



مجلة جامعة المدينة العالمية المدكمة
AL-MADINAH INTERNATIONAL
UNIVERSITY JOURNAL (MAJMAA)

Vol. 57 Issue. 2 Year. 2026

السنة ٢٠٢٦

العدد ٢

المجلد ٥٧

ISSN: 2231_9735

في هذا العدد

- ١- علاج المشكلات العصرية من خلال المقاصد القرآنية لسورة البقرة وأثرها على حياة الفرد والأمة. (دراسة موضوعية).
- ٢- دور تطبيقات البلوكشين في حل مشكلات وتحديات الأوقاف المعاصرة
- ٣- أسس الاتصال والتواصل الاجتماعي عند الدعاة من خلال القرآن الكريم
- ٤- توكيد الذات في ضوء الشريعة الإسلامية - دراسة فقهية
- ٥- حكم تأثير الديون الاستثمارية على نصاب المدين في الزكاة
- ٦- أحكام الخطاب السياسي ومعالجة المسائل السياسية ونماذجها.
- ٧- أثر تنمية الموارد البشرية على جودة الخدمات في منصة كواد
- ٨- سيرة خالد بن الوليد رضي الله عنه في كتابات المشرقين: المدرسة الكلاسيكية أنموذجاً
- ٩- عقيدة السفاريني الحنبلي في ظاهر نصوص الصفات وموقفه من مدارس أهل السنة العقدية.
- ١٠- المصارف الإسلامية الكويتية: نشأتها وإطارها التشريعي
- ١١- أثر استراتيجيات الإدارة الرقمية على أداء المصارف المركزية.
- ١٢- أثر التحول الرقمي في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية: دراسة تطبيقية على المصارف الإسلامية الليبية

تصدرها

PUBLISHED BY

جامعة المدينة العالمية

AL-MADINAH
INTERNATIONAL UNIVERSITY



ISSN 2231-9735





DOI: <https://ojs.mediun.edu.my/index.php/majmaa/workflow/index/5979/3>

أسس الاتصال والتواصل الدعوي عند الدعاة: دراسة تطبيقية من خلال سور هود والإسراء والشعراء

[Principles of Dawah Communication and Interaction among Preachers: An
Applied Study of Surahs Hud, Al-Isra', and Al-Shu'ara']

Abdullah bin Khalaf bin Muhammad Al-Hinai ¹ & Thabit Ahmad Abu Al-Hajj ² Siddiq Bin
Arifin³

¹ PhD Researcher in Qur'anic and Hadith Studies, Academy of Islamic Studies, University of Malaya,
Kuala Lumpur, Malaysia

² Associate Professor, Department of Qur'an and Hadith, Academy of Islamic Studies, University of
Malaya, Kuala Lumpur, Malaysia

³ Associate Professor, Department of Qur'an and Hadith, Academy of Islamic Studies, University of
Malaya, Kuala Lumpur, Malaysia.

* Corresponding Author: galalalweshah701224430@gmail.com

الملخص

يتبين أن الاتصال الشخصي يُعدّ من أهم أساليب الدعوة، لقيامه على تواصل مباشر يتيح التفاعل العميق وبناء الثقة وفهم المدعو ومعالجة الشبهات بصورة مؤثرة، وقد تأسس هذا المنهج منذ بداية الدعوة النبوية وسار عليه الأنبياء جميعاً، مما يؤكد أصالته وفاعليته. وقد جسّد القرآن هذا الأسلوب في نماذج بليغة، كدعوة نوح عليه السلام لابنه بما تحمله من عاطفة ورحمة، ودعوة موسى عليه السلام لفرعون التي جمعت بين الحكمة والشجاعة، مما يدل على أن الاتصال الشخصي يجمع بين التأثير القلبي والعقلي ويظل ركيزة أساسية في العمل الدعوي. كما يتضح أن الاتصال الجمعي يمثل مرحلة متقدمة في الدعوة، ينتقل فيها الداعية إلى مخاطبة الجماعات بهدف توسيع نطاق التأثير وبناء الوعي العام، ويتميز بقدرته على توحيد الخطاب ومعالجة قضايا المجتمع، وقد تجلّى ذلك في المنهج النبوي من خلال الانتقال إلى الجهر بالدعوة، وفي التشريعات كخطبة الجمعة. وقد عرض القرآن نماذج لهذا النوع من الاتصال في خطاب الأنبياء لأقوامهم، مع تفاوت الاستجابة بين الفئات، حيث يستجيب المستضعفون غالباً بينما يعارضه أهل الكبر والنفوذ. وتبرز وسائل التواصل الحديثة كامتداد معاصر لهذه الأساليب، إذ أحدثت نقلة نوعية في نشر الدعوة من خلال الوصول إلى جمهور عالمي متنوع وتعدد وسائل التأثير. ورغم حداثة، فإن نجاحها

مرتبط بالالتزام بالأصول القرآنية في الدعوة، كوضوح الرسالة، والصبر على المعارضة، والاعتماد على الحجة، والارتباط بواقع الناس، مما يجعلها ميداناً دعوياً مهماً يحتاج إلى تأصيل منهجي يحقق التأثير المنشود.

الكلمات المفتاحية: أسس، الاتصال والتواصل الاجتماعي، الدعوة، القرآن الكريم

ABSTRACT

It becomes clear that interpersonal communication is one of the most important methods of (Islamic preaching), as it is based on direct interaction that enables deep engagement, builds trust, allows the preacher to understand the audience, and effectively address doubts. This approach was established from the very beginning of the Prophetic mission and was followed by all prophets, which confirms its authenticity and effectiveness. The Qur'an illustrates this method through powerful examples, such as Prophet Noah's call to his son, filled with compassion and mercy, and Prophet Moses' call to Pharaoh, which combined wisdom and courage. This demonstrates that interpersonal communication integrates both emotional and rational influence and remains a fundamental pillar of dawah. It is also evident that mass communication represents a more advanced stage in dawah, where the preacher addresses groups rather than individuals in order to expand influence and build collective awareness. It is distinguished by its ability to unify discourse and address societal issues. This was clearly manifested in the Prophetic methodology through the transition to public proclamation, as well as in Islamic practices such as the Friday sermon (khutbah). The Qur'an presents various examples of this type of communication in the discourse of prophets to their people, with differing responses—where the oppressed are generally more receptive, while those in power and arrogance tend to reject it. Furthermore, modern social media emerges as a contemporary extension of these methods, bringing a significant transformation to dawah by enabling access to a global and diverse audience and offering multiple channels of influence. Despite their modern nature, their effectiveness depends on adherence to Qur'anic principles of dawah, such as clarity of message, patience in the face of opposition, reliance on evidence and argument, and relevance to people's real-life contexts. Thus, social media platforms are not merely technical tools, but important arenas for that require a well-grounded methodological framework to achieve meaningful impact..

Keyword:

مقدمة

العالم اليوم يموج في برامج أصبحت هي وسيلة التواصل، وأصبح العالم كما يوصف بأنه (قرية صغيرة) نظرا لتربط الاتصال، فلا يجد بينهم حد ولا يقف عند فكر معين، وأصبح الذي لا يتعامل مع هذه البرامج يوصف بالتخلف والرجعية العصرية، نظرا لضرورة الحياة بها وتسهيل تلقي العلوم منها.

ولا شك بأن هذا باب واسع للدعوة وميدان خصب، يستطيع الداعية أن يستغل هذه النعمة لنشر دعوته أينما كان وإينما حلّ، فبعد أن كانت الدعوة محصورة على من يقابلهم الداعية فقط أصبح في هذا العصر يستطيع أن يخاطب الاف الناس في وقت واحد، ووجب على الداعية أن يكون عصري في هذه البرامج واستغلالها الاستغلال الأمثل.

ولذلك أبحث عنها عن أسس منضبطة بضباط متين استخراجها من كتاب الله تعالى لأضع في يد الداعية العدة القرآنية في التواصل وكيف يستطيع الداعية التعامل بطرق دعوته وفق منهج القرآن من خلال سورة (هود والإسراء والشعراء).

مشكلة الدراسة:

أصبح الاتصال والتواصل بمختلف صوره من أهم الوسائل المؤثرة في حياة الأفراد والمجتمعات، ولا سيما مع التطور التقني وانتشار وسائل التواصل الحديثة التي أتاحت للدعاة الوصول إلى شرائح واسعة ومتنوعة من الناس. ومع هذا التوسع برزت الحاجة إلى تأصيل الممارسات الدعوية وفق منهج قرآني يضبط أساليب الاتصال والتواصل. ويلاحظ أن كثيراً من الممارسات الدعوية، خاصة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، لا تستند إلى الأصول القرآنية في مخاطبة الناس والتأثير فيهم. ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة في الكشف عن أسس الاتصال والتواصل الدعوي التي قررها القرآن الكريم، وبيان تطبيقاتها من خلال نماذج الأنبياء الواردة في سور هود والإسراء والشعراء؛ للاستفادة منها في ترشيد الخطاب الدعوي المعاصر وتعزيز فاعليته.

أسئلة البحث

- 1) ما مفهوم الاتصال الشخصي وأهميته الدعوية، وكيف تتجلى تطبيقاته من خلال سورة هود والإسراء والشعراء؟
- 2) ما مفهوم الاتصال الجمعي وأهميته الدعوية، وكيف تتجلى تطبيقاته من خلال سورة هود والإسراء والشعراء؟
- 3) ما مفهوم وسائل التواصل وأهميتها، وكيف تتجلى تطبيقاتها من خلال سورة هود والإسراء والشعراء؟

أهداف البحث

- (1) التعرف على مفهوم الاتصال الشخصي وبيان أهميته الدعوية وتحليل تطبيقاته من خلال سورة هود والإسراء والشعراء.
- (2) التعرف على مفهوم الاتصال الجمعي وبيان أهميته الدعوية وتحليل تطبيقاته من خلال سورة هود والإسراء والشعراء.
- (3) التعرف على مفهوم وسائل التواصل وبيان أهميتها وتحليل تطبيقاتها من خلال سورة هود والإسراء والشعراء.

أهمية البحث:

- (1) تكمن أهمية البحث في توضيح الأسس القرآنية في التواصل الاجتماعي لحاجتها الملحة في زماننا هذا نظرا لسهولة التواصل واعتماد أغلب الدعاة عليه.
- (2) يعد هذا البحث من المباحث المهمة للداعية لتأطير التعامل في التواصل من ناحية قرآنية.

الدراسات السابقة:

- (1) أخلاق المسلم في منصات التواصل الاجتماعي من منظور قرآني) لمؤلفيه: عبد الرحمن عبد الله الجرمان وأمينه أحمد الماجد، بحث محكم نُشر في مجلة أبحاث، العدد الثاني والعشرين، سنة 2021م. تناول البحث أهم الأخلاق الحسنة للمسلم في منصات التواصل الاجتماعي من منظور قرآني، وبيان الأخلاق التي ينبغي التحلي بها وتجنبها في بيئة التواصل الرقمي. ويختلف هذا البحث عن دراستي في أنه يعالج أخلاق المسلمين في منصات التواصل الاجتماعي بصفة عامة، بينما تركز دراستي على أخلاق الدعاة في منصات التواصل الاجتماعي.
- (2) التواصل من منظور القرآن: منهج معياري لتنمية الأخلاق المجتمعية) لمؤلفيه: ويني أفني، ويولي أندرياني، وإلفي رحمي، بحث محكم نُشر في مجلة Journal of Islamic Communication and Journalism بأندونيسيا سنة 2021م. تناول البحث مفهوم التواصل في القرآن الكريم من الناحية الأخلاقية وأثره في تنمية الأخلاق المجتمعية، وبيان المبادئ الأخلاقية التي ينبغي أن تضبط عملية التواصل بين أفراد المجتمع. وهو بحث عام في أخلاقيات التواصل يشمل مختلف فئات المجتمع، بينما تختص دراستي بأخلاق الدعاة في منصات التواصل الاجتماعي.

حدود الدراسة

الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على بيان أسس الاتصال والتواصل الاجتماعي عند الدعاة من خلال القرآن الكريم، مع التركيز على نماذج من سور: هود، والإسراء، والشعراء .

الحدود الزمانية: تعتمد الدراسة على النصوص القرآنية دون التقيد بإطار زمني محدد، مع الاستفادة من التفسير المعتمدة .

الحدود المكانية: لا ترتبط الدراسة بمكان جغرافي معين، كونها دراسة نظرية تحليلية للنص القرآني .

الحدود المنهجية: تقتصر على التحليل الموضوعي والاستنباطي للآيات المتعلقة بموضوع الاتصال والتواصل الدعوي.

مصطلحات البحث

الاتصال الشخصي: هو عملية تواصل مباشرة بين الداعية والفرد أو عدد محدود من الأفراد، تعتمد على التفاعل المباشر والحوار الوجداني بقصد التأثير والإقناع ونقل المعاني الدعوية.¹

الاتصال الجمعي: هو عملية تواصل يقوم بها الداعية مع جماعة من الناس في وقت واحد، باستخدام أساليب خطابية جماعية تهدف إلى التأثير في جمهور واسع ونقل الرسالة الدعوية بشكل عام²

وسائل التواصل: هي الوسائط والأدوات التي تُستخدم لنقل الرسائل بين المرسل والمتلقي، وتشمل الوسائل التقليدية والحديثة التي تسهم في تبليغ الدعوة ونشرها.³

الدعوة: هي تبليغ رسالة الإسلام إلى الناس بالحكمة والموعظة الحسنة، بقصد هدايتهم وإرشادهم إلى الحق وفق منهج القرآن الكريم والسنة النبوية⁴

إجراءات البحث وأدواته

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على مجموعة من الإجراءات العلمية، تمثلت في جمع الآيات القرآنية المتعلقة بموضوع الاتصال والتواصل في سور هود والإسراء والشعراء، ثم الرجوع إلى كتب التفسير المعتمدة لاستخراج

(1) محمد الدش، محمد أحمد، الاتصال الشخصي وأثره في الدعوة إلى الله، مجلة كلية أصول الدين والدعوة بالمنوفية، جامعة الأزهر، المجلد 36، العدد

36، 2007، ص45.

(2) Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, 53(1), 59-68.

(3) Paljug, Katherine, Social Media, February 19, 2025.

(4) زيدان، عبد الكريم، أصول الدعوة، مؤسسة الرسالة، بيروت، 9، 1421هـ - 2001م.

الدلالات والمعاني المرتبطة بأساليب الاتصال الدعوي، وتصنيف النصوص وفق محاور البحث (الاتصال الشخصي، والاتصال الجمعي، ووسائل التواصل)، وتحليل المضامين الدعوية في الآيات واستنباط الأسس والأساليب الاتصالية منها، مع الربط بين المفاهيم النظرية للاتصال والتطبيقات القرآنية.

أدوات البحث:

اعتمدت الدراسة في أدواتها على النص القرآني الكريم، وكتب التفسير المعتمدة، إضافة إلى المراجع المتخصصة في مجالي الدعوة والاتصال.

منهج البحث

يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال وصف مفاهيم الاتصال والتواصل الاجتماعي في المجال الدعوي، وتحليل الآيات القرآنية الواردة في سور: هود، والإسراء، والشعراء، بهدف استنباط الأسس الدعوية المتعلقة بالاتصال، كما يوظف البحث المنهج الاستنباطي في استخراج الدلالات والمعاني الاتصالية من النصوص القرآنية، وربطها بالواقع الدعوي المعاصر.

هيكل البحث:

المبحث الأول: مفهوم الاتصال الشخصي وأهميته الدعوية وتطبيقاته من خلال سورة هود والإسراء

والشعراء

المطلب الأول: تعريف الاتصال الشخصي

المطلب الثاني: أهمية الاتصال الشخصي في الدعوة

المطلب الثالث: الاتصال الشخصي من خلال سورة هود والإسراء والشعراء

المبحث الثاني: مفهوم الاتصال الجمعي وأهميته الدعوية وتطبيقاته من خلال سورة هود والإسراء

والشعراء

المطلب الأول: تعريف الاتصال الجمعي

المطلب الثاني: أهمية الاتصال الجمعي

المطلب الثالث: الاتصال الجمعي من خلال سورة هود والإسراء والشعراء

المبحث الثالث: مفهوم وسائل التواصل وأهميتها وتطبيقاتها من خلال سورة هود والإسراء والشعراء

المطلب الأول: تعريف وسائل التواصل

المطلب الثاني: أهمية وسائل التواصل

المطلب الثالث: وسائل التواصل من خلال سورة هود والإسراء والشعراء

المبحث الأول: مفهوم الاتصال الشخصي وأهميته الدعوية وتطبيقاته من خلال سورة هود والإسراء والشعراء

المطلب الأول: تعريف الاتصال الشخصي

تعريف الاتصال لغةً بأنه من أصل (وصل)، ووصل الشيء تعني: بلغه وانتهى إليه، وهو ضد الهجران والتصادم.¹

تعريف الشخصي: هو سواد الإنسان إذا بان لك من بعيد، ويجمع على كلمة (شخص).²

اصطلاحاً: الاتصال الشخصي هو:

قيل (عملية تفاعلية بين الداعي والمدعو يتم من خلالها نقل الرسائل الدعوية عبر قنوات تأثيرية تبعث على الإقناع والاستمالة).³

وقيل هو (الاتصال الشخصي يراد به التوجه إلى أشخاص معروفين، ومخاطبتهم فرداً فرداً).⁴

من خلال هذان التعريفان يتضح أنّ الاتصال الشخصي يكون بين فرد أو أكثر ولكن عددهم قليل جداً وبينهم معرفة ومخاطبتهم فرداً فرداً، يتم من خلال هذا اللقاء تبادل الرسائل الدعوية من خلال الحواس الممكنة ليُراد بها التأثير على المدعو.

المطلب الثاني: أهمية الاتصال الشخصي في الدعوة:

الدعوة بمفهوم الاتصال الشخصي ابتدأ بها نبينا محمد ﷺ في بداية دعوته، عندما أمره الله سبحانه تعالى بأن ينذر عشيرته الأقربين، وكذلك كان فعل الأنبياء، فهذا نوح عليه السلام يدعو ابنه، وموسى عليه السلام يدعو أخوه هارون، ولوط آمن معه أهله، وهكذا بقية الأنبياء.

يُعَدُّ هذا الأسلوب الدعوي من أكثر الأساليب أثراً؛ لما يحققه من ترسيخ الثقة بين الداعية والمدعو، كما يمنح الداعية فرصة أوسع لفهم الجوانب النفسية والعوائق الفكرية التي تحول دون تقبُّل الدعوة. ومن هنا كان الخطاب المباشر وسيلة فعّالة في التأثير، كما ظهر في دعوة موسى وهارون لفرعون وقومه، حيث أسهم أسلوبهما

(1) ينظر: الرازي، مختار الصحاح، ص740/ ابن منظور، لسان العرب، ج11، 726/ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ج2، ص1037

(2) الهروي، تحذيب اللغة، ج7، ص36/ ابن فارس، مقاييس اللغة، ج3، ص254/ الرازي، مختار الصحاح، ص162

(3) محمد الدش، محمد أحمد، الاتصال الشخصي وأثره في الدعوة إلى الله، مجلة كلية أصول الدين والدعوة بالمنوفية، جامع الأزهر، المجلد 36، العدد

36، 2007، ص10

(4) غلوش، دعوة الرسل، ص144

العقلي والحواري في إقناع بعض المقربين من فرعون بالإيمان بالله ورفض طغيانه. ويشير غلوش إلى أهمية التواصل الفردي بقوله إن هذا النوع من الاتصال يتيح للداعية معرفة مدى تأثير دعوته في مخاطبه، كما يساعده على مناقشة الشبهات والأفكار التي يطرحها المدعو، إضافة إلى دوره في تحفيز العقل على التأمل والتفكير بعيداً عن ضغط الجماعة وتأثيرها¹.

لذلك وجب على الداعية أن يجعل من وقته في دعوته هذا الاتصال، وأن يجتهد فيه، فهو سبيل ناجح ومجرب في الدعوة، وقد مال به أناس كثيرون أكثر من تأثير المحاضرة والخطبة، ونبي الله نوح عدّه من منهجه في الدعوة فقال: (ثُمَّ إِنِّي أَعْلَنْتُ لَهُمْ وَأَسْرَرْتُ لَهُمْ إِسْرَارًا) [نوح (9)].

المطلب الثالث: الاتصال الشخصي من خلال سورة هود والإسراء والشعراء

قال الله تعالى: (وَنَادَى نُوحٌ ابْنَهُ وَكَانَ فِي مَعْزِلٍ يَا بُنَيَّ ارْكَبْ مَعَنَا ... فَكَانَ مِنَ الْمُغْرَقِينَ) [هود (43)- (44)]

تعدّ دعوة الأبناء من أبرز مجالات الدعوة التي يوليها الداعية اهتماماً كبيراً، لما تحمله من مشاعر الأبوة والحرص على هداية الأبناء وفوزهم برضا الله تعالى. وقد تجلّى ذلك بوضوح في موقف نبي الله نوح عليه السلام مع ابنه، حين دعاه إلى الإيمان وطلب منه الركوب في السفينة مع المؤمنين، إلا أنّ الابن قابل دعوة أبيه بالرفض والعناد. وقد استخدم نوح عليه السلام أسلوباً يتسم بالرحمة واللين والعطف الأبوي في محاولة لاستمالة ابنه وإنقاذه، غير أن استكباره وإصراره على موقفه أدّى إلى هلاكه مع المغرقين².

يظهر أثر الاتصال الشخصي في دعوة نبي الله نوح عليه السلام لابنه بوصفه نموذجاً تربوياً خالداً حفظه القرآن الكريم للأجيال المتعاقبة، فمع أنّ هذه الدعوة لم تثمر في استجابة الابن، إلا أنّ الله تعالى أراد تخليد هذا الموقف ليبقى درساً دعوياً وتربوياً مستمراً إلى يوم القيامة. وقد خصّ نوح عليه السلام ابنه بخطاب مباشر اتسم بالقرب والاهتمام، كما أشارت سورة نوح إلى اعتماده أسلوب الدعوة السرية، وهو أسلوب يرتبط بطبيعة الاتصال الشخصي القائم على الحوار الفردي والتواصل المباشر مع المدعو³.

(1) غلوش، دعوة الرسل، ص 144

(2) ينظر: العودة، سليمان بن حمد، شعاع من المحراب دار المغني، الرياض، ط2، 1434 هـ - 2013 م، ج4، ص74

(3) Al-Zubaidi, Wafaa Kazim, The dialectic of the educational discourse of the Prophet Noah with his son and his people, American international of peer-reviewed journal of the humanities and social sciences, Issue No 19 – Part 3

الاتصال الشخصي بين موسى عليه السلام وفرعون، وقد أشارت إليه سورة هود الآية (96-97)، وسورة الإسراء الآية (101-102)، وجاء تفصيل الحوار في سورة الشعراء الآية (10-66)

شاء الله تعالى أن يكون موسى عليه السلام، الذي نشأ في قصر فرعون وترقى في بيته، هو النبي الذي يواجه طغيان فرعون ويقود دعوته إلى الحق. ولذلك أمره الله أن يتوجه بنفسه إلى فرعون وملئه، وأن يخاطبهم بأسلوب يتسم بالرفق واللين؛ رجاء أن يستجيبوا للحق أو يستشعروا الخوف من الله تعالى¹.

ولم تكن هذه الدعوة الفردية موقفاً عابراً، بل مثلت مواجهة بين قوة الإيمان وقوة الطغيان. فموسى عليه السلام، وفق المقاييس المادية، لم يكن يملك سوى مؤازرة أخيه هارون، في حين كان فرعون يمتلك النفوذ والجند والعدة. ومع ذلك، فإن القوة الحقيقية كانت مع موسى؛ لأنها قوة مستمدة من التأييد الإلهي، وهي قوة تفوق كل مظاهر السلطة المادية، حتى انتهى الأمر بزوال فرعون وجنده رغم ما كانوا يملكونه من إمكانيات عظيمة².

(1) ينظر: حَبَنَكَّة، الحضارة الإسلامية، ص356/ زيدان، أصول الدعوة، ص480

(2) ينظر: الندوي، إلى إسلام جديد، ص100

المبحث الثاني: مفهوم الاتصال الجمعي وأهميته الدعوية وتطبيقاته من خلال سورة هود والإسراء والشعراء

المطلب الأول: تعريف الاتصال الجمعي

الجمعي: من أصل (الجمع) وتعني في اللغة: ما دلّ على أكثر من اثنين بزيادة عدد على عدد وله مفرد من معناه وأصله كمثل رجل ورجال.¹

وعرف في الاصطلاح بأنه: (مخاطبة جمهور من الناس بواسطة، أو غيرها، سواء كان اجتماعهم وفق نظام وخطة أو بصورة تلقائية).²

وقيل وهو: (حيث يخاطب القائم بالاتصال جماعة من المسلمين متجانسة عقيدتها واحدة وإيمانها واحد وقيمها السائدة ومعاييرها وأفكارها متجانسة)³

التعريف الثاني اقتصر على مجموعة من الناس تتفق في الفكر والعقيدة، وهذا الأمر لا ينسجم مع الدعوة العامة والتي كان يقوم بها الأنبياء، نعم.. تصلح لتكون لمخاطبة قوم يعتقدون عقيدة واحدة كمثل خطبة الجمعة، ولكنه يجعله مفهوم ضيق.

وعلى وفق ذلك أرى أن الراجح هو التعريف الأول لعمومه في الدعوة.

المطلب الثاني: أهمية الاتصال الجمعي

يُعدّ الاتصال الجمعي مرحلة متقدمة تأتي بعد نجاح الاتصال الشخصي، إذ يتمكن الداعية من خلاله من تكوين جماعة مؤمنة تسهم في التأثير في المجتمع وتوجيهه. ويتضح هذا الأسلوب في سير الأنبياء عليهم السلام، ومن أبرزهم نبينا محمد ﷺ، الذي بدأ دعوته بالتواصل الفردي امتثالاً لأمر الله تعالى بدعوة المقربين منه، ثم انتقل بعد ذلك إلى إعلان الدعوة والجهار بها، وهي مرحلة تمثل الانتقال إلى الاتصال الجمعي. وقد أولى الإسلام هذا النوع من التواصل أهمية كبيرة، حتى جعله جزءاً من الواجبات والشعائر الظاهرة، ويتجلى ذلك في خطبة الجمعة التي تُعد لقاءً دورياً يجمع بين الدعاة وعامة المسلمين، يتم فيه تناول قضايا المجتمع، ومعالجة أوجه التقصير، والسعي

(1) ينظر: الشراح، محمد علي، الباب في قواعد اللغة، م: خير الدين شمسى باشا، دار الفكر - دمشق، ط1، 1403 هـ - 1983 م، ص67/

البركتي، التعريفات الفقهية، ص72

(2) غلوش، دعوة الرسل، ص144

(3) علي ثابت، سعيد، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول ﷺ، وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف، السعودية، ط1، 1417 هـ، ص28

إلى إصلاح أحوال الأمة وتعزيز وحدتها. كما ظهر هذا النوع من الاتصال في صور متعددة سنّها الأنبياء، مثل المحاضرات، ومجالس التعليم، والمناظرات، والخطب العامة في غير يوم الجمعة¹.

ولا شك بأن هذا النوع من التواصل تأثيره أكبر في الدعوة من حيث الاشتراك في المقصد والتأثير المباشر بالخطاب الدعوي وبناء الأفكار المهمة لتجديد عروق الدعوة ووحدة الكلمة.

المطلب الثالث: الاتصال الجمعي من خلال سورة هود والإسراء والشعراء

الأنبياء الذين ذكروا في هذه السور الثلاث وهم نوح وهود وصالح وإبراهيم ولوط وشعيب وموسى ومحمد عليهم الصلوات والسلام كلهم استخدموا هذا المنهج في التواصل مع أقوامهم، ولذلك تجد في صدر أي قصة يذكر الله تعالى عن نبي قوله (قال يا قوم) وهم جماعة من الناس يخاطبهم النبي للإيمان بالله تعالى².

وكانت من نتائج هذه الدعوة متباينة في الاتباع، فالظلمة وأهل الجاه كانوا هم الأكثر تكديبا للأنبياء للكبر الذي في قلوبهم³، وأما الضعفاء والفقراء كانوا هم الأكثر اتباعا وتصديقا لأنبيائهم وهذا ما أشارت إليه الآيات مثل قوله تعالى عن قوم نوح (وَمَا آمَنَ مَعَهُ إِلَّا قَلِيلٌ) [هود (40)]، وعن قوم صالح (لِلَّذِينَ اسْتَضَعُّوا لِمَنْ آمَنَ مِنْهُمْ) [الأعراف (75)] وقس على ذلك باقي الرسل.

(1) ينظر: غلوش، دعوة الرسل، ص144/ علي ثابت، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول ﷺ، ص28

(2) ينظر: الشيخ علوان، الفواتح الإلهية، ج1، ص352/ محمد رشيد، تفسير النار، ج12، ص54

(3) ينظر: الرازي، مفاتيح الغيب، ج17، ص337/ الطبري، جامع البيان، ج15، ص295/ البغوي، معالم التنزيل، ج2، ص445

المبحث الثالث: مفهوم سائل التواصل وأهميتها وتطبيقاتها من خلال سورة هود والإسراء والشعراء

المطلب الأول: تعريف وسائل التواصل

لغة: وسائل: جمع وسيلة: قال الهروي: (الوسيلة: الوصلة والقربى)¹

وقال الفارابي والرازي: (ما يتقرب به إلى الغير)²

وعلى كل فالتعريفان هو واحد المعنى وجاء تأكيد هذا المعنى في كتاب الله (أُولَئِكَ الَّذِينَ يَدْعُونَ يَبْتَغُونَ إِلَىٰ رَبِّهِمُ الْوَسِيلَةَ أَيُّهُمْ أَقْرَبُ) [الإسراء (57)]

التواصل: من أصل (وصل) وسبق تعريفه.

اصطلاحاً: وسائل التواصل: (عرّف الباحثان أندرياس كابلان ومايكل هينلين وسائل التواصل الاجتماعي بأنها: "مجموعة من التطبيقات القائمة على الإنترنت، والتي تُبنى على أسس الإيديولوجية والتقنية ل الويب 2.0، وتتيح إنشاء وتبادل المحتوى الذي ينشئه المستخدمون)³

وأما كاترين بالجو Katherine Paljug فقد عرفت وسائل التواصل إلى أنها: يُقصد به أحد أنماط الاتصال الرقمي الذي يتيح للأفراد إنشاء شبكات ومجتمعات إلكترونية عبر الإنترنت، بهدف التفاعل الاجتماعي، وتبادل المعلومات، ونشر المحتوى الذي ينتجه المستخدمون أنفسهم⁴.

تعريف كاترين كان دقيقاً لوسائل التواصل الحديثة، بينما أندرياس ومايكل كان تعريفهما عام وقد يدخل فيه جميع أنواع التواصل الإلكترونية المعتمدة على الشبكة العنكبوتية.

ويمكن تعريف وسائل التواصل بأنها برامج مستهدفة الجمهور وتتنوع فيها الثقافات والأيدولوجيات تتيح لهم التواصل ونقل المعلومات عبر الشبكة العنكبوتية.

المطلب الثاني: أهمية وسائل التواصل

وسائل التواصل أحدثت ثورة في الدعوة، فبعد أن كانت محصورة في أماكن محددة وأشخاص محددين، أصبح الآن منهج عالمي يخاطب جمهور واسع وفي أماكن كثيرة، ولذلك توسع مفهوم الدعوة من خلالها، وأصبح

(1) الهروي، تحذيب اللغة، ج13، ص48

(2) الفارابي، الصحاح، ج5، ص1841/ الرازي، مختار الصحاح، ص338

(3) Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, 53(1), 59-68

(4) Katherine Paljug, Social Media, February 19, 2025, <https://www.investopedia.com/terms/s/social-media.asp>

للدعاة منابر وطرق تأثير غير معهودة في السابق، وأصبح من السهل اقناع كثيرين بطرق بسيطة جدا وأحيانا حتى لا تحتاج جهد أو كلام، ولكي نحصر أهميتها في الدعوة فأقول:

- (1) الوصول إلى جمهور عالمي وواسع.
 - (2) التفاعل بين الداعية والدعاة وذلك من خلال النقاش والرد والتفاعل في البرنامج وطرح الأسئلة والتعليم.
 - (3) تنوع وسائل الدعوة بين مرئية كممثل مقاطع الفيديو، وسمعية كممثل المادة الصوتية، ومنشورات نصية وصور.
 - (4) تنوع البرامج والتسابق على اكتساب جمهور أكثر جعل صفحة للدعاة للإبداع في وسائلهم والوصول للجمهور.
 - (5) تحديد المدعويين وذلك من خلال تعيين من نريد للدعوة ومن لا نريد.
- هذه البرامج فتحت بابا للمناسفة بين دعاة كل فكر ودين، ولا بد لدعاة الإسلام أن يكون لهم صوتا مسموعا وحراكا عظيما يقلب الموازين في العالم حتى تتضح رؤية الإسلام للعالم.
- وتشير بعض الإحصاءات إلى تفوق النصارى واليهود في استثمار هذا المجال الإعلامي مقارنة بالمسلمين؛ إذ بلغ عدد المواقع والصفحات التابعة للدعاة النصارى نحو (22500) موقع وصفحة، فيما وصل عدد المواقع اليهودية إلى قرابة (5800) موقع، في حين لم يتجاوز عدد المواقع التابعة للدعاة المسلمين حوالي (500) موقع فقط، وهو ما يعكس تفاوتاً واضحاً في الحضور الرقمي والاستفادة من وسائل الاتصال الحديثة¹
- ناهيك عن المواقع التي تهتم بشباب المسلمين لتضييع أخلاقهم وانتكاس فكرهم كممثل الإلحاد والنسوية والمثلية وحقوق الطفل.

المطلب الثالث: وسائل التواصل من خلال سورة هود والإسراء والشعراء

بما أنّ وسائل التواصل حديثة ولم تكن في عصر نزول القرآن فأكد أنه لن تكون إشارة لها بهذا المصطلح، ولكن سأبحث في الفوائد التي ينتهجها الداعية بصورة عامة من خلال هذه السور والتي يطبقها في وسائل التواصل لنجاح دعوته، ومنها:

أ- وضوح الرسالة

وردت آيات كثيرة تؤكد وضوح الرسالة التي حملها الأنبياء عليهم السلام، إذ اتفقت دعوتهم جميعاً على أصل التوحيد والدعوة إلى عبادة الله وحده، كما في قوله تعالى: (أَلَا تَعْبُدُوا إِلَّا اللَّهَ). وقد اتسمت هذه الدعوة

(1) عثمان، عبد الرحمن عبد الله، أهمية تأهيل الدعاة في التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، تعز، اليمن،

بالوضوح والصراحة بعيداً عن الغموض أو المواربة، بحيث يكون المدعو أمام خيار واضح بين القبول أو الرفض. ويُعد هذا الوضوح من أبرز عوامل نجاح الدعوة الإسلامية وانتشارها بين الناس. وفي هذا السياق، أشار المستشرق الألماني أولرش هيومان في دراسة نُشرت بمجلة "العالم" إلى أن من أهم أسباب انتشار الإسلام وجاذبيته وضوح رسالته وبساطتها.¹

والمتتبع لقصص الأنبياء وبعض الآيات في سورة هود والإسراء والشعراء يجد هذه الإشارة واضحة جداً في بداية ذكر كل قصة بأن الدعوة التي يدعو لها النبي هي توحيد الله واتباع أوامره.

إنّ هذا يدعو الداعية لكي يكون في برامج التواصل ناجحاً أن يكون واضحاً في دعوته بدون لف ولا دوران، فلا يعني أن يتدرج الداعية في الدعوة بأن يتنازل عن مبادئ دعوة الإسلام كمثل القول بترك الحجاب لمن يريد أن يدخل الإسلام أو ترك الحتان، ولكن يعلم الإنسان من بداية الدعوة أنّ هذه مبادئ لا يمكن أن يتنازل عنها. نجد هذا واضحاً عند ذكر قصص الانبياء في سورة هود والإسراء والشعراء، كمثل نبي الله نوح عندما طلب منه القوم طرد الفقراء من مجلسه قال لهم: (وَمَا أَنَا بِطَارِدِ الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّهُمْ مُلْقُوا رَبِّهِمْ وَلَكِنِّي أَرْنُكُمْ قَوْمًا يَجْهَلُونَ وَيَقُولُونَ مَنْ يَنْصُرُنِي مِنَ اللَّهِ إِنْ طَرَدْتُهُمْ أَفَلَا تَذَكَّرُونَ) [هود 30 29].

وكذلك تحديث الناس بكلام لا يفهمونه خصوصاً عند مخاطبة الجمهور، وهذا ما فهمه الصحابة رضوان الله عليهم، يقول ابن مسعود رضي الله عنه: (ما أنت بمحدث قوما حديثاً لا تبلغه عقولهم إلا كان لبعضهم فتنة)². وهذه النقطة تجعل الفرق واضحة في من يريد أن يُصدّر الإسلام بتساهله لكي يتصدر هذه البرامج وبين من يريد نشر الإسلام بحقيقته دون تحايل في مبدأ من مبادئه.

ب- الصبر على المعارضة

سبق الحديث عن الصبر من خلال السور المذكورة وهنا سأحدث عن الصبر على المعارضة في وسائل التواصل.

الصبر على المعارضة من خلال قصص الأنبياء وتكييفها في وسائل التواصل هو واضح كيف تعامل الأنبياء مع معارضيهم، كمثل صبر نوح عليه السلام وهود وصالح وإبراهيم ولوط وباقي الانبياء، وهنا يطبق الداعية الأخلاق والقيم والأسس التي انتهجها الأنبياء في التعامل مع معارضيهم، فعندما يطرح الداعية موضعاً في الدعوة وينشره في وسائل التواصل فهو يخاطب جمهوراً واسعاً متعدد الثقافات والأفكار فلا بد له من معارضة، فوجب عليه أن يكسب هذا المعارض أو يراعي في الرد الجمهور الذي يتابعه، فهم حَكَمٌ عليه في الردود.

(1) هيومان، أولرش، الإسلام دين جذاب، مجلة "العالم"، العدد 290، 1989م، ص30

(2) مسلم، صحيح مسلم، المقدمة، باب: النهي عن الحديث بكل ما سمع، ج1، ص: 11

ج- استخدام الحجة والبرهان في الطرح

إنّ المتتبع لقصص الأنبياء أو خطاب القرآن الكريم يجد الحجة والبرهان حاضرة في كل دعوة، ولو تأملنا القصص التي ذكرت في سورة هود والشعراء نجد تركيز الأنبياء على إقامة الحجة والبرهان على القوم ومنها قول نبي الله نوح: (قَالَ يَاقَوْمِ أَرَأَيْتُمْ إِن كُنتُمْ عَلَىٰ بَيْتِي مِن رَّبِّي وَأَتَانِي رَحْمَةٌ مِّنْ عِندِهِ فَعُصَيْتُمْ عَلَيَّ إِنَّكُمْ لَهَا كَارِهُونَ) [هود (25)] فالبيئة هنا هي الحجة والبرهان، وقس على ذلك الآيات التي ذُكر بها الأنبياء في باقي السورتين، يقول عبد الرب: (لقد أقام لهم الحجج والبراهين على ما دعاهم إليه، وعلى بطلان ما هم عليه في أسلوب علمي ولغة تتسم بالأدبيات البيانية الراقية)¹.

وبما أنّ الداعية في وسائل التواصل يخاطب جمهورا واسعا وجب عليه أن يطرح حجته بالدليل الساطع والبرهان الناصع، فجمهور اليوم هم قوم أغلبهم مطلع ويعرف خبايا الأمور وقد لا تستجدي فيهم العاطفة ولكن الحجة والبرهان تلزمهم وتضعهم في زاوية الاعتراف بصحة المعلومة.

د- الارتباط بالواقع والمجتمع

لقد كانت دعوة الأنبياء مرتبطة بالواقع وتحاكي حياة المجتمع، فمثلا هود عليه السلام يذكر قومه بما كانوا عليه من نعم وهي (وَيَزِدْكُمْ قُوَّةً إِلَىٰ قُوَّتِكُمْ) ● ونبي الله شعيب يذكرهم بما تعايشوا عليه من الفساد ومحدرا لهم (وَيَا قَوْمِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ) [هود (85)]، وموسى عليه السلام مذكرا فرعون وقومه بما هم فيه من الظلم والطغيان (وَإِذْ نَادَىٰ رَبُّكَ مُوسَىٰ أَنِ اهْبِثْ الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ) (10) قَوْمَ فِرْعَوْنَ أَلَا يَتَّقُونَ) [الشعراء (10-11)] فهكذا كانت دعوتهم تصف الداء وتعطي الدواء.

(1) آل نواب، عبد الرب بن نواب الدين، تدريب الدعاة على الأساليب البيانية، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، العدد 128 - 1425هـ، ص351

الختام

تم بحمد الله البحث بعد أن قمت بدراسة وسائل التواصل وربطها بالدعوة من خلال قواعد القرآن الكريم وخلصت إلى نتائج:

- (1) يُعدّ الاتصال الشخصي من أبرز الأساليب الدعوية التي اعتمدها الأنبياء، حيث يبدأ غالبًا بدعوة الأقرين ويتميز بفعاليته في التأثير المباشر.
- (2) يسهم الاتصال الشخصي في بناء الثقة بين الداعية والمدعو، ويتيح فهماً أعمق لحال المدعو النفسية والفكرية، مما يعزز فرص الإقناع والاستجابة.
- (3) أظهرت النماذج القرآنية (كنوح مع ابنه، وموسى مع فرعون) أن الاتصال الشخصي يجمع بين اللين والحكمة والشجاعة، ويصلح للاستخدام مع مختلف الفئات حتى أشدهم عنادًا.
- (4) يظل الاتصال الشخصي وسيلة دعوية مؤثرة ومستدامة، قادرة على تحقيق أثر عميق في الأفراد، مما يجعله ركيزة أساسية في العمل الدعوي المعاصر.
- (5) يُعدّ الاتصال الجمعي أسلوبًا دعويًا شاملاً يتيح إيصال الرسالة إلى جمهور واسع، ويسهم في نشر الوعي وبناء الاتجاهات العامة في المجتمع.
- (6) يمثل الاتصال الجمعي مرحلة متقدمة بعد نجاح الاتصال الشخصي، ويُسهّم في تحقيق وحدة الكلمة ومعالجة قضايا الأمة من خلال خطاب موحد ومباشر.
- (7) تؤكد النماذج القرآنية أن الاستجابة للاتصال الجمعي تختلف باختلاف الفئات، حيث يميل المستضعفون إلى القبول، بينما يعارضه المتكبرون وأصحاب النفوذ.
- (8) تُعدّ وسائل التواصل الحديثة من أقوى الوسائل الدعوية في العصر الحاضر، لما توفره من انتشار واسع وسرعة في إيصال الرسالة إلى جمهور عالمي متنوع.
- (9) نجاح الدعوة عبر وسائل التواصل يرتبط بالالتزام بالمنهج القرآني، خاصة في وضوح الرسالة، واستخدام الحجة والبرهان، والصبر على المخالفين.
- (10) يفرض تنوع جمهور وسائل التواصل على الداعية مراعاة الفروق الفكرية والثقافية، وربط الخطاب الدعوي بواقع الناس ومشكلاتهم.
- (11) تمثل وسائل التواصل ساحة تنافس فكري ودعوي، مما يستوجب على الدعاة تفعيل حضورهم فيها بأساليب مؤثرة ومنضبطة لنشر الإسلام بصورته الصحيحة.

التوصيات

- (1) يوصي البحث بتأهيل الدعاة وتدريبهم على مهارات الاتصال الشخصي والجمعي، بما يعزز قدرتهم على التأثير والإقناع والتعامل مع مختلف فئات المجتمع وفق المنهج القرآني.
- (2) يوصي البحث بتفعيل الحضور الدعوي في منصات التواصل الاجتماعي من خلال إنتاج محتوى هادف ومتنوع يراعي احتياجات الجمهور المعاصر ويقدم القيم الإسلامية بأسلوب مؤثر وجذاب.
- (3) يوصي البحث بإجراء مزيد من الدراسات العلمية حول توظيف وسائل التواصل الحديثة في الدعوة الإسلامية، وبيان أفضل الممارسات والضوابط الشرعية التي تسهم في تحقيق أهداف الدعوة في البيئة الرقمية.

(المصادر والمراجع) REFERENCES

- [1] Āl Nawwāb, ‘Abd al-Rabb ibn Nawwāb al-Dīn, “Tadrīb al-Du‘āh ‘alā al-Asālīb al-Bayāniyyah,” al-Jāmi‘ah al-Islāmiyyah bi al-Madīnah al-Munawwarah, no. 128, 1425H, p. 351.
- [2] Ibn Fāris, Aḥmad ibn Fāris ibn Zakariyyā, Mu‘jam Maqāyīs al-Lughah, ed. ‘Abd al-Salām Muḥammad Hārūn, Dār al-Fikr, n.d., 1399H/1979.
- [3] Ibn Manzūr, Muḥammad ibn Mukarram ibn ‘Alī, Lisān al-‘Arab, Dār Ṣādir, Beirut, 3rd ed., 1414H.
- [4] Al-Baghawī, al-Ḥusayn ibn Mas‘ūd, Ma‘ālim al-Tanzīl fī Tafsīr al-Qur‘ān, ed. Muḥammad ‘Abd Allāh al-Nimr et al., Dār Ṭaybah, 4th ed., 1417H/1997.
- [5] Ḥabannakah, ‘Abd al-Raḥmān ibn Ḥasan, al-Ḥaḍārah al-Islāmiyyah Ususuhā wa Wasā’iluhā wa Ṣuwar min Taṭbīqāt al-Muslimīn Lahā wa Lamaḥāt min Ta’thīrihā fī Sā’ir al-Umam, Dār al-Qalam, Damascus, 1st ed., 1418H/1998.
- [6] Al-Rāzī, Muḥammad ibn Abī Bakr ibn ‘Abd al-Qādir, Mukhtār al-Ṣiḥāḥ, ed. Yūsuf al-Shaykh Muḥammad, al-Maktabah al-‘Aṣriyyah, Beirut, 5th ed., 1420H/1999.
- [7] Al-Rāzī, Muḥammad ibn ‘Umar ibn al-Ḥasan, Mafātīḥ al-Ghayb, Dār Ihya’ al-Turāth al-‘Arabī, Beirut, 3rd ed., 1420H.
- [8] Zaydān, ‘Abd al-Karīm, Uṣūl al-Da‘wah, Mu’assasat al-Risālah, Beirut, 9th ed., 1421H/2001.
- [9] Al-Sarrāj, Muḥammad ‘Alī, al-Lubāb fī Qawā’id al-Lughah, rev. Khayr al-Dīn Shamsī Bāshā, Dār al-Fikr, Damascus, 1st ed., 1403H/1983.
- [10] Al-Shaykh ‘Ulwān, Ni‘mat Allāh ibn Maḥmūd al-Nakhjawānī, al-Fawātiḥ al-Ilāhiyyah wa al-Mafātīḥ, Dār Rakābī li al-Nashr, Egypt, 1st ed., 1419H/1999.
- [11] Al-Ṭabarī, Muḥammad ibn Jarīr, Jāmi‘ al-Bayān fī Ta’wīl al-Qur‘ān, ed. Aḥmad Muḥammad Shākir, Mu’assasat al-Risālah, Beirut, 1st ed., 1420H/2000.

TRANSLITERATION

a. Consonant

Arabic	Latin	Example	
		Arabic	Latin
ء	‘	فَأَرْ	fārun
أ	(a,i,u)	أَحْكَام	aḥkām
ب	b	بَابُ	bābun
ت	t	تَمْرٌ	tamr
ث	th	ثَلَاثُ	thalātha
ج	j	جَبَلٌ	Jabal
ح	ḥ	حَدِيثٌ	ḥadīth
خ	kh	خَالِدٌ	khālīd
د	d	دِينٌ	dīn
ذ	dh	مَذْهَبٌ	madhhab
ر	r	رَاهِبٌ	rāhib
ز	z	زَكِيٌّ	zakī
س	s	سَلَامٌ	salām
ش	sh	شَرَبٌ	sharaba
ص	ṣ	صَدْرٌ	ṣodrun
ض	ḍ	ضَارٌ	ḍār
ط	ṭ	طَهْرٌ	ṭahura
ظ	ẓ	ظَهْرٌ	ẓohr
ع	‘	عَبْدٌ	‘abdun
غ	gh	غَيْبٌ	ghayb
ف	f	فَاتِحَةٌ	Fātihah
ق	q	قَبَسٌ	qabas
ك	k	كِتَابٌ	kitāb

ل	l	لَيْلٌ	layl
م	m	مُنِيرٌ	munīr
ن	n	نِقَابٌ	niqāb
و	w	وَعَدٌ	wa ^c ada
هـ	h	هَدَفٌ	hadaf
ي	y	يُوسُفُ	Yūsuf

b. Short Vowel

Arabic	Latin	Example	
		Arabic	Latin
اَ	a	كَتَبَ	kataba
اِ	i	عَلِمَ	‘alima
اُ	u	غَلِبَ	ghuliba

c. Long Vowel

Arabic	Latin	Example	
		Arabic	Latin
اَ ، اِ ، اِوْ	ā	عَالَمٌ ، فَتَى	‘ālam , fatā
يِ	ī	عَلِيمٌ ، دَاعِي	‘alīm , dā‘ī
وِ	ū	عُلُومٌ ، أُدْعُو	‘ulūm , ‘ud‘ū

d. Diphthong

Arabic	Latin	Example	
		Arabic	Latin
أَوْ	aw	أَوْلَادٌ	aulād
أَيَّ	ay	أَيَّامٌ	ayyam
إِيَّ	iy	إِيَّاتُكَ	iyyāka