رَبِّهِمْ يُرْزَقُونَ * فَرِحِينَ بِمَا آتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَيَسْتَبْشِرُونَ بِالَّذِينَ لَمْ يَلْحَقُوا بِهِمْ مِنْ خَلْفِهِمْ أَلَّا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ * يَسْتَبْشِرُونَ بِنِعْمَةِ اللَّهِ وَفَضْلٍ وَأَنَّ اللَّهَ لَا يُضِيعُ أَجْرَ الْمُؤْمِنِينَ﴾⁽⁵⁷⁾.

⁵⁴ سورة الأنفال، آية 65

⁵⁵ أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، محمد عجاج الخطيب، مجلة مركز بحوث السنة والسير، العدد الخامس، سنة، قطر- 1991م، ص21.

⁵⁶ سورة الأنفال، آية 11-12.

⁵⁷ سورة آل عمران، آية 169-170-171.

فبنى ذلك في غزوة بدر الكبرى، يروي أنس بن مالك قال: قال رسول الله ﷺ: "قوموا إلى جنة عرضها السماوات والأرض" قال: يقول عمير بن الحمام الأنصاري: يا رسول الله! جنة عرضها السماوات والأرض؟ قال: نعم، قال: بخ. فقال رسول الله ﷺ: "ما يحملك على قولك بخ بخ قال: لا، والله! يا رسول الله! إلا رجاء أن أكون من أهلها، قال: فإنك من أهلها، فأخرج تمرات من قرنه. فجعل يأكل منهن، ثم قال: لئن أنا حييت حتى آكل تمراتي هذه، إنها حياة طويلة، قال فرمى بما كان معه من التمر، ثم قاتل حتى قتل" (58).

ففي هذا الحديث تحريض للمسلمين على القتال والترغيب بالشهادة في سبيل الله، باستخدام نمط الاعلان الذي يتضمن السلعة وثمنها والطرف القائم بالبيع، وفيه استكمال عناصر الدعاية الاعلانية المتكاملة فقد استخدم الألفاظ المناسبة في الوقت والمكان المناسبين وللمتلقي المناسب، والسلعة المناسبة.

وتنبه علماء الاتصال وارباب الدعاية والاعلان الى مقاصد هذا الحديث وابعاده الاعلانية وسرعة الاستجابة، اذ الطلب صعب والوقت ضيق والمال معدوم ومع ذلك كانت نتائج الاستجابة فوق المتوقع.

المطلب الرابع: توظيف الحرب النفسية لرفع الروح المعنوية في الجيش.

1- الحرص على رفع المعنويات وتقوية الحالة النفسية للجند في المعركة.

وهذه الخطوة تحتاج الى اهتمام كبير، ومراعاة فائقة عند القائد، فكلما كانت النفسية مرتفعة لدى الجند كلما كان أداءه في القتال فاعلاً ومثمراً، فقد كان النبي عليه الصلاة والسلام يشير إلى مصارع المشركين في الأرض في غزوة بدر الكبرى، وهذا تشجيع للجند ورفع للمعنويات العسكرية، روى أنس رضي الله عنه أن النبي ﷺ لما نزل بدرا قال: (هذا مَصْرَعُ فُلَانٍ، قال: وَيَضَعُ يَدُهُ عَلَى الْأَرْضِ هَاهُنَا وَهَاهُنَا قال: فَمَا مَاطَ أَحَدُهُمْ عَنْ مَوْضِعِ يَدِ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ) (59).

وقال عمر رضي الله عنه: "إِنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ كَانَ يُرِينَا مَصَارِعَ أَهْلِ بَدْرِ بِالْأَمْسِ يَقُولُ: هَذَا مَصْرَعُ فُلَانٍ غَدًا إِنْ شَاءَ اللَّهُ، قال عُمَرُ: فَوَالَّذِي بَعَثَهُ بِالْحَقِّ مَا أَخْطَأُوا الْحُدُودَ الَّتِي حَدَّ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ" (60) وقد بوب الترمذي في جامعه (باب ما جاء في الصف والتعبئة) (61).

58- صحيح مسلم رقم(1901).

59- صحيح مسلم (3433).

60- المصدر السابق.

61- جامع الترمذي أبواب الجهاد، باب ما جاء في الصف والتعبئة 1/ 201.

ويصف المباركفوري⁽⁶²⁾ ذلك الموقف: "وبات المسلمون ليلهم هادئ الأنفاس منير الآفاق، غمرت الثقة قلوبهم، وأخذوا من الراحة قسطهم، يأملون أن يروا بشائر ربهم بعيونهم صباحاً ﴿إِذْ يُعَشِّيكُمْ التُّعَاسَ أَمَنَةً مِنْهُ وَيُنزِّلُ عَلَيْكُمْ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً لِيُطَهِّرَكُمْ بِهِ وَيُذْهِبَ عَنْكُمْ رِجْزَ الشَّيْطَانِ وَلِيَرْبِطَ عَلَى قُلُوبِكُمْ وَيُثَبِّتَ بِهِ الْأَقْدَامَ﴾"⁽⁶³⁾.

ويؤكد اللواء محمد شيت خطاب في كتابه بين العقيدة والقيادة على أهمية القيمة المعنوية للجيش: "وكل جيش في العالم مؤلف من عنصرين: عنصر مادي، وعنصر معنوي. وقد كان نابليون بونابارت يقول: "قيمة المعنويات بالنسبة للقوى المادية، تساوي ثلاثة على واحد" أي أن الجيش تكون قيمته 75% من الناحية المعنوية و25% من الناحية المادية"⁽⁶⁴⁾. إن المعنويات هي العقيدة، وقد أثبت تاريخ الأمم إن الجيوش لا تهزم لقلّة مواردها بل لضعف عقيدتها. إن الحالة النفسية المهيأة وظروف الزمان والمكان الموازية مناخ إعلامي مناسب لبث الحقائق والمعلومات والأفكار والإقناع بها⁽⁶⁵⁾.

2-توظيف المناير الإعلامية لنشر خبر الانتصارات العسكرية المهمة.

ومن هنا توظيف الشعراء لنقل الاحداث ورفع المعنوية العسكرية عند المسلمين وهذا ما يخبر به حسان بن ثابت رضي الله عنه عن بطولات وتضحيات الجيش في بدر الكبرى بقوله⁽⁶⁶⁾:

وخبر بالذي لا عيب فيه... بصدق غير إخبار الكذوب
بما صنع المليك غداة بدر... لنا في المشركين من النصيب
غداة كأن جمعهم حراء... بدت أركانه جنح الغروب
فلاقتيناهم منا يجمع... كأسد الغاب مردان وشيب
أمام محمد قد آرزوه... على الأعداء في لفح الحروب

62- الرحيق المختوم ص192.

63- الأنفال الآية: 11

64- بين العقيدة والقيادة: اللواء الركن محمود شيت خطاب، دار القلم - دمشق، الدار الشامية - بيروت الطبعة: الأولى، 1419 هـ - 1998 م، ص42.

65 انظر الشيخ زين العابدين الركابي: النظرية الإسلامية للإعلام والعلاقات الإنسانية، اللقاء الثالث للشباب المسلم - الرياض، 1976 ص: 322. وانظر د. محمد فريد: دراسات في التحرير الصحفي في ضوء الإسلام، مرجع سابق، ص: 83.

66 حسان بن ثابت رضي الله عنه، ديوان حسان بن ثابت تحقيق د. وليد عرفات ج (بيروت: دار صادر، 1974، ص: 82).

بنو الأوس الغطارف وآزرتهما... بنو النجار في الدين الصليب

فغادرنا أبا جهل صريعاً... وعتبة قد تركنا بالحبوب

الخاتمة:

من خلال البحث قمت بتناول المفاهيم المتعلقة بالخطاب والإعلام والإعلامي العسكري، وتوضيحها عند المتخصصين، ومن ثم تطرقت لأهمية وحاجة الأمة الإسلامية إلى الخطاب الإعلامي، من تحقيق للخيرية، وقيام بالواجب الدعوة، وبذل النصيحة، والبشارة والندارة..

وأبرزت أهم الأهداف التي يقوم عليها الخطاب الإعلامي العسكري من إرهاب لعدو، وإنفاذ لواجب شرعي. ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها، أهمية التأكيد على دور الإعلام العسكري في مخاطبة الجمهور، وكذلك بيان خصائص الخطاب النبوي العسكري، ومنها التأكيد على مسلمات الأمة الإسلامية الأساسية حتى في حالة الحرب، ومنها مراعاة الرأي العام الإسلامي في الازمات والحروب والحرص على توظيف الدعاية الاعلامية في شحذ الهمة وتحفيز المقاتلين على الجهاد والعمل على رفع الروح المعنوية للجيش.

ومن أهم التوصيات في هذا البحث: العمل على الاستفادة من التجربة النبوية الإعلامية وخصائصها المهمة في الحروب، وكذلك العمل على توظيف الخصائص الإعلامية النبوية في الإعلام الإسلامي في الوقت الحاضر.

قائمة المصادر والمراجع:

1. أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، محمد عجاج الخطيب، مجلة مركز بحوث السنة والسير، العدد الخامس، سنة 1991، قطر.
2. الإعلام الإسلامي د إبراهيم الإمام، الطبعة الاولى، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1980،
3. الإعلام العسكري الأردني - العميد الركن محمد خلف الرقاد.
4. الإعلام مقوماته ضوابطه أساليبه في ضوء القرآن الكريم، دراسة موضوعية، آلاء أحمد هشام، رسالة ماجستير الجامعة الإسلامية - غزة - 2009م.
5. الإعلام والدعاية، د. عبد اللطيف حمزة، الطبعة الثانية، دار الفكر العربي - بيروت، 1978م.
6. بين العقيدة والقيادة: اللواء الركن محمود شيت خطاب، الطبعة: الأولى، دار القلم - دمشق، الدار الشامية - بيروت، 1998م.

7. تأويل الخطاب الديني في الفكر الحدائثي الجديد أحمد عبدالله الطيار، حولية كلية 4- أصول الدين القاهرة، العدد (22)، المجلد الثالث، 2005.
8. تغليق التعليق على صحيح البخاري: ابن حجر العسقلاني، تحقيق، سعيد القزقي، المكتب الإسلامي - عمان، الطبعة الأولى 1405هـ.
9. تفسير القرآن العظيم. الإمام ابن كثير، الطبعة الأولى، مكتبة دار الفيحاء. دمشق، ومكتبة دار السلام. الرياض.
10. جريدة الصحافة، جمال عفيفي، 1971م.
11. الخطاب التربوي الإسلامي، سعيد إسماعيل على، مركز البحوث والدراسات في وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، قطر ٢٠٠٤.
12. الخطاب العربي المعاصر: دراسة تحليلية نقدية، الجابري محمد عابد، دار الطليعة للطباعة والنشر - بيروت، 1988م.
13. دراسات في التحرير الصحفي في ضوء الإسلام، محمد فريد.
14. دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية: محمد فريد محمود عزت، دار الشروق - جدة، 1404هـ.
15. دور الإعلام في التنمية، وزارة الثقافة والإعلام، محمد عبد القادر: 1982م
16. ديوان حسان بن ثابت، تحقيق د. وليد عرفات. (دار صادر - بيروت، 1974.
17. الرحيق المختوم: صفى الدين المباركفوري، الطبعة الأولى، دار الهلال - بيروت.
18. سنن أبي داود، أبو داود سليمان بن الأشعث بن إسحاق بن بشير بن شداد بن عمرو الأزدي السَّجِسْتَانِي (ت: 275هـ) تحقيق، شعيب الأرنؤوط - مُحَمَّد كَامِل قره بللي، الطبعة: الأولى، دار الرسالة العالمية، 1430 هـ - 2009.
19. سنن الترمذي، محمد بن عيسى بن سَوْرَة بن موسى بن الضحاك، الترمذي، أبو عيسى (ت: 279هـ) تحقيق: بشار عواد معروف دار الغرب الإسلامي - بيروت، 1998م.
20. سنن الدارمي، أبو محمد عبد الله بن عبد الرحمن بن الفضل بن بَرام بن عبد الصمد الدارمي، التميمي السمرقندي (ت: 255هـ) تحقيق: نبيل هاشم الغمري، الطبعة الأولى، دار البشائر - بيروت - 2013م.

21. السنن الكبرى، أحمد بن الحسين بن علي بن موسى الخُسرُوْجُردِي الخراساني، أبو بكر البيهقي (ت: 458هـ) تحقيق: محمد عبد القادر عطا دار الكتب العلمية - بيروت 2003م.
22. السيرة النبوية، علي الصلابي، دار المعرفة، بيروت 2008م.
23. السيرة النبوية لابن هشام، عبد الملك بن هشام بن أيوب الحميري المعافري، (ت: 213هـ) تحقيق: مصطفى السقا، مطبعة مصطفى البابي الحلبي الطبعة: الثانية - بمصر 1955 م
24. الشعارات والرموز الانتخابية، صفوت العالم، الطبعة الاولى، القاهرة: دار الطباعة الجامعية، 1986م)
25. صحيح البخاري، بيت الأفكار الدولية 1998.
26. صحيح البخاري، تحقيق: محمد زهير بن ناصر الناصر، الطبعة: الأولى دار طوق النجاة 1422هـ.
27. صحيح مسلم، طبعة دار ابن حزم - القاهرة 2008
28. صحيح مسلم، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث العربي - بيروت.
29. صور الاعلام الاسلامي في القرآن الكريم، عاطف ابراهيم رفاعي، رسالة ماجستير، جامعة المدينة العالمية 2011م.
30. ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية وأنظمة المملكة العربية السعودية، الرياض، 1979م.
31. العلاقات العامة والمجتمع، إبراهيم إمام، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 1981م.
32. الكشاف عن حقائق غوامض التنزيل، أبو القاسم محمود بن عمرو بن أحمد، الزمخشري جار الله (ت: 538هـ) الطبعة: الثالثة دار الكتاب العربي - بيروت، 1407 هـ.
33. لسان العرب، ابن منظور، الطبعة الاولى، دار صادر، بيروت، ط1، 1955.
34. المستدرک علی الصحیحین، أبو عبد الله الحاكم محمد بن عبد الله ب النيسابوري (ت: 405هـ) تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية - بيروت، 1990م
35. مسند الإمام أحمد تحقيق شعيب الارناؤوط، مؤسسة الرسالة 2001م.
36. مصنف ابن أبي شيبة، أبو بكر بن أبي شيبة، عبد الله بن محمد خواسي العبسي (ت: 235هـ) تحقيق، كمال يوسف الحوت الطبعة: الأولى، مكتبة الرشد - الرياض، 1409هـ.

37. مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم: دراسة تحليلية لنصوص من كتاب الله. د سيد محمد ساداتي الشنقيطي. ص 17 و 18. الرياض: دار عالم الكتب 1986.
38. النظرية الإسلامية للإعلام والعلاقات الإنسانية، زين العابدين الركابي اجاث اللقاء الثالث للشباب المسلم – الرياض، 1976م.

