

تاريخ الإرسال (2020-02-10)، تاريخ قبول النشر (2020-05-05)

د. محمد أحمد عبد الكريم الصمادي

اسم الباحث:

وزارة التربية والتعليم - الأردن

اسم الجامعة والبلد:

الإعلام وتأثيره في الثقافة الإسلامية للمجتمع

* البريد الإلكتروني للباحث المرسل:

E-mail address:

moh.abotamem@gmail.com

<https://doi.org/10.33976/IUGJIS.29.2/2021/4>

الملخص:

عُنيت هذه الدراسة بتحديد مصطلحاتها ذات الصلة المباشرة بموضوعها من خلال عرض لأبرز التعريفات عند أهل الفن ومناقشتها في ضوء الواقع، والخروج بتعريفات تعبر عن حقيقة كل مفهوم ومصطلح -كالإعلام، والرأي العام، والثقافة الإسلامية، والمجتمع - بما يضمن وضوح معطيات الدراسة وحدود مادتها. وقد ناقشت أهمية الإعلام ودوره المؤثر في حياة الشعوب، في الصراع بين الحق والباطل (بين الأنبياء وأتباعهم والطغاة وأتباعهم)؛ من خلال تأثيره في الرأي العام للجماهير عبر العصور. بما يسهم في تغيير ثقافات الشعوب والثقافة الإسلامية على وجه الخصوص، والتأثير فيها سلباً أو إيجاباً، مما يجعله أداة خطيرة مدمرة بأيدي العابثين، وسلاحاً قوياً بانياً بأيدي المحسنين الخيبرين الذين ينبغي لهم استغلالها والسيطرة عليها، كما أسقطت الضوء على واقع الإعلام العالمي الرأسمالي الخادم المخلص لمصالح الدول الكبرى، والمسيطر حالياً على العالم الإسلامي بما يحدثه من تغيرات خطيرة في الثقافة الإسلامية على مستوى التصورات، والقيم والقناعات، والنظم والمعايير؛ مما يستلزم عملاً حقيقياً واهتماماً جاداً من الإعلاميين وصنّاع القرار المسلمين؛ لمعالجة ما أفسده الإعلام العلماني، وحماية الشعوب المسلمة من شروره، والسعي لتأسيس إعلام إسلامي هادف، يأخذ على عاتقه حمل رسالة الإسلام ورحمته للناس كافة.

كلمات مفتاحية: إعلام - تأثير - ثقافة إسلامية - مجتمع - رأي عام

Media and its influence on the Islamic society's culture

Abstract:

This study is meant to determine terms that are directly related to its topic through presenting the prominent definitions by art specialists and discuss them logically. It also comes up with definitions that reflect the essence of each term such as media, public opinion, Islamic culture and society which ensures the clarity and the range of material included. The study discussed the effective role of media on people's life and in the conflict between good and evil. This appears through its influence on changing people's cultures(Islamic culture in particular)which makes it a dangerous and destructive tool if it was in the wrong hands. However, it can be a powerful and constructive weapon if it was implemented properly by the good people. The study also shed light on the truth of the international capitalist media which serves the interests of the major powers in the world that, in turn, controls the Islamic world and makes a lot of dangerous changes in terms of values, believes and standards. As a result, Muslim journalists and stakeholders should work hard to fix what the secular media has corrupted, and to establish a constructive Islamic media that takes the responsibility of spreading the merciful message of Islam.

key words: Media - Islamic Culture - Society - Public opinion - Influence

المقدمة:

بسم الله الرحمن الرحيم، والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين، سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين،
ويعد...

خلق الله الخلق سبحانه، وخصّ بني آدم بالتكليف؛ ليلوهم أيهم أحسن عملاً، وتبعاً لذلك فإن الناس أصبحوا فريقين في الحياة، وأصبح كل فريق معنياً بما يخصه، وبما لديه من أفكار ومفاهيم موجّهة لسلوكه، ومعيّنة لمصالحه في الحياة، مما أدى إلى الصراع والنزاع على الأفكار والمصالح.

وهذا يدين البشر على مر العصور، لا فرق في ذلك بين حزب الله وحزب الشيطان، ولا أدل على ذلك من جهد الأنبياء عليهم السلام في دعوتهم لهداية الناس، وإخراجهم من الظلمات إلى النور، بالدعوة إلى الله تعالى بالجهاد تارة، وبمقارعة الحجة بالحجة تارة، والبرهنة بالحقائق تارة أخرى؛ لبيان الحق وإبطال الباطل، متحدّين بذلك أهل الباطل، كما هو بين في دعوتهم لأقوامهم من مثل نوح عليه السلام في قومه حيث قال تعالى على لسانه: (قَالَ رَبِّ إِنِّي دَعَوْتُ قَوْمِي لَيْلًا وَنَهَارًا، فَلَمْ يَزِدْهُمْ دُعَائِي إِلَّا فِرَارًا، وَإِنِّي كُلَّمَا دَعَوْتُهُمْ لِتَغْيِيرِ لَهُمْ جَعَلُوا أَصَابِعَهُمْ فِي آذَانِهِمْ وَاسْتَعْصَمُوا بِثِيَابِهِمْ وَأَصْرُوا وَاسْتَكْبَرُوا اسْتِكْبَارًا، ثُمَّ إِنِّي دَعَوْتُهُمْ جِهَارًا، ثُمَّ إِنِّي أَعْلَنْتُ لَهُمْ وَأَسْرَرْتُ لَهُمْ إِسْرَارًا) (نوح:9)، وقوله تعالى على لسان إبراهيم لقومه: (وَخَاجَهُ قَوْمُهُ قَالَ اتَّخَاوْنِي فِي اللَّهِ وَقَدْ هَدَانِ وَلَا أَخَافُ مَا تُشْرِكُونَ بِهِ إِلَّا أَنْ يَشَاءَ رَبِّي شَيْئًا وَسِعَ رَبِّي كُلَّ شَيْءٍ عِلْمًا أَفَلَا تَتَذَكَّرُونَ، وَكَيْفَ أَخَافُ مَا أَشْرَكْتُمْ وَلَا تَخَافُونَ أَنَّكُمْ أَشْرَكْتُمْ بِاللَّهِ مَا لَمْ يُنَزِّلْ بِهِ عَلَيْكُمْ سُلْطَانًا فَأَيُّ الْفَرِيقَيْنِ أَحَقُّ بِالْأَمْنِ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ) (الأنعام:18)، وحتى بُعث نبينا صلى الله عليه وسلم فأمره الله سبحانه: (أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا) (النساء:63).

أهمية البحث ومبرراته:

1. تسليط الضوء على أهمية الإعلام ووسائله، ودوره المحوري في تشكيل الرأي العام، وبيان أثره الخطير في حياة الشعوب المسلمة ومجتمعاتها، ودق ناقوس الخطر.
2. هيمنة الدول الغربية الكبرى على الإعلام وتفوقها في تسخيرها لتضليل الشعوب واستباحة ثرواتها واستهداف ثقافتها وموروثاتها الحضارية لاسيما الشعوب المسلمة وحضارتهم؛ مما يستدعي ضرورة كشف وسائل الكفار وأدواتهم في استهدافهم للثقافة الإسلامية وأهلها.
3. الكشف عن طريقة الأنبياء بمخاطبة الجمهور؛ لتغيير الثقافة الفاسدة والأديان الباطلة والتصدي للشبهات المضللة؛ لتكون منهجاً لنا في واقعنا المعاصر.
4. لفت أنظار المخلصين من المسلمين لهذه الأداة الخطيرة؛ لعلهم يحسنون تسخيرها في خدمة الحق، ونشر هداية الإسلام في الأرض.

مشكلة البحث:

تأتي هذه الدراسة لتجيب عن السؤال الرئيس الآتي:

هل للإعلام تأثير في الثقافة الإسلامية للمجتمع؟

وينتزع عنه عدد من الأسئلة:

1. ما هو مفهوم الإعلام في الإسلام وفي غيره؟
2. ما هو المفهوم الحقيقي والواقعي للمجتمع على العموم؟
3. ما هو مفهوم الثقافة على العموم، والثقافة الإسلامية على وجه الخصوص؟
4. هل للإعلام أثر في الثقافة، والثقافة الإسلامية على وجه الخصوص؟
5. كيف يؤثر الإعلام في الثقافة والمجتمع؟

6. هل للثقافة على العموم والثقافة الإسلامية على الخصوص تأثير في المجتمع؟

7. ما مدى تأثير المجتمع والثقافة الإسلامية بالإعلام المهيمن؟

- أهداف البحث:

1. تحديد مفهوم الإعلام في الإسلام وفي غيره.
2. تحديد المفهوم الحقيقي والواقعي للمجتمع على العموم.
3. تحديد مفهوم الثقافة على العموم، والثقافة الإسلامية.
4. معرفة أثر الإعلام في الثقافة والثقافة الإسلامية على وجه الخصوص.
5. معرفة كيفية تأثير الإعلام في الثقافة والمجتمع لاسيما الثقافة الإسلامية.
6. بيان أثر الثقافة والثقافة الإسلامية خاصة في المجتمع.
7. بيان مدى تأثير الثقافة الإسلامية وتغير المجتمع بالإعلام.

منهج البحث:

1. المنهج الوصفي الاستقرائي: استقراء تعريفات العلماء في مصطلحات الدراسة الأساسية، ووصف مفاهيمها ومتعلقاتها اللازمة لموضوع الدراسة؛ كمفهوم الإعلام لغة واصطلاحاً وواقعه ووسائله، ومفهوم المجتمع وأركانه وطبيعته، ومفهوم الثقافة والثقافة الإسلامية، ومفهوم الرأي العام.
2. التحليلي النقدي: تحليل التعريفات والمصطلحات والمفاهيم، وتعهدها بالنقد والمناقشة في ضوء واقعها وأقوال العلماء وأدلة الباحثين والمقارنة العقلية سعياً لمعرفة حقيقتها.
3. الاستنتاجي: استقراء أفكار العلماء وأقوالهم ومعلومات الباحثين في التراث وواقع الإعلام، واستنتاج النتائج ورصدها.

الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات التي تناقش موضوعات الدراسة أو تتناول بعض موضوعاتها كالكتب الخاصة بالإعلام مثلاً، وكتب الإعلام الإسلامي مثل: (العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع للدكتور حسين رشوان)، (الإعلام السياسي والرأي العام للدكتورة عزيزة عبده)، (منهج الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية للدكتور سليم حجازي).

إلا أن غالب هذه المؤلفات قد تناولت بعض موضوعات الدراسة: كالإعلام، والإعلام الإسلامي، دون بقية موضوعاتها والعلاقات فيما بينها، وهناك الكثير من المقالات والأبحاث العلمية التي تناولت بعض موضوعات الدراسة مثل: (بحث: الإعلام العربي المعاصر وأثره في ضياع الجبل وهزيمة الأمة للدكتور يوسف العظم)، (بحث: الإعلام العربي الموجّه للآخر والحوار بين الإسلام والغرب للدكتور محمد قيراط)، غير أنها ناقشت بعض آثار الإعلام على الجيل المسلم على وجه العموم، ولم ترضي فضول الباحث في آلية التغيير في الثقافة والمجتمع من خلال الرأي العام، ولم تشبع التغيير في عناصر الثقافة الإسلامية رغم ما أفادت هذه الدراسات في موضوع الدراسة من فائدة جليّة مقدّرة.

لذا جاءت هذه الدراسة لجمع شتات موضوعاتها في دراسة واحدة، ودراسة ما بين موضوعاتها من علاقات، مع محاولة الإضافة على جهد الباحثين بما فيه الإفادة.

خطة البحث:

قُسمت هذه الدراسة إلى: مقدمة، وثلاثة مطالب، وخاتمة على النحو التالي:

- المقدمة:

- المطلب الأول: مفهوم الإعلام.

- المطلب الثاني: مفهوم المجتمع.

المطلب الثالث: تأثير الإعلام في الثقافة الإسلامية.

- الخاتمة:

قائمة المراجع والمصادر

المطلب الأول: مفهوم الإعلام.

المسألة الأولى: تعريف الإعلام.

أولاً: الإعلام لغة: "من عَلِمَ أي عَرَفَ (...) وَأَعْلَمَ: القَصَّارُ الثَّوبَ مُعَلِّمٌ والثَّوبُ مُعَلَّمٌ" (1) "عَلِمَهُ: كَسَمِعَهُ عَلِماً بالكسر عَرَفَهُ" (2) "وَأَعْلَمَ نَفْسَهُ وَفَرَسَهُ: جَعَلَ لَهُ أو لَهَا علامةً في الحرب (...) والفاعل مُعَلِّمٌ والمفعولُ مُعَلَّمٌ وفلاناً الأَمْرَ حاصلًا- جعله يعلمه" (3) "وهو الإخبارُ وهو عبارةٌ عن تحصيلِ العلمِ وإحداثِهِ عند المخاطَبِ الذي يَجْهَلُ العِلْمَ بِهِ؛ لِيَتَحَقَّقَ إحداثُ العلمِ عِنْدَهُ وَتَحْصِيلُهُ لَدَيْهِ" (4).

وما يعيننا من هذه المعاني أنها ذات صلة مباشرة بالدلالة الاصطلاحية من معنى الإخبار، والمعرفة، ووضع علامة دالة على شيء معين يُراد الإشارةُ إليه. غير أن المعنى اللغويّ وحده لا يكفي لرسم صورة واضحة ومضمونة عن مفهوم الإعلام. لذا لا بدّ من عرضٍ لمعنى الإعلام كما اصطلح عليه أهله، ومناقشة ما قالوا فيه، مع مراعاة النظر في واقعه؛ للخروج بنتيجة واضحة جلية، كما سيأتي في الفرع التالي من المسألة.

ثانياً: الإعلام اصطلاحاً: للإعلام في الاصطلاح عدة تعريفات، كما عرّفه أصحابه، ومن أهمها:

- 1- "تزويدُ النَّاسِ بالأخبارِ 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" (5)
- 2- "تزويدُ الجمهورِ بأكبر قدرٍ ممكنٍ من المعلومات والحقائق والأخبار الصحيحة الصادقة والواضحة حول موضوع ما، أو قضية هامة، أو أي أحداثٍ أو أي مجريات تشغل تفكير الرأي العام سواءً على الصعيد الداخلي المحلي أو على الصعيد الخارجي الإقليمي العربي أو الدُولي" (6).
- 3- "كافة أوجه النشاطات الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية، وبدون تحريف؛ بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات؛ بما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة المطروحة" (7).
- 4- "التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت" (8).

¹ - ابن منظور. لسان العرب (ص418).

² - الفيروزبادي. القاموس المحيط (ص1140).

³ - مصطفى. المعجم الوسيط (ص624).

⁴ - الحنفي. المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة (ص79).

⁵ - حمزة. الإعلام والدعاية (ص75).

⁶ - عبده. الإعلام السياسي والرأي العام (ص49).

⁷ - سعد. الاتصال والرأي العام (ص16).

⁸ - سعد. الاتصال والرأي العام (ص16).

5- "نشر الحقائق الثابتة الصحيحة، والأخبار والمعلومات السليمة الصادقة، والأفكار والآراء، والإسهام في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور، أو جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية في الوقائع والقضايا والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة؛ وبحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم"⁽⁹⁾.

تُظهر لنا التعريفات السابقة أن الأصل بالإعلام: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة، وتزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة، والتعبير الموضوعي لعقلية الجماهير... الخ، وكل هذه العبارات تعبر عن معنى واحد: هو قصد تكوين رأي صائب لدى الجماهير حول الأحداث والوقائع بتجرد من الهوى وتمام الموضوعية والتعبير عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم. وتقر بعضها بقصره على القضايا والمجريات التي تشغل تفكير الرأي العام، أو بتشكيل الإعلام أكبر درجة من الوعي لدى الجمهور... الخ.

وبالنظر إلى واقع الإعلام، نجد إن كان موضوعياً ناقلاً للحقائق فهو فقط ناقلاً لحقائق القائمين عليه، وموضوعي بما يفهمون عن الموضوعية، فالموضوعية والصدق صفة للقائمين عليه - إن صح ذلك - لا صفة له، فهو ينقل ما يريدون من الحقائق، وما يحددون من الموضوعي، بدليل ما ذكره هيربرت في كتابه (المتلاعبون بالعقول) الذي ترجمه عبد السلام رضوان تحت مبحث أسطورة الحياد حيث قال: "لا بد أن يؤمن الشعب، أن الحكومة، والإعلام، والتعليم، والعلم، بعيدة جميعها عن معتزك المصالح المجتمعية المتصارعة، وتبقى الحكومة، والحكومة القومية بوجه خاص، بوصفها ركيزة أسطورة الحياد، فهذه الأسطورة تفرض مسبقاً الإقناع الكامل باستقامة وعدم تحزب الحكومة بوجه عام وعناصرها المكونة: الكونغرس، النظام القضائي، والرئاسة. وتنتظر لوقائع الفساد والغش والاحتيال - عند حدوثها من وقت لآخر - على أنها نتيجة مترتبة على الضعف الإنساني"⁽¹⁰⁾.

والمستغرب عند تعريف الباحثين للإعلام عدم بلورتهم للمحور الرئيس الذي يُظهر حقيقة الإعلام، إذ لا يمكن لأي باحث أو دارس في مجال الإعلام تجاهل الثقافة السائدة، أو ما يعبر عنه بالرأي العام، لما بينهما من صلة وعلاقة وثيقة، لذا فإن المفهوم المعمول به لديمقراطية الإعلام: هو منع العامة من إدارة شئونهم ووسائل الإعلام التي يجب أن تظل تحت السيطرة المتشددة⁽¹¹⁾؛ لتلتزم وسائل الإعلام بخدمة السلطة الحاكمة وتأييد كل ما يصدر عنها والدفاع عن سياساتها، وعمل الفرد في هذا الإعلام امتيازاً مرتبطاً بتأييده للنظام الحاكم⁽¹²⁾.

وقد ذكر الهاشمي في كتابه: "ولكننا نستخدم مصطلح الإعلام الدولي على اعتبار أن الإعلام يعني الدقة والموضوعية والصدق في نقل الأخبار والحقائق عن الدولة، وعلى اعتبار أن الإعلام يخاطب العقول لا الغرائز والعواطف - ليذكر في موضع آخر - ولعل الهدف الذي يتفق عليه معظم المتخصصين في دراسة هذا العلم هو المعاونة في تكوين الرأي العام الدولي ومع ذلك ينبغي أن نشير إلى أن محاولة السيطرة والتحكم في العقل الإنساني وسلوكه هو محور أساليب الاتصال جميعاً وإن اختلفت الأسماء التي تعبر عنها أساليب الاتصال وفنونه تبعاً للغرض"⁽¹³⁾.

⁹ - رشوان. العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع (ص 248).

¹⁰ - شيلر. المتلاعبون بالعقول (ص 20).

¹¹ - انظر: تشومسكي. السيطرة على الإعلام (ص 7).

¹² - انظر: أبو زيد. الإعلام والديمقراطية (ص 32).

¹³ - الهاشمي. الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الصناعية (ص 45).

ككيف يتسنى لنا وصف الإعلام بالموضوعية والمصادقية في نقل الحقائق والأخبار كما تصفه التعريفات السابقة؟ أما بخصوص أن القصد منه تكوين رأي صائب⁽¹⁴⁾، فهذا يناقض واقعه الذي ما فتئ يُضلل الشعوب ويكوّن آرائهم وأفكارهم وفق ما يراه صاحب النفوذ والسلطة، ووفق ما يراه القائمين عليه، كما أن واقعه يبرز اهتمام الإعلاميين بالقضايا والأحداث المؤثرة في الرأي العام التي تخدم أهداف الدولة وتطلعات تنفيذها في حين يُغفلون أو يتجاهلون القضايا الهامة، والمجريات المؤثرة التي تخدم حياة الشعوب وتتوافق مع أفكارهم وميولاتهم.

وفي هذا المقام يفترض توضيح إشكالية الإعلام الموجه وغير الموجه.

يُطلق على الإعلام أو الاتصال الخارجي والإذاعات الموجهة للخارج وللدول المعادية أو غيرها مصطلح الإعلام الموجه⁽¹⁵⁾ على اعتبار أن هذا النوع من الإعلام يُوجّه لغايات معينة؛ كتشويه صورة الدولة المعادية في أذهان شعبيها، وإبراز صورة الدولة المديعة على أتم وأجمل ما يكون، وإقناع الشعوب الأخرى بعدالة قضيتها، وإن كانت ظالمة في حقيقتها، فيتدخل في هذا الإعلام وجهات النظر الخاصة بالدولة الموجهة بعيداً عن التجرد والموضوعية إلى الحد الذي تُقلب فيه الحقائق، ويزخرف فيه القول؛ للتمويه على الجمهور المستهدف بما يخدم أهداف الدولة في الاتجاه الذي تريد.

ويطلق على الإعلام الداخلي الذي يبيث برامجه لداخل الدولة وشعبيها بالإعلام غير الموجه على اعتبار أنه إعلام يتسم بالموضوعية ونقل الحقائق كما هي، وهو ممثل لأفكار الدولة وشعبيها، وكأن القائمين على الإعلام غير الموجه من الملائكة، لا تحكمهم أهواء ولا أهداف يسعون لتحقيقها! لاسيما في ظل واقع سياسي مضطرب وغير ذاتي، مليء بالتناقضات والصراعات المحلية والعالمية.

من هنا بات من المستحيل وجود إعلام موجه وغير موجه، فكل الإعلام موجه، لأن القائمين عليه يخضعون للجهة التي تستخدمهم، أو للاتجاه الذي يمثلونه، فضلاً عن أفكارهم الخاصة وميولهم الذاتية، وفضلاً عن المقاييس المختلف عليها التي تُحاكم بها المواقف والأحداث، فكل مقاييسه وانفعالاته ومواقفه الخاصة به من الوقائع والأحداث، بحسب الإيديولوجية التي ينطلق منها، أو بحسب أغراضه وميوله، لكن هذا الأمر مقتصر على الدول والشعوب التي لا تتبنى الإسلام ديناً ربانياً موجهاً وضابطاً للفكر والسلوك والميول والتوجهات، أيّاً كانت أديانها أو عقائدها، فالبشر متى انحرفوا عن هداية الإسلام لن يبقى لهم غير ظلمات الضلال.

أما في ظل الإسلام فالصدق والموضوعية متحققة لا محالة، في أدنى تصرف من تصرفات الفرد إلى أعلى تصرف من تصرفات المجتمع والدولة بما في ذلك الإعلام؛ لأن الأفكار والتصورات، والميول والتوجهات، والمعايير والأهداف مصدرها الواحد الأحد سبحانه، صاحب الكمال المطلق، والمنزه عن النقائص والهوى، وهو محل الولاء لكل مسلم، فلا مكان في هذا المجتمع للكاذب أو الدجال، فهو محاسب منبؤذ، من القريب قبل البعيد، ومن الفرد قبل المجتمع والدولة، فلا فكر ولا تصور ولا ميول ولا معيار ولا هدف مقبول ومرضي عنه إلا ما أمر به سبحانه.

¹⁴ - انظر: رشوان. العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع (ص24).

¹⁵ - انظر: قيراط. بحث: الإعلام العربي الموجه للأخر والحوار بين الإسلام والغرب (ص9).

ومن الجدير هنا الإشارة إلى نظرة الإسلام للإعلام، فقد قال الدكتور محيي الدين عبد الحليم: "إذا استعرضنا التعريف العلمي نجد أنه كاد يكون متطابقاً مع مفهوم الدعوة بمعناها الأصيل، فالإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة بهدف تكوين رأي عام وصائب في واقعة من الوقائع وحادثة من الحوادث أو مشكلة من المشكلات" (16)، غير أن الدعوة إلى الله في حقيقتها لا تقتصر على مجرد نقل الأخبار والمعلومات بل هي أعم وأشمل من الإعلام؛ لكونها جهود الدعوة المبذولة لتفعيل الإسلام في حياة الناس، وما تحتويه من تعليم وتطبيق لمبادئه وفق الهدي النبوي (17) وهو ما يفتر له الإعلام ولو اتفقت معه في جانب منها في قصد توجيه فكر الأمم والتأثير في الثقافة السائدة للشعوب كلاً وفق أهدافه الخاصة.

وعليه نستطيع تعريف الإعلام بغض النظر عن ممارسيه وعقائدهم وأفكارهم وميولاتهم وأهدافهم بأنه: الإخبار عن الأحداث والقضايا والمجريات الذي يقصد به التأثير على الرأي العام لدى الجمهور انفعالياً أو عقلياً في اتجاه مخطط له. أما في الإسلام: فهو الإخبار عن الأحداث والقضايا والمجريات بمصادقية وموضوعية، الذي يقصد به تصويب الرأي العام لدى الجمهور انفعالياً أو عقلياً في اتجاه مخطط له. وفي غير الإسلام: الإخبار عن الأحداث والقضايا والمجريات غير المنضبط، الذي يقصد به التأثير على الرأي العام لدى الجمهور انفعالياً أو عقلياً في اتجاه مخطط له.

المسألة الثانية: الإعلام وأهدافه.

أولاً: الإعلام في الإسلام وأهدافه:

إن الإعلام في الإسلام مبني على قوة الحجة والبرهان، وصدق اللهجة وفصاحة التعبير وتنوع الخطاب، فلا مكان فيه للكذب والخداع والدجل، بل يركز على لفت الأنظار إلى الحقائق والجوانب التي تقود وتهدى العقول للإيمان بالله ودينه الحق، ويتبنى الارتقاء بالمستوى الفكري والنفسي وإشاعة الفضيلة والقيم الرفيعة.

1- تاريخه: أدى النبي - صلى الله عليه وسلم - أفضل دور إعلامي عرفته البسيطة، فقال تعالى: (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ) (سبأ:28)، فها هو رسول الله - صلى الله عليه وسلم - حين أمر بالصدع في الدعوة يرتقي الصفا وينادي: "يَا بَنِي فَهْرٍ، يَا بَنِي عَدِيٍّ" - لِيُطَوِّنَ قُرَيْشٍ - حَتَّى اجْتَمَعُوا فَجَعَلَ الرَّجُلُ إِذَا لَمْ يَسْتَطِعْ أَنْ يَخْرُجَ أَرْسَلَ رَسُولًا لِيُنْظِرَ مَا هُوَ، فَجَاءَ أَبُو لَهَبٍ وَقُرَيْشٌ، فَقَالَ: «أَرَأَيْتَكُمْ لَوْ أَخْبَرْتَكُمْ أَنَّ خَيْلًا بِالْوَادِي تُرِيدُ أَنْ تُغَيِّرَ عَلَيْكُمْ، أَكُنْتُمْ مُصَدِّقِي؟» قَالُوا: نَعَمْ، مَا جَرَّبْنَا عَلَيْكَ إِلَّا صِدْقًا، قَالَ: «فَإِنِّي نَذِيرٌ لَكُمْ بَيْنَ يَدَيْ عَذَابٍ شَدِيدٍ» فَقَالَ أَبُو لَهَبٍ: تَبَّ لَكَ سَائِرَ الْيَوْمِ، أَلْهَذَا جَمَعْتُمَا؟ فَتَزَلَّتْ: {تَبَّتْ يَدَا أَبِي لَهَبٍ وَتَبَّ مَا أَغْنَىٰ عَنْهُ مَالُهُ وَمَا كَسَبَ} [المسد: 2] (18).

ولما كان الشعر عند العرب أبرز وأكثر الوسائل الإعلامية انتشاراً وتأثيراً، اتخذ النبي صلى الله عليه وسلم حسان ابن ثابت - رضي الله عنه - كنموذج إعلامي إسلامي، يدافع عن دين الله بإشراف النبي - صلى الله عليه وسلم - إذ قال: "وقل يا حسان وروح القدس معك" (19)؛ فيخذل الكفار ويهجو معتقداتهم وأفكارهم وأنماط سلوكهم.

وكذلك أمره صلى الله عليه وسلم لمصعب ابن عمير رضي الله عنه بالهجرة للمدينة - قبيل إقامة دولة الإسلام فيها - وفي أمره للمسلمين بالرد على الكفار في أحد حين صاح "أَبُو سُفْيَانَ: أَفِي الْقَوْمِ مُحَمَّدٌ ثَلَاثَ مَرَّاتٍ، فَهَاهُمْ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنْ يُجِيبُوهُ، ثُمَّ قَالَ: أَفِي الْقَوْمِ ابْنُ أَبِي قُحَافَةَ؟ ثَلَاثَ مَرَّاتٍ، ثُمَّ قَالَ: أَفِي الْقَوْمِ ابْنُ الْخَطَّابِ؟ ثَلَاثَ مَرَّاتٍ، ثُمَّ رَجَعَ إِلَى أَصْحَابِهِ فَقَالَ: أَمَا هَؤُلَاءِ، فَقَدْ قُتِلُوا، فَمَا مَلَكَ عُمَرُ نَفْسَهُ، فَقَالَ: كَذَبْتَ وَاللَّهِ يَا عَدُوَّ اللَّهِ، إِنَّ الَّذِينَ عَدَدْتَ لِأَحْيَاءِ كُلُّهُمْ، وَقَدْ بَقِيَ لَكَ مَا يَسُوءُكَ، قَالَ: يَوْمَ بِيَوْمٍ بَدْرٍ، وَالْحَرْبُ سَجَالٌ، إِنَّكُمْ سَتَجِدُونَ فِي الْقَوْمِ مُثَلَّةً، لَمْ أَمُرْ بِهَا وَلَمْ تَسْؤُنِي، ثُمَّ أَحَدٌ يَرْتَجِرُ: أَعْلُ هُبَلٍ،

16- حجازي. منهج الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية (ص 27-28).

17- انظر: الدجني. الدعوة إلى الله أصولها ووسائلها وأساليبها (ص 6).

18- البخاري. الجامع الصحيح، باب وأنذر عشيرتك الأقرنين (ج 6، ص 111، ح 4770).

19- النسفي. مدارك التنزيل وحقق التأويل (ب 227، ج 2، ص 589).

أَعْلُ هُبُلًا، قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «أَلَا تُجِيبُونَا لَهُ؟»، قَالُوا: يَا رَسُولَ اللَّهِ، مَا نَقُولُ؟ قَالَ: «قُولُوا: اللَّهُ أَعْلَى وَأَجَلٌ»، قَالَ: إِنَّ لَنَا الْعُرَى وَلَا عُرَى لَكُمْ، فَقَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «أَلَا تُجِيبُونَا لَهُ؟»، قَالَ: قَالُوا: يَا رَسُولَ اللَّهِ، مَا نَقُولُ؟ قَالَ: «قُولُوا اللَّهُ مَوْلَانَا، وَلَا مَوْلَى لَكُمْ»⁽²⁰⁾. فقد أمرهم النبي بكتمان حقيقة حياته وأبي بكر وعمر؛ ليغتر الكفار بصنيعهم ويظنوا أنهم ظفروا، وعندما أراد أبو سفيان غيظهم بقوله؛ أمرهم النبي بالردّ عليه وعدم السكوت على قوله واستفزازه. وقد أرسل النبي صلى الله عليه وسلم الرسل إلى كسرى وقيصر والمقوقس يدعوهم ومن ورائهم للإسلام، وقد بقي النبي - صلى الله عليه وسلم - داعياً إلى الله سبحانه مبلغاً وناشراً لرسالة ربه حتى أتاه اليقين.

2- خصائص وسمات الإعلام الإسلامي⁽²¹⁾:

أ. المصادقية: فهي أهم المبادئ التي لا بد منها لنجاح العملية الإعلامية؛ ليكون الإعلام ناجحاً ومؤثراً وقادراً على التغيير للأفضل قال سبحانه: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ) (التوبة: 119)، وقد قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: «عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ، فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدِّيقًا، وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ، فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَابًا»⁽²²⁾.

ب. الواقعية: وهي مسألة هامة أيضاً لنجاح الإعلام وتأثيره؛ لأن الإعلام إذا لم يكن متناولاً لقضايا ومشاكل المجتمع أصبح بعيداً عن أفئدة الناس، وأمسى ضرباً من الخيال لا يسمن ولا يغني من جوع، قال تعالى: (وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ) (القصص: 77)، فهذا أمر من الله سبحانه أن لا ننسى نصيبنا من الواقع الذي نعيش، المتمثل بالحياة الدنيا، وأن نتعامل معه؛ ليكون طريقنا للجنة، ولا أدل على ذلك من وصية النبي صلى الله عليه وسلم لمعاذ ابن جبل - رضي الله عنه - قبل ذهابه لليمن بأنه سيقدم على قوم أهل كتاب، فأول ما يدعوهم إليه هو التوحيد⁽²³⁾.

ج. الدعوة للحق: فالحق في الإعلام الإسلامي هو الهدف والمرجع المتمثل بوحى الله تعالى والدعوة للإسلام، فلا محل لأهواء ولا مصالح ولا منافع تؤثر على رجل الإعلام الإسلامي، قال تعالى: (وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيِّمًا عَلَيْهِ فَآخِذْكُمْ بِبَيْنِهِمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ...)(المائدة: 48).

د. الوضوح وعدم الغموض: وهذا لضمان وصول الرسالة للمتلقي لتعمل عملها فيه، وقد برز هذا في تنويع النبي - صلى الله عليه وسلم - في الخطاب بحسب ما يفهم المخاطب، قال تعالى: (وَقُرْآنًا فَرَقْنَاهُ لِتَقْرَأَهُ عَلَى النَّاسِ عَلَى مُكْثٍ وَنَزَّلْنَاهُ تَنْزِيلًا) (الإسراء: 106)، (وَكَذَلِكَ أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لِتُنذِرَ أُمَّ الْقُرَى وَمَنْ حَوْلَهَا وَتُنذِرَ يَوْمَ الْجُمُعِ لَا رَيْبَ فِيهِ فَرِيقٌ فِي الْجَنَّةِ وَفَرِيقٌ فِي السَّعِيرِ) (الشورى: 7).

هـ. الشمول: فهي تشمل جميع القضايا التي يعيشها الإنسان في السياسة والاقتصاد والاجتماع... الخ، قال تعالى: (وَيَوْمَ نَبْعَثُ فِي كُلِّ أُمَّةٍ شَهِيدًا عَلَيْهِمْ مِنْ أَنْفُسِهِمْ وَجِئْنَا بِكَ شَهِيدًا عَلَى هَؤُلَاءِ وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَى لِلْمُسْلِمِينَ) (النحل: 89).

²⁰- البخاري. صحيح البخاري، ما يكره من التنازع والخلاف (ج4، ص65، ح3039).

²¹- انظر: ندوة بعنوان: نحو إعلام إسلامي فاعل ومؤثر (ص470-471).

²²- مسلم. صحيح مسلم، قبح الكذب وحسن الصدق (ج4، ص2013، ح2607).

²³- انظر: ابن أبي شيبة، الكتاب المصنف في الأحاديث والآثار، ما ذكر عن نبيينا محمد صلى الله عليه وسلم في الزهد (ج7، ص82، ح34365).

و. عالميته ومراعاته للمسلم والكافر ولجميع شرائح المجتمع وفنائه: فهو يراعي الكبير والصغير، رجالاً ونساءً، مسلمين وغيرهم، عرباً وعجماً، كما يتناول وجوب المحافظة على البيئة وما تحتويه من مخلوقات، قال تعالى: (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ) (سبأ:28)، وقال: (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ) (الأنبياء:107).

ز. تكامله وخلوه من التناقض والتضارب: لكونه يخضع لمعيار الوحي الإلهي الذي لا يأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه، ولكون المؤمنين يخلصون أفعالهم ونشاطاتهم لله سبحانه؛ فالهدف واحد، وأدوارهم مكملة لبعضها البعض، قال تعالى: (أَفَلَا يَتَذَكَّرُونَ الْقُرْآنَ وَلَوْ كَانَ مِنْ عِنْدِ غَيْرِ اللَّهِ لَوَجَدُوا فِيهِ اخْتِلَافًا كَثِيرًا) (النساء:82).

ح. الاستمرارية إلى يوم القيامة: فهو باق ببقاء الإسلام متمثلاً بالقرآن الكريم، وحديث رسول الله صلى الله عليه وسلم، فقال تعالى: (إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ) (الحجر:9).

3- أهداف الإعلام الإسلامي: تتلخص أهداف الإعلام الإسلامي بما يلي:

أ. نشر الرحمة والخير للعالم، من خلال حمل الدعوة الإسلامية، وبيان حقيقة الإسلام عقيدة وشريعة، قال تعالى: (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ) (الأنبياء:107)، وقال: (قُلْ إِنِّي هَدَانِي رَبِّي إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ دِينًا قِيمًا مِثْلَ إِبْرَاهِيمَ حَنِيفًا وَمَا كَانَ مِنَ الْمُشْرِكِينَ) (الأنعام:161)، فالإسلام دين قسط وعدل، فهو وحي من الله تعالى ورحمة، وقوام حياة المسلم والكافر والكون كله؛ من خلال سياسة الأرض بأمر الله وهدية سبحانه.

ب. بيان زيف العقائد والأفكار والتشريعات الوضعية، وعجزها عن تحقيق العدالة وحل مشاكل البشرية، قال سبحانه: (أَمْ اتَّخَذُوا آلِهَةً مِنَ الْأَرْضِ هُمْ يُنشِرُونَ، لَوْ كَانَ فِيهِمَا آلِهَةٌ إِلَّا اللَّهُ لَفَسَدَتَا فَسُبْحَانَ اللَّهِ رَبِّ الْعَرْشِ عَمَّا يَصِفُونَ) (الأنبياء:22)، ودفع شبهات الكفار وأباطيلهم عن العقيدة والتشريع الإسلامي، قال تعالى: (وَضَرَبَ لَنَا مَثَلًا مَّنْ خَلَقَهُ قَالَ مَنْ يُحْيِي الْعِظَامَ وَهِيَ رَمِيمٌ، قُلْ يُحْيِيهَا الَّذِي أَنشَأَهَا أَوَّلَ مَرَّةٍ وَهُوَ بِكُلِّ خَلْقٍ عَلِيمٌ) (يس:79).

ج. تنقيف المجتمع الإسلامي، وتزويده بالأحكام الصحيحة على الأحداث والوقائع وفق معيار الإسلام، وتحسينه من الأفكار الباطلة، قال تعالى: (أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا) (النساء:63)، وقال: (لَقَدْ مَنَّ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُولًا مِنْ أَنفُسِهِمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَمَعِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ) (آل عمران:164).

د. نقل الأحداث والوقائع في العالم ككل بمصادقية وموضوعية متناهية، مع توجيه الأفهام لفهمها فهماً صحيحاً وفق الثقافة الإسلامية؛ ليبقى المسلم على علم بما في مجتمعه والعالم أجمع، ومثاله قوله تعالى: (غُلِبَتِ الرُّومُ (2) فِي أَدْنَى الْأَرْضِ وَهُمْ مِنْ بَعْدِ غَلِبِهِمْ سَيَغْلِبُونَ) (الروم:2-3)، وقد جاء أن النبي صلى الله عليه وسلم "تَعَى زَيْدًا، وَجَعَفَرًا، وَابْنَ رَوَاحَةَ لِلنَّاسِ قَبْلَ أَنْ يَأْتِيَهُمْ خَبْرُهُمْ، فَقَالَ: «أَخَذَ الرَّايَةَ زَيْدٌ فَأُصِيبَ، ثُمَّ أَخَذَ جَعْفَرٌ فَأُصِيبَ، ثُمَّ أَخَذَ ابْنُ رَوَاحَةَ فَأُصِيبَ» وَعَيْنَاهُ تَدْرِفَانِ: «حَتَّى أَخَذَ الرَّايَةَ سَيِّفٌ مِنْ سُيُوفِ اللَّهِ، حَتَّى فَتَحَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ» (24).

هـ. إظهار حقيقة الحياة الإسلامية وطبيعتها، وجعل الهيمنة للقيمة الروحية في المجتمع المسلم؛ التي تكفل السعادة المطلقة للإنسان والمخلوقات ككل، قال تعالى: (صَبَّغَةَ اللَّهُ وَمَنْ أَحْسَنُ مِنَ اللَّهِ صَبْغَةً وَنَحْنُ لَهُ عَابِدُونَ) (البقرة:138)، وقال: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوبَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ) (البقرة:208).

و. تقديم الحلول الناجعة لمشاكل البشرية، مستتيراً بهدي الخالق ووحيه، قال تعالى: (وَيَوْمَ نَبْعَثُ فِي كُلِّ أُمَّةٍ شَهِيدًا عَلَيْهِمْ مِنْ أَنفُسِهِمْ وَجِئْنَا بِكَ شَهِيدًا عَلَى هَؤُلَاءِ وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تَبْيَانًا لِكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَى لِلْمُسْلِمِينَ) (النحل:89).

ثانياً: الإعلام عند غير المسلمين وأهدافه:

24- البخاري. صحيح البخاري. غزوة مؤتة من أرض الشام (ج5، ص143، ح4262).

أما أهل الباطل، فواقع الأداء الإعلامي عندهم غير مضبوط بقيد أو شرط، انسجاماً مع فكرة الحرية ومبدأ الغاية تبرر الوسيلة، عمدتهم الخداع والدجل والتمويه في سبيل تحقيق أهدافهم ومصالحهم، والترويج لأفكارهم ومعتقداتهم وسلوكياتهم الباطلة دون اكتراثٍ لما قد يسببونه من طمسٍ لحقائق الأشياء وواقعها، أو من تدمير لعقول الشباب وسلوكياتهم، أو هدم لحضارات الأمم وثقافتها ومعتقداتها.

1- تاريخ الإعلام عند غير المسلمين وسماته: ومن قديم الزمن والكفار يحاولون التشكيك في الدين الحق وأهله، فقال تعالى: (كَذَلِكَ مَا أَتَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ مِنْ رَسُولٍ إِلَّا قَالُوا سَاحِرٌ أَوْ مَجْنُونٌ) (الذاريات: 52)، وقد طعن برسول الله صلى الله عليه وسلم أنه قد تعلم القرآن من العجم، وطرحوا الشبه المضللة، فشككوا بالبعث، واليوم الآخر، وحاولوا أن يوجدوا تناقضاً في القرآن في قوله تعالى: (إِنَّكُمْ وَمَا تَعْبُدُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ حَصَبٌ جَهَنَّمَ أَنْتُمْ لَهَا وَارِدُونَ) (الأنبياء: 98)؛ فقالوا أن النصارى تعبد عيسى عليه السلام، ومعنى ذلك أنه وارد النار (25) - حاشاه عليه السلام -.

وبعد ذلك تولى اليهود والنصارى هذه المهمة؛ فأنشأوا في القديم دوراً للوضع بالحديث الشريف، مهمتها بث الأحاديث المكذوبة على رسول الله صلى الله عليه وسلم، وفي العصر الحاضر ظهرت عندهم حركات كان لها الدور الأبرز كالتبشير: الذي يحرص على تنصير الشعوب، من خلال وسائل دنيئة في استغلال حاجة الشعوب الفقيرة والمعمدة للغذاء والدواء والتعليم، فيبنون المرافق الصحية والتعليمية (26)، ويوزعون كتبهم المقدسة؛ لتنصير تلك الشعوب.

وكذلك حركة الاستشراق: التي تخصص في دراسة عقائد أهل الشرق وعلومهم وعاداتهم وتقاليدهم وتراثهم الفكري والمادي ككل، بغية إيجاد المثالم والزلات، وتحقيق النكاية والهزيمة بهم، من خلال تأليف المؤلفات ونشر المجلات، والعناية بالترجمة، بغية دس السم في الدسم، وتحقيق الأهداف الاستعمارية لبلاد الشرق، وعلى رأسها البلاد الإسلامية (27).

ويبرع أرباب الفكر العلماني والتغريب اليوم في استغلال وسائل الإعلام في نشر فكرهم الفاسد بالغزو الفكري الذي يستهدف غزو العقول والسيطرة عليها، بحيث تتوجه وتحكم وتتنظر وتعتقد وتتصرف حسب إرادة الغازي، أو بمعنى آخر، بحسب وجهة نظر الغازي وقيمه ومقاييسه، ونظرته للأمم والعقائد الأخرى لذا يقول محمد قطب: "لذلك لا نعجب كثيراً من وجود ثلاث دور صحفية كبيرة لبنانية مسيحية مارونية في القاهرة، وإن كان السؤال يظل باقياً: لماذا اختار أولئك المسيحيون المارونيون اللبنانيون القاهرة لتكون موضع نشاطهم؟ أبتوجيه من الصليبية العالمية أم بدافع من صليبيتهم الذاتية؟ وبطبيعة الحال لا يوجد فرق في النهاية بين هذا الوضع وذاك، فالقنوات الصليبية تلتقي كلها في النهاية في مجرى واحد (...) فهي تمتدح الإسلام وتمدح رسوله العظيم صلى الله عليه وسلم (...) فالإسلام يمدح بما يرضي عواطف المسلمين، نعم. ولكن لا يتحدث عنه كنظام حياة وشريعة حكم، وحينما تناقش المشاكل القائمة في مصر أو في العالم الإسلامي، فلا يقدم لها الحل من شريعة الإسلام، ولا حتى من روحه.. إنما تقدم الحلول - كما سنرى - من التجربة الأوروبية ومن (الحضارة الأوروبية) بل أكثر من ذلك (...) إنما هو حديث مناسبات معينة يطلق عليها المناسبات الدينية، فلا ينحسر الدين عن مفهومه الحيوي الشامل فحسب، بل ينحسر مرة أخرى إلى مناسبات عارضة في حياة المسلم" (28).

²⁵- انظر: الماوردي. النكت والعيون (ج 3، ص 473).

²⁶- انظر: الميداني. أجنحة المكر الثلاثة وخوافيها (ص 34-35). وانظر: الساموك. في المذاهب الفكرية المعاصرة (ص 54.53).

²⁷- انظر: الساموك. في المذاهب الفكرية المعاصرة (ص 48.45).

²⁸- قطب. واقعنا المعاصر (ص 241.239).

ويروي المطبقاني في حديثه عن التغريب في التعليم قول لويس عن أثر المدرسين العسكريين ومقصدتهم في البلاد الإسلامية: "أن المصلحين العسكريين أرادوا أن يفتحوا كوة صغيرة في الجدار يكون الإنسان من خلالها محدوداً ومنظماً، ولكنهم سمحوا بفيضان اخترق آلاف الشقوق مسبباً الدمار وواضعاً بذور حياة جديدة"⁽²⁹⁾، فما هي بذور الحياة الجديدة التي قصدتها؟ إنها الأفكار والقيم ووجهات النظر الغربية التي تفرز التصرفات وأنماط العيش الغربية بما فيها من إباحية ومادية.

وقد ذكر هدار في معرض حديثه عن حال المسلمين بعد التوسع والفتوح: "ذلك أن المسلمين بعد امتداد حركة الفتوح صادفوا ملأً وديانات مختلفة كانت تقف عقبة في سبيل انتشار الإسلام وتقدمه في البلاد المفتوحة، وكان أصحاب هذه الديانات من السريان والنصارى والفرس والزرديشتيين والحرانيين والصابئة وغيرهم قد هضموا التراث اليوناني وتمثلوه أحسن تمثيل، كما مُرِنوا على أساليب الجدل والمحاكاة لإحاطتهم بوسائل المنطق اليوناني، عندئذ أحس المسلمون بحاجتهم لوسائل هذا المنطق وإلى التدريب على أساليب الجدل؛ للدفاع عن الإسلام ضد خصومه وإقناع المنكرين له من أصحاب الديانات الأخرى"⁽³⁰⁾.

ونرى اليوم أن هذا الإعلام لا يتوانى عن خدمة مصالح الدول التي ترعاه في سبيل تحقيق أهدافها، غير مبال بأخلاق أو دين أو إنسانية وهو يصور ويزور الحقائق في إنتاج أفلام تظهر الجيش الأمريكي مثلاً بحلة البطل المخلص للشعوب المقهورة في العراق وأفغانستان وغيرها...، وما فتئ هذا الإعلام يستحدث الوسائل والأساليب باسم العولمة؛ ليجعل العالم كالتقوية الصغيرة بتوسيع دائرة نفوذه؛ فيبسط هيمنته على الشعوب ويسبي عقولها.

ويتلخص بذلك، أن الإعلام الغربي القائم على الغزو الفكري والثقافي، يستهدف ثقافات الأمم وعقائدها؛ لتغيير مقاييسها وقيمتها ووجهات نظرها في الحياة بما يؤدي تلقائياً لتغيير أنساق عيشها؛ ليحل محلها الفكر الغربي الفاسد بما يفرضه من وجهات نظر ومعايير في الحياة؛ ليبقى الغرب الكافر هو المهيمن على الأمم بفكره وقوته يسومها سوء العذاب، يمتص دماؤها دون شعورها بالألم، وصدق الله سبحانه في قوله: (وَلَا يَزَالُونَ يُقَاتِلُونَكُمْ حَتَّى يَرُدُّوكُمْ عَنْ دِينِكُمْ إِنِ اسْتَطَاعُوا...)(البقرة: 217)، وقد كان التركيز في هذا المقام على الغزو الفكري الغربي والإعلام الغربي؛ لأن له الصدارة والدور الأبرز في تمثيل الإعلام غير الإسلامي، وليس المقصود حصر الإعلام غير الإسلامي فيه وحده.

2- أهداف الإعلام عند غير المسلمين:

أ. الطعن في دين الله والتشكيك فيه، من خلال طرح الشبهات، وتلفيق الأكاذيب كما طرحوا في قوله تعالى: (إِنَّكُمْ وَمَا تَعْبُدُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ حَصَبُ جَهَنَّمَ أَنتُمْ لَهَا وَارِدُونَ، لَوْ كَانَ هُوَآءِ آلِهَةً مَا وَرَدُوهَا وَكُلٌّ فِيهَا خَالِدُونَ)(الأنبياء: 99)، شبهة أن عيسى عليه السلام عبد من دون الله، فهل من المعقول أن يدخل النار وهو أحد الرسل؟!.

ب. تشويه العقيدة الإسلامية وتلويثها بالفكر الغربي، والسعي لتتكرر المسلمين لدينهم، وإشاعة الفساد الخلقي وإبهارهم بالمدينة الغربية ليبقوا تبعاً للغرب، قال تعالى: (مَا يَوَدُّ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ وَلَا الْمُشْرِكِينَ أَنْ يُنَزَّلَ عَلَيْكُمْ مِنْ خَيْرٍ مِنْ رَبِّكُمْ وَاللَّهُ يَخْتَصُّ بِرَحْمَتِهِ مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ ذُو الْفَضْلِ الْعَظِيمِ) (البقرة: 105)، وقال تعالى: (إِنَّ الَّذِينَ يُجْبُونَ أَنْ يُشْرِكُوا بِاللَّهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ)(النور: 19).

ج. تشويه الشعوب المسلمة وإبقائها تبعاً لها؛ لتمسي كشعوبهم بلا مقصد أو هدف أسمى يحدو أذهانها، بل منتهى اهتمامها السمر والطعام وأفخاذ النساء، قال سبحانه: (وَلَنْ تَرْضَى عَنْكَ الْيَهُودُ وَلَا النَّصَارَى حَتَّى تَتَّبِعَ مِلَّتَهُمْ قُلْ إِنَّ هُدَى اللَّهِ هُوَ الْهُدَى وَلَئِنَّ آتِيبَتِ أَهْوَاءَهُمْ بَعْدَ الَّذِي جَاءَكَ مِنَ الْعِلْمِ مَا لَكَ مِنَ اللَّهِ مِنْ وَلِيٍّ وَلَا نَصِيرٍ)(البقرة: 120).

²⁹- المطبقاني. الاستشراق والاتجاهات الفكرية في التاريخ الإسلامي (دراسة تطبيقية على كتاب برنارد لويس) (ص 487).

³⁰- هدار. اتجاهات الشعر العربي (ص 102).

د. تشكيل مظلة إعلامية تحمي شعوبهم من خطر التعرف على العالم الخارجي، وما به من حقائق وأفكار ووقائع قد يسبب معرفتها خطراً على أصحاب النفوذ السياسي والاقتصادي العلماني والرأسمالي وسياساتهم؛ لتبقى مستعبدة تساق سوق الأنعام⁽³¹⁾.
ويتضح مما سبق أن هذا النوع من الإعلام هو موضوع دراسة هذا البحث لكونه المهيم والسائد في وقتنا الحاضر؛ لما يعيشه المسلمون اليوم من ضعف وهوان على الناس.

المسألة الثالثة: أدوات الإعلام ووسائله.

أولاً: الاتصال الشخصي: وهو التواصل الشخصي المباشر دون وسائل مادية أو وسائط نقل يستعان بها في عملية الإرسال، وقد تلخص في الشعر والخطابة في القديم، ويندرج تحت هذه الوسيلة الأحداث المفغلة والمرعبة، والإشاعات المعدة لما فيها من إيماءات ورأي جمعي.

وقد ذكر د. عرفان: "أن مسألة القضاء والقدر والصفات الإلهية ظهرت في الإسلام من تعاليم الكنيسة النصرانية ونفوذ أساتذتها المتكلمين - ويتابع - تحاشاً أهل الكتاب الجدل العلني، وأخذ بعضهم يدخل الإسلام ليعملوا من خلاله، فكانوا يثيرون الأسئلة من داخل المسلمين (...). كما هيأ جو الأمن والحرية الذي عاشه النصارى في ظل دولة الإسلام إمكانية الجدل ودخول التأويل"⁽³²⁾، وصدق الله سبحانه: (وَقَالَتْ طَائِفَةٌ مِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ آمَنُوا بِالَّذِي أُنزِلَ عَلَيَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَجَاءَ النَّهَارَ وَكَفَرُوا آخِرَهُ لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ) (آل عمران: 72)، ويتبع هذه الوسيلة في الوقت الحالي الأحزاب والمنابر في الجمع، وخطابات الزعماء والمحاضرات، والمؤتمرات والمسارح السياسية والاجتماعية، والنثرية والغنائية.

وتبرز أهمية التواصل الشخصي في كونه لا يحمل دليلاً ملموساً على أصحابه في الفكر الذي يتواصلون فيه، وفي قوة تأثيره على الجماهير على مر العصور، سواءً كان في الحق كما في دعوة النبي - صلى الله عليه وسلم - لقومه، أو في الباطل كما في الثورة الفرنسية⁽³³⁾، فهو الوسيلة الأفضل لكل من حاول نشر ثقافة أو فكر أو دعوة؛ إذ يتيح إمكانية التثبيت، والاستيضاح، والاستفسار، وهو يعتبر أقدم وسائل الإعلام ظهوراً.

ثانياً: الاتصال المرئي والمسموع والمقروء⁽³⁴⁾:

- 1- الكتب: التي تمتاز بخطابها للخاصة أي للثلة المثقفة من المجتمع، ففيها البسط والاستفاضة، وتنوع المواضيع، وتنوع أساليب الخطاب من شعر ونثر وقصة ورواية بحيث تلبى جميع الميول والرغبات، ونتيجة لذلك تُحقق قوة إقناعية عالية.
- 2- الصحافة: التي تحتوي الجرائد والمنشورات والمجلات التي تتميز بسهولة الوصول إليها وأرشفتها للرجوع لها في أي وقت يختاره القارئ؛ فيراجع ما يريد مراجعته بالسرعة التي يريدها، وهي ذات انتشار أوسع من الكتب وتغطي جمهوراً أكبر، إلا أنها أقل تأثيراً من الكتب؛ لكونها محكومة بأساليب محدودة في الخطاب ولا مجال فيها للاستفاضة.
- 3- الراديو: بما يحويه من أخبار وأغان وأفكار، وما يتميز به من مساحات مكانية وجماهيرية واسعة يغطيها، متخطياً حاجز الأمية والحواسر الجغرافية؛ حيث يصل للصغير والكبير، والمتعلم وغيره دون أدنى جهد من المستمع الذي يستطيع الاستماع له خلال العمل، كما أن الراديو يعطي مجالاً للتصور والتخيل والتفكير أكثر من التلفاز.

³¹- انظر: شيلر. المتلاعبون بالعقول (ص 20).

³²- المصري. الإسلام في مواجهة الحركات الفكرية زمن الدولة الأموية (ص 125. 134).

³³- سمارة. مكالمات هاتفية شخصية (2020/4/25)

³⁴- انظر: الدبسي. الإعلام الإسلامي (الأهداف والوظائف) (ص 15). وجبارة. علم اجتماع الإعلام (ص 107). والدبيري. الصحافة في ضوء الإسلام

(ص 24.23).

4- السينما والمسرح: من أفلام سياسية ورومانسية، واجتماعية وترفيهية، ومن مسرحيات تتميز باعتمادها على حاستي السمع والبصر، وجمعها بين الرؤية والصوت والحركة والألوان؛ فتملك على المشاهد نفسه وتأسر وجدانه وتلاعب بعواطفه، إلا أنها أقل محدودية في جمهورها من الوسائل التي سبقتها رغم أنها أقوى تأثيراً منها في الجمهور.

5- التلفاز والواقيات: تلك الوسيلة الأخطر على الإطلاق، التي تجمع بين قوة السينما والمسرح بالتأثير على الجمهور، وسعة الانتشار والتغطية لجميع شرائح المجتمع وقلة التكلفة، فقد دخل التلفاز كل بيت وصار مربباً لكل أسرة، يعتمد على حاستي السمع والبصر، ويجمع بين الرؤية والصوت والحركة والألوان وتقديم المادة الإعلامية في كل وقت.

6- الإنترنت: الذي أمسى هوس الشباب اليوم؛ حيث يمتاز بسعة الانتشار، وتنوع المواضيع وتوفر المادة الإعلامية في كل وقت، إلا أنه أقل سهولة في التعامل من التلفاز، كما يمتاز بتبليته لاحتياجات ورغبات الجماهير في المادة التي يريدون، وفي الوقت الذي يرغبون، من ثقافة وترفيه وغيرها... الخ.

وفي الواقع إن وسائل اتصال الإعلام المرئي والمسموع والمقروء قد أصبحت في الصدارة ودخلت كل بيت وقرية، وأمسى لها الأثر الأبرز في التأثير على المجتمعات، بما فيها من معتقدات، وعادات، وسلوكيات، وأنساق عيش؛ لتصبغها بصبغة النظام العالمي الجديد تحقيقاً لمفهوم العولمة.

وتظهر نظرة الإسلام لوسائل الإعلام بشكل عام من خلال ما نزل من قرآن في الشعر والشعراء⁽³⁵⁾، تلك الوسيلة الإعلامية الأبرز في ذلك الوقت، إذ أنكر وحرّم الإعلام ووسائله القائمة على التضليل ونشر الفرقة والتباغض والناشرة للفاحشة، والواقعة في أعراض الخلق، والمفسدة للمجتمعات وتصوراتها، فقال تعالى: (وَالشُّعْرَاءُ يَتَّبِعُهُمُ الْغَاوُونَ، أَلَمْ تَرَ أَنَّهُمْ فِي كُلِّ وَادٍ يَهِيمُونَ، وَأَنَّهُمْ يَقُولُونَ مَا لَا يَفْعَلُونَ) (الشعراء: 226)، ثم استثنى الإعلام الهادف المبني على صحة التصور والسلوك، المنضبط بوحى الله تعالى، فقال: (إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَذَكَرُوا اللَّهَ كَثِيرًا وَانْتَصَرُوا مِنْ بَعْدِ مَا ظَلَمُوا وَسَيَعْلَمُ الَّذِينَ ظَلَمُوا أَيَّ مُنْقَلَبٍ يَنْقَلِبُونَ) (الشعراء: 227)، أي أن حكم الوسيلة الإعلامية بحسب القائم عليها وهدفه وكيفية استخدامه لها.

المطلب الثاني: مفهوم المجتمع.

المسألة الأولى: تعريف المجتمع.

أولاً: **المجتمع لغة:** "المُجْتَمَعُ من الجَمْع: والمَجْمُوع ما جُمِعَ من هُنَا وَهُنَا وَإِنْ لَمْ يُجْعَلْ كَالشَّيْءِ الْوَاحِدِ، ضد المتفرق.. والجامع من كل شيء مُجْتَمَعٌ أَصْلُهُ، وكلُّ ما تَجَمَّعَ وانضَمَّ بَعْضُهُ لِبَعْضٍ"⁽³⁶⁾، "وَجَمَعَ المتفرق - جمعاً: ضمَّ بَعْضُهُ إِلَى بَعْضٍ. وَجَمَعَ اللَّهُ الْقُلُوبَ أَفْهًا"⁽³⁷⁾.

تبيين مما سبق أن كلمة مجتمع تدل على تأليف المتفرق، ومكان الالتقاء بالأصل والاتفاق، ومكان المخالطة ونشوء الجماعات الإنسانية، وهذه المعاني كلها ذات علاقة وطيدة بالمعنى الاصطلاحي للمجتمع عند علماء الاجتماع.

ثانياً: المجتمع اصطلاحاً: عرّف المجتمع بعدة تعريفات، أبرزها:

- عند المادية التاريخية: "عبارة عن منظومة ثابتة نسبياً، تحددت عبر التطور التاريخي للروابط والعلاقات الاجتماعية، بين جماعات من الناس بمعنى الطبقة، تعزز وجودها قوة العادات والتقاليد ثم القوانين القائمة على أسلوب معين للإنتاج"⁽³⁸⁾.

- "حصيلة منظومة المؤسسات والنظم والتنظيمات الاجتماعية"⁽³⁹⁾.

³⁵- انظر: الماوردي. النكت والعيون (ج4، ص190).

³⁶- الفيروزبادي. القاموس المحيط (ص710).

³⁷- مصطفى. المعجم الوسيط (ص134.135).

³⁸- عثمان. مقدمة في علم الاجتماع (ص89).

³⁹- عثمان. مقدمة في علم الاجتماع (ص90).

- "النسق المكون من العُرف المتنوع والإجراءات المرسومة، ومن السلطة والمعونة المتبادلة، ومن كثير من التجمُّعات والأقسام وشتى وجوه ضبط السلوك الإنساني والحريات"⁽⁴⁰⁾.

- "جميعُ العلاقات بين الأفراد وهم في حالة تفاعل مع منظمات وجمعيات لها أحكام وأسس معينة. لكن المجتمع يشمل جميع المنظمات والجماعات التي لها بنايات دائمة منظمة يمكن دراستها دراسة موضوعية تقع ضمن اختصاص المنهج العلمي الذي يسير عليه عالم الاجتماع"⁽⁴¹⁾.

يظهرُ مما سبق أن هذه التعريفات متأثرة بوجهات نظر أصحابها عن الحياة، كما ظهر في تعريف الماديين للمجتمع الذين عزوا نشوء العلاقات والروابط الاجتماعية إلى أسلوب معين للإنتاج، غير أن هذا الأمر غير مستغرب؛ لأن الإنسان يفسر المفاهيم بحسب وجهة نظره الأساسية عن الحياة، لكن إن كانت وجهة النظر هذه ناقصة قاصرة لكونها من وضع البشر فلا بد أن يأتي التفسير للمفاهيم قاصراً أيضاً؛ فالإنتاج كقيمة مادية له تأثيره في بناء النسق المجتمعي، غير أنه ليس العامل الوحيد في بناء العلاقات والروابط في المجتمع، فالأفكار، والغرائز، والأحداث، والوقائع، لها الدور الأكبر في بناء المجتمع ونظمه، "فالرأسمالية مثلا لم تقم على ضرورة مادية كافية بل قامت على الأفكار والأخلاق التي دعت إليها البروتستانتية"⁽⁴²⁾.

وقد عزى د. عصام منصور السلوك الاجتماعي الانفعالي إلى الغرائز الثلاث - النوع، وحب البقاء، والتدين - فالسلوك الاجتماعي الانفعالي مثل القتال، والهرب، والتملك، والحق، والحسد والإيثار والأثرة... الخ ما هي إلا مظاهر للغرائز السالفة⁽⁴³⁾.

أما التعريف الثاني فقد قصر مفهوم المجتمع على حصيلة منظومة المؤسسات، بمعنى أن المجموعة الواحدة لا تشكل مجتمعاً وإن ربطت بينها علاقات دائمة ومصالح مشتركة، بل وكأنه يعرف الدولة ونظامها لا المجتمع.

أما عن التعريف الثالث فقد اشترط كثرة التجمعات والأقسام، مع أن تجمع القبيلة البدوية وعلى قلة أقسامه وبساطته يعد مجتمعاً بصرف النظر عن حجمه مقارنة بالمجتمع الحضري، وقد ذكر شتى وجوه ضبط السلوك الإنساني وأضاف إليها الحريات.

أما آخر تعريف فقد أغفل أهم مكون من مكونات المجتمع كما أغفلته التعريفات السابقة، ألا وهو الإنسان، فقد اقتصر مفهوم المجتمع على العلاقات الناشئة عن تفاعل الأفراد، في حين لا يمكن أن يعرف المجتمع بأنه مجرد علاقات دائمة بمعزل عن محل هذه العلاقات الذي له الأثر الأكبر في نشوئها وتشكيلها. "والحقيقة أن المجتمع ليس مكون من أفراد مطلقاً، فالفرد مع الفرد يكونون جماعة وليس مجتمعاً، والجماعة لا تشكل مجتمعاً إلا إذا نشأت بين أفرادها علاقات دائمة، فإذا لم تنشأ علاقات ظلوا جماعة. ولهذا كان وجود مئة ألف شخص في مدرّج كرة قدم جماعة، ولكن وجود مئة شخص في قرية مجتمعاً لما بينهم من علاقات دائمة؛ فوجود العلاقات الدائمة بين الجماعات هو الذي يجعل منهم مجتمعاً"⁽⁴⁴⁾.

- **المجتمع في الإسلام:** أفاد ابن خلدون في مقدمته أن التجمع الإنساني أمر فطري في النفس الإنسانية حيث عبر عنه نقلاً عن الحكماء: "الإنسان مدني بالطبع (...). وبيانه أن الله سبحانه خلق الإنسان وركبه على صورة لا يصح حياتها وبقاؤها إلا بالغذاء، وهده إلى التماسه بفطرته وبما ركب فيه من القدرة على تحصيله، إلا أن قدرة الواحد من البشر قاصرة عن تحصيل حاجته من ذلك الغذاء"⁽⁴⁵⁾، ويشير لهذا المعنى قوله سبحانه: (يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ) (الحجرات: 13)، وقال: (وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا وَجَعَلَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ بَيْنِينَ وَحَفَدَةً وَرَزَقَكُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ أَفَبِالْبَاطِلِ يُؤْمِنُونَ وَبِنِعْمَةِ اللَّهِ هُمْ يَكْفُرُونَ) (النحل: 72).

⁴⁰ - النبوي. مدخل إلى علم الاجتماع (ص 87).

⁴¹ - النبوي. مدخل إلى علم الاجتماع (ص 87).

⁴² - الغزوي. مدخل إلى علم الاجتماع (ص 20).

⁴³ - منصور. مدخل إلى علم الاجتماع (ص 20).

⁴⁴ - منصور. مدخل إلى علم الاجتماع (ص 34).

⁴⁵ - ابن خلدون. المقدمة (ص 41-42).

فهذه الآيات ترسم لنا الصورة الحقيقية الواضحة للمجتمع الإنساني؛ فقد بينت لنا نواة المجتمع الإنساني القائم على الزوجية المتمثلة بالأسرة، ثم الشعوب والقبائل التي تتألف من مجموع الأسر، وعبرت عن نشوء العلاقات الدائمة بالتعارف، وأن تفوق الأمم والشعوب لا يكون بالكثرة أو النسب، وإنما بالتزام أمر الله مع النفس والغير المُعبر عنه بالتقوى، وبذلك نستطيع أن نعرف المجتمع بأنه: **الإنسان وعلاقاته الدائمة التي تنظم شؤونه وترسم أنساق عيشه.**

وبعد تحديد معنى المجتمع، لا بد من التعرف على ركنيه أكثر، وعلى طبيعته، ليتسنى لنا لمس آلية التغيير فيه.

المسألة الثانية: أركان المجتمع وطبيعته.

أولاً: أركان المجتمع.

1. **الإنسان:** وهو "الكائن الحي المخلوق لله تعالى، المتميز بالعقل والإرادة والاستخلاف في الأرض، والتكليف بالإيمان، والمسؤولية عن أفعاله بين يدي الله تعالى في الدنيا والآخرة"⁽⁴⁶⁾. ففي القول الكائن الحي المخلوق: يحتوي اشتراكه في خصائص المخلوقات من حياة وموت ونمو وتبدل حال وتكونه من مواد الكون وعناصره، واشتراكه مع الحيوان في الحاجات والغرائز التي ما هي إلا استعداد فطري يظهر جلياً في تفاعله مع موجودات الكون على شكل سلوكيات وتصرفات تلزم لتحقيق الغاية من الخلق.

غير أن هذه الغرائز ما هي إلا طاقة هائلة جامحة مهلكة للحرث والنسل دون العقل الذي جُعل مناطاً للتكليف، الذي يحتوي التصورات، والمعلومات، والمعايير الصحيحة المستقاة من الوحي عن الكون والإنسان والحياة بمقتضى الإيمان والتكليف؛ لتحقيق الغاية من الوجود في عمار الأرض وسياستها بأمر الله وهديه؛ ليكون الإنسان هو خير البرية أو شرها تبعاً لإرادته وقصده.

2. **العلاقات الدائمة:** ويقصد بها تلك العلاقات التي تأخذ طابع الديمومة، كعلاقة الأم بابنها، وعلاقة الزوج بزوجته، وعلاقة الموظف بمجال الدولة... الخ⁽⁴⁷⁾، وهي الناشئة عن تفاعل الغرائز والحاجات مع موجودات الكون، لتشكل هذه التفاعلات في العقل تصورات ومعايير عن الأشياء، وكيفية التعامل معها، فتنشأ عن ذلك العلاقات الدائمة من عالم الحس الخاضعة لمعايير وتصورات الحس سعياً لتحقيق الأمن النفسي، والسياسي، والاقتصادي... الخ للإنسان.

ولذلك وجد الوحي؛ لتزويد العقل البشري بالتصورات، والحقائق، والمعايير الصحيحة للأشياء؛ لتحقيق الغاية من الخلق في تحقق الأمن النفسي، والسياسي، والاقتصادي، على أتم وجه.

ثانياً: طبيعة المجتمع.

يفسر علماء الاجتماع نشوء المجتمع البشري بتفسيرات عدة، أولها تفسير ابن خلدون الذي أفاد في مقدمته أن سبب نشوء المجتمع الإنساني يعود لفطرته في عجزه عن إشباع حاجاته من الأمن والغذاء بمفرده، بوصفها قوام حياته⁽⁴⁸⁾.

وعزى ماركس - رائد المادية التاريخية - نشوء المجتمع إلى تطور الإنتاج وأدواته حيث "يترتب على الفعل الإنتاجي وهو فعل اجتماعي بطبيعته بناء علاقة بالبيئة الطبيعية ومواردها، كما تتطلب عملية الإنتاج نوعاً من العلاقات والتنظيم الاجتماعي، وتقتضيه عملية الإنتاج في علاقة الإنسان بالبيئة تحديد وجود موارد وتجهيزات وأدوات تشكل في مجموعها معنى مفهوم (وسائل الإنتاج) فإذا أضيف لها الإنسان المنتج تصبح معاً قوى الإنتاج"⁽⁴⁹⁾، وعند تطور الإنتاج تتحد قوى الإنتاج وتتباين فتنشأ الطبقة والصراع الطبقي.

⁴⁶ - سمارة. مفاهيم أساسية في العقيدة الإسلامية (ص 88).

⁴⁷ - انظر: منصور. مدخل إلى علم الاجتماع (ص 34).

⁴⁸ - انظر: ابن خلدون. المقدمة (ص 41-42).

⁴⁹ - عثمان. مقدمة في علم الاجتماع (348).

ويرى ماكس فيبر أن سبب نشوء المجتمع وتغييره هو التحول والتغير الذي يحصل للأفكار والقيم، ودلل على ذلك بما أحدثته البروتستنتية من تغيير في المجتمع الغربي حيث تضمنت البروتستنتية قيماً تحتوي على قيمة كبرى للعمل والنجاح وعدم التمييز وأخلاقيات العمل؛ لعبت هذه الأفكار الجديدة دوراً مهماً في تطوير اتجاهات وأنماط سلوك نحو العمل وعمليات الإنتاج⁽⁵⁰⁾.

أما طبيعة المجتمع في الإسلام فكل ما ذكر من عجز الإنسان عن إشباع حاجاته، ومن تطور الإنتاج وقواه، ومن تغيير في الأفكار والقيم هي مؤثرات في المجتمع وما يحدث به من تغيرات، لكن هذه العوامل ليست السبب المباشر المؤثر في المجتمع وعلاقاته؛ فيجب علينا أن لا نغفل الدور الأساسي للإنسان على هذه الأرض، وهو دور الخلافة الذي يقتضي تدبير شؤون حياته والتفاعل مع موجودات الكون وفق أمر الله تعالى.

وقد اقتضت إرادته سبحانه وتعالى أن يكون مقتضى هذا التكليف العقل والإرادة التي يكونها الوحي، غير أن هذا العقل ما هو إلا حصيلة أفكار، وتصورات صالحة للحكم على الأشياء وإعطائها أوصافاً تحدد حقائقها، ووظائفها، وطريقة التعامل معها، وهذه الأفكار والتصورات إما أن يحصلها الإنسان من الوحي الإلهي الواصل إليه بطريق النبوة، فيهتدي به إلى التصورات والأفكار والأحكام الصحيحة المنسجمة عن الكون والإنسان والحياة، وعلاقة ذلك كله بما قبله وما بعده؛ فينشأ بهذه الأفكار مجتمعاً ربانياً مثالياً بثقافته وعاداته وأساق عيشه، يحقق لأفراده، الكفاية والعيش الكريم، ويرسم لهم صحة التصور، والسلوك، والهدف، والمعيار؛ فيكون المجتمع هو المؤثر أكثر مما يتأثر وإما أن يحصلها من محاولة إدراك عقله القاصر لموجودات الكون، فيكون تصورات وأفكاراً فاسدة متناقضة يُنشأ بها مجتمعاً بالياً مترنحاً، يسوده الطغاة والمتألهين، وتعصف به الأهواء والمنافع؛ لتصبغه بالفساد من التصور، والسلوك، والهدف، والمعيار؛ ليكون متأثراً بتعدد الأهواء والرغبات المادية المتقلبة وأربابها، فيكون متأثراً أكثر منه مؤثراً "وقد أكد ماركس على أن الظروف الاجتماعية هي التي تشكل أيديولوجيات الناس، فالاشتراكية كانت ردة فعل على اضطهاد الرأسمالية"⁽⁵¹⁾.

ويوضح ذلك أيضاً ما حدث في أوروبا من تكوين تصورهم عن الكون والإنسان والحياة كردة فعل ضد الكنيسة وممارساتها⁽⁵²⁾؛ فنشأت الإيديولوجية العلمانية، التي جعلت من العقل البشري آلهة، وهمشت دور الإله في واقع الحياة. وبذلك يتضح أن التغيير في الإنسان وعلاقاته الدائمة يحدث بتغير الأفكار والتصورات؛ لذلك فإن العلاقة بين المجتمع الإنساني والأفكار والتصورات على مر العصور علاقة تأثر وتأثير، يتوقف على موقف الإنسان من الوجود، وهذا الموقف إما أن يصوغه الوحي الرباني، أو يكونه العالم المادي المحسوس؛ فإما أن يكون الإنسان عابداً لله فيعبد له الكون، أو أن يكون عبداً للكون وآلهته المزعومة.

ولا أدل على ذلك من مجيء الأنبياء عليهم الصلاة والسلام على مر الزمان؛ ليصحوا للمجتمعات البشرية التصور والسلوك، وتغير هذه المجتمعات بتغيير تصوراتها، ثم النكوص إلى حالها بمجرد اندثار التصور الصحيح حتى بُعث النبي محمد صلى الله عليه وسلم بمعجزة القرآن الكريم، المعجزة الخالدة؛ ليختتم الرسالات وتبقى معجزته وسنته شاهدة ومصوبة لتصورات البشر وسلوكياتهم على مر العصور، وكما قال عمر رضي الله عنه: نحن قوم أعزنا الله بالإسلام فمتى ابتغينا غيره أذلنا الله⁽⁵³⁾. وبناءً على ما سبق فإن التغيير المعتبر في المجتمع لا بد أن يظهر أثره على الإنسان، وعلاقاته الدائمة، حتى يكون تغييراً اجتماعياً.

المطلب الثالث: تأثير الإعلام في الثقافة الإسلامية.

⁵⁰ - عثمان. مقدمة في علم الاجتماع (ص 351).

⁵¹ - الغزوي. محل إلى علم الاجتماع (ص 292).

⁵² - انظر: قطب. مذاهب فكرية معاصرة (ص 35).

⁵³ - ابن كثير. تفسير القرآن العظيم (ج 4، ص 40).

المسألة الأولى: مفهوم الثقافة وأنواعها.

أولاً: مفهوم الثقافة لغة واصطلاحاً.

1- مفهوم الثقافة لغةً: ثقافة من "ثقّف: ثقفاً صار حاذقاً فطناً، فهو ثقيف والخل: اشتدت حموضته فصار حريفاً لاذعاً، فهو ثقيف، والعلمُ والصناعة: حذقها (...). ثقّف: أقام المعوجَّ منه وسوّاه، والإنسان: أدبه وهذبّه وعلمّه (...). الثقافة: العلوم والمعارف والفنون التي يطلب الحذق فيها. والثّقاف أداة من خشب أو حديد تتقف بها الرماح لتستوي وتعتدل"⁽⁵⁴⁾، "وثقّفهُ تثقيفاً سوّاه وثاقفه فتقّفه كنصره غالبه فغلبه في الحذق"⁽⁵⁵⁾.

ويتضح من خلال ما ذكر أن لفظة الثقافة مستمدة من الجذر اللغوي ثقّف الذي يدل على الفطنة، والحذاقة، وتقييم المعوج، وتتعدى هذه الألفاظ للإنسان؛ لتعبر عن الإنسان الموقوم بالأدب والعلم والتهديب. غير أن هذه اللفظة قد احتوت معاني معنوية كالكفاءة، والفطنة، والإحاطة بالعلم، ومعاني محسوسة.

2- مفهوم الثقافة اصطلاحاً: عرّف الثقافة تعريفات عديدة منها:

- "جميع أنواع السلوك المتعلم والمتوقع في مجتمع؛ فيشمل المعنى العمران والأدوات ووسائل علاجها، كما يتضمن النظم والمعتقدات وأنواع المعرفة والفنون والآداب والقيم والمعايير والتقاليد والعادات والأعراف، أي كل ما أنتجه الإنسان أو ما تبناه ضمن حياته الاجتماعية"⁽⁵⁶⁾.

- "هي مجموع ما يحصل عليه الفرد من مجتمعه، من المعتقدات والتقاليد تكونت على مدى التاريخ"⁽⁵⁷⁾.

- "جملة العلوم والمعارف والفنون التي يطلب الحذق فيها"⁽⁵⁸⁾.

ففي التعريف الأول، يتركز معنى الثقافة في السلوك المتعلم، ويذكر العمران والأدوات والوسائل دون التركيز على سمة هذه العناصر وما يميزها من سلوك ووسائل ونظم... الخ، وهو أهم ما يميز الثقافة أنها تميز أمة عن أمة أخرى ومجتمع عن آخر، كما ظهر إدخال العلم التجريبي ضمن الثقافة في قوله أنواع المعرفة.

أما التعريف الثاني، فيقتصر الثقافة على جزئها (معتقدات وتقاليد)، ويصفها بأنها ما يحصله الفرد ولم يذكر كذلك السبب الذي يجعلها علامة فارقة لأمة على أخرى أو لمجتمع على آخر.

والتعريف الثالث، عام يقتصر الثقافة على العلوم والمعارف دون التركيز أو مجرد الذكر للمعتقدات والمفاهيم والأفكار المؤثرة في السلوك، فهو يحتاج لضبط حدوده وإبراز معالمه.

والظاهر أن العلماء لم يتفقوا على تعريف واضح للثقافة؛ لتكون لفظة دالة عليه في جميع المواقف والمحافل العلمية وشتى أنواع العلوم، "وما كان هذا الاضطراب ليحدث لو أن الباحثين التزموا المنهج الصحيح في تكوين المصطلحات، من الانطلاق من الجذر اللغوي للكلمة في لغة العرب، ثم إعطائها البعد الاصطلاحي في عرف المصطلحين عليها دونما إلغاء للمعنى اللغوي كُله، وإنما يُجعل نوعاً من الارتباط والعلاقة بالدلالة اللغوية، أي لا بد من توضيح الدلالة اللغوية بوجه من الوجوه في العرف الاصطلاحي كي تصبح الدلالة الاصطلاحية للكلمة حقيقة عرفية لدى المصطلحين عليها (...). ثم لا بد أن يكون المصطلح واضحاً محدداً منطبقاً على الواقع تسهل عملية الاستفادة منه (...). سواء استخدم المصطلح في السياسة أم في الفلسفة أم في الاجتماع"⁽⁵⁹⁾.

⁵⁴- مصطفى. المعجم الوسيط (ص 98).

⁵⁵- الفيروزبادي. القاموس المحيط (ص 795).

⁵⁶- عثمان. مخل إلى علم الاجتماع (ص 156).

⁵⁷- منصور. مدخل إلى علم الاجتماع (ص 72).

⁵⁸- القاسم. المدخل إلى الثقافة الإسلامية (ص 4).

⁵⁹- سمارة. الثقافة الإسلامية آفاقها ومرتكزاتها (ج 1، ص 26).

ولعلَّ أنسب تعريف للثقافة بمعناها العام ما ذكره د. إحسان بأنها: "نمط معرفي مكتسب مرتبط بالإنسان في تكوين عقليته وتوجيه سلوكه في إشباع غرائزه، وسد حاجاته وطراز عيشه، وعلاقاته، ونظم حياته على صعيد فردي أو مجتمعي، تتكون عناصره بالإخبار والتلقي والاستنباط أياً كان مجاله وموضوعه ومضمونه. فقولنا نمط معرفي، قيد أخرج به الممارسات العملية والوسائل والأساليب المادية والمعارف الفطرية من الحركات الإرادية الصادرة عن الإنسان بفعل الطاقة الحيوية وما يصاحبها من مشاعر وأحاسيس فطرية كالتعبير عن الجوع والألم والحرمان ونحو ذلك. وقولنا يرتبط بالإنسان في تكوين عقليته وتوجيه سلوكه؛ قيد نخرج به المعارف العلمية التجريبية، وقولنا في إشباع غرائزه وحاجاته... قيود تحصر مجالات المعرفة الثقافية (...). وقولنا تتكون عناصرها بالإخبار والتلقي والاستنباط، قيد يبين كيفية تكون المعارف الثقافية ليميزها بذلك عن غيرها من المعارف العلمية، وغيرها من الفلسفات والخيالات زيادة في التحديد والضبط"⁽⁶⁰⁾.

وعلى ذلك تكون الثقافة الإسلامية هي: "نمط معرفي تحتمه العقيدة الإسلامية، وتبعث على بحثه ووجوده، يتعلق بالإنسان في تكوين عقليته وميوله، وفي بناء علاقاته ونظمه، وتحديد أنماط سلوكه وطراز عيشه على صعيد فردي ومجتمعي ودولة وأمة"⁽⁶¹⁾.

ففي هذا التعريف تنحصر الثقافة وتتحدد بأنها النمط المعرفي المؤثر في الإنسان وعقليته وميوله، والموجه له في سلوكه وعلاقاته ونظم عيشه، أياً كان مصدر اكتساب هذا النمط، سواءً كان مصدره الوحي الرباني المتمثل بالعقيدة الإسلامية، أم كان مصدره انفعال حاجات الإنسان وغرائزه مع موجودات الكون.

ثانياً: أنواع الثقافة من حيث المتبنين لها:

1. الثقافة الخاصة: وهي عبارة عن العناصر الثقافية التي يشترك فيها مجموعة معينة من أفراد المجتمع اتسموا بفكرٍ خاص قد يناقض الفكر العام وقد يتفرد عنه بأنماط سلوكية أو عادات أو تقاليد أو قيم تختلف عما هو مشترك بين جميع أفراد المجتمع، كالثقافات التي تميز الأحزاب السياسية، أو مؤسسات المجتمع المدني - كمؤسسات حقوق المرأة أو حقوق الطفل - أو التيارات والطوائف الدينية التي تتميز بأفكار وسلوكيات ونشاطات خاصة تتميز عن فكر المجتمع وسلوكه، إما تركيزاً لبعض الفكر السائد، أو مخالفةً له، فالمجتمعات ذات الرقعة الجغرافية الكبيرة والتركيب السكاني المعقد تكثر فيها الخصوصيات الثقافية أو الثقافات الفرعية والخاصة.

إلا أن هذا النوع من الثقافة يبقى ذائبا في العموميات، أو ما يسمى بالثقافة العامة وضعيف التأثير في ظلها، لكونه يعيش في بيئتها، ويدور في فلحها، فهو غالباً متأثر بها لا مؤثر، كحال الإسلام في ظل الثقافة الجاهلية في العهد المكي قبل أن يصبح ثقافة سائدة كما أصبح في العهد المدني.

2. الثقافة العامة: أو ما يطلق عليه بالعموميات، أو الرأي العام، أو الثقافة السائدة، وهي التصورات والأفكار المشتركة لدى جميع أفراد المجتمع، المتعلقة بإشباع غرائزهم وتوجيه ميولهم، وصنع علاقاتهم ونظم عيشهم، والتي تقوم بقياس صلاحية الأفكار الجديدة من عدمها، فهذا النوع من الثقافة ما هو إلا الدرع المنيع لهوية المجتمعات والحامي لخصوصياتها وملامحها، وهو الميزان الذي يزان فيه كل ما هو جديد من أفكار ومعتقدات، وقيم وميول، وعلاقات ونظم، والمحدد للمرغوب والمكروه، والحسن والقبيح، والنافع والضار منها في المجتمع .

ويجدر هنا مناقشة مفهوم الرأي العام؛ "رأي الأغلبية، وهو نموذج معين من الفكر والقول يعم ويسود على النماذج الأخرى"⁽⁶²⁾، "ومع أن الرأي العام وجود معنوي لا نراه، فإن ذلك لا ينقص شيئاً من قوته، شأنه في ذلك شأن الضغط الجوي الذي لا نراه ولكنه موجود"⁽⁶³⁾، وقد عرف علماء النفس والاجتماع والسياسة الرأي العام بتعريفات منها:

60- سمارة. الثقافة الإسلامية أفاقها ومركزاتها (ج1، ص32).

61- سمارة. الثقافة الإسلامية أفاقها ومركزاتها (ج1، ص35).

62- رشوان. العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع (ص233).

أ- "اعتناق الجماعات لأفكار نظرية تأملية يقصد تغيير وتطوير المؤسسات السائدة"⁽⁶⁴⁾.

ب- "مجموع اتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم"⁽⁶⁵⁾.

ج- "تلك العاطفة إزاء موضوع معين، التي يرحب بها أكثر أعضاء الجماعة اطلاعاً وذكاءً وتمسكاً بالأخلاق، هذه العاطفة التي لا تقف وتعتنق تدريجياً من جانب جميع الأشخاص تقريباً التي تتكون منهم جماعة ذات مشاعر سوية تعيش في دولة متمدنة متحضرة"⁽⁶⁶⁾.

فأول تعريف أغفل الجانب المادي السلوكي المعبر عن الرأي العام، وابتعد الثاني عن واقع الرأي العام المتمثل باتجاه واحد للمجموع، أما الثالث فقد أطلق عليه لفظ العاطفة وقرن بينها وبين أكثر أعضاء الجماعة ذكاءً في حين أن حقيقته لها حظاً من اسمه؛ فالرأي والفكر محله العقل لا العاطفة، غير أنها قد تكون سبباً في تكونه كما أفاد أغلب الباحثين فيه، وقد اشترط في أعضاء الرأي العام المثالية وهي ليست شرطاً في تكونه، فقد يكون الرأي العام فاسداً أو صالحاً تبعاً لمصدره وبذلك يمكن تعريفه أنه: **المناح والمعيان الفكري والسلوكي السائد في قضية ما في مجتمع.**

المسألة الثانية: التأثير على الرأي العام.

أولاً: الجوانب التي يتأثر الرأي العام بالتركيز عليها⁽⁶⁷⁾:

1. التركيز على الجانب الفكري النظري ويتم فيه التركيز على القيم والاتجاهات والذوق العام للجماهير، وهذه المهمة من أصعب المهام لدى الإعلاميين حيث إن أصعب تغيير هو تغيير المعايير والأفكار والقيم، فهي الحصن المنيع للأمم من الغزو الفكري، حيث إن قيمة المجتمعات بما تعتنق من أفكار وقيم، فإن ضربت وضاعت ضلّت طريقها وأصبحت كالغراب الذي نسي مشيته ولم يستطع تقليد الطاووس، كالبرامج التي تبث وجهات النظر التباين في السياسة والدين، وتحاول أن تمحو وتثبت من وجهات النظر ما تشاء.

2. التأثير على مدى المعرفة والاستيعاب، لأن المعرفة تتأثر بالتعرض المتكرر للمعلومات وكذلك قد يتأثر الذهن بفكرة أو معلومة ما في الوسيلة الإعلامية تستدعي الوعي والانتباه عند المتلقين، وهذه المعلومة يرتبط تأثيرها بمقدار ما لها مساس وأهمية بالمتلقي ومدى تفسيره للمعلومة ومدى حاجته لها، كالبرامج الهابطة التي تقتفر لرقى الذوق، وتعنى بسفاف الأمور وتوافها، فقد يدرك المشاهد لأول وهلة أن هذا الفن هابط بلا قيمة، إلا أنه سرعان ما يتفاعل معه، ويصعب بصبغته، ويلهج به بمجرد تكراره على حواسه مرتين فأكثر كمعظم الفن الذي نراه من غناء ماجن وما شابه.

3. ترتيب الأولويات في المجتمع، ويكون من خلال إعطاء قيم للأشياء، وترتيب الأولويات، وإضفاء الأهمية وسلبها عن الحوادث وأساليب علاجها، كالبرامج التي تلي من شأن المادة وممتع الحياة الدنيا؛ كبرامج الأزياء والموضات والصراعات، التي تحط من شأن القيم والأخلاق والاهتمام بالجواهر.

4. التركيز على التغيير في الجانب السلوكي، ونمط العيش، واستفزاز الغرائز، وهذا النوع من التغيير يستغرق وقتاً لحدوثه، وهو يعتمد على وجود ظروف معينة وإضفاء السلبية على السلوك المراد تغييره، والإيجابية على السلوك الأمثل في نظر الإعلاميين، ويخص هذا الجانب من الإعلام الدعاية التي تركز في توجيهها على إثارة العواطف والغرائز للوصول للهدف، كالمسلسلات التي تعرض قصص الحب الشريفة بزعمهم؛ فتضفي على ما بها من سلوكيات صفة الشرعية بزعم أن الدين والإيمان بالقلب لا علاقة له بالسلوك الإنساني.

⁶³- رشوان. العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع (ص299).

⁶⁴- حاتم. الرأي العام وتأثيره بالإعلام والدعاية (ص20).

⁶⁵- سعد. الاتصال والرأي العام (ص10).

⁶⁶- حاتم. الرأي العام وتأثيره بالإعلام والدعاية (ص20).

⁶⁷- انظر: أبو إصبع. الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة (ص223-224).

ثانياً: عوامل تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام (68):

1. يختلف تأثير الإعلام على الرأي العام بتتوع وسيلة الاتصال، فكل وسيلة إعلامية لا بد أن تتميز عن غيرها من الوسائل في مدى التأثير على الجماهير، ولعل أبرز مثال لهذا الأثر وسائل الاتصال الشخصي الذي يتم بين شخص إعلامي أو الدعوي وبين شخص آخر أو عدة أفراد، فهذا النوع مثلاً من أقوى أنواع الاتصال لما يجري فيه من تفاعل بين الإعلامي والجمهور، وما فيه من حركات وإيماءات وتحليلات واستفسارات تحصل من الطرفين بحيث يكون لهذا النوع الأثر الأكبر في التأثير على الرأي العام.

2. ويختلف كذلك أثر الإعلام باختلاف القضايا والمضامين التي يحويها، فكلما كانت القضايا أكثر مساساً لحاجات واهتمامات الجماهير كان لها الأثر الأكبر على الرأي العام، وكذلك مدى حيويتها وكونها أفكاراً وقضايا سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو غيرها.

3. كما يختلف باختلاف شرائح الناس الذين يتعرضون للإعلام، فالشريحة المثقفة أقل تأثراً بوسائل الإعلام، والشريحة الشعبية أو العوام أكثر تأثراً بها، أما شريحة السياسيين فهم المسيطرون على وسائل الإعلام وما فيها أي أنهم المتلاعبون بالعقول.

4. وكذلك الظروف المحيطة بالمجتمع التي قد تجبر الإعلام على الاتجاه وجهة معينة حتى يستطيع التأثير، فمثلاً لا قيمة لإعلام يتحدث عن رفع دخل الفرد والرفاه الاجتماعي والدولة تعيش حالة حرب.

وتتم عملية التأثير على مستوى الفرد من خلال إضافة المعلومة الجديدة إلى إطاره المعرفي وربما يجعلها معياراً، أو يقبل المعلومة بعد معالجتها بما في ذهنه من معايير مسبقة، أو ربما يرفضها إذا لم تتوافق مع هذه المعايير، أما على مستوى الجماعة "فإننا نتوقع أن يبادى بعض الأفراد بالتغير وبالخروج على المعايير الجماعية تتراوح بين الاستهجان أو الاستحسان وقد يتبعهم البعض الآخر حتى تصبح الأنماط السلوكية الجديدة هي الأنماط السلوكية الأكثر تواتراً"⁽⁶⁹⁾. وسيأتي الكلام عن دور الرأي العام بشكل أوضح في المسألة الثالثة من المطلب.

المسألة الثالثة: أثر الإعلام في الثقافة الإسلامية.

إن أهم ما يؤثر في عملية تأثير الإعلام في الثقافة هو طبيعة الثقافة نفسها، ومدى وعي الإنسان على ثقافته، فإن كانت الثقافة عقلية منطقية فهي تحتاج لإعلام يأخذ بعينه الأدلة والبراهين المنطقية ليستطيع التأثير على هذه الثقافة، ويختلف الحال إن كانت الثقافة عاطفية.

ويتأثر مستوى التأثير كذلك في مدى وعي الإنسان على ثقافته ومعرفته بها "فمثلاً استخدمت وبشكل واسع وشامل رسائل إقناعية وجّهت نحو اتجاهات الأفراد على أساس وجود علاقة وثيقة بين بناء الاتجاهات وبين الطريقة التي يسلك بها الناس في المواقف الاجتماعية العلنية. أما المثال الشائع لذلك فهي حملة الاتصال الجماهيرية التي تهدف نحو تقليل التمييز الديني - وهذا سلوك علني - وذلك عن طريق محاولة تقليل التعصب الديني - وهو اتجاه عاطفي يقال إنه يؤدي إلى التمييز - ومثال آخر هو تشجيع شراء الأدوية الأصلية - سلوك علني - وذلك بغرس الخوف من سوء الصحة أو استمرار المعاناة - حالة أو عملية نفسية -"⁽⁷⁰⁾.

وقد جرى استغلال الجماهير وإشغالهم في حملات إعلامية متتابعة حول جنون البقر، وأنفلونزا الطيور والخنازير، ومن ثم فايروس الكورونا... الخ، وما لهذه الأمراض من خطر على النفس البشرية، من خلال استغلال عاطفة الخوف ودغدغة غريزة حب البقاء؛ لينشأ رأي عام في ضرورة أخذ الأساليب الوقائية اللازمة من هذا المرض، من نظافة وتطعيم وعلاج؛ حتى يسيطر هذا الهاجس على كيانات الأفراد في كل حركة وسكنة، وقد يحمل هذا التوجيه بعضاً من الخير في زيادة المخزون المعرفي الصحي

68- انظر: أبو إصبع. الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة (ص301-305)

69- عودة. أساليب الاتصال والتغيير الجماعي (ص176-180).

70- فلور. نظريات الإعلام (ص316).

ومن ثم ينعكس على السلوك الوقائي لدى الجماهير، إلا أن الشيء يحكم عليه بأصله وأساس وضعه، إذ لا يمكن إغفال دور كبرى شركات الأدوية في العالم الرأسمالي في هذه الحملة الإعلامية التي تجاهلت طاحونة القتل والتدمير في العالم التي تدير رعاها كبرى الدول الرأسمالية فتحصد مئات وألوف الأرواح ليلاً ونهاراً ثم تشاغلت بأمراض تُكافح بمجرد حجر صحي أو قليل علاج لمن ظهرت عندهم أعراضها، وصدق سبحانه: (فَمَآذًا بَعْدَ الْحَقِّ إِلَّا الضَّلَالُ فَأَنَّى تُصْرَفُونَ) (يونس:32). فما هو الشيء الإيجابي الذي ستقدمه الثقافة الغربية للثقافة الإسلامية..!؟

ويجدر الإشارة إلى أن الإعلام لا يستطيع التأثير في الثقافة بمعزل عن دراسة الثقافة ذاتها، والأحداث التي تكتنفها، فمن الصعب على سبيل المثال الترويج للفكر الإلحادي في البلاد الإسلامية، ومن الصعب الترويج لفساد النظام الرأسمالي وما يسببه من مجاعات في تكديسه للثروة بأيدي أصحاب رأس المال في المجتمع الأمريكي المترف، كما أنه لم يكن اتجاه الصين الشعبية إلى الشيوعية نتيجة الدعاية أو التعاليم الماركسية وحدها ولكن حكم تشانج كاوتشيك الفاسد⁽⁷¹⁾.

أولاً: أثر التواصل الإعلامي الشخصي: فقد ظهر مثلاً في دعوة أحمد القادياني في الهند بدافع من الإنجليز "أخذ القادياني يدعي التقريب بين المسيحية والإسلام محاولاً إدماجها في مذهبه مدعياً أن روح عيسى وروح محمد قد حلأ فيه وأكد - لصالح الاستعمار الإنجليزي - أن الجهاد لا يكون بالعنف وإنما بوسيلة سليمة هي الإقناع"⁽⁷²⁾. ويتابع المؤلف أن هذه الحركة قامت على أنقاض هدم الخلافة العثمانية؛ لسد الفراغ الذي حصل عند المسلمين من جراء ذلك ويتابع "إن القاديانيين كانوا يرون أن وطنهم الروحي الذي يحجّون إليه كائن في قاديان وليس في مكة المكرمة"⁽⁷³⁾.

ويظهر في هذه الأيام في نشاط بعض أبناء المسلمين في الدول العربية ممن تبناوا الأفكار الغربية وفتنوا بها وعكفوا على نشرها والدعوة لها من خلال منظمات ومؤتمرات وتجمعات مشبوهة بحجة حقوق الإنسان وحقوق المرأة؛ ليدعوا لتحرير المرأة، وحقوق المثليين، وضرورة تغيير قوانين الأحوال الشخصية والميراث وغيرها⁽⁷⁴⁾.

ما كان ذلك للاتصال الشخصي إلا لكونه يتميز بمدى التفاعل بين المرسل والمستقبل، فالحركات والإيماءات والتواصل الروحي له الأثر الأكبر في الإيصال والإقناع والتأثير، عدا عن إمكانية الاستفسار والمناقشة والاستيضاح التي تتاح بسهولة؛ مما يجعل الأثر الأكبر في إيصال الفكرة وتغيير الرأي.

وقد ضعف استخدام هذا الاتصال عند المخلصين من المسلمين لما يواجهون من ضغوطات من حكامهم، وهيمنة النظم التعليمية العلمانية والفراغ الفكري والثقافي؛ بسبب الجهل الذي نتج عن ضعف الدولة العثمانية وانحسار دورها بالاهتمام بالعلم والعلماء في أواخر عهدها وتعرض الأمة لهجمات الغزو الفكري وحمولات التغريب؛ مما أدى إلى فقدان المسلمين لحصنهم الحصين، وحصر ثقافتهم في بطون الكتب، مما جعل عقولهم أرضاً خصبة لبذور الغزو الثقافي الغربي؛ لينعكس ذلك على السلوكيات والتصرفات لدى الأفراد والجماعات، ولا أدلّ على ذلك من حال الأمة اليوم، فحظها من الثقافة الإسلامية لا يتعدى ركعتين أو أربع في المسجد دون سائر نشاطات الحياة؛ حتى غدا تديننا بالإسلام كما حذرنا رسول الله صلى الله عليه وسلم، وكما أراد لنا الغرب، أشبه بالسير على نهج اليهود الذين آمنوا ببعض الكتاب وكفروا ببعض.

ثانياً: أثر الاتصال المرئي والمسموع والمقروء: فيبرز من خلال اتساع جماهيره على اختلاف شرائحهم بين متقف وأمي وسياسي... الخ، وهو بذلك على العكس من الاتصال الشخصي الذي يستهدف شرائح معينة ومحدودة، فالإتصال الجمعي في الغالب هو الموجه للجماهير الشعبية في الوقت الحالي، وهو الأبلغ أثراً لما نراه فيه من تنوع وسعة انتشار، فهناك الإنترنت الذي وصل أو أكاد لكل بيت بما فيه من تنوع في المواضيع ونشر للمجون والأفكار الهدامة، وكذلك الهاتف الخليوي الذي وصل ليد كل

71- رشوان. العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع (ص238).

72- إمام. أصول الإعلام الإسلامي (ص193).

73- إمام. أصول الإعلام الإسلامي (ص194).

74- سمارة. مكالمة هاتفية (2020/4/25).

شاب وما له من أثر في تناقل الصور والأفلام الخليعة التي تشغل الشباب عن الحق وتدخلهم في أتون هوس الشهوات والملذات، بعيداً عن العفة والنهضة والرقى الفكري.

ويظهر كذلك أثر الاتصال الجمعي فيما صارت إليه قيم المجتمع الإسلامي، فغداً المعروف منكراً والممنكر معروفاً، والمثل الأعلى لنا هي الدول الغربية، بعد أن رسّخت ودسّنت وسائل الإعلام النموذج الغربي في شتى مناحي الحياة نموذجاً يُقتدى ويحتذى؛ لنقلدهم في الهدف، والطريقة، ونسق العيش، بوصف ذلك تقدماً وحضارة، فقد تُرجمت مئات من القصص والمسرحيات والكتب التي تحمل الفكر الغربي - العلماني - الجاحد للدين المناوئ له مع عناية خاصة بنشر أفكارٍ عن نظرية التطور الداروينية، فأما القصص والمسرحيات فقد كان الهدف من نشرها على نطاق واسع هو تحطيم التقاليد الإسلامية التي تمنع الاختلاط وتنفّر من الفاحشة والتحلل الخلقي⁽⁷⁵⁾.

وأسمى حال كثيرٍ من العوام كالأنعام يساقون سوقها، هائمين لاهئين وراء بطونهم وفروجهم، وخواصنا على ثلاث طرائق: فريق ثابت على الحق لا يضُرُّه من خذله، يكافح ويجاهد في سبيل نصرته دينه وحماية ثقافته دون مواربة أو مجاملة، وفريق تبني الفكر الغربي ديناً ومذهباً، وما فتى يدافع وينافق ويروج له ليلاً نهاراً، وفريق أمسى يعتذر للغرب مبرراً دينه ومزوراً له بشعور وغير شعور خوفاً من سهام الشبهات ضد الإسلام، منشأ ما يسمى بالثقافة الاعترافية.

ثالثاً: التغيرات الجلية في العناصر الرئيسية للثقافة الإسلامية:

1. **وجهات النظر والتصورات:** فقد سادت مجتمعنا النظرة العلمانية الداعية لتتحيه الدين عن واقع الحياة⁽⁷⁶⁾، وأن الإنسان حر في فعل ما يشاء؛ لأن الله خلق الكون وتزّره عن تصريفه وأوكل هذه المهمة للإنسان، وسخر الإعلام كل طاقاته لتعزيز هذه الأفكار، حتى أمسى الدين مظهرًا من مظاهر التخلف والرجعية، فنراه يروج لها بكل سفور، فيُظهر الشيخ عاقداً لعقد الزواج أو إمام في الناس بمظهر الرّبِّ الساذج المتخلف المُرتزق بدينه، أو بمظهر المنحرف فكراً وخلقياً، المجرم الذي يهدد أمن البلاد والعباد، المتحجر في الفكر وضيق الأفق، المُكبر لصفو حياته وحياته غيره، المعاني من الفقر والعوز والضعف الاجتماعية التي ألجأته بدورها للتدين؛ حتى أضحي الدين بضاعة مزجاة وصاحبه محلّ ريبة واشتباه، يخجل به أصحابه حتى لو كان في اللاشعور إلا من رحم ربي، وأضحت مدارسنا ومعاهدنا تدرس نظريات داروين وبارفلوف⁽⁷⁷⁾ وتتادي بالحرية والديمقراطية، بدل النداء بالعبودية والحاكمية لله سبحانه، فيقول محمد قطب: أما الكتب التي تحمل الفكر العلماني فالهدف من ترجمتها واضح كذلك يقول أ. شاتيليه في مقدمة كتابه الغارة على العالم الإسلامي: "ولا شك أن إرساليات التبشير من البروتستنتية وكاثوليكية، تعجز عن أن تزحزح العقيدة الإسلامية في قلوب منتحليها، ولا يتم لها ذلك إلا ببث الأفكار التي تتسرب من اللغات الأوروبية (...). وتمهد السبيل لتقدم إسلامي مادي. وتقضي إرسالية التبشير لبناتها من هدم الفكرة الدينية الإسلامية التي لم تحفظ كيانها وقوتها إلا بعزلتها وانفرادها"⁽⁷⁸⁾، "وقد استطاعت اليهودية العالمية عن طريق ترويج أفكار داروين وتوسيع نطاقها أن تحطم ما كان قد بقي من عقائد الأميين الأوروبيين، وتنشئ هناك مجتمعاً جديداً بلا دين ولا أخلاق ولا تقاليد، وكان في تخطيط الصليبية استخدام تلك القذائف المدمرة لذات الهدف في المجتمع الإسلامي، لإنشاء مجتمع جديد لا دين له ولا أخلاق ولا تقاليد"⁽⁷⁹⁾؛ فحلّت على إثر ذلك الحرية مكان العبودية، وأصبح الهدف من خلق الإنسان بسط السلطان ومد النفوذ والتسوّد على الخلق ونهب الخيرات، بدلا من هداية

⁷⁵ - قطب. واقعنا المعاصر (ص 235).

⁷⁶ - انظر: إمام. أصول الإعلام الإسلامي (ص 199).

⁷⁷ - نظرية التطور لداروين، والارتباط الشرطي لبارفلوف.

⁷⁸ - انظر: قطب. واقعنا المعاصر (ص 238-237).

⁷⁹ - قطب. واقعنا المعاصر (ص 237).

الناس والرأفة بهم وإخراجهم من الظلمات إلى النور، وتعددت الولاءات للمال وللسلطان وللقوم وللعشيرة وللفرقة وللمنصب تبعاً للهوى كلّ بحسب هواه.

2. **القيم والقناعات:** تبدّلت القناعات فكان مفهوم السعادة ومصالحة البشر مرهوناً بالتزام أمر الله سبحانه والتباعد هديه فأضحت في الرغبة والهوى والمصلحة المظنوننة، فكل مشعب للحاجة، مرض للرغبة، محقق للمتعة فيه السعادة والصلاح، واعتلت القيمة المادية هرم القيم، وأخذت دور القيمة الروحية في نشاطات الفرد المسلم على حساب الروحانية والإنسانية والأخلاقية، وأضحى المال القيمة الحقيقية لكل شيء توزن به الرجال والأعمال، وسادت القيم الغربية في تقديس حرية الفرد وإرادته واحترام خياره مهما كان فاسداً، ومهما خالف الأعراف والأخلاق والدين، فما هي إلا قيود فرضها المجتمع الغاشم القاهر للفرد وحرية، "وقد كان الفن الذي يترجم هو الفن الذي تخلص تماماً من القيم الدينية، وراح يدعو إلى إقامة مجتمع طليق من تلك القيم... مجتمع يهبط تدريجياً حتى يصبح مجتمعاً حيوانياً في النهاية"⁽⁸⁰⁾.

3. **النظم:** فقد تحولت النظم من نظم إسلامية إلى نظم وضعية دكتاتورية تحكم بالحديد والنار رغم احتوائها على نزغ يسير من الأحكام الشرعية في الزوجية والميراث، فالشيء يعرف بأساسه وجُلّه، ففي مجال السياسة: حل النظام الجمهوري والنظام الديمقراطي مدّعي الحرية الذي يركز على حاكمية الشعب وشرعية قرار الأغلبية⁽⁸¹⁾، وحق الشعب في تقرير مصيره وتنظيم شؤونه في الحياة في داخل الدولة وخارجها، انطلاقاً من الإيديولوجية العلمانية.

وفي الاقتصاد ساد النظام الاشتراكي فترة من الزمان، ثم انحسر بفعل المد الرأسمالي الذي سادت أفكاره، "الأغنياء حصلوا على أموالهم بعرق جبينهم، كل إنسان مجد ويحاول أن ينجح، الحوافز نحو العمل مهمة للنجاح، ثروة الأغنياء تتيح فرص العمل للفقراء (...)" هذه تبيرات جزء من إيديولوجيا المجتمع الرأسمالي وإن كان هناك من يعارضها في هذه المجتمعات، ويستخدم المسيطرون جميع الوسائل للإبقاء على ما يخدم مصالحهم من معتقدات، يعززون ذلك بجميع الوسائل الممكنة كاستخدام الدين ورموزه، أو نظم التعليم ووسائل الإعلام، إضافة إلى الوسائل القهرية⁽⁸²⁾؛ لتتحول الدول العربية وثرواتها إلى مزارع للشركات الأوروبية والأمريكية؛ لتسيطر التجارة الحرة في الأسهم والبورصة، وتجارة الأموال في البنوك الربوية، واحتكار السلع والخدمات بما يسمى بحقوق الامتياز.

وفي الاجتماع ترى الشيوعية تقديس المجتمع وأنه ملهم الأفراد ومقومهم وقوام حياتهم، فليس للفرد الحقير الضعيف المحتاج للغير (المجتمع) أن يفرض رأيه على المجموع أو على المجتمع، فالرأي رأي المجتمع، والعلاقات الاجتماعية هي الأساس والقوام، ويجب على الكل التفاعل مع الكل ليزيد الإنتاج وتستمر الحياة، أما الرأسمالية الديمقراطية فالفرد هو أساس المجتمع وقوامه⁽⁸³⁾، ولا سبيل لقيام المجتمع وتطوره إلا إذا أُطلق العنان للفرد؛ ليكون حراً في إشباع حاجاته وغرائزه دون أدنى قيد من عادة أو دين أو عرف اجتماعي؛ حتى تتفجر طاقاته في الإبداع والتطوير⁽⁸⁴⁾، وليس للمجتمع الذي ما هو إلا مجموعة أفراد - بزعمهم - إلا الانصياع لأهواء الأفراد ورغباتهم المتقلبة، فتتفكك الروابط والعلاقات الاجتماعية بين الدولة وشعبها، والأسرة وربّها، والإخوة مع بعضهم، تبعاً لتعدد الرغبات والأهواء والأفكار والتنافس على المصالح.

فزال على إثر ذلك كله نظام الخلافة، ودُرست أحكام الملكية في الإسلام، وبدأ ينهار النظام الاجتماعي الإسلامي؛ بدعوات هدامة لتنظيم النسل وتحديده، وهدم الأسرة أخلاقياً؛ ليمسي ذلك كله جزءاً من التاريخ في طي النسيان لا رجوع إليه.

⁸⁰ - قطب. واقعنا المعاصر (ص 237).

⁸¹ - انظر: قطب. مذاهب فكرية معاصرة (ص 179-181).

⁸² - عثمان. مقدمة في علم الاجتماع (ص 170).

⁸³ - انظر: شيلر. المتلاعبون بالعقول (ص 13-15).

⁸⁴ - انظر: جيمس. معنى الحقيقة (ص 21-22).

4. **المعايير والمقاييس:** فقد تم تعطيل الشرع كمقياس للتصرفات والسلوكيات وأزيل سلطانه، فلم يبق للحلال والحرام مكان، وأمست هذه الألفاظ مستهجنة ممن قد ينطقها، وحلت المصلحة المظنونة والمنفعة المادية الزائلة، فكل ما يسد الحاجة ويشبع الغريزة نافع يحقق السعادة، حتى لو تجاوز الشَّرع والخُلُق، وحتى لو فتكت إثر ذلك الأمراض الفكرية والأوبئة المجتمعية، فلا معيار ولا مقياس غير هوى النفس المتقلب الذي لا يعرف الثبات، وكان ذلك نتيجة تزيين المنكرات واستتارة الغرائز في وسائل الإعلام حتى أضحي حب المال وحيارته والسلطة والسعي لها، واللهث وراء المومسات، هو هاجس المجتمع أفراداً وجماعات، لا شرع يضبطهم ولا خلق ولا عادة، فقد صَبَّحَ الغرب مجتمعاتهم بقيمه ومعاييرهم؛ "لذلك لا نعجب كثيراً من وجود ثلاث دور صحفية كبيرة لبنانية مسيحية مارونية في القاهرة - ويفسر د. محمد قطب ذلك - أن الهدف كان ضرب الأزهر لكونه المركز الروحي والثقافي للمسلمين ليكون البوابة الرئيسية لفساد المسلمين"⁽⁸⁵⁾، "ولكن المخطط الرئيسي كان ولا يزال دائماً خلخت التشريع الاسلامي كله، وإبعاد الإسلام عن مركز القيادة وتوجيه الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية للمسلمين"⁽⁸⁶⁾.

المسألة الرابعة: وظيفة الثقافة وأثرها في المجتمع.

ويقصد هنا الثقافة السائدة لأن الثقافة الخاصة كما أسلفنا يكاد ينعدم أثرها في المجتمع لما للثقافة السائدة من سطوة وهيمنة.

أولاً: وظيفة الثقافة في المجتمع:

وتدخل في هذه القضية سنن الله الكونية في مخلوقاته، فإن أراد غالبية المجتمع أمراً أو اعتنقوا فكرة ما فلا بد أن تنفذ وتحقق وإن سفكت الدماء من المخالفين لهذا الرأي، كما سبق أن ذكرنا في قوة الرأي الذي أنشأه مصعب ابن عمير رضي الله عنه في المدينة حول الإسلام وأثره في استقبال النبي صلى الله عليه وسلم بالدخول والأهليج، رغم وجود المنافقين واليهود ومشركي المدينة من العرب فيها، فما كان من رسول الله صلى الله عليه وسلم إلا أن أقام المسجد وسن الدستور والتشريعات، لكونه المسيطر بقوة الحق والرأي العام.

وقد سَخَّرَ رواد الفكر الغربي من مبشرين ومستشرقين ووسائل الإعلام في خدمتهم للتأثير على الرأي العام حتى يعمل عمله في المجتمع الإسلامي باعتباره المؤثر في ثقافة المجتمع وما ينتج عنها من نسق في العيش، كونها الحصن الحصين للمجتمع وتدينه، فمن أتى ببذعة أو محدثة مستغربة أو مستهجنة أو ضاربة فهو منبذ مباشرة من المجتمع أو معاقب، ليصبح من المشاركين لهم بالبنان - ذلك من خالف العرف والعادة فكيف بمن خالف الفكرة - فقوم لوط عليه السلام نبذوه؛ لتطهره!، وتزداد قوة الرأي العام إذا كان النظام الحاكم في ذلك المجتمع يدعمه ويتبناه، ويقل أثره إذا كان النظام الحاكم مناهضاً له، وفي النهاية إما أن يحرف النظام وجهة الرأي العام ويهجنه أو يُفَنِّتَ قوته بالفتنة، أو أن يزول النظام بقوة الرأي العام؛ فيكون أثر الثقافة على النظام السياسي إما معيقة لبعض القرارات المناقضة لها، أو مانعة، أو دافعة لإصدار بعض القرارات بحسب قوة تأثيرها وموقف النظام منها.

ثانياً: أثر التغيير في الثقافة في المجتمع الإسلامي:

يظهر أثر الثقافة على النظم والعلاقات الاجتماعية في السلوكيات والعادات والتقاليد والإنتاج الأدبي والفني لدى أفراد المجتمع وجماعاته، فهي تقوم بدورين رئيسين، الأول: محاكمة الأفكار ومحدثات المجتمع، والثاني: تعزيز الأفكار والقيم السائدة في المجتمع، فإذا ضَعُفَت الثقافة وتزعزعت وتراجع دورها أضحي المجتمع نهياً لفساد الأفكار والمعتقدات والقيم؛ دخلت هذه الأفكار في ثقافة المجتمع، ولكي تتضح الصورة؛ سنضرب بعض الأمثلة التي تبرز أثر التغيير في الثقافة على نشاطات المجتمع وعلاقاته:

⁸⁵ - انظر: قطب. واقعا المعاصر (ص 239).

⁸⁶ - إمام. أصول الإعلام الإسلامي (ص 199).

1- **مجال التصورات:** أُلِّفت الفنون والآداب التي تُنكِي من جذوة عالم الحس، والتي يبرز فيها الانبهار بما عند الغرب من أفكار، وأساليب في العيش، وما وصلوا إليه من تمدن بوصفه رقياً وحدائثاً دون التمهيد في صلاح هذه الأفكار ومفرداتها للبشر وفطرتهم مع تجاهلٍ شبه مطلقٍ لما تحويه من سلبيات ومصائب على البشرية، فقال سبحانه: (يَعْلَمُونَ ظَاهِرًا مِّنَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ عَنِ الْآخِرَةِ هُمْ غَافِلُونَ) (الروم:7).

فمن الملاحظ استهتار وسائل الإعلام مثلاً باللغة العربية، من خلال استخدام العامية في الأفلام والمسلسلات وغيرها، وعدم عناية المذيعين فيها، ونشر المطبوعات والصحف بالحروف العربية ولكن باللهجة الفارسية أو الباكستانية مما جعل اللغة العربية مبهمه في هذه الشعوب المسلمة وأمثالها بعد أن كانت سائدة منتشرة فيها، مما ساهم في إحداث هوة بينها وبين دينها، وعدم فهمها المباشر لكتاب ربها، وما يسود المجتمعات العربية من عُجمة بنطق اللغة العربية وفهمها حتى بين النخب فيها، وتعثرهم في دمج العامية بالفصحى والتشذُّق ببعض الألفاظ الإنجليزية أحياناً ليظهروا بمظهر المتحضرين.

2- **مجال القناعات والقيم:** ترى الرَّجُلُ يبيع أمته، وأهله، وعشيرته في سبيل حفنة من الدولارات، فقد يخون دينه وأخاه مقابل عرض زائل من الدنيا قليل، وقد تهتك الأعراس، وتباع البلاد والعباد، وغالب الشعب في سبات عميق، فقد أُلِّفَ سماع الأخبار المحبطة المملة عن الدمار والقتل والتخريب، فما من جديد يستثيره، وما من خطب جلل يحركه!

بل وأكثر من ذلك! فقد تجد في جيل اليوم من يتشقى بإخوته المستضعفين في الدين ويتمنى لهم الشر والفناء دون أدنى انتماء أو حماية بدعوى ضرورة السير في ركب الدول المتقدمة وهجر الموروث الموسوم بالرجعية، "ونشأ في أحضان هذا الإعلام وعلى يديه جيل مسلم مسخ. سخرت منه الغوغائية وعبث به التهريج فزور تاريخه وطمس على بصيرته، فصار يقف إلى جانب الحبيشة الحاقدة على الإسلام ضد أرييتيريا المسلمة، ومع الهند الوثنية ضد باكستان المسلمة، ومع القبارصة اليونان ضد الأتراك... الخ" (87).

3- **مجال النظم:** فقد فُرِضت علينا نُظْمٌ وضعية تُلْئِه البشر؛ فتستبدل حكم الله سبحانه بأهواء البشر، فخضع الجميع جهلاً وخوفاً، وربما طَبَّلَ البعض لها وزمراً، إما مغلوبين أو مسكورين بدعوى العصبيات، فساد الظلم والجور في كل النواحي؛ ففي الاقتصاد انقسم المجتمع إلى أثرياء وفقراء، والكلُّ خارج المنزل نساءً ورجالاً يجرون جري الوحوش؛ لتحصيل عيش الكفاف وزيادة الثروة، ولم يتورع الناس وهم مسلمون أن يضعوا أموالهم في البورصة لما لها من أرباح طائلة تزوغ لها العيون، وفي الاجتماع اختلط الحابل بالنابل، فلم يعد يعرف الرجل من المرأة، والشيب من الشباب، فكلهم جيلٌ واحد سائرٌ في ركب التطور المزعوم والمحموم، والرقي الكالح، فتككت وانهارت الكثير من الأسر، وسادت الجريمة والرذيلة.

وترى الأب فاقداً سلطته على زوجه وأبنائه بحجة الحقوق والحريات، وترى الابن يسب أباه وقد يضره دون خوف أو وجل من الله أو الناس، والرجل يهجر والديه عقوقاً، وجحوداً، إن لم يضعهما في مأوى العجزة بحجة ظروف العصر ومشاكل الحياة، وفي السياسة استبدل نظام الحكم الإسلامي بعد هدم الخلافة العثمانية في بلاد الإسلام والمسلمين بالنظم الوضعية - الشيوعية والرأسمالية - على غرار النظم الغربية التي ترتضي الحرية الشخصية، والعقل والرغبة البشرية حاكمة في شؤون الناس ومعاشهم، كما أضحت الدول ذات الإرث الحضاري والثقافي الواحد متناحرة متباغضة على مصالح نفعية زائلة، نُفْتُ في عضد بعضها البعض، وتتآمر مع عدوها ضد نفسها.

4- **مجال المعايير:** سادت المصلحة النفعية المظنونة، واحترام إرادة الفرد وحرية وأنانيته، فإن سأل الأب ابنه لما فعلت هذا الفعل المشين؟ فإن كان الابن يحمل شيئاً من الحياء أجاب: أنفع لي، أو أنا أدري بمصلحتي، فلم يعد لمرجعيات المجتمع المتمثلة بالكبار، وأولياء الأمور، ووجهاء العشائر أيُّ دورٍ أو قيمة في تقويم سلوك الأفراد فضلاً عن الجماعة، لأن الإعلام قد اختطف هذه السلطة وسلبها إياهم بكل أسف.

87- العظم. بحث بعنوان: الإعلام العربي المعاصر وأثره في ضياع الجيل وهزيمة الأمة.

هذه باختصار شديد بعض الأمثلة في تحوّل السلوكيات والعلاقات في مجتمعاتنا، ولو أردنا الإسهاب في ذلك لألفت بذلك المجلدات من جراء تأثير الإعلام في ثقافتنا، لم يكن الإعلام وحده سبباً بها، إلا أنه لعب الدور الأبرز والأهم في تكوينها، وهذا لا يعني فناء الخير في المجتمع وشمول هذا الشر لجميع أفرادها، فإن كان ذلك فأين نحن من قول نبينا صلى الله عليه وسلم: "لا تزال من أمّتي طائفة على الحق إلى أن يأتي أمر الله"⁽⁸⁸⁾، إلا أن واقعنا وغالب حالنا وكلي حسرة وألم واقع حذرنا منه رسول الله صلى الله عليه وسلم: "لَيَحْمِلَنَّ شِرَارُ هَذِهِ الْأُمَّةِ عَلَى سَنَنِ الَّذِينَ خَلَوْا مِنْ قَبْلِهِمْ أَهْلَ الْكِتَابِ حَذْوَ الْقَدَّةِ بِالْقُدَّةِ"⁽⁸⁹⁾، فتديننا أمسى طقوساً باهتة بلا روح أو أثر، وأنظمتنا وعلاقاتنا من وضع أحفاد الرومان.

الخاتمة:

أولاً: أبرز النتائج:

1. تحليل تعريفات مصطلحات الدراسة ومناقشتها، وتحديد مفهومها وبيانه في الإسلام وغيره، والخروج ببعض التعريفات بما يخدم موضع الدراسة كمفهوم: الإعلام، والمجتمع، والرأي العام.. الخ.

أ. بيان مفهوم الإعلام وواقعه، وبطلان زعم حيادية الإعلام وخرافة الإعلام غير الموجه.

ب. بيان حقيقة المجتمع وأركانه، ودور الإنسان المحوري بالتأثير والتأثر من خلال تغير الأفكار والتصورات والميول والقناعات والنظم والمقاييس وتطبيقها فيه.

ج. بيان مفهوم الرأي العام وتعريفه، ومدى تأثيره بالإعلام ووسائله، ودوره المحوري في كيفية التغيير في الثقافة العامة للمجتمعات لاسيما الثقافة الإسلامية؛ من خلال إضافة المعلومة الجديدة إلى إطاره المعرفي وربما تحويلها لمعيار، أو إضافة المعلومة بعد معالجتها بمعايير مسبقة، أو رفضها والتنفير منها، أو تبرير الأفعال الجديدة المستهجنة بمعايير ومقاييس دخيلة.

2. الإعلام أداة قوية وخطيرة -لما لها من أثر بالغ في ثقافات الشعوب وإعادة صياغتها، والتأثير في التصورات والقيم والقناعات والميول والنظم- تخضع لأهداف القائمين عليها ومخططاتهم، ولابد من استغلالها في الخير ونشر الدعوة ودرء الشبهات.

3. يستهدف الإعلام المعاصر -لمسيطر عليه من الغرب- الثقافة الإسلامية بجميع عناصرها سعياً لطمس هويتها وإعادة صياغتها بما يخدم مصالحه الاستعمارية ومعرّكته الثقافية ليحول دون ريادة الأمة من جديد؛ فيحدث تغييرات خطيرة في عدة عناصر للثقافة الإسلامية:

أ. التصورات والعقائد والأفكار: طغيان النزعة العلمانية في المجتمعات الإسلامية بفصل الدين عن واقع الحياة، وانتشار الشبهات المضللة، والنظر للدين والتدين كنوع من الرجعية والتخلف.

ب. القيم والقناعات: تصدّر القيمة المادية والنزعة الفردية والنفعية سلم القيم في المجتمعات الإسلامية؛ لتمسي الحرية الشخصية، والمصلحة المظنوننة، والسعادة البشرية رهينة إشباع الرغبات والمنافع المادية بدلاً عن رضا الله سبحانه والتزام أمره.

ج. النظم: تحول النظم من نظم إسلامية إلى نظم وضعية دكتاتورية تحكم بالحديد والنار، رغم احتوائها على نزغ يسير من الأحكام الشرعية في الزوجية والميراث، ففي مجال السياسة: حلت النظم الوضعية محل الخلافة الإسلامية -الجمهورية الديمقراطي- التي تدّعي حرية الشعوب، وحقها في تقرير مصيرها، وتنظيم شؤونها في الحياة في داخل الدولة وخارجها، انطلاقاً من الإيديولوجية العلمانية التي تلغي حاكمية الله مقابل حاكمية البشر، وفي الاقتصاد ساد النظام الاشتراكي فترة من الزمان، ثم انحسر بفعل المد الرأسمالي ليهيمن الأخير على الاقتصاد في العالم ويفرض عليه شروطه؛ لتتحول الدول العربية وثرواتها إلى مزارع للشركات الأوروبية والأمريكية؛ فتسيطر التجارة الحرة في الأسهم والبورصة، وتجارة الأموال في البنوك الربوية، واحتكار السلع والخدمات بما يسمى بحقوق الامتياز. وفي الاجتماع طغت فكرة الحرية الشخصية، وتضخمت الأنا الفردية على حساب النظم العشائرية والعائلية،

⁸⁸- البيضاوي. أنوار التنزيل وأسرار التأويل (ج2، ص341).

⁸⁹- الطبراني. المعجم الكبير (ج2، ص142).

وتراجعت سلطة الأب وقوامته في أسرته، وظهرت في المجتمعات الإسلامية منظمات نسوية تتادي بمساواة المرأة مع الرجل في القوامة والميراث، وحققها في التحرر من سلطة الرجل والدين والعادات، وأخرى حقوقية تتادي بحقوق الإنسان في التحرر من قيود الدين والعادات والتقاليد، وتضغط على الدول لسن التشريعات، وفرض القوانين المبررة لتلك الدعوات الهدامة.

د. المقاييس والمعايير: تعطيل الشرع كمقياس للأعمال والتصرفات، وتراجع قيمة الحلال والحرام في النفوس، واعتماد القوانين والوضعية المستندة لحرية الشخصية والنفعية كبديل لشرع الله سبحانه.

ثانياً: التوصيات:

1. تأسيس أكاديميات خاصة بالإعلام الإسلامي الهادف؛ لإعداد إعلاميين مسلمين مخلصين منضبطين بأحكام الشرع الحنيف؛ ليكونوا كوادراً في إعلامنا وصنّاع قرارٍ فيه، يوجهوه وفق أمر الله وهدى رسوله صلى الله عليه وسلم.
2. عقد المؤتمرات والندوات الهادفة في المحافل العلمية والثقافية التي تتصدى للفكر الدخيل، وتواجهه بالحجة والبرهان على المستوى المحلي والعالمي.
3. تفعيل دور التواصل الشخصي من العلماء والدعاة في التوعية ونشر الدعوة، ودرء الشبهات من أذهان الواهمين والمضللين من أبناء المسلمين.

قائمة المراجع والمصادر

- ابن أبي شيببة، عبد الله. (1409هـ). *الكتاب المصنف في الأحاديث والآثار*. (تحقيق: كمال يوسف الحوت). ط 1. الرياض: مكتبة الرشد.
- ابن خلدون، عبد الرحمن. (د.ت). *كتاب العبر وديوان المبتدأ والخبر المعروف (بالمقدمة)*. (د.ط). (د.م). (د.ن).
- ابن كثير، أبو الفداء. (1999م). *تفسير القرآن العظيم*. (تحقيق: سامي بن محمد سلامة). ط 2. (د.م). دار طيبة للنشر والتوزيع.
- ابن منظور، محمد. (1414 هـ). *لسان العرب*. ط 3. بيروت: دار صادر.
- أبو إصبع، صالح. (2006م). *الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة*. ط 5. عمان: دار المجدلوي للنشر والتوزيع.
- أبو زيد، فاروق. (2010م). *الإعلام والديمقراطية*. ط 1. القاهرة: عالم الكتب.
- البخاري، محمد. (1987م). *الجامع الصحيح المختصر*. (تحقيق: مصطفى البغى). ط 3. بيروت: دار ابن كثير.
- تشومسكي، ناعوم. (2003م). *السيطرة على الإعلام*. (ترجمة: أميمة عبد اللطيف). ط 1. القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.
- جبارة، جبارة. (1985م). *علم اجتماع الإعلام*. (د.ط). الرياض: عالم الكتب.
- جيمس، وليم. (د.ت). *معنى الحقيقة*. (ترجمة: أحمد الأنصاري). ط 1. الأردن: دار الأمل.
- حاتم، محمد. (1993م). *الرأي العام وتأثيره بالإعلام والدعاية*. (د.ط). (د.م). الهيئة المصرية العامة.
- حجازي، سليم. (1985م). *منهج الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية*. ط 1. جدة: دار المنار.
- حمزة، عبد اللطيف. (1978م). *الإعلام والدعاية*. ط 2. (د.م). دار الفكر.
- الحنفي، عبد المنعم. (د.ت). *المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة*. (د.ط). (د.م). (د.ن).
- الدبسي، عنان. (1990م). *الإعلام الإسلامي (الأهداف والوظائف)*. (د.ط). (د.م). دار العصماء.
- الدجني، يحيى. (2007م). *الدعوة إلى الله أصولها ووسائلها وأساليبها*. ط 2. غزة: مكتبة آفاق.
- الدميري، مصطفى. (1988م). *الصحافة في ضوء الإسلام*. (د.ط). مكة المكرمة: مكتبة الطالب الجامعي.

- رشوان، حسين عبد الحميد. (1997م). *العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع*. (د. ط.). (د. م). المكتب الجامعي الحديث.
- الساموك، سعدون. (2006م). *في المذاهب الفكرية المعاصرة*. (د. ط.). عمان: دار وائل للنشر.
- سعد، إسماعيل. (1996م). *الاتصال والرأي العام*. (د. ط.). الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- سمارة، إحسان. (2004م). *الثقافة الإسلامية آفاقها ومركزاتها*. ط 1. عمان: الجوهرة للنشر والتوزيع.
- سمارة، إحسان. (2005م). *مفاهيم أساسية في العقيدة الإسلامية*. (د. ط.). إربيد: دار الكتاب الثقافي.
- شيللر، أهربرت. (1986م). *المتلاعبون بالعقول*. (ترجمة: عبد السلام رضوان). (د. ط.). (د. م). المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب. عالم المعرفة.
- الطبراني، سليمان. (1983م). *المعجم الكبير*. ط 2. (تحقيق: حمزة بن عبد المجيد السلفي). الموصل: مكتبة دار العلوم والحكم.
- الطبري، ابن جرير. (2000م). *جامع البيان في تأويل القرآن*. (تحقيق: أحمد محمد شاكر). ط 1. (د. م). مؤسسة الرسالة.
- عبد، عزيز. (2004م). *الإعلام السياسي والرأي العام*. ط 1. (د. م). دار الفجر للنشر والتوزيع.
- عثمان، إبراهيم. (2004م). *مقدمة في علم الاجتماع*. ط 1. عمان: دار الشروق.
- العظم، يوسف. (د. ت). *بحث بعنوان: الإعلام العربي المعاصر وأثره في ضياع الجيل وهزيمة الأمة*. (د. ط.). (د. م). (د. ن).
- عودة، محمود. (د. ت). *أساليب الاتصال والتغيير الجماعي*. (د. ط.). بيروت: دار النهضة العربية.
- الغزوي، فهمي وآخرون. (2006م). *مدخل إلى علم الاجتماع*. ط 1. عمان: دار الخليج.
- فلور، م. دي. (2001م). *نظريات الإعلام*. (ترجمة: محمد ناجي الجوهري). ط 2. إربيد: دار الأمل.
- الفيروزبادي، مجد الدين. (2005م). *القاموس المحيط*. (تحقيق: مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة). ط 8. بيروت: مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع.
- القاسم، خالد وآخرون. (2007م). *المدخل إلى الثقافة الإسلامية*. (د. ط.). الرياض: جامعة الملك سعود.
- قطب، محمد. (1988م). *واقعا المعاصر*. ط 2. جدة: مؤسسة المدينة للصحافة.
- قطب، محمد. (2008م). *مذاهب فكرية معاصرة*. ط 10. القاهرة: دار الشروق.
- قيراط، محمد. (د. ت). *بحث بعنوان: الإعلام العربي الموجّه للآخر والحوار بين الإسلام والغرب*. (د. ط.). (د. م). جامعة الشارقة.
- ليضاوي، عبد الله. (1418هـ). *أنوار التنزيل وأسرار التأويل*. (تحقيق: محمد عبد الرحمن مرعشلي). ط 1. بيروت: دار إحياء التراث العربي.
- الماوردي، علي. (د. ت). *النكت والعيون*. (تحقيق: السيد ابن عبد المقصود بن عبد الرحيم). (د. ط.). بيروت: دار الكتب العلمية.
- المصري، جميل. (1995م). *الإسلام في مواجهة الحركات الفكرية زمن الدولة الأموية*. (د. ط.). الدار البيضاء: دار الثقافة.
- مصطفى، إبراهيم وآخرون. (د. ت). *المعجم الوسيط*. مجمع اللغة العربية. ط 2. (د. م). المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر، مجمع اللغة العربية.
- المطبقاني، حازم. (1995م). *الاستشراق والاتجاهات الفكرية في التاريخ الإسلامي (دراسة تطبيقية على كتاب برنارد لويس)*. (د. ط.). الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

- منصور، عصام. (2008م). *مدخل إلى علم الاجتماع*. ط 1. عمان: دار الخليج.
- الميداني، عبد الرحمن. (2000م). *أجنحة المكر الثلاثة وخوافيها: التبشير - الاستشراق - الاستعمار، دراسة تحليلية وتوجيهية*. ط 8. دمشق: دار القلم.
- النبوي، نايف. (2001م). *مدخل إلى علم الاجتماع*. ط 1. عمان: دار الشروق.
- ندوة: (د. ت). *نحو إعلام إسلامي فاعل ومؤثر*، (د. ط)، (د. م). القيادة الشعبية الإسلامية العالمية.
- النفسي، عبد الله. (1998م). *مدارك التنزيل وحقائق التأويل*. (تحقيق: يوسف علي بديوي). ط 1. بيروت: دار الكلم الطيب.
- النيسابوري، مسلم. (د. ت). *صحيح مسلم*. (تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي). (د. ط) بيروت: دار إحياء التراث العربي.
- الهاشمي، مجد. (2001م). *الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الصناعية*. (د. ط). عمان: دار المناهج.
- هدّار، محمد. (د. ت). *اتجاهات الشعر العربي*. (د. ط). (د. م).

قائمة المراجع المرومنة:

- Ibn abi shaibah, A. (1409AH). AL- kitab AL-musannaf fi AL-hadith w aal-a' thar (in Arabic).(Edited by: kamal yousef AL-hout) .Riadh: AL-Rushd library.
- IbnKhalidun, A. Kitāb Al-‘ibarWa-dīwān Al-mubtada’Wa-al-khabar (Almuqaddimah) (in Arabic) .
- IbnKathir , A. (1999 AD). Tafsir al-Qur'an al-'Azim (in Arabic). (edited by Sami bin Muhammad Salameh). Dar Taibah for publishing and distribution.
- IbnManzūr, M. (1414 AH). Lisan Al-Arab (in Arabic). Beirut. Dar Sader.
- Abu Isba'a, S. (2006 AD). Communication and media in contemporary societies (in Arabic). Amman: dar almajdalawi for publishing and distribution.
- Abu Zaid, F. (2010 AD). Media and Democracy (in Arabic). Cairo: A'lamAlkutub.
- Bukhari, M. (1987 AD). al-jami' al-sahih al-mukhtasar (in Arabic). (Edited by: Mustafa Albaghi). Beirut: darIbnKathir.
- Chomsky, N. (2003 AD). Media Control (in Arabic) (Umaimah. Abdullatif, trans.). Cairo: Al-shorouq international library.
- Jibara, J. (1985 AD). Sociology of media (in Arabic). Al-Riadh: A'lamAlkutub.
- James, W. The meaning of truth (in Arabic). (Ahmad. Alansari, trans.). Jordan: Alamal for publishing.
- Hatem, M. (1993 AD). Public opinion and its influence on the media and propaganda (in Arabic). Egyptian general staff.
- Hijazi, S. "The method of islamic media in Al- hudaibiah conciliation" (in Arabic). Jiddah: Almanar for publishing.
- Hamzeh, A. (1978 AD). Media and propaganda (in Arabic). Al-fikir for publishing.
- Al-hanafi, A. The comprehensive dictionary of philosophy terms (in Arabic).
- Aldibsi, A. (1990 AD). The Islamic media: Objectives and functions (in Arabic).Ala'sma'a for publishing.
- Aldajani, Y. (2007 AD). Preaching: its origins, means, and methods (in Arabic). Gaza: A'faq library.
- Aldimiri, M. (1988 AD). Journalism in the light of Islam (in Arabic). Mecca: University student library.
- Rashwan, H. (1997 AD). Public relations and media in the perspective of sociology (in Arabic). The modern university office.
- Alsamouk, S. (2006 AD). "Contemporary ideologies" (in Arabic). Amman: Wae'elfor publishing.

- Sa'ad'I . (1996 AD). "Communication and public opinion" (in Arabic). Alexandria: alma'arifahaljamie'iiah for puplishing.
- Samarah· E. (2004 AD). "The Islamic Culture: scope and principles (in Arabic).Amman: Aljawhara for publishing and distribution.
- Samarah· E. (2005 AD). " Key concepts in the Islamic creed (in Arabic). Irbid: al-kitab al-thaqafi for publishing.
- Schiller·H. Mind managers (in Arabic). (Abdelsalam. Radwan· trans). National Council for Culture· Arts and Literature. A'alamalma'rifah.
- Al-tabarani· S. (1983 AD). Mu'jam al-kabir (in Arabic). (edited by: Hamzeh bin Abdelmajid Al-salafi). Almosul: Alo'loumwaalhikam library for publishing.
- Al- tabari· I. (2000 AD). Tafsir Al-tabari (in Arabic). (edited by: AhmahMuhammed Shaker). Al-Risalah for publishing.
- Abdo· A. (2004 AD). Political media and the public opinion (in Arabic). Vol1. Al-Fajir for publishing and distribution.
- Othman· I. (2004 AD). Introduction to Sociology (in Arabic). Amman: Al-shorouq for publishing.
- Al- Adhim- Y. published thesis: Contemporary Arabic media and its role in the generation loss and nation defeat (in Arabic).
- Odeh· M. Communication methods and social change (in Arabic). Beirut: Al-nahda Al-arabiyyah for publishing.
- Al- Gazwi· F· et.al. (2006 AD). Introduction to Sociology (in Arabic). Amman: Al-khalij for publishing.
- Fleure· M.D. (2001 AD).Communication theories (in Arabic). (Muhammed Naji Al-jawhar. Trans). Irbid: Al- Amal for publishing.
- Alfirouza'badi· M. (2005 AD). Al- Qamous Al- Muheet (in Arabic) . (edited by: Al- Turath in Al-Risalah association. Beirut: Al-Risalahfor print· publishing· and distribution.
- Al-Qasem· Khalid· et.al. (2007 AD). Introduction to Islamic Culture (in Arabic). Al-Riadh: King Saud University.
- Qutub· M. (1988 AD). Our Contemporary reality (in Arabic). Jeddah: Al-Madina association for journalism.
- Qutub· M. (2008 AD). Contemporary Ideologies (in Arabic). Cairo: Al-Shorouq for publishing.
- Qirat· M. Published thesis: Arabic media oriented to the others and the dialogue between Islam and the West (in Arabic). Al-Shariqa University.
- Al-Baidawi· A. (1418 AH). Anwar Al-tanzil wa Asrar al-ta'weel. (edited by: Muhammed Abdulrahman Mara'ashly). Beirut: Ehia'a Al-turath Al-araby for publishing.
- Al-Maroudy· Ali. Jokes and Eyes (in Arabic). (edited by: Said bin Abdelmaqsoud bin Abdelrahim). Beirut: Al-kutub Al-e'lmeiah for publishing.
- Al-masri· J. (1995 AD). Islam against ideologies in the time of Umayyad State (in Arabic). Casablanca: Al-thaqafa for publishing.
- Mustafa· I· et.al.). Mu'jam al-waseet.Arabic Language Academy(in Arabic). Islamic library for print and publishing· Arabic language Academy.
- Al-matbaqani· H. (1995 AD). Orientalism and intellectual orientations in the Islamic history (in Arabic). (Application study on Bernard Lewis' book). Al-Riadh: King Fahd national library.
- Mansour· I. (2008 AD). Introduction to Sociology (in Arabic). Amman: Al-khalij for publishing.
- Al-maidani· A. (2000 AD). the triple suites of deceit and their secrets: evangelization· orientalism· colonialism· analytical study (in Arabic). Demascus: Al-qalam for publishing.
- Al-nabawi· N. (2001 AD). Introduction to Sociology (in Arabic). Amman: Al-Shorouq for publishing.
- Conference: Towards an effective and influential Islamic media (in Arabic). The Global Islamic Popular Leadership.

- Al-nasfi, A. (1998 AD). Madarek Al-tanzeel wa Haqae'q al-ta'weel (in Arabic). (edited by: Yousef Ali Bdeiwi). Beirut: Al-kalim Al-taiieb for publishing.
- Al-neisaburi, M. Sahih Muslim (in Arabic). (edited by: Muhammed Fuad Abdulbaqi). Beirut: Ehia'a Al-turath Al-araby for publishing.
- Al-hashmi, M. (2001 AD). Journalism and international media across satelites (in Arabic). Amman: Al-manahej for publishing.
- Haddar, M. Arabic poetry trends (in Arabic).