

تلخيص

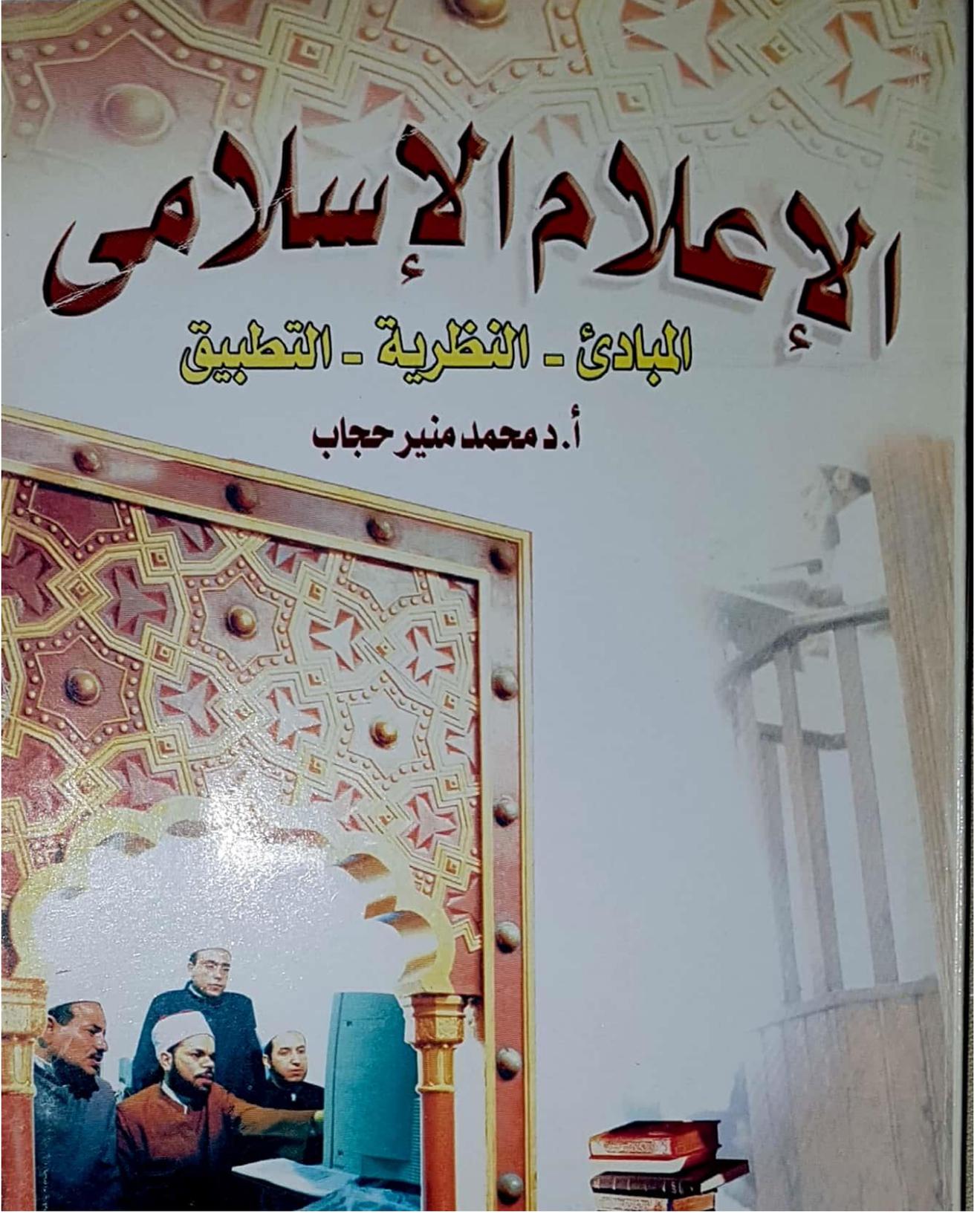
الاعلام العربي والإسلامي COM-206

إعداد اخوكم فهد الغامدي

الإعلام الإسلامي

المبادئ - النظرية - التطبيق

أ.د محمد منير حجاب



القسم الأول: حدود الاعلام الإسلامي وخصائصه

حدود الإعلام الإسلامي وخصائصه:

يتحدد إطار الاعلام الإسلامي أو حدوده على ضوء مفهوم كلمة الدعوة وكلمة الدعوة من الالفاظ المشتركة التي تطلق اسما ويراد بها الدين أي حقائق الإسلام واركانه وتكاليفه.
وعلى ضوء المفهوم الأول لكلمة الدعوة تتحدد حدود الاعلام الإسلامي في إطار شمولي يشمل كافة مناحي الحياة في المجتمع الإسلامي.
أما المفهوم الثاني لكلمة الدعوة فيجدد إطار الاعلام الإسلامي بالعمل على تكوين راي عام صائب يعي الحقائق الدينية.

أولاً: الإطار العام للأعلام الإسلامي:

نستطيع أن نحدد الإطار العام الإعلامي الإسلامي على ضوء شمولية الفكر الإسلامي وواقعيته ويتكامل بتناسقه وارتباطه المنطقي والفكري.

ثانياً: الإطار الخاص للأعلام الإسلامي:

يعني هذا الإطار أن الاعلام الإسلامي إنما هو اعلام موجه لهدف نشر كلمة الدين وإعلانه ومعالجة القضايا الدينية والعمل على إعداد رأي عام إسلامي يعي الحقائق الدينية ويمكن تعريف الاعلام الإسلامي من هذي الزاوية بأنه جهد فني وعلمي مدروس ومخطط ومستمر وصادق.

خصائص الاعلام الإسلامي:

١. الارتباط الحي بين المبادئ العامة للأعلام الإسلامي وبين الممارسة الفعلية لها.
٢. يستمد القائم بالاتصال الإسلامي في إطار إرادته من ذاته.
٣. يعمل القائم بالاتصال الإسلامي في إطار أهداف واضحة تماماً ومحددة سلفاً.
٤. الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية الإسلامية معروف مسبقاً.
٥. الاعلام الإسلامي إعلام إيجابي وليس إعلاماً سلبياً.

مبادئ الاعلام الإسلامي:

ترتكز النظرية الإعلامية الإسلامية على محورين أساسيين:

١-الاستراتيجية:

وهي بصفة عامة تعني مجموعة الأفكار والمباني التي تتناول ميدانا من ميادين النشاط الإنساني.

٢-التكتيك:

فهو الوسيلة لتحقيق الهدف أي الكيفية التي يتم بها تحويل المبادئ العامة إلي خطط طويلة ومتوسطة وقصيرة المدى وتوقيت تنفيذها والأساليب المستخدمة في التنفيذ.

مجموعة الأفكار والمبادئ العامة التي تتكون منها الاستراتيجية الإعلامية الإسلامية وذلك على النحو التالي:

المبدأ الأول: الطاقات والقدرات الأساسية:

يعني أن الانسان كما خلقه الله طاقة وتختلف هذي الطاقات من شخص الى اخر. وتضع النظرية الإعلامية الإسلامية في اعتبارها هذا الاختلاف في قدرات الافراد وطاقاتهم وذلك حتى لا ترتفع بالفرد المسلم إلى مستوى التوتر والقلق الذي يسلمه إلى العجز.

المبدأ الثاني: الهدفية أو الإيجابية البنائية:

وتتخصر الأهداف كما حددتها النظرية الإعلامية الإسلامية في خمسة أنواع هي:
١- هدف عدواني. ٢- هدف أناني. ٣- هدف تعسبي. ٤- هدف إنساني. ٥- هدف مثالي.
واهم هذي الأنواع هو:

الهدف المثالي: وهو أعلى الأهداف ويمثل المثل الربانية.

المبدأ الثالث: التوازن الإعلامي:

ينبع مبدأ التوازن الإعلامي في الإسلام من فكرة الوسطية التي أقرتها الآية الكريمة:
(وَكذلك جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لَتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ).

وأكدتها الحديث (خير الأمور الوسط).

والوسطية في الاعلام الإسلامي:

تعني الموازنة بين عنصري عملية الاتصال المرسل والمستقبل أو الداعية والجمهور.

المبدأ السابع: الذاتية الإعلامية:

فإن وسائل الاعلام في مفهوم النظرية الإعلامية الإسلامية ليست مسؤولة عن اجتذاب الجماهير بمختلف وسائل الاغراء وليست مضطرة لإرضاء ميول الجماهير كما تفعل أجهزة الاعلام الحديثة حالياً وإنما عليها أن تقدم المعرفة الجادة والتسليّة الرفيعة والقيم البناءة.

المبدأ الثامن: وحدة الارسال والاستقبال الإعلامي:

فالفردي في المجتمع الإسلامي صالح لممارسة عملية الدعوة والاقناع في كل موقف حتى في مجال العبادات.

المبدأ الحادي عشر: البعد الغيبي:

لم تتعامل النظرية الإعلامية الإسلامية مع الانسان باعتباره كيانا ماديا ينزع نحو إشباع احتياجاته المادية.

وقد حصرت النظرية الإعلامية الإسلامية الكيفية التي يحصل بها الانسان على معلومات على هذا العالم الغيبي في أربع طرق:

الوحي - الالهام - النفث في الروح - الرؤيا.

المبدأ الثاني عشر: الدعوة بالمثل:

فكرة الدعوة بالمثل تنفق مع طبيعة الانسان التي تميل إلى الاقتداء بالآخرين ومحاكاتهم.

المبدأ السادس عشر: المنطلق الأخلاقي:

الأخلاق هي التعبير الأشمل والأقوى عن القانون. وهناك ارتباط وثيق بين عقيدة الإسلام وتشريعاته وبين المقومات الأخلاقية.

المبدأ السابع عشر: الحركة الوجدانية:

يعتبر مفهوم الحركة الوجدانية أكثر شمولاً واتساعاً من مفهوم التقمص الوجداني.

المبدأ الثامن عشر: المواجهة الفكرية:

ينبع مبدأ المواجهة الفكرية من طبيعة الأسلوب الاقتاعي.

المبدأ التاسع عشر: الولاء القلبي:

الولاء في جوهر نوع الرقابة الذاتية للفرد على سلوكه وتصرفاته وأقواله.

المبدأ الثالث والعشرون: التهيئة النفسية:

التهيئة النفسية من المبادئ المساعدة على تأكيد فعالية الاتصال.

المبدأ الرابع والعشرون: المقدرة الانتقادية:

تعني المقدرة الانتقادية أن تكون للأفراد حق النقد.

القسم الثاني: الاعلام الإسلامى نماذجه ونظرياته

التعريف بالاتصال الإسلامى (الدعوة الإسلامية):

١- التعريف اللغوى:

الدعوة لغة من الدعاء إلى الشىء بمعنى الحث على قصده.

٢- تعريف المصباح المنير:

دعوات الى الله.

٣- تعريف للزمخشري فى أساس البلاغة:

دعوت فلانا: ناديته النى داعي الى الله وهم دعاة الباطل ودعاة الضلالة.

٤- تعريف الشيخ البهى الخولى:

فيعرف الدعوة بأنها نقل الامة من محيط إلى محيط.

٥- تعريف السيد الوكيل:

جمع الناس على الخير ودلالتهم على الرشد بأمرهم بالمعروف ونهيهم عن المنكر.

٦- تعريف احمد غلوش:

هي كافة المحاولات الفنية المتعددة الرامية إلى تبليغ الناس الإسلام بما حوى من عقيدة وشريعة وأخلاق.

مستويات الدعوة:

تحدد مستويات الدعوة وفقا لنوع الجمهور الموجهة إليه ويمكن تحديدها فى ثلاث مستويات:

المستوى الأول:

ويشمل غير المسلمين والدعوة على هذا المستوى واجبة على جميع أفراد الامة المحمدية وهدفها نشر الإسلام.

المستوى الثانى:

ويشمل دعوة عامة المسلمين إلى الخير والامر بالمعروف والنهي عن المنكر.

المستوى الثالث:

وهو ما يكون بين الافراد وبعضهم مع بعض ويستوي فى ذلك جميع الافراد بالدلالة على الخير والترغيب فيه والنهي عن الشر والتحذير منه.

كلمة الدعوة مرادفات أخرى يمكن استخدامها وفقا لطبيعة النشاط الممارس وهى:

١. الوعظ: هو استثارة المشاعر الدينية.
٢. الارشاد: هو هداية الناس إلى الطريق المستقيم.
٣. التذكير: هو تعريف الناس بنعم الله وحثهم على الشكر.
٤. البشارة: هي الاخبار بما يدخل السرور والانتشراح فى الصدر.
٥. التبشير: هو الاخبار عن الجزاء والثواب.

الدعوة والأنشطة الاتصالية الأخرى:

والدعوة بهذا المعنى تختلف عن كل من الاعلام والدعاية والعلاقات العامة والاعلان.
ناقص.

الفرق بين العلاقات العامة والاعلان والدعوة:

الدعوة تختلف عن كل من العلاقات العامة والاعلان من حيث طبيعة الهدف فبينما يستهدفان مكسب مادي بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

خصائص الاعلام الإسلامى:

- ١ . يعتبر كل أفراد المجتمع الإسلامى قائمين بالاتصال ومسئولين عن تبليغ الدعوة كل على حسب قدرته وعلمه.
- ٢ . الاعلام الإسلامى إعلام هادف وموجه لتحقيق هدف واحد وهو اعلاء كلمة الله.
- ٣ . الاعلام الإسلامى قائم على الاقناع لا على أساس الاكراه.
- ٤ . تتسم الرسالة الإسلامية في الإسلام بالثبات حيث أن مصدرها الله رب العالمين.

عرض سريع لأهم نماذج الاتصال:

١- نموذج لا زويل وتعديلاته:

في سنة ١٩٤٦م اقترح (هارولد لا زويل) عالم السياسة الأمريكي نموذجاً لتحليل عملية الاتصال يتكون من العناصر الآتية:

من؟ يقول ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ بأي تأثير؟

الابعاد الاجتماعية للاتصال الجماهيري:

لاحظ (جورج سمبل) التأثيرات السلبية التي تتركها الجماهير على القائمين بالاتصال. ويقول (جورج سمبل) أن الجماهير يجب ان لا تؤثر على وسائل الاعلام (يجب ان تقود الجماهير ولا تسمح لها ان تقودك).

النموذج الثاني للاتصال الإسلامي:

المنبهات الاجتماعية:

هي تلك المعلومات التي يحصل عليها الفرد من الوسط الاجتماعي المحيط به (المقصود الخبرات والمعلومات المكتسبة من المجتمع والبيئة المحيط فيك).

المنبهات التنظيمية:

هي المنبهات التي يستقبلها الفرد عضو الجماعة او التنظيم او الهيئة وتوضح حقائق وخصائص التنظيم والأوضاع والظروف والعلاقات السائدة فيه.

النموذج الثالث للاتصال الإسلامي نموذج الاتصال بين فردين:

تعريف الداعية كما يقول (إفريت روجرز):

هو شخص محترف يحاول التأثير في الناس لكي يتبنوا أفكاراً معينة.

هناك مرادفات عديدة للداعية تطلقها النظرية الإعلامية الإسلامية على القائمين بشؤون الدعوة

وهي:

- ١- الواعظ: وهو المرشد الذي ينصح الناس بالموعة الحسنة.
- ٢- المبشر: هو الواعظ الذي يعظ الناس ويعظونهم باللفظ والعطف.
- ٣- المنذر: هو الواعظ الذي يعظ الناس ويدعوهم بالتخويف والترهيب والترجيع.
- ٤- المحتسب: وهو المراقب على والأوامر والمأذون له بالمراقبة من قبل الحاكم أو الأمير.

تحديد الأولويات:

وتحدد الأولويات بين الأهداف لا يقل أهمية عن تحديدها فمن الضروري الداعية أن يرتب الأولويات ولا يضحى بالأهم لأجل ما هو دونه في الأهمية.

اعتبارات أساسية على الداعية:

على ان الداعية هو من يقوم بتحديد الأهداف التي سيوليها عناية واهتمامه يجب أن يهتم بالآتي:

إن ما يريده الناس قد لا يكون هو ما يحتاجون إليه فعلا وما يعتقد أن الناس يحتاجون إليه قد لا يكون هو ما يريدونه وإنما المهم أن تعكس الأهداف التي يحددها الاحتياجات الفعلية للجماهير.

المركز الاجتماعي للداعية:

يؤثر المركز الاجتماعي الذي يشغله الداعية على مدي نجاحه وفعاليتته ويلاحظ دائما بان المكاتات الاجتماعية في أي مجتمع من المجتمعات تأخذ شكلا هرميا بحيث تكون المكاتات العليا هي القلة والمكاتات الدنيا هي الكثرة وهذا الشكل الهرمي يختلف من مجتمع الي اخر.

كما يمكن تقسيم المكاتات الاجتماعية إلى قسمين:

أ-مكاتات منسبة:

وهي تلك التي تلتصق بالطفل أو تنسب إليه منذ ولادته.

ب-مكاتات مكتسبة:

وهي تلك التي يحصل عليها الفرد بجهوده وعمله.

ولأهمية مركز الداعية الاجتماعي على عملية الدعوة نجد أن الله تعالى لم يختار نبيا إلا كان معروفا في الوسط الذي يبعثه إليه بالشرف والنسب والطهر والعفة.

اتجاه الداعية نحو الجمهور:

يؤثر هذا النوع من الاتجاهات على قدرة الداعية على الاتصال وهو يعني إحساس الجمهور بحب الداعية لهم فحينما يدركون ان الداعية يحبهم فعلا يصبحون أقل انتقادا لرسائله.

صفات الداعية:

أولا صفات الإقناعية:

١- حسن الخلق: يعني حسن التصرف القدرة على مواجهة المشكلات الجديدة ووضع الحلول المناسبة والسريعة لها.

٢- الموضوعية:

وهي القدرة على السلوك والتصرف وإصدار أحكام غير متحيزة لعنصر أو لراي أو لسياسة أو لدين.

٣- القدرة على الاتصال بالآخرين:

عدم توجيه اللوم دائما للناس أو التكلم بسوء عن أحد وإنما يركز على الخير الذي يعرفه في كل إنسان.

ثانيا: الصفات الخارجية(البدنية):

وهي مجموعة الصفات الخارجية الي تعكس مظهر الداعية الخارجي وتتمثل أهميتها في أنها تعتبر أحد المداخل الرئيسية للنفس البشرية.

رقم السؤال	النص	الإجابة
١٦	تتعامل وسائل الإعلام التجارية مع الفرد باعتباره كياناً مادياً منزوع الروح .	X
١٧	فكرة الدعوة بالمثل تتفق مع طبيعة الإنسان	✓
١٨	الوحدة الموضوعية من أهم المبادئ التي يراعيها الإعلام الإسلامي.	✓
١٩	تعتبر الأخلاق مفهوماً أعم وأشمل من القانون	X
٢٠	هنالك ارتباط وثيق بين المقومات الأخلاقية والعقيدة الإسلامية .	✓
٢١	من صور الرقابة الذاتية ما يُعرف بـ (الولاء القلبي).	✓
٢٢	من أهم عوامل نجاح الإتصال التهيئة النفسية للمستقبل.	✓
٢٣	التسويق في اللغة هو الحث على فعل الشيء.	X
٢٤	يُعرف البهي الخولي الدعوة بأنها الإبتهال .	✓
٢٥	الدعوة هي (التوكل) كما يقول الزمخشري .	X
٢٦	يُعرف (أحمد غلوش) الدعوة بأنها جمع الناس على الخير .	X
٢٧	المستوى الثالث من مستويات الدعوة هو دعوة غير المسلم إلى الإسلام .	X
٢٨	دعوة عامة المسلمين إلى الخير هو المستوى الثاني من مستويات الدعوة .	✓
٢٩	التذكير هو إستثارة العواطف والغرائز .	X
٣٠	ما يحدث بين الأفراد وبعضهم من تذكير بعمل الخير هو المستوى الأول من مستويات الدعوة .	X
٣١	النصح هو هداية الناس لطريق المستقيم .	✓
٣٢	الترهيب هو حث الناس على الإنتماء لدعوة .	✓
٣٣	البشارة هي الإخبار بما يدخل الفرح والسرور للنفس .	✓
نموذج (أ)		
١	ظل دائرة الحرف الذي يمثل الإجابة الصحيحة في النموذج المحدد للإجابة. (عدد الأسئلة - خمسون سؤالاً)	
٢	يُمكن تحديد إطار الإعلام الإسلامي في ضوء مفهوم كلمة الدعوة. ✓	
٣	الإعلام الإسلامي هو جهد فني وعلمي يُعبر عن إرادة الجماعة. X	
٤	يستمد القائم بالإعلام الإسلامي إرادته من ذاته. ✓	
٥	من غير الضروري معرفة الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية الإسلامية. X	
٦	الإعلام الإسلامي إعلام سلبي. X	
٧	الخطة هي مجموعة المبادئ التي تتناول ميداناً من ميادين النشاط الإنساني X	
٨	الإستراتيجية هي الإطار الزمني للمشروع X	
٩	إختلاف الطاقات بين البشر حقيقة يجب أن تدركها وسائل الإعلام. ✓	
١٠	البشر لهم نفس الطاقات والقدرات . X	
١١	يعمل الإعلام الإسلامي على تكريس العادات السلبيه في المجتمع . X	
١٢	الهدف المثالي هو أعلى أنواع الأهداف. ✓	
١٣	تعني الوسطية أن يكون هنالك موازنة بين المرسل والمستقبل . ✓	
١٤	يجب أن تجذب وسائل الإعلام الإسلامية الجماهير بكافة وسائل الإغراء. ✓	
١٥	يجب أن لا تطفئ أهواء و رغبات الجماهير على توجهات الإعلام الإسلامي. ✓	
١٦	الدعوة مقصورة على بعض الأشخاص وليست حقاً لجميع أفراد المجتمع . X	

٣٤	التبشير هو الإخبار عن الجزاء والعقاب . X	٤٨	يُقصد بالمكانة المكتسبة أي التي يحصل عليها الفرد منذ ولادته . X
٣٥	تستخدم الدعوة أساليب مختلفة عن أساليب الدعاية والإعلان. ✓	٤٩	جميع أنبياء الله عز وجل من أوساط إجتماعية دنيا لعدم أهمية مركز الداعية الإجتماعي . X
٣٦	تبليغ الدعوة مسؤولية كل أفراد الأمة المحمدية ✓	٥٠	لا تنعكس اتجاهات الداعية على عملية الإتصال بشكل مباشر . X
٣٧	الإعلام الإسلامي هادف. ✓		مع الدعوات لكم بالتوفيق والنجاح،،
٣٨	يستخدم الإعلام الإسلامي أسلوب الإقناع وليس الإكراه. ✓		
٣٩	مبدأ القدوة الحسنة من أهم المبادئ التي يعمل عليها الإعلام التجاري . X		
٤٠	يرى جورج سميل أن وسيلة الإعلام يجب أن ترضخ لرغبات الجماهير . X		
٤١	المنبهات الإجتماعية هي المعلومات التي يحصل عليها الفرد من مجتمعه. ✓		
٤٢	المنبهات التنظيمية يُقصد بها المعلومات التي يستقيها الفرد من تنظيمه أو حزبه . ✓		
٤٣	الإعلامي هو شخص محترف يحاول التأثير في الناس حسب تعريف روجرز . X		
٤٤	كل ما يريده الناس هو ما يحتاجون إليه فعلاً. X		
٤٥	العلاقة بين المركز الإجتماعي للداعية ، ومدى نجاح دعوته ليست قوية. X		
٤٦	في أغلب المجتمعات أصحاب المكانة الإجتماعية الدنيا هم الأغلبية . ✓		
٤٧	المكانة المنسبة أي التي يحصل عليها الفرد بعمله وجهده . X		



١٧	يُمكن تعريف الإعلام الإسلامي بأنه جهد مستمر يحاول تسويق أفكار الداعية .
١٨	المستوى الرابع من مستويات الدعوة هو ما يكون بين الأفراد وبعضهم مع بعض . <input checked="" type="checkbox"/>
١٩	استثارة المشاعر الدينية هي ما يُعرف بـ (الوعظ) . <input checked="" type="checkbox"/>
٢٠	الإرتباط بين المبادئ العامة للإعلام الإسلامي والممارسة الفعلية لها من أهم خصائص الإعلام الإسلامي . <input checked="" type="checkbox"/>
٢١	يستمد القائم بالاتصال الإسلامي إرادته من ذاته .
٢٢	الوضوح في الرؤية والأهداف من مقومات نجاح الرسالة الاتصالية الإسلامية . <input checked="" type="checkbox"/>
٢٣	المحفزات الإجتماعية هي ما يحصل عليه الفرد من معلومات من الوسط الإجتماعي المحيط به . <input checked="" type="checkbox"/>
٢٤	المرسل هو شخص محترف يحاول التأثير في الناس لتبنوا أفكاراً معينة حسب تعريف شيفرون . <input checked="" type="checkbox"/>
٢٥	الواعظ هو من ينصح الناس بالموعظة الحسنة . <input checked="" type="checkbox"/>
٢٦	لضمان نجاح الدعوة يجب أن يرتب الداعية أولوياته حسب الأهمية . <input checked="" type="checkbox"/>
٢٧	من الاعتبارات الأساسية التي يجب أن يعيها الداعية أن ما يريده الناس هو ما يحتاجون إليه فعلاً . <input checked="" type="checkbox"/>
٢٨	لا علاقة بين نجاح الدعوة والمركز الإجتماعي للداعية . <input checked="" type="checkbox"/>
٢٩	في كل المجتمعات البشرية القلة هم أصحاب النفوذ والمكانة الإجتماعية العليا . <input checked="" type="checkbox"/>
٣٠	يُقصد بالمكانة المنسبة أي تلك التي تلتصق بالشخص منذ ولادته . <input checked="" type="checkbox"/>
٣١	الترفيب هو الإخبار عن عذاب الآخرة . <input checked="" type="checkbox"/>
٣٢	من يدعو الناس بالتخويف والترهيب يسمى (المنذر) . <input checked="" type="checkbox"/>
٣٣	التذكير هو حث الناس على شكر نعم الله والتعريف بها . <input checked="" type="checkbox"/>
٣٤	يُقصد بالمكانة المكتسبة أي تلك يحصل عليها الفرد بجده وإجتهاده . <input checked="" type="checkbox"/>

نموذج (ب) Jealous

أجب عن الأسئلة التالية في النموذج للحدود للإجابة بصواب أو خطأ
(عدد الأسئلة - خمسون سؤالاً)

١	إختلاف الطاقات بين البشر سنة من سنن الله وعلى القائم بالاتصال الإسلامي مراعاة هذه المسألة . <input checked="" type="checkbox"/>
٢	أعلى الاهداف وأكملها هو الهدف (المثالي) الذي يمثل القيم الربانية . <input checked="" type="checkbox"/>
٣	الموازنة بين المرسل والمستقبل هي ما يُعرف بـ (الوسطية) . <input checked="" type="checkbox"/>
٤	مقاومة الإنسان للشهر هي الغاية من تنمية الضمير . <input checked="" type="checkbox"/>
٥	تتفق فكرة الدعوة بالمثل مع طبيعة الإنسان التي تميل للإقتداء بالآخرين . <input checked="" type="checkbox"/>
٦	الإقناع هو ما يقوم عليه الإعلام الإسلامي وليس الإكراه . <input checked="" type="checkbox"/>
٧	يجب أن ينوع الداعية مصادر معرفته ومعارفه من خلال (القراءة) . <input checked="" type="checkbox"/>
٨	اليقظة التامة لكل ما يُقال هو المقصود بـ (الإستماع) . <input checked="" type="checkbox"/>
٩	عدم ثبات الرسالة الاتصالية في الإعلام الإسلامي سببها عدم ثبات المصدر . <input checked="" type="checkbox"/>
١٠	نموذج (لازويل) مكون من العناصر التالية : من .. يقول ماذا .. بأي وسيلة .. لمن .. بأي تأثير . <input checked="" type="checkbox"/>
١١	يجب أن لا يؤثر الجمهور على القائم بالاتصال حسب رأي (جورج سمبل) . <input checked="" type="checkbox"/>
١٢	من يعظ الناس باللطف واللين يسمى (المبشر) . <input checked="" type="checkbox"/>
١٣	البشارة هي الإخبار بما يدخل الفرح والسرور الى الصدور . <input checked="" type="checkbox"/>
١٤	الدقة في المضمون من الأمور التي يجب أن تتسم بها الرسالة الاتصالية الإسلامية . <input checked="" type="checkbox"/>
١٥	لا يوجد رابط بين مكانة الداعية الاجتماعية وبين مدى نجاح دعوته . <input checked="" type="checkbox"/>
١٦	شمولية وواقعية الفكر الإسلامي تحدد الإطار العام للإعلام الإسلامي . <input checked="" type="checkbox"/>

غير مبررة

٣٥	اختار الله أنبيائه من أوساط معروفة بالشرف والطهر والعفة لما لمركز الداعية الاجتماعية من أهمية ✓
٣٦	لا تتعكس اتجاهات الداعية على عملية الإتصال التي يقوم بها بصورة مباشرة . ✗
٣٧	يمكن أن ينقل الداعية فكرته السيئة عن نفسه لا شعورياً إلى الآخرين ✓
٣٨	يعني إتجاه الداعية نحو الجمهور أن يشعر الناس بحب الداعية لهم . ✓
٣٩	من الصفات الإقناعية (العدالة في الحكم على الأشياء) وتعني أن يقف الداعية إلى جانب الحق . ✓
٤٠	مواجهة المشكلات الجديدة ووضع الحلول المناسبة لها هي ما يُعرف بـ (حسن الخلق) . ✓
٤١	الإتزان الإنفعالي يعني القدرة على التصرف وإصدار أحكام غير متحيزة . ✓
٤٢	اتصال الداعية بالناس ومعرفته بهمومهم هو ما يعرف بـ (الإحساس بالحياة) . ✓
٤٣	الداعية قدوة ومن هنا تتبع أهمية الصدق في كل ما يقوله الداعية . ✓
٤٤	المُحتسب هو المراقب على الأحكام والمأذون له بالمراقبة من الحاكم ✓
٤٥	يمكن تحديد الإطار العام للإعلام الإسلامي على ضوء مفهوم كلمة الدعوة . ✓
٤٦	دعوة عامة المسلمين الى الخير هي المستوى الاول من مستويات الدعوة . ✗
٤٧	هداية الناس إلى الخير هي الإرشاد . ✓
٤٨	نقل الأفكار والمعلومات والأحداث يكون عن طريق (الكتابة) . ✗
٤٩	من الأمور التي يجب أن يحرص عليها الداعية هو توجيه اللوم بشكل مستمر للناس . ✗
٥٠	الداعية هادف وحركته إيجابية وهذا ما يعرف بـ (الإيجابية البنائية) . ✓