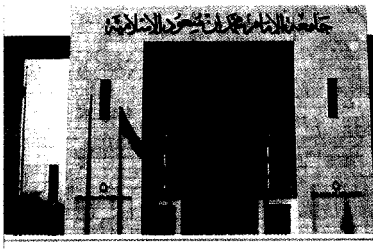


مجلة

المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم العالي
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
عمادة البحث العلمي

العلوم الإنسانية والاجتماعية

مجلة علمية فصلية محكمة

العدد الخامس
شوال ١٤٢٨هـ

- أثر القرآن الكريم في تحقيق الأمن النفسي لدى المسلم
  د. سعيد بن فالح المغامسي

- حجب المعلومة في الحرب الأمريكية على العراق: دراسة كيفية لجدلية العلاقة بين السلطة ووسائل الإعلام في المجتمع الأمريكي
  د. محمد بن سعود البشر

- أساليب الدعوة إلى الله من منظور تسويقي: دراسة وصفية تحليلية
  د. صالح بن عبد الله الملحم

- الزينبيون وأثرهم في الحياة السياسية والعلمية في الدولة العباسية
  د. محمد بن سليمان الراجحي

- الاحتياجات الإعلامية للمعاقين ومدى إشباع وسائل الإعلام لها: دراسة ميدانية على عينة من المعاقين في المملكة العربية السعودية
  د. حمود بن أحمد الخميس ـــ د. عبد الحافظ بن عواجي صلوي

www.imamu.edu.sa
E.mail : journalimam@yahoo.com

مجلة

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

مجلة
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم العالي
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
عمادة البحث العلمي

العلوم الإنسانية والاجتماعية

مجلة علمية فصلية محكمة

العدد الخامس
شوال ١٤٢٨هـ

www.imamu.edu.sa
E.mail : journalimam@yahoo.com

بسم الله الرحمن الرحيم

المشرف العام

معالي الأستاذ الدكتور/ سليمان بن عبدالله أبا الخيل

مدير الجامعة

نائب المشرف العام

الدكتور/ عبدالله بن حمد الخلف

وكيل الجامعة للدراسات العليا والبحث العلمي

رئيس التحرير

الأستاذ الدكتور/ فهد بن عبدالعزيز العسكر

عميد البحث العلمي

أعضاء هيئة التحرير

- **أ.د. فهد بن محمد السدحان**

  الأستاذ بقسم أصول الفقه ـ كلية الشريعة

- **أ.د. إبراهيم بن سعيد الدوسري**

  الأستاذ بقسم القرآن وعلومه ـ كلية أصول الدين

- **أ.د. عبدالرحمن بن محمد العمار**

  الأستاذ بقسم النحو والصرف وفقه اللغة ـ كلية اللغة العربية

- **أ.د. إبراهيم بن سليمان الأحيدب**

  الأستاذ بقسم الجغرافيا ـ كلية العلوم الاجتماعية

- **د. عبدالله بن صالح الحقيل**

  الأستاذ المشارك بقسم الإعلام ـ كلية الدعوة والإعلام

- **د. أحمد بن عبدالله البنيان**

  الأستاذ المشارك بقسم اللغة الإنجليزية ـ كلية اللغات والترجمة

- **د. خالد بن سعد المقرن**

  الأستاذ المشارك بقسم الاقتصاد ـ كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية

- **د. عبد الله بن عبد العزيز التميم**

  الأستاذ المشارك بقسم نظم المعلومات ـ كلية علوم الحاسب والمعلومات

قواعد النشر

مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (العلوم الإنسانية والاجتماعية) دورية علمية محكمة، تصدر عن عمادة البحث العلمي بالجامعة. وتُعنى بنشر البحوث العلمية وفق الضوابط الآتية :

أولاً : يشترط في البحث ليقبل للنشر في المجلة :

١- أن يتسم بالأصالة والابتكار، والجدة العلمية والمنهجية، وسلامة الاتجاه .

٢- أن يلتزم بالمناهج والأدوات والوسائل العلمية المعتبرة في مجاله .

٣- أن يكون البحث دقيقاً في التوثيق والتخريج .

٤- أن يتسم بالسلامة اللغوية .

٥- ألا يكون قد سبق نشره .

٦- ألا يكون مستلاً من بحث أو رسالة أوكتاب، سواء أكان ذلك للباحث نفسه، أو لغيره .

ثانياً : يشترط عند تقديم البحث :

١- أن يقدم الباحث طلباً بنشره، مشفوعاً بسيرته الذاتية(مختصرة) وإقراراً يتضمن امتلاك الباحث لحقوق الملكية الفكرية للبحث كاملاً، والتزاماً بعدم نشر البحث إلا بعد موافقة خطية من هيئة التحرير .

٢- ألا تزيد صفحات البحث عن (٥٠) صفحة مقاس (٤ A) .

٣- أن يكون بنط المتن (١٧) Traditional Arabic، والهوامش بنط (١٣) وأن يكون تباعد المسافات بين الأسطر (مفرد) .

٤- يقدم الباحث ثلاث نسخ مطبوعة من البحث، مع ملخص باللغتين العربية والإنجليزية، لا تزيد كلماته عن مائتي كلمة أو صفحة واحدة ..

ثالثاً: التوثيق :

١- توضع هوامش كل صفحة أسفلها على حدة .

٢- تثبت المصادر والمراجع في فهرس يلحق بآخر البحث .

٣ - توضع نماذج من صور الكتاب المخطوط المحقق في مكانها المناسب .

٤ - ترفق جميع الصور والرسومات المتعلقة بالبحث، على أن تكون واضحة جلية .

رابعاً : عند ورود أسماء الأعلام في متن البحث أو الدراسة تذكر سنة الوفاة بالتاريخ الهجري إذا كان العَلَم متوفى .

خامساً : عند ورود الأعلام الأجنبية في متن البحث أو الدراسة فإنها تكتب بحروف عربية وتوضع بين قوسين بحروف لاتينية، مع الاكتفاء بذكر الاسم كاملاً عند وروده لأول مرة .

سادساً : تُحكَّم البحوث المقدمة للنشر في المجلة من قبل اثنين من المحكمين على الأقل.

سابعاً : تُعاد البحوث معدلة، على أسطوانة مدمجة CD أو ترسل على البريد الإلكتروني للمجلة .

ثامناً : لا تعاد البحوث إلى أصحابها، عند عدم قبولها للنشر .

تاسعاً : يُعطى الباحث خمس نسخ من المجلة، وعشر مستلات من بحثه .

عنوان المجلة :

جميع المراسلات باسم عميد البحث العلمي

الرياض ١١٤١٥- ص ب ١٨٠١١

هاتف : ٢٥٨٢٢٣٠ - ناسوخ (فاكس) ٢٥٩٠٢٦١

www. imamu.edu.sa

E.mail: journal@imamu.edu.sa

المحتوى

الموضوع	الصفحة
١- أثر القرآن الكريم في تحقيق الأمن النفسي لدى المسلم . د. سعيد بن فالح المغامسي	١٣
٢- حجب المعلومة في الحرب الأمريكية على العراق: دراسة كيفية لجدلية العلاقة بين السلطة ووسائل الإعلام في المجتمع الأمريكي . د. محمد بن سعود البشر.....	٥٩
٣- أساليب الدعوة إلى الله من منظور تسويقي: دراسة وصفية تحليلية . د. صالح بن عبدالله الملحم	١٠٧
٤- الزينبيون وأثرهم في الحياة السياسية والعلمية في الدولة العباسية . د. محمد بن سليمان الراجحي.....	١٩١
٥- الاحتياجات الإعلامية للمعاقين ومدى إشباع وسائل الإعلام لها دراسة ميدانية على عينة من المعاقين في المملكة العربية السعودية . د. حمود بن أحمد الخميس / د. عبدالحافظ بن عواجي صلوي.....	٢٣٧

أثر القرآن الكريم في تحقيق الأمن النفسي لدى المسلم

د. سعيد بن فالح المغامسي
قسم التربية ـ كلية الدعوة وأصول الدين
الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة

ملخص البحث :

حاول هذا البحث أن يسلط الضوء على هذا الموضوع الهام في حياة الأفراد والمجتمعات، والذي تعيش به الحياة الطيبة في الدنيا والآخرة ،وقد عني بالأجابة عن التساؤلات التالية : ما مفهوم الأمن النفسي في اللغة والاصطلاح؟ ما أهمية الأمن النفسي في حياة الأفراد والمجتمعات؟ ما الإعجاز النفسي للقرآن الكريم؟ ما أثر الهدي القرآني في الأمن النفسي؟ ما الثمرات المباركة للأمن النفسي لدى المسلم ؟ وفي ضوء موضوع البحث وتساؤلاته ، حدد البحث المعنى اللغوي والاصطلاحي للأمن بمعناه الشامل، ومفهوم الأمن النفسي. وتم تحديد مظاهر وجوانب الإعجاز النفسي للقرآن الكريم ومنها : الجانب الأول: ويشمل حديث القرآن الكريم عن النفس الإنسانية ووصفها وتربيتها وتزكيتها ومصادر أمنها وطمأنينتها وسكينتها. الجانب الثاني: تأثير القرآن في النفس الإنسانية عند تلاوته أو سماعه ، وأثر ذلك وثماره في حياة الأنبياء والرسل والمومنين ، وغير المومنين. كما تم بيان أثر الهدي القرآني في الأمن النفسي لدى المسلم، فالقرآن الكريم فيه التوجيه السديد، والهدي الرباني لتربية النفس الإنسانية وصلاحها لتحقيق مصادر وأسباب أمنها وطمأنينتها وسكينتها وعلاجها من الأمراض النفسية، كالقلق والخوف والاضطراب والصراع النفسي ، وفي الختام تم توضيح أهم الثمار المباركة للأمن النفسي لدى المسلم والمجتمع ، ومن أهمها الحياة الطيبة للمسلم في الدنيا والآخرة ، والحياة الطيبة للمجتمع في جميع المجالات .

الفصل الأول : الإطار العام للبحث والدراسات السابقة :

المبحث الأول : الإطار العام للبحث :

التمهيد :

يعد الأمن بمفهومه الشامل مطلباً ضرورياً في حياة الأفراد والمجتمعات، وتزداد أهمية الأمن النفسي لكونه أساساً ومصدراً ووسيلة لأنواع الأمن الأخرى.

وتتعاظم أهمية الأمن النفسي في عصرنا الحاضر لأنه اختص بزيادة أسباب ومصادر فقدان الأمن النفسي، وانتشار الأمراض النفسية، والتي منها سلبيات الحضارة الإنسانية المادية، وكثرة الفتن والأزمات والمخاطر والتحديات النفسية والاجتماعية والعقلية والاقتصادية، كما أن البعد عن المنهج الإسلامي واتباع الهوى والضلال كان من أسباب فقدان الأمن النفسي.

لذلك تسابق الأفراد والمجتمعات سعياً في البحث عن تحقيق الأمن النفسي، فتعددت واختلفت النظريات والدراسات والتحليلات والتفسيرات لأسباب الأمن النفسي وكيفية الحصول عليه.

فقد ركزت النظريات النفسية في علم النفس الحديث في تحليلها للأمن النفسي على أنه يمكن تحقيقه عن طريق إشباع الغرائز الموجودة لدى الإنسان، أو عن طريق الحيل الدفاعية ليتجنب مصادر الألم والقلق والخوف حتى توفر له نوعاً من الأمن النفسي المؤقت.

ويلاحظ أن أسس الأمن النفسي ومصادره ووسائله في هذه النظريات محدودة وضيقة وقاصرة، وحادة عن الحقيقة ، وتركز على التحقيق الظاهري والمؤقت للأمن النفسي ، ففي رأيهم متى حصل الإنسان على الطعام والشراب والمال والملذات... يكون قد حصل على الأمن النفسي.

بينما نجد في ديننا الإسلامي بمصدريه القرآن الكريم والحديث النبوي الشريف المفهوم والمصادر والأسباب والوسائل الحقيقية الثابتة الشاملة الكاملة للأمن النفسي.

فالقرآن العظيم ينبوع كل خير، وأساس كل برّ ، ومصدر كل علم، وأصل كل نعمة، أنار الله به للذين التزموه الطريق الذي يؤدي إلى تحقيق أمن الإنسان وسعادته ،والسبيل للتخلص من أسباب ومصادر فقدان الأمن النفسي ، والعلاج لكل أمراض النفس .

ففيه التوجيه السديد لتربية النفس وصلاحها وسعادتها ؛ فرباها على مصادر وأسباب أمنها وطمأنينتها وسكينتها وفوزها في الدنيا والآخرة، ووقاها وعالجها من أمراضها النفسية مثل الخوف والقلق والاضطراب.

قال تعالى: ﴿ ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ وَلَمۡ يَلۡبِسُوٓاْ إِيمَٰنَهُم بِظُلۡمٍ أُوْلَٰٓئِكَ لَهُمُ ٱلۡأَمۡنُ وَهُم مُّهۡتَدُونَ ﴿٨٢﴾ ﴾[1].

وقال تعالى: ﴿ ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ وَتَطۡمَئِنُّ قُلُوبُهُم بِذِكۡرِ ٱللَّهِۗ أَلَا بِذِكۡرِ ٱللَّهِ تَطۡمَئِنُّ ٱلۡقُلُوبُ ﴿٢٨﴾ ﴾[2].

كما قال تعالى: ﴿ إِنَّ ٱلَّذِينَ قَالُواْ رَبُّنَا ٱللَّهُ ثُمَّ ٱسۡتَقَٰمُواْ فَلَا خَوۡفٌ عَلَيۡهِمۡ وَلَا هُمۡ يَحۡزَنُونَ ﴿١٣﴾ ﴾[3].

---

(١) سورة الأنعام ، آية (٨٢) .

(٢) سورةالرعد، آية (٢٨) .

(٣) سورةالاحقاف، آية (١٣) .

لذا حاولت في هذا البحث أن أسلط الضوء على هذا الموضوع الهام في حياة الأفراد والمجتمعات، والذي تعيش به الحياة الطيبة في الدنيا والآخرة.

وقد اشتمل البحث على ثلاثة فصول، كما يلي:

الفصل الأول: الإطار العام للبحث والدراسات السابقة.

الفصل الثاني: مفهوم الأمن النفسي وأهميته.

الفصل الثالث: أثر الهدي القرآني في تحقيق الأمن النفسي لدى المسلم.

موضوع البحث وتساؤلاته.

موضوع البحث (أثر القرآن الكريم في تحقيق الأمن النفسي).

ويتحدد موضوع البحث في الإجابة عن التساؤلات التالية:

١- ما مفهوم الأمن النفسي في اللغة والاصطلاح؟

٢- ما أهمية الأمن النفسي في حياة الأفراد والمجتمعات؟

٣- ما الإعجاز النفسي للقرآن الكريم؟

٤- ما أثر الهدي القرآني في الأمن النفسي؟

٥- ما الثمرات المباركة للأمن النفسي لدى المسلم ؟

أهمية البحث:

يسعى الأفراد والمجتمعات لتحقيق الأمن النفسي في حياتهم ولاسيما في هذا العصر الذي تزداد فيه الأمراض النفسية تفاقماً وانتشاراً، حتى أصبح يشعر الأفراد بآلامهم النفسية أكثر من شعورهم بآلامهم الجسمية، وتشعر المجتمعات بأضرار مرضى النفوس أكثر من أضرار مرضى الأجسام، وتأكد لدى الأفراد والمجتمعات بأن الأمن النفسي أساس ومصدر الأمن بمفهومه الشامل (الأمن الاجتماعي، والاقتصادي، والفكري).

لذا يتضح أهمية البحث في كونه يسلط الضوء على الأمن النفسي الذي يعد مطلباً أنسانياً ، ومصدراً للأمن الشامل .

كما تتعاظم أهمية البحث في أن المعرفة النفسية عن الأمن النفسي من خلال الهدي القرآني تتميز بالحقيقة والشمول والكمال، وهي تساعد المسلم في تحقيق الطمأنينة النفسية والحياة السعيدة في الدنيا والآخرة.

أهداف البحث:

تتضح أهداف البحث من خلال ما يلي:

التعرف على مفهوم الأمن في اللغة والاصطلاح.

التعرف على مفهوم الأمن النفسي .

١- التعرف على أهمية الأمن النفسي في حياة الأفراد والمجتمعات.

٢- التعرف على الإعجاز النفسي للقرآن الكريم.

٣- التعرف على أثر الهدى القرآني في الأمن النفسي لدى المسلم.

٤- تحديد أهم الثمار المباركة للأمن النفسي لدى المسلم .

منهج البحث:

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لبيان وصف وتحليل الموضوعات التي طرحتها تساؤلات البحث، حيث تم الاستشهاد بالآيات القرآنية وتفسيرها، والأحاديث النبوية الشريفة وأقوال العلماء.

كما تم استنباط بعض الأسس والثمار والآثار التربوية للأمن النفسي التي تعود على الفرد والمجتمع.

المبحث الثاني : الدراسات السابقة :

تم الاطلاع على العديد من الدراسات ذات العلاقة بموضوع البحث، وأهمها أثر سماع القرآن الكريم على مستوى الأمن النفسي، ومقومات الأمن في القرآن الكريم، وأساليب القرآن الكريم في مكافحة الجريمة، والأمن والأمانة في القرآن الكريم، ورؤية للأمن الفكري وسبل مواجهة الفكر المنحرف وإستراتيجيات الأمن النفسي في الأزمات.

وفيما يأتي سأعرض ملخصاً لكل دراسة، وبعد اكتمالها سيتم التعليق عليها من حيث مدى علاقتها بموضوع البحث وأوجه التشابه والتوافق والاختلاف فيما بينهم.

ومن تلك الدراسات:

١- دراسة عندليب أحمد عبد الله، وعنوانها: أثر سماع القرآن الكريم على مستوى الأمن النفسي[(١)].

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر سماع القرآن الكريم على مستوى الأمن النفسي لعينة تكونت من (١٣٠) طالبة وزعت على مجموعتين، المجموعة التجريبية وتكونت من (٧٣) طالبة من الفرعين العلمي والأدبي، أخضعت لسماع القرآن الكريم على مدار (١٢) جلسة، مدة كل منها حصة صفية واحدة (٤٥) دقيقة، والمجموعة الضابطة وتكونت من (٥٧) طالبة من الفرعين العلمي والأدبي لم تخضع لأي معالجة تجريبية.

أظهرت النتائج أن التغير في مستوى الأمن النفسي للمجموعة التجريبية أعلى منه لدى المجموعة الضابطة، مما يدل على وجود أثر لسماع القرآن الكريم على

(١) عندليب عبد الله، أثر سماع القرآن الكريم على مستوى الأمن النفسي، الأردن، إربد، جامعة اليرموك، رسالة ماجستير، ١٤١٦هـ - ١٩٩٦م.

مستوى الأمن النفسي للطالبات في الدراسة، كما أظهرت النتائج وجود أثر لسماع القرآن الكريم على مستوى الأمن النفسي تُعزى لتخصص الطالبة (علمي وأدبي)، وذلك لصالح طالبات الفرع العلمي.

٢- دراسة إبراهيم سليمان الهويمل، وعنوانها: مقومات الأمن في القرآن الكريم[١].

ركز البحث على مقومات الأمن كما وصفها القرآن الكريم، فالإيمان بالله وملائكته وكتبه ورسله واليوم الآخر، والقدر خيره وشره هو الركيزة الأولى للأمن في الدنيا والآخرة. وتناول البحث القيام بما أوجبه الله على الفرد المسلم، وخاصة الحرص على أركان الإسلام من صلاة، وزكاة، وغيرهما كالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، كما عرض البحث للبعد عن المنهيات والحذر منها لما تسببه من غضب الرب عز وجل وإحلال العقوبة في المجتمع، ثم تطرق البحث لأثر إقامة الحدود على استتباب الأمن.

وأخيراً عرض البحث لمنزلة طاعة أولي الأمر وما فيه من جمع الكلمة والألفة وعدم التفرق وإحداث الفوضى والقلاقل والفتن في المجتمع.

٣- دراسة عياضة بن نامي السلمي، وعنوانها: أساليب القرآن الكريم في مكافحة الجريمة[٢].

ركزت الدراسة على بيان أهم الأساليب التي أرشد إليها الحق - تبارك وتعالى- في كتابه الكريم للقضاء على الجريمة بكل أشكالها وذكر الباحث

---

(١) إبراهيم الهويمل، مقومات الأمن في القرآن الكريم، المجلة العربية، للدراسات الأمنية والتدريب، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، العدد التاسع والعشرون، محرم ١٤٢١هـ، أبريل ٢٠٠٠م.

(٢) عياضة بن نامي السلمي، أساليب القرآن الكريم في مكافحة لجريمة، مجلة الأمن، الإدارة العامة للعلاقات والتوجيه، وزارة الداخلية، العدد الأول، جمادى الآخرة ١٤١٠هـ

ستة أساليب، وهي:

أ- غرس عقيدة الإيمان بالله في نفوس الناس.

ب- سد الذرائع الموصلة إلى الجريمة قطعاً أو ظناً.

ج- شرع الحدود والتعازير.

د- التخويف من عقاب الله والترغيب في ثوابه.

هـ- فتح باب التوبة وحسن معاملة التائبين.

و- وصف الجريمة والمجرمين بالأوصاف المستكرهة.

ودعا الباحث في ختام البحث إلى ضرورة أن نترسم ونستنير بهدي القرآن الكريم في معالجة مشاكلنا، وحل معضلاتنا في سبيل تطهير مجتمعاتنا من أدران الجريمة، وصون ما نحن فيه من نعمة الأمن والطمأنينة ورغد العيش.

٤- دراسة السيد رزق الطويل، وعنوانها: الأمن والأمانة في القرآن الكريم[1].

ركز البحث على مناقشة النقاط التالية:

أ- الأمن مطلب إنساني وقاعدة من قواعد السعادة البشرية.

ب- أماكن ورجال وصفها الله بالأمن مع تقديم تفسيرات إسلامية لذلك.

جـ- الطريق إلى تحصيل الأمن وطريق ضياعه.

د- العلاقة الثلاثية بين الإيمان والأمانة والأمن.

وقد بين الباحث أن الأمن له أهمية كبرى في حياة الناس، وهو النعمة العظمى التي في ظلالها، يدركون لذة السعادة والطمأنينة. وأوضح الباحث أن في مقدمة

---

(١) السيد رزق الطويل، الأمن والأمانة في القرآن الكريم، مجلة الأمن، الإدارة العامة للعلاقات والتوجيه، وزارة الداخلية، العدد الأول، جمادى الآخرة ١٤١٠هـ.

الأماكن التي اختصها الله بالأمن، وجعله إحدى خصائصها ولازمة من لوازمها مكة البلد الحرام وفيها أول بيت وضع للناس.

٥- دراسة علي بن فايز الجحني، وعنوانها: رؤية للأمن الفكري وسبل مواجهة الفكر المنحرف[١].

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على الأمن الفكري باعتباره ركيزةً لكل أمن، وأساساً للأمن الاجتماعي، الذي تبذل الأفراد والجماعات والدول الجهود لتحقيقه، وقد شملت الدراسة الموضوعات التالية:

أ- تعريف الأمن في اللغة.

ب- تعريف الأمن في الاصطلاح.

جـ- الأمن في الإسلام.

د- الأمن الفكري.

هـ- الهوية.

و- الارتباط بين الأمن والتنمية.

ز- الحريات المسؤولة.

حـ- الأخطار التي تهدد الأمن الفكري العربي والإسلامي.

ط- نحو تخطيط إستراتيجي للأمن الفكري العربي والإسلامي.

وأكد الباحث أن الأمن الفكري الهادف يتحقق بتطبيق شرع الله، وسلامة التوجه الفكري، وإيجاد تناسق وتكامل وتعاون في بناء الحياة الفكرية.

---

(١) علي الجحني، رؤية للأمن الفكري وسبل مواجهة الفكر المنحرف، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، العدد السابع والعشرون، محرم ١٤٢٠هـ - مايو ١٩٩٥م.

والثقافية على القيم، وتعميق وحدة الأمة الإيمانية التي هي أساس وحدتها الفكرية والثقافية والسياسية والاجتماعية.

٦- دراسة صالح إبراهيم الصنيع، وعنوانها: إستراتيجيات الأمن النفسي في الأزمات[١].

هدفت الدراسة لمحاولة الوصول إلى إستراتيجيات للأمن النفسي للفرد المسلم يستطيع من خلالها مواجهة الأزمات العديدة التي تجابه ما دام يعيش في هذه الحياة.

واستعرض الباحث أهمية الأمن النفسي في حياة الإنسان وتناول بعض النظريات في علم النفس التي ناقشت الأمن النفسي، مثل النظرية الإنسانية، وكذلك المنظور الإسلامي للأمن النفسي.

ثم عرض الباحث إستراتيجيات الأمن النفسي وقسمها إلى قسمين، قسم متاح للمسلمين وغير المسلمين، وقسم متاح للمسلمين فقط.

فالإستراتيجيات المتاحة للمسلمين وغير المسلمين هي:

(أ) إشباع الحاجات العضوية.

(ب) الثقة بالنفس.

(جـ) تقدير وتطوير الذات.

(د) الاعتراف بالنقص وعدم الكمال.

(هـ) معرفة حقيقة الواقع.

وأما الإستراتيجيات التي هي متاحة للمسلمين فقط، فهي:

أ- قوة الإيمان.

---

(١) صالح الصنيع، إستراتيجيات الأمن النفسي في الأزمات، دراسات في التأصيل الإسلامي لعلم النفس، الرياض، دار عالم الكتب، ط٢، ١٤٢٠هـ.

ب- اللجوء للعبادات العملية.

جـ- صدق التوكل على الله.

د- ذكر الله ودعاؤه.

هـ- الرضا بالقدر بالشكر في السراء والصبر في الضراء.

و- اعتبار الآخرة هي المستقر.

ز- الاقتداء بالرسول صلَّى اللهُ عَليهِ وسَلَّمَ والسلف الصالح.

حـ- الاستقامة.

ط- الاستغفار والتوبة.

التعليق على الدراسات السابقة :

ركزت الدراسة الأولى على أثر سماع القرآن الكريم في الأمن النفسي، وهذا يعد جزءاً من أهداف هذا البحث، وركزت الدراسة الثانية على مقومات الأمن الاجتماعي في القرآن الكريم، ولا شك أن الأمن الاجتماعي يعد من ثمرات ونتائج الأمن النفسي، كما أنه يؤثر ويتأثر بالأمن النفسي، وتناولت الدراسة الثالثة أساليب القرآن الكريم في مكافحة الجريمة، وتعد تلك الأساليب مصادر للأمن النفسي والاجتماعي، واهتمت الدراسة الرابعة بالأمن والأمانة في القرآن الكريم وتعد هذه المفاهيم أساس الأمن الشامل، واشتملت الدراسة الخامسة على الأمن الفكري الذي هو نوع من أنواع الأمن المؤثر في الأمن النفسي، كما أنه يتأثر به، وأما الدراسة السادسة فتناولت الأمن النفسي في الأزمات، وذلك يعد جزءاً من أهداف المبحث.

ويمكن القول بأن هذا البحث متفق مع الدراسات السابقة في أهمية الأمن بمفهومه الشامل في حياة الأفراد والمجتمعات، والأثر الكبير للهدي القرآني في تحقيق

هذا الأمن، وأوجه الخلاف بين هذا البحث والدراسات السابقة في كونه يركز على أثر القرآن الكريم في الأمن النفسي، وإبراز الإعجاز النفسي للقرآن الكريم، واستنتاج أهم الثمرات المباركة للأمن النفسي لدى المسلم.

* * *

الفصل الثاني : مفهوم الأمن النفسي وأهميته :

المبحث الأول : مفهوم الأمن النفسي :

معنى الأمن في اللغة :

ذكر الأصفهاني في المفردات في غريب القرآن أن أصل الأمن : طمأنينة النفس وزوال الخوف[1].

وورد في معاجم اللغة الأمن ضد الخوف، والفعل منه : أَمِنَ يأْمَنُ أَمْناً، وأماناً، وأمنةً. والأَمَنَة : الأمن[2]، ومنه قوله تعالى : ﴿ ثُمَّ أَنزَلَ عَلَيْكُم مِّنۢ بَعْدِ ٱلْغَمِّ أَمَنَةً نُّعَاسًا ﴾[3].

ويقال: بيت آمِنٌ ذو أَمْنٍ قال تعالى : ﴿ رَبِّ ٱجْعَلْ هَٰذَا ٱلْبَلَدَ ءَامِنًا ﴾[4][5].

ومن التعريفات السابقة للأمن يتضح أنه ضد الخوف وهو طمأنينة النفس .

معنى الأمن في الاصطلاح :

توجد معاني كثيرة للأمن بمفهومه الشامل ، ولكن الأمن الاجتماعي أكثر ما يركز عليه المختصون في تعريفاتهم ، فقد عرَّفه محمد الأصيبعي ، حيث قال : (الأمن هو خلق أجواء الطمأنينة والسكينة والهدوء النفسي والسلام ، وذلك بالتحرر من كل خوف أو فزع ، وإشباع كافة احتياجات الإنسان المادية والمعنوية ، وشعوره بارتياح عام لتحقيق آماله وطموحاته في سلامة كل مقوماته من كل خطر أو ضرر)[6].

---

(١) الراغب الأصفهاني ، المفرادات في غريب القرآن ، كتاب الألف ، ص٢٥.

(٢) إبراهيم مصطفى وآخرون ، المعجم والوسيط ، ص٢٨.

(٣) سورة آل عمران ، آية (١٥٤).

(٤) سورة إبراهيم ، آية (٣٥).

(٥) ابن فارس ، معجم مقاييس اللغة ، باب الهمزة والميم وما بعدها في الثلاثي ، ص٧١.

(٦) محمد الأصيبعي ، الأمن بمفهومه الشامل وأهمية التعليم في تكوينه والتوعية به (ص٥).

مفهوم الأمن النفسي:

الأمن النفسي هو طمأنينة وسكينة النفس في الرضا والغضب ، والرخاء والشدة، والقلق يفقد النفس سكينتها وأمنها ورضاها[1].

وتتحقق للمؤمن سكينة النفس وأمنها وطمأنينتها بالإيمان بالله تعالى، واتباع منهجه وصراطه المستقيم، فقد أخبر الله سبحانه وتعالى بأن الأمن وعدم الخوف يكون للذين أخلصوا إيمانهم لله تعالى، قال تعالى: ﴿ ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ وَلَمْ يَلْبِسُوٓا۟ إِيمَـٰنَهُم بِظُلْمٍ أُو۟لَـٰٓئِكَ لَهُمُ ٱلْأَمْنُ وَهُم مُّهْتَدُونَ ﴾[2]، وقد تكفل الله سبحانه وتعالى للذين آمنوا واستقاموا على أمره بالأمن وعدم الخوف والحزن، قال تعالى: ﴿ إِنَّ ٱلَّذِينَ قَالُوا۟ رَبُّنَا ٱللَّهُ ثُمَّ ٱسْتَقَـٰمُوا۟ فَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ﴾[3]، كما وعد الله سبحانه وتعالى عباده المستقمين على منهجه بالتثبيت على الحق الذي يحقق الأمن النفسي، والبعد عن الخوف والحزن، قال تعالى: ﴿ إِنَّ ٱلَّذِينَ قَالُوا۟ رَبُّنَا ٱللَّهُ ثُمَّ ٱسْتَقَـٰمُوا۟ تَتَنَزَّلُ عَلَيْهِمُ ٱلْمَلَـٰٓئِكَةُ أَلَّا تَخَافُوا۟ وَلَا تَحْزَنُوا۟ وَأَبْشِرُوا۟ بِٱلْجَنَّةِ ٱلَّتِى كُنتُمْ تُوعَدُونَ ﴾[4].

إن الإيمان الصحيح يمد المؤمن بالأمل والرجاء في عون الله ورعايته وحمايته، وإن شعور المؤمن بأن الله معه وفي عونه كفيل بأن يبث في نفسه السكينة والأمن والطمأنينة والبعد عن الهم والخوف والحزن[5].

---

(١) يوسف القرضاوي، الإيمان والحياة، ص١٢٧

(٢) سورة الأنعام، آية (٨٢).

(٣) سورة الأحقاف، آية (١٣).

(٤) سورة فصلت، آية (٣٠).

(٥) يوسف القرضاوي، الإيمان والحياة، (ص١٠١).

وإن فقدان الإيمان بالله وعدم اتباع منهجه يؤدي إلى فقدان الأمن النفسي والشعور بالهم والقلق والشقاء في الدنيا والآخرة، فقد شبَّه القرآن الكريم حالة الصراع والقلق والحيرة والضياع التي تصيب الإنسان الذي يفقد الإيمان بالله بالحالة التي يشعر بها الإنسان الذي يخرّ من السماء فتخطفه الطير[1]. قال تعالى: ﴿ وَمَن يُشْرِكْ بِٱللَّهِ فَكَأَنَّمَا خَرَّ مِنَ ٱلسَّمَآءِ فَتَخْطَفُهُ ٱلطَّيْرُ أَوْ تَهْوِى بِهِ ٱلرِّيحُ فِى مَكَانٍ سَحِيقٍ ﴾[2]، وإن أعظم أسباب الخوف والاضطراب والرعب، الكفر بالله، قال تعالى: ﴿ سَنُلْقِى فِى قُلُوبِ ٱلَّذِينَ كَفَرُوا۟ ٱلرُّعْبَ بِمَآ أَشْرَكُوا۟ بِٱللَّهِ مَا لَمْ يُنَزِّلْ بِهِۦ سُلْطَٰنًا ﴾[3].

وقد عرف أحد الباحثين الأمن النفسي بأنه (سكون النفس وطمأنينتها عند تعرضها لأزمة تحمل في ثناياها خطر من الأخطار، كذلك شعور الفرد بالحماية من التعرض للأخطار الاجتماعية والاقتصادية والعسكرية المحيطة به)[4].

من خلال تعريف الأمن في اللغة والاصطلاح ، وكذلك التعاريف السابقة للأمن النفسي يأتي مفهوم الأمن النفسي بمعنى الطمأنينة والسكينة النفسية التي يشعر بها المؤمن في حياته، ولا يمكن أن يتحقق الأمن النفسي إلا من خلال الإيمان بالله واتباع منهجه.

---

(١) محمد نجاتي، القرآن وعلم النفس (٢٧٧).

(٢) سورة الحج، آية (٣١).

(٣) سورة آل عمران، آية (١٥١).

(٤) صالح الصنيع، إستراتيجيات الأمن النفسي، ص٧٠.

المبحث الثاني: أهمية الأمن النفسي في حياة الأفراد والمجتمعات:

إن الأمن بمفهومه الشامل الذي أساسه الأمن النفسي ويشمل الأمن الاجتماعي والأمن الاقتصادي والأمن العسكري له أهمية عظيمة في حياة الأفراد والجماعات، وهو من أعظم نعم الله على العباد.

ويحقق الأمن النفسي للفرد الشعور بالسكينة والطمأنينة والراحة النفسية فيتمتع بالرضا والقناعة والثقة بما قسم الله له، ويوجد في قلبه الإيمان القوي، والتقوى الخالصة، ويحقق له السلوك السوي، فلا يشعر بالخوف والقلق، ولا يحس بالاضطراب والانزعاج، ولا يكون فريسة للشك والتردد والإفساد والانحراف.

كما أن الأمن النفسي للفرد يوجد الأمن مع الجماعة والمجتمع الذي يعيش فيه حيث يتعامل الفرد المطمئن النفس مع الآخرين بالمحبة والتقدير والتعاون والتكامل والإخلاص والصدق والأمانة.

فقد حث القرآن الكريم المسلمين أن يحبوا لإخوانهم المسلمين ما يحبوا لأنفسهم، وأن يحسنوا إليهم، ويتعاونوا معهم، قال تعالى: ﴿ وَتَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلْبِرِّ وَٱلتَّقْوَىٰ ﴾[1] وذلك ينمي الأمن النفسي في نفوس المسلمين العمل على خير الناس والمجتمع، والشعور بالانتماء للجماعة، ويقضي على العزلة والوحدة التي تسبب الأمراض النفسية.

فيعيش المجتمع الحياة الاجتماعية الصالحة التي أساسها التراحم، والتعاون، والتماسك، والعدل، فتتحقق لأفراد المجتمع أسباب الألفة والتواد، فتتصف حياته

(١) سورة المائدة، آية رقم (٢).

بالسعادة فيعيش في رخاء ونمو ورقي[1].

كما أن أهمية الأمن النفسي تتضح من خلال تسليط الضوء على أهمية الأمن بمفهومه الشامل، لأن الأمن النفسي يؤثر ويتأثر بأنواع الأمن الأخرى، فمن أهم متطلبات الحياة الفطرية، والضرورات الحياتية للفرد والمجتمع. حيث بين القرآن الكريم أن الأمن كان مطلب نبي الله إبراهيم الخليل عليه الصلاة والسلام، لذا توجه لله تعالى بالدعاء بأن يجعل البلد الحرام آمناً قال تعالى: ﴿ وَإِذْ قَالَ إِبْرَٰهِـۧمُ رَبِّ ٱجْعَلْ هَـٰذَا بَلَدًا ءَامِنًا وَٱرْزُقْ أَهْلَهُۥ مِنَ ٱلثَّمَرَٰتِ مَنْ ءَامَنَ مِنْهُم بِٱللَّهِ وَٱلْيَوْمِ ٱلْـَٔاخِرِ ۖ قَالَ وَمَن كَفَرَ فَأُمَتِّعُهُۥ قَلِيلًا ثُمَّ أَضْطَرُّهُۥٓ إِلَىٰ عَذَابِ ٱلنَّارِ ۖ وَبِئْسَ ٱلْمَصِيرُ ﴾[2] وقال تعالى: ﴿ وَإِذْ قَالَ إِبْرَٰهِيمُ رَبِّ ٱجْعَلْ هَـٰذَا ٱلْبَلَدَ ءَامِنًا وَٱجْنُبْنِى وَبَنِىَّ أَن نَّعْبُدَ ٱلْأَصْنَامَ ﴾[3]، فاستجاب الله - عز وجل- دعاء إبراهيم عليه السلام، واستقر الأمن في البلد الحرام، فيه يأمن جميع الناس على أرواحهم وأموالهم، لأنه أصبح في ذاته مكان أمنٍ وطمأنينة وسلام، قال تعالى: ﴿ وَإِذْ جَعَلْنَا ٱلْبَيْتَ مَثَابَةً لِّلنَّاسِ وَأَمْنًا وَٱتَّخِذُوا۟ مِن مَّقَامِ إِبْرَٰهِـۧمَ مُصَلًّى ﴾[4].

كما أشار القرآن الكريم إلى أن توفير الأمن وسيلة ضرورية للحياة والرخاء والتجارة، قال تعالى: ﴿ أَوَلَمْ نُمَكِّن لَّهُمْ حَرَمًا ءَامِنًا يُجْبَىٰٓ إِلَيْهِ ثَمَرَٰتُ كُلِّ شَىْءٍ رِّزْقًا مِّن لَّدُنَّا وَلَـٰكِنَّ أَكْثَرَهُمْ لَا يَعْلَمُونَ ﴾[5].

---

(١) إبراهيم الجوير، الأمن والتغيرات التنموية، ص٢٩- ٤٥.

(٢) سورة البقرة، آية رقم (١٢٦).

(٣) سورة إبراهيم، آية رقم (٣٥).

(٤) سورة البقرة، آية رقم (١٢٥).

(٥) سورة القصص، آية رقم (٥٧).

وعن أهمية الأمن النفسي وأثره في الاقتصاد وزيادة الإنتاج، يقول القرضاوي: (والمؤمن يتمتع في حياته بسكينة النفس، وطمأنينة القلب وانشراح الصدر، وبسمة الأمل، ونعمة الرضا والأمن، وروح الحب والصفاء، ولا ريب أن لهذه الحالة النفسية أثرها في الإنتاج، فإن الشارد أو المضطرب أو القلق أو اليائس أو الحاقد على الناس والحياة، قلما يحسن عملاً يوكل إليه، أو ينتج إنتاجاً يقنع ويرضي)[1].

وبين لنا القرآن الكريم أن الأمن من أعظم نعم الله تعالى التي تستحق الشكر بالقول والعمل لله، وعبادته كما أمر، قال تعالى: ﴿فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَٰذَا الْبَيْتِ ۝ الَّذِي أَطْعَمَهُم مِّن جُوعٍ وَآمَنَهُم مِّنْ خَوْفٍ﴾[2]، فقد آمنهم الله تعالى في أنفسهم ووطنهم وأسفارهم كما أنعم الله تعالى على أهل مكة بأن جعل البيت الحرام موضع أمن لهم قال تعالى: ﴿وَمَن دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا﴾[3].

وقد أخبرنا سبحانه وتعالى بأن نعمة الأمن توجب الشكر لله تعالى وأن الأمن من أسباب الرزق، وأن الكفر سبب الجوع والخوف، وفقدان الأمن[4] قال تعالى: ﴿وَضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا قَرْيَةً كَانَتْ آمِنَةً مُّطْمَئِنَّةً يَأْتِيهَا رِزْقُهَا رَغَدًا مِّن كُلِّ مَكَانٍ فَكَفَرَتْ بِأَنْعُمِ اللَّهِ فَأَذَاقَهَا اللَّهُ لِبَاسَ الْجُوعِ وَالْخَوْفِ بِمَا كَانُوا يَصْنَعُونَ﴾[5].

كما أخبر سبحانه وتعالى بأن الأمن النفسي والسكينة القلبية من أسباب نصرة

---

(١) يوسف القرضاوي، الإيمان والحياة، (ص٢٥٧).

(٢) سورة قريش، آية رقم (٤،٣).

(٣) سورة آل عمران، آية رقم (٩٧).

(٤) محمد الزحيلي، الإيمان أساس الأمن، مجلة الأمن، ص٤٥- ٧٣.

(٥) سورة النحل، آية رقم (١١٢).

المؤمنين في حروبهم، قال تعالى: ﴿هُوَ ٱلَّذِىٓ أَنزَلَ ٱلسَّكِينَةَ فِى قُلُوبِ ٱلْمُؤْمِنِينَ لِيَزْدَادُوٓا۟ إِيمَٰنًا مَّعَ إِيمَٰنِهِمْ ۗ وَلِلَّهِ جُنُودُ ٱلسَّمَٰوَٰتِ وَٱلْأَرْضِ ۚ وَكَانَ ٱللَّهُ عَلِيمًا حَكِيمًا﴾[1].

وسلط سبحانه وتعالى الخوف والقلق على المشركين فكانت سبباً في هزيمتهم وقتلهم وأسرهم قال تعالى: ﴿وَقَذَفَ فِى قُلُوبِهِمُ ٱلرُّعْبَ فَرِيقًا تَقْتُلُونَ وَتَأْسِرُونَ فَرِيقًا﴾[2]. والأمن وسيلة تحقق حفظ الضرورات الخمس في الإسلام والتي يتوقف عليها حياة الفرد والجماعة، وهي حفظ الدين والنفس والعقل والعرض والمال[3].

* * *

(١) سورة الفتح، آية رقم (٤).

(٢) سورة الأحزاب، آية رقم (٢٦).

(٣) يوسف القرضاوي، الأمن والحياة، ص ١٣٢.

الفصل الثالث : أثر الهدي القرآني في تحقيق الأمن النفسي لدى المسلم :

المبحث الأول : الإعجاز النفسي للقرآن الكريم :

اعتنى علماء المسلمين بتأثير القرآن الكريم في النفوس عند قراءته أو الاستماع إليه كأحد وجوه إعجازه وسموه بالإعجاز النفسي.

ولاشك أن في القرآن الكريم طاقة روحية ذات تأثير في نفس الإنسان، فهو يهز وجدانه، ويرهف أحاسيسه ومشاعره، ويصقل روحه، ويوقظ إدراكه وتفكيره، ويجلي بصيرته[1].

ويعد الإمام الخطابي من أوائل من بين وجه الإعجاز النفسي في القرآن الكريم حيث قال: (قلت في إعجاز القرآن وجه آخر ذهب عنه الناس فلا يكاد يعرفه إلا الشاذ من آحادهم، وذلك صنيعه بالقلوب، وتأثيره في النفوس، فإنك لا تسمع كلاماً غير القرآن منظوماً ولا منثوراً، إذا قرع السمع خلص له إلى القلب، من اللذة والحلاوة في حال، ومن الروعة والمهابة في أخرى، ما يخلص منه إليه، تستبشر به النفوس، وتنشرح له الصدور حتى إذا أخذت حظها منه عادت مرتاعة قد عراها الوجيب والقلق، وتغشاه الخوف والقلق، تقشعر منه الجلود، وتنزعج له القلوب، يحول بين النفس وبين مضمراتها وعقائدها الراسخة فيها، فكم من عدو للرسول صلى الله عليه وسلم من رجال العرب وفتاكها أقبلوا يريدون اغتياله وقتله فسمعوا آيات من القرآن، فلم يلبثوا حين وقعت في مسامعهم أن يتحولوا عن رأيهم الأول، وأن يركنوا إلى مسالمته، ويدخلوا في دينه، وصارت عداوتهم موالاة، وكفرهم إيماناً)[2].

---

(١) محمد نجاتي، القرآن وعلم النفس، ص٢٦٦.

(٢) الرماني والخطابي والجرجاني، ثلاث رسائل في إعجاز القرآن، ص٧٠.

وقد أشار القرآن الكريم في العديد من الآيات إلى أثره في النفوس بل إلى أثره في الجبال لو نزل عليها قال تعالى: ﴿ لَوْ أَنزَلْنَا هَٰذَا ٱلْقُرْءَانَ عَلَىٰ جَبَلٍ لَّرَأَيْتَهُۥ خَٰشِعًا مُّتَصَدِّعًا مِّنْ خَشْيَةِ ٱللَّهِ ۚ وَتِلْكَ ٱلْأَمْثَٰلُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٢١﴾ ﴾[1].

وقال تعالى: ﴿ ٱللَّهُ نَزَّلَ أَحْسَنَ ٱلْحَدِيثِ كِتَٰبًا مُّتَشَٰبِهًا مَّثَانِىَ تَقْشَعِرُّ مِنْهُ جُلُودُ ٱلَّذِينَ يَخْشَوْنَ رَبَّهُمْ ثُمَّ تَلِينُ جُلُودُهُمْ وَقُلُوبُهُمْ إِلَىٰ ذِكْرِ ٱللَّهِ ۚ ذَٰلِكَ هُدَى ٱللَّهِ يَهْدِى بِهِۦ مَن يَشَآءُ ۚ وَمَن يُضْلِلِ ٱللَّهُ فَمَا لَهُۥ مِنْ هَادٍ ﴿٢٣﴾ ﴾[2].

وقد قسم أحد الباحثين[3] الإعجاز النفسي للقرآن الكريم إلى جانبين هما:

الجانب الأول: حديث القرآن عن النفس الإنسانية وبيانه لصفاتها، وتحليله لها، وكشفه لخباياها وخفاياها، وتطهيرها وتزكيتها، ويشمل الآيات الكثيرة التي تتحدث عن النفس الإنسانية وتعرض صفاتها وأوصافها، فالقرآن الكريم أخبر بأن الله خلق النفس وسواها، وألهمها فجورها وتقواها، وجعل فيها القدرة على السير في طريق الفجور إن أرادته، كما جعل فيها القدرة على اتباع طريق التقوى، قال تعالى: ﴿ وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّىٰهَا ﴿٧﴾ فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَىٰهَا ﴿٨﴾ قَدْ أَفْلَحَ مَن زَكَّىٰهَا ﴿٩﴾ وَقَدْ خَابَ مَن دَسَّىٰهَا ﴿١٠﴾ ﴾[4].

ودعا القرآن الكريم المؤمنين للتأمل في آيات الله في نفوسهم، قال تعالى: ﴿ وَفِىٓ أَنفُسِكُمْ ۚ أَفَلَا تُبْصِرُونَ ﴿٢١﴾ ﴾[5]، ووصف لنا صفات وأحوال النفس الإنسانية وكذلك كشف القرآن الكريم ما يخفيه الإنسان داخل نفسه حيث يكشف الله

---

(١) سورة الحشر، آية رقم (٢١).

(٢) سورة الزمر، آية رقم (٢٣).

(٣) صلاح الخالدي، البيان في إعجاز القرآن، عمان، ص٣٣٤- ٣٥٠.

(٤) سورة الشمس، آية رقم (٧- ١٠).

(٥) سورة الذاريات، آية رقم (٢١).

للآخرين ويطلعهم على ذلك الحديث النفسي المكتوم، وذلك مثل كشف ما في نفوس المنافقين، وإخباره للرسول صلى الله عليه وسلم عما يقوله المنافقون في نفوسهم.

الجانب الثاني: تأثير القرآن الكريم في النفس الإنسانية سواء كانت مؤمنة أو كافرة وما ينتج عن هذا التأثير في النفس من نتائج وثمرات.

وفي مقدمة الذين أثر فيهم القرآن الكريم نبينا محمد صلى الله عليه وسلم، فقد روى البخاري في صحيحه عَنْ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ يَحْيَى بَعْضُ الْحَدِيثِ عَنْ عَمْرِو بْنِ مُرَّةَ قَالَ: قَالَ: لِي النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اقْرَأْ عَلَيَّ قُلْتُ: أَقْرَأُ عَلَيْكَ وَعَلَيْكَ أُنْزِلَ قَالَ: " فَإِنِّي أُحِبُّ أَنْ أَسْمَعَهُ مِنْ غَيْرِي، فَقَرَأْتُ عَلَيْهِ سُورَةَ النِّسَاءِ حَتَّى بَلَغْتُ (فَكَيْفَ إِذَا جِئْنَا مِنْ كُلِّ أُمَّةٍ بِشَهِيدٍ وَجِئْنَا بِكَ عَلَى هَؤُلَاءِ شَهِيدًا) قَالَ: أَمْسِكْ فَإِذَا عَيْنَاهُ تَذْرِفَانِ "[1].

وأورد ابن هشام[2] في قصة إسلام عمر بن الخطاب رضي الله عنه روايتين كلاهما تؤكد تأثره بسماع القرآن الكريم سواء في بيت أخته فاطمة بنت الخطاب أو بجانب الكعبة عندما كان رسول الله صلى الله عليه وسلم قائماً يصلي ويقرأ القرآن جهراً.

كما أن للقرآن الكريم أثراً عظيماً في نفوس العرب، فقد غيّر شخصياتهم وأسلوب حياتهم وسلوكهم، فكون منهم أفراداً أصحاب مبادئ وقيم إنسانية، ومجتمعاً قوياً متعاوناً، فاستطاعوا أن ينشروا دعوة الإسلام في معظم بلاد العالم، وهزموا الروم والفرس أكبر دولتين في عالم ذلك الوقت[3].

---

(١) رواه البخاري، حديث (٤٢١٦)، كتاب التفسير.

(٢) ابن هشام، السيرة النبوية، ص٢٥٥- ٢٦١.

(٣) ناهد الخراشي، أثر القرآن الكريم في الأمن النفسي، ص١٣١.

ومما أورد في تأثير القرآن الكريم على نفوس سامعيه، ما ذكره ابن حجر في فتح الباري من الحديث الذي رواه البخاري عن جبير بن مطعم -رضي الله عنه- أنه قال: سمعت النبي صلى الله عليه وسلم يقرأ في المغرب بالطور، فلما بلغ هذه الآية: ﴿أَمْ خُلِقُوا مِنْ غَيْرِ شَيْءٍ أَمْ هُمُ الْخَالِقُونَ ﴿٣٥﴾ أَمْ خَلَقُوا السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ بَل لَّا يُوقِنُونَ ﴿٣٦﴾ أَمْ عِندَهُمْ خَزَائِنُ رَبِّكَ أَمْ هُمُ الْمُصَيْطِرُونَ ﴿٣٧﴾﴾[1]، كاد قلبي يطير، وذكر ابن حجر ـ رحمه الله ـ عن الخطابي كأنه انزعج عندما سمع هذه الآية لفهمه معناها ومعرفته بما تضمنته، ففهم الحجة فاستدركها بلطيف طبعه [2].

المبحث الثاني: أثر الهدي القرآني في الأمن النفسي لدى المسلم:

أنزل الله سبحانه وتعالى القرآن الكريم على نبينا محمد ـ صلَّى اللهُ عَليهِ وسَلَّمَ ـ؛ ليكون رحمة وموعظة وهداية للناس، قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَتْكُم مَّوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ وَشِفَاءٌ لِّمَا فِي الصُّدُورِ وَهُدًى وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ ﴿٥٧﴾﴾[3].

ذكر السعدي في تفسيره أن هذا القرآن موعظة وشفاء لما في الصدور من أمراض الشهوات والشبهات، فإن ما فيه من المواعظ والترغيب والترهيب حتى إذا وجدت في الإنسان الرغبة في الخير والرهبة من الشر أوجب ذلك عنده تقديم مراد الله ـ تعالى ـ على مراد النفس، وصار ما يرضي الله ـ عز وجل ـ أحب إلى العبد من شهوة نفسه ، كما أن فيه من البراهين والأدلة ما يزيل الشبه في الحق ويصل به إلى أعلى درجات اليقين. قوله سبحانه وتعالى: ﴿وَهُدًى وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ﴾ فالهدى هو العلم بالحق والعمل به، والرحمة هي ما يحصل من الخير والإحسان والثواب

(١) سورة الطور، آية رقم (٣٥- ٣٧).

(٢) ابن حجر، فتح الباري بشرح البخاري، ج٨، ص٦٠٣ .

(٣) سورة يونس، آية رقم (٥٧).

العاجل والآجل لمن اهتدى به، وإذا حصل الهدى وحلت الرحمة الناشئة عنه حصلت السعادة والفلاح والربح والنجاح والفرح والسرور[1].

ويقول شيخ الإسلام ابن تيمية: (والقرآن شفاء لما في الصدور، ومن في قلبه أمراض الشبهات والشهوات، ففيه من البينات ما يزيل الحق من الباطل، فيزيل أمراض الشبه المفسدة للعلم والتصور والإدراك، بحيث يرى الأشياء على ما هي عليه، وفيه من الحكمة والموعظة الحسنة بالترغيب والترهيب والقصص التي فيها عبرة ما يوجب صلاح القلب)[2].

نزل القرآن الكريم لإرشاد الناس وتوجيههم إلى الطريق السوي والصراط المستقيم، الذي فيه صلاح نفوسهم ومجتمعاتهم، وتتحقق به سعادتهم في الحياة الدنيا والآخرة، قال تعالى: ﴿إِنَّ هَٰذَا ٱلْقُرْءَانَ يَهْدِى لِلَّتِى هِىَ أَقْوَمُ وَيُبَشِّرُ ٱلْمُؤْمِنِينَ ٱلَّذِينَ يَعْمَلُونَ ٱلصَّٰلِحَٰتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا كَبِيرًا ۝﴾[3].

فقد أخبرنا سبحانه وتعالى عن شرف القرآن الكريم وجلالته بأنه يهدي إلى أعدل وأعلى العقائد والأعمال والأخلاق، فمن اهتدى بما يدعو إليه القرآن كان أكمل الناس وأقومهم وأهداهم في جميع أموره[4].

وقد رسم لنا القرآن الكريم في قصة إبراهيم الخليل عليه السلام وجداله مع قومه بثبات ويقين وطمأنينة، حول من هو الأحق بالأمن النفسي، ومن هو الأحق بالخوف، قال تعالى: ﴿وَحَآجَّهُۥ قَوْمُهُۥ ۚ قَالَ أَتُحَٰٓجُّوٓنِّى فِى ٱللَّهِ وَقَدْ هَدَىٰنِ ۚ وَلَآ أَخَافُ مَا تُشْرِكُونَ بِهِۦٓ إِلَّآ أَن يَشَآءَ رَبِّى شَيْـًٔا ۗ وَسِعَ رَبِّى كُلَّ شَىْءٍ عِلْمًا ۗ أَفَلَا تَتَذَكَّرُونَ ۝﴾

(١) عبد الرحمن السعدي، تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، ص٣٦٧.

(٢) ابن تيمية، مجموع فتاوي، ج١٠، ص٩٥.

(٣) سورة الإسراء، آية رقم (٩).

(٤) عبد الرحمن السعدي، تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، ص٢٦٣.

وَكَيْفَ أَخَافُ مَآ أَشْرَكْتُمْ وَلَا تَخَافُونَ أَنَّكُمْ أَشْرَكْتُم بِٱللَّهِ مَا لَمْ يُنَزِّلْ بِهِۦ عَلَيْكُمْ سُلْطَٰنًا ۚ فَأَىُّ ٱلْفَرِيقَيْنِ أَحَقُّ بِٱلْأَمْنِ ۖ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٨١﴾ ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ وَلَمْ يَلْبِسُوٓا۟ إِيمَٰنَهُم بِظُلْمٍ أُو۟لَٰٓئِكَ لَهُمُ ٱلْأَمْنُ وَهُم مُّهْتَدُونَ ﴿٨٢﴾﴾[1].

ذكر السعدي في تفسيره المقصود بالأمن في الآية الأمن من المخاوف والعذاب والشقاء والهداية إلى الصراط المستقيم[2].

وكذلك في قصة إبراهيم الخليل وابنه إسماعيل عليهما السلام مثال واضح للأمن النفسي الذي ظهر على هاتين النفسين المؤمنتين ومدى طمأنينتهما في أصعب ساعات الشدة، وامتثالهما لأمر الله برضاء ويقين وسكينة بدون خوف أو تردد أو اضطراب.

قال تعالى: ﴿فَبَشَّرْنَٰهُ بِغُلَٰمٍ حَلِيمٍ ﴿١٠١﴾ فَلَمَّا بَلَغَ مَعَهُ ٱلسَّعْىَ قَالَ يَٰبُنَىَّ إِنِّىٓ أَرَىٰ فِى ٱلْمَنَامِ أَنِّىٓ أَذْبَحُكَ فَٱنظُرْ مَاذَا تَرَىٰ ۚ قَالَ يَٰٓأَبَتِ ٱفْعَلْ مَا تُؤْمَرُ ۖ سَتَجِدُنِىٓ إِن شَآءَ ٱللَّهُ مِنَ ٱلصَّٰبِرِينَ ﴿١٠٢﴾ فَلَمَّآ أَسْلَمَا وَتَلَّهُۥ لِلْجَبِينِ ﴿١٠٣﴾ وَنَٰدَيْنَٰهُ أَن يَٰٓإِبْرَٰهِيمُ ﴿١٠٤﴾ قَدْ صَدَّقْتَ ٱلرُّءْيَآ ۚ إِنَّا كَذَٰلِكَ نَجْزِى ٱلْمُحْسِنِينَ ﴿١٠٥﴾ إِنَّ هَٰذَا لَهُوَ ٱلْبَلَٰٓؤُا۟ ٱلْمُبِينُ ﴿١٠٦﴾ وَفَدَيْنَٰهُ بِذِبْحٍ عَظِيمٍ ﴿١٠٧﴾ وَتَرَكْنَا عَلَيْهِ فِى ٱلْءَاخِرِينَ ﴿١٠٨﴾ سَلَٰمٌ عَلَىٰٓ إِبْرَٰهِيمَ ﴿١٠٩﴾ كَذَٰلِكَ نَجْزِى ٱلْمُحْسِنِينَ ﴿١١٠﴾ إِنَّهُۥ مِنْ عِبَادِنَا ٱلْمُؤْمِنِينَ ﴿١١١﴾﴾[3].

كما أن السكينة والطمأنينة النفسية التي غمرت قلب نبينا محمد صلَّى اللهُ عَليهِ وسَلَّمَ وهو في الغار يوم الهجرة من مكة إلى المدينة مع صاحبه أبي بكر الصديق

(١) سورة الأنعام، آية رقم (٨٠- ٨٢).

(٢) عبد الرحمن السعدي، تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، ، ص٢٦٣.

(٣) سورة الصافات، آية رقم (١٠١- ١١١).

جعلته آمناً مطمئناً راضياً ثابتاً لم يشعر بالحزن والخوف والقلق[1].

قال تعالى: ﴿ إِلَّا تَنصُرُوهُ فَقَدْ نَصَرَهُ ٱللَّهُ إِذْ أَخْرَجَهُ ٱلَّذِينَ كَفَرُوا۟ ثَانِىَ ٱثْنَيْنِ إِذْ هُمَا فِى ٱلْغَارِ إِذْ يَقُولُ لِصَٰحِبِهِۦ لَا تَحْزَنْ إِنَّ ٱللَّهَ مَعَنَا ۖ فَأَنزَلَ ٱللَّهُ سَكِينَتَهُۥ عَلَيْهِ وَأَيَّدَهُۥ بِجُنُودٍ لَّمْ تَرَوْهَا وَجَعَلَ كَلِمَةَ ٱلَّذِينَ كَفَرُوا۟ ٱلسُّفْلَىٰ ۗ وَكَلِمَةُ ٱللَّهِ هِىَ ٱلْعُلْيَا ۗ وَٱللَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴿٤٠﴾ ﴾[2].

وما ورد في صحيح البخاري من حديث أنس رضي الله عنه قَالَ: حَدَّثَنِي أَبُو بَكْرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: كُنْتُ مَعَ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فِي الْغَارِ فَرَأَيْتُ آثَارَ الْمُشْرِكِينَ قُلْتُ: يَا رَسُولَ اللَّهِ لَوْ أَنَّ أَحَدَهُمْ رَفَعَ قَدَمَهُ رَآنَا قَالَ: " مَا ظَنُّكَ بِاثْنَيْنِ اللَّهُ ثَالِثُهُمَا "[3].

ووصف لنا القرآن الكريم مصادر وأسباب الأمن النفسي ، وأن الذين اتبعوا المنهج القرآني في حياتهم عقيدة وشريعة ومعاملات وأخلاقاً هم الذين أنعم الله عليهم بالأمن النفسي

قال تعالى: ﴿ ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ وَلَمْ يَلْبِسُوٓا۟ إِيمَٰنَهُم بِظُلْمٍ أُو۟لَٰٓئِكَ لَهُمُ ٱلْأَمْنُ وَهُم مُّهْتَدُونَ ﴿٨٢﴾ ﴾[4].

وقال تعالى: ﴿ ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُم بِذِكْرِ ٱللَّهِ ۗ أَلَا بِذِكْرِ ٱللَّهِ تَطْمَئِنُّ ٱلْقُلُوبُ ﴿٢٨﴾ ﴾[5].

---

(١) يوسف القرضاوي، الإيمان والحياة، ص٩٥.

(٢) سورة التوبة، آية رقم (٤٠).

(٣) رواه البخاري ، حديث (٣٣٨٠) ، كتاب المناقب.

(٤) سورة الأنعام، آية رقم (٨٢).

(٥) سورة الأنعام، آية رقم (٨٢).

وقال تعالى: ﴿ هُوَ ٱلَّذِىٓ أَنزَلَ ٱلسَّكِينَةَ فِى قُلُوبِ ٱلْمُؤْمِنِينَ لِيَزْدَادُوٓا۟ إِيمَٰنًا مَّعَ إِيمَٰنِهِمْ ۗ وَلِلَّهِ جُنُودُ ٱلسَّمَٰوَٰتِ وَٱلْأَرْضِ ۚ وَكَانَ ٱللَّهُ عَلِيمًا حَكِيمًا ﴿٤﴾ ﴾[1].

وما الأمن والسكينة والطمأنينة النفسية التي وهبها الله - سبحانه وتعالى- لنبيه إبراهيم الخليل عليه السلام عند جداله مع قومه وعند ابتلائه بذبح ابنه، التي سبق ذكرها إلا بسبب عبوديته لله وحده وإيمانه الصادق، وهو السبب نفسه الذي به نزلت السكينة والاطمئنان النفسي على نبينا محمد - صلَّى اللهُ عَليهِ وسَلَّمَ- حين كان في الغار مع صاحبه الصديق رَضِيَ اللهُ عنهُ.

فإن من ثمار الإيمان الصحيح ولاية الله لعبده المؤمن فهو - سبحانه وتعالى- يحوطه بعنايته ورعايته، ويحفظه، ويثبته عند الشدائد، وينصره، ويحميه، ويدافع عنه، ويخرجه من الظلمات إلى النور، فتتحقق للمؤمن بهذه الولاية سكينة النفس وأمنها وطمأنينتها، والبعد عن الخوف والهم والحزن والقلق والاضطراب[2].

قال تعالى: ﴿ ٱللَّهُ وَلِىُّ ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ يُخْرِجُهُم مِّنَ ٱلظُّلُمَٰتِ إِلَى ٱلنُّورِ ﴾[3].

وقال تعالى: ﴿ أَلَآ إِنَّ أَوْلِيَآءَ ٱللَّهِ لَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ﴿٦٢﴾ ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ وَكَانُوا۟ يَتَّقُونَ ﴿٦٣﴾ ﴾[4].

وقال تعالى: ﴿ إِنَّ ٱلَّذِينَ قَالُوا۟ رَبُّنَا ٱللَّهُ ثُمَّ ٱسْتَقَٰمُوا۟ تَتَنَزَّلُ عَلَيْهِمُ ٱلْمَلَٰٓئِكَةُ أَلَّا تَخَافُوا۟ وَلَا تَحْزَنُوا۟ وَأَبْشِرُوا۟ بِٱلْجَنَّةِ ٱلَّتِى كُنتُمْ تُوعَدُونَ ﴿٣٠﴾ نَحْنُ أَوْلِيَآؤُكُمْ فِى ٱلْحَيَوٰةِ ٱلدُّنْيَا

(١) سورة الفتح، آية رقم (٤).

(٢) عبد الله الجربوع، أثر الإيمان في تحصين الأمة الإسلامية ضد الأفكار الهدامة، ص١٨٣- ٢٧٨.

(٣) سورة البقرة، آية رقم (٢٥٧).

(٤) سورة البقرة، آية رقم (٢٥٧).

﴿وَفِي ٱلْآخِرَةِ وَلَكُمْ فِيهَا مَا تَشْتَهِيٓ أَنفُسُكُمْ وَلَكُمْ فِيهَا مَا تَدَّعُونَ ۝﴾[1].

وأخبرنا نبينا محمد صلى الله عليه وسلم عن ربه فيما أعده لأوليائه من عباده المؤمنين فقال رسول الله صلَّى اللهُ عَلَيهِ وسَلَّمَ: "إِنَّ اللَّهَ قَالَ مَنْ عَادَى لِي وَلِيًّا فَقَدْ آذَنْتُهُ بِالْحَرْبِ، وَمَا تَقَرَّبَ إِلَيَّ عَبْدِي بِشَيْءٍ أَحَبَّ إِلَيَّ مِمَّا افْتَرَضْتُ عَلَيْهِ، وَمَا يَزَالُ عَبْدِي يَتَقَرَّبُ إِلَيَّ بِالنَّوَافِلِ حَتَّى أُحِبَّهُ، فَإِذَا أَحْبَبْتُهُ كُنْتُ سَمْعَهُ الَّذِي يَسْمَعُ بِهِ وَبَصَرَهُ الَّذِي يُبْصِرُ بِهِ وَيَدَهُ الَّتِي يَبْطِشُ بِهَا، وَرِجْلَهُ الَّتِي يَمْشِي بِهَا وَإِنْ سَأَلَنِي لَأُعْطِيَنَّهُ وَلَئِنْ اسْتَعَاذَنِي لَأُعِيذَنَّهُ وَمَا تَرَدَّدْتُ عَنْ شَيْءٍ أَنَا فَاعِلُهُ تَرَدُّدِي عَنْ نَفْسِ الْمُؤْمِنِ يَكْرَهُ الْمَوْتَ وَأَنَا أَكْرَهُ مَسَاءَتَهُ"[2]، فلا بد أن تكون نفس من حصل على هذه المنزلة آمنة مطمئنة راضية.

يقول ابن القيم –رحمه الله- : (في القلب شعث لا يلمه إلا الإقبال على الله وفيه وحشة لا يزيلها إلا الأنس بالله، وفيه حزن لا يذهبه إلا السرور بمعرفته، وصدق معاملته، وفيه قلق لا يسكنه إلا الاجتماع عليه والفرار إليه، وفيه نيران حسرات لا يطفئها إلا الرضا بأمره ونهيه وقضائه، ومعانقة الصبر على ذلك إلى وقت لقائه، وفيه فاقة لا يسدها إلا محبته والإنابة إليه، ودوام ذكره، وصدق الإخلاص له)[3].

وللإيمان بالله وملائكته ورسله واليوم الآخر والقضاء والقدر خيره وشره آثار في تحقيق الأمن النفسي لدى المؤمن ، وقد وصف أحد الباحثين[4] بعض هذه

(١) سورة فصلت، آية رقم (٢٠- ٢١).

(٢) رواه البخاري، ،حديث (٦٠٢١) ، باب التواضع.

(٣) ابن القيم، مدارج السالكين، ج٣ ، ص٢٣٣ .

(٤) كمال مرسي، المدخل إلى علم الصحة النفسية، ص١٢٩

الآثار كما يلي:

١- الإيمان بالله يبعث في النفس طمأنينة، ويبعد عنها الهم والقلق والاضطراب، قال تعالى: ﴿ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُم بِذِكْرِ ٱللَّهِ ۗ أَلَا بِذِكْرِ ٱللَّهِ تَطْمَئِنُّ ٱلْقُلُوبُ ﴿٢٨﴾﴾[1]، فالإيمان يجعل المؤمن مطمئناً غير قلق، ثابتاً غير متقلب، واثقاً غير متردد، مستقيماً غير متعرج.

٢- الإيمان يبعث في النفس رضاً ويقيناً، ويبعد عنها السخط والشك والريبة.

٣- كما أن الإيمان يبعث في النفس حباً للناس، ورغبة في التعاون معهم، ودافعاً لمودتهم ومساعدتهم لأنه لا يكمل إيمان المؤمن حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه.

٤- الإيمان يشبع في النفس تفاؤلاً، ويحميها من التشاؤم، فالمؤمن يكون راضياً عن ماضيه وحاضره ومستقبله.

٥- الإيمان ينمي في النفس صبراً وثباتاً عند الشدائد والمصائب، فهو لا ييأس ولا يغيظ ولا يجزع مهما تعاظمت الخطوب.

٦- الإيمان ينمي في النفس قناعة بقسمة الله في الرزق والصحة والقدرات والمواهب والزوج والولد.

٧- الإيمان يسمو بغايات النفس، فتسمو أفعالها، فغاية المؤمن ليست جمع المال، ولا في الجاه والسلطان، ولا بالتفوق والنجاح، لكنها في عبادة الله التي خلق من أجلها.

---

(١) سورة الرعد، آية رقم (٧٥).

كما بين الباحث أن ضعف الإيمان والكفر والنفاق تؤدي إلى وهن الصحة النفسية لأنها مرتبطة بالخوف، والقلق، والجزع، والطمع، وسوء الخلق، والحسد، والحقد، ولكنها مشاعر تتولد عنها كافة الانحرافات النفسية.

ولا شك أن من أهم أسباب السكينة والاطمئنان والأمن لدى المؤمن أنه قد هدى إلى فطرته التي فطره الله عليها، فعاش المؤمن مع فطرته في سلام ووئام، يقول يوسف القرضاوي[1]: (إن في فطرة الإنسان فراغاً لا يملؤه علم ولا ثقافة ولا فلسفة، إنما يملؤه الإيمان بالله جل وعلا، وستظل الفطرة الإنسانية تحس بالتوتر والجوع والظمأ حتى تجد الله، وتؤمن به، وتتوجه إليه، هناك تستريح من تعب، وترتوي من ظمأ، وتأمن من خوف، هناك تحس بالهداية بعد الحيرة، والاستقرار بعد التخبط، والاطمئنان بعد القلق).

والمؤمن الذي يعيش في معيّة الله يشعر بأنه متبع طريق الهداية كما شعر موسى عليه السلام فقال لقومه: ﴿إِنَّ مَعِيَ رَبِّي سَيَهْدِينِ ۝٦٢﴾[2]، ويشعر بالسكينة وعدم الخوف والقلق والحزن، وكما شعر نبينا محمد - صلى الله عليه وسلم- حين قال لصاحبه في الغار: ﴿لَا تَحْزَنْ إِنَّ ٱللَّهَ مَعَنَا﴾[3].

وبين لنا القرآن الكريم بأن الله سبحانه وتعالى أعد للمؤمنين المتقين البشرى والفوز في الحياة الدنيا والآخرة، وأنه معهم يجعل لهم نوراً، وييسر لهم أمرهم، ويرزقهم، قال تعالى: ﴿ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ وَكَانُوا۟ يَتَّقُونَ ۝٦٣ لَهُمُ ٱلْبُشْرَىٰ فِى

(١) يوسف القرضاوي، الإيمان والحياه، ص٧٧.

(٢) سورة الشعراء، آية رقم (٦٢).

(٣) سورة التوبة، آية رقم (٤٠).

﴿ٱلْحَيَوٰةِ ٱلدُّنْيَا وَفِى ٱلْءَاخِرَةِ ۚ لَا تَبْدِيلَ لِكَلِمَٰتِ ٱللَّهِ ۚ ذَٰلِكَ هُوَ ٱلْفَوْزُ ٱلْعَظِيمُ ﴿٦٤﴾﴾[1].

وقال تعالى: ﴿إِنَّ ٱللَّهَ مَعَ ٱلَّذِينَ ٱتَّقَوا۟ وَّٱلَّذِينَ هُم مُّحْسِنُونَ ﴿١٢٨﴾﴾[2].

وقال تعالى: ﴿إِن تَتَّقُوا۟ ٱللَّهَ يَجْعَل لَّكُمْ فُرْقَانًا﴾[3].

وقال تعالى: ﴿وَمَن يَتَّقِ ٱللَّهَ يَجْعَل لَّهُۥ مِنْ أَمْرِهِۦ يُسْرًا ﴿٤﴾﴾[4].

وقال تعالى: ﴿وَمَن يَتَّقِ ٱللَّهَ يَجْعَل لَّهُۥ مَخْرَجًا ﴿٢﴾ وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ ۚ وَمَن يَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُۥٓ﴾[5].

ولا شك أن هذه النعم من الله التي أعدها لعباده المؤمنين المتقين تجلب لهم الطمأنينة والسكينة والأمن النفسي الذي يبحث عنه كل إنسان في هذه الحياة.

فإن المؤمن لا يخاف ولا يقلق من الأمور التي يخاف منها الناس الآخرون، وهي الحصول على الرزق، والموت، والمصائب الدنيوية، والشعور بآثار المعاصي والذنوب، لذا يعيش آمن النفس، مطمئن القلب، مرتاح البال، للأسباب التالية:

١- أن المؤمن آمن على رزقه، لأنه يعلم أنه تكفل له ربه سبحانه وتعالى به، فهو لا يخاف الفقر، لأن الله هو الرزاق ذو القوة المتين، فيعيش حياته في رضاء وطمأنينة لايقلق من قلة الرزق، ويشكر الله إذا رزق ولا يسرف.

---

(١) سورة يونس، آية رقم (٦٣،٦٤).

(٢) سورة النحل، آية رقم (١٢٨).

(٣) سورة الأنفال، آية رقم (٢٩).

(٤) سورة الطلاق، آية رقم (٤).

(٥) سورة الطلاق، آية رقم (٢،٣).

قال تعالى: ﴿ إِنَّ ٱللَّهَ هُوَ ٱلرَّزَّاقُ ذُو ٱلْقُوَّةِ ٱلْمَتِينُ ﴿٥٨﴾ ﴾[1].

وقال تعالى: ﴿ ٱللَّهُ يَبْسُطُ ٱلرِّزْقَ لِمَن يَشَآءُ وَيَقْدِرُ ﴾[2].

٢- والمؤمن آمن على أجله ولا يخاف من الموت، لأنه يؤمن أن الآجال بيد الله، وأن الموت قد كتبه الله على كل حي، ويعلم ما أعده الله للمؤمنين عند الموت وبعد الموت من بشرى وجنات نعيم، فيكو بذلك مطمئناً سالماً من القلق.

قال تعالى: ﴿ كُلُّ نَفْسٍ ذَآئِقَةُ ٱلْمَوْتِ ﴾[3].

٣- أن المؤمن يصبر على البلاء والشدائد والمصائب، لأنه يؤمن بالقضاء والقدر، وأن ذلك إنما هو ابتلاء من الله له، فيعيش راضياً بما قدر الله له مطمئناً برحمة الله وعونه له.

قال تعالى: ﴿ وَنَبْلُوكُم بِٱلشَّرِّ وَٱلْخَيْرِ فِتْنَةً وَإِلَيْنَا تُرْجَعُونَ ﴿٣٥﴾ ﴾[4].

٤- كما أن المؤمن الذي تربى على الهدي القرآني يخاف الله ويتقيه، يتجنب المعاصي والذنوب، التي تجلب لصاحبها القلق والخوف والاضطراب النفسي، كما أنه إذا ارتكب ذنباً لا يلبث في أن يعرف خطأه، ويعترف بذنبه، فيستغفر الله ويتوب إليه، وبذلك يتجنب الوقاية من الكبت والصراع النفسي.

قال تعالى: ﴿ وَمَن يَعْمَلْ سُوٓءًا أَوْ يَظْلِمْ نَفْسَهُۥ ثُمَّ يَسْتَغْفِرِ ٱللَّهَ يَجِدِ ٱللَّهَ غَفُورًا رَّحِيمًا ﴿١١٠﴾ ﴾[5].

---

(١) سورة الذاريات، آية رقم (٥٨).

(٢) سورة الرعد، آية رقم (٢٦).

(٣) سورة آل عمران، آية رقم (١٨٥).

(٤) سورة الانبياء، آية رقم (٣٥).

(٥) سورة النساء، آية رقم (١١٠).

وقال تعالى: ﴿ قُلْ يَٰعِبَادِيَ ٱلَّذِينَ أَسْرَفُوا۟ عَلَىٰٓ أَنفُسِهِمْ لَا تَقْنَطُوا۟ مِن رَّحْمَةِ ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يَغْفِرُ ٱلذُّنُوبَ جَمِيعًا ﴾[1].

والإيمان بالله تعالى، واتباع منهجه الذي رسمه للإنسان في القرآن الكريم، وبينته السنة، ، هو الطريق الوحيد الذي يؤدي إلى تحقيق أمن الإنسان وسعادته، وهو السبيل للتخلص من الهم والقلق ، وإن فقدان الإيمان بالله وعدم اتباع منهجه في الحياة يؤدي إلى الهم والقلق والشقاء.

قال تعالى: ﴿ قَالَ ٱهْبِطَا مِنْهَا جَمِيعًۢا ۖ بَعْضُكُمْ لِبَعْضٍ عَدُوٌّ ۖ فَإِمَّا يَأْتِيَنَّكُم مِّنِّى هُدًى فَمَنِ ٱتَّبَعَ هُدَاىَ فَلَا يَضِلُّ وَلَا يَشْقَىٰ ﴿١٢٣﴾ وَمَنْ أَعْرَضَ عَن ذِكْرِى فَإِنَّ لَهُۥ مَعِيشَةً ضَنكًا وَنَحْشُرُهُۥ يَوْمَ ٱلْقِيَٰمَةِ أَعْمَىٰ ﴿١٢٤﴾ ﴾[2].

ولقد عد الله سبحانه وتعالى عباده المؤمنين الصالحين أن تتبدل مخاوفهم أمناً الذي هو أساس الاستخلاف في الأرض، إذا ما التزموا وأخلصوا العبودية لله وحده.

قال تعالى: ﴿ وَعَدَ ٱللَّهُ ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ مِنكُمْ وَعَمِلُوا۟ ٱلصَّٰلِحَٰتِ لَيَسْتَخْلِفَنَّهُمْ فِى ٱلْأَرْضِ كَمَا ٱسْتَخْلَفَ ٱلَّذِينَ مِن قَبْلِهِمْ وَلَيُمَكِّنَنَّ لَهُمْ دِينَهُمُ ٱلَّذِى ٱرْتَضَىٰ لَهُمْ وَلَيُبَدِّلَنَّهُم مِّنۢ بَعْدِ خَوْفِهِمْ أَمْنًا ۚ يَعْبُدُونَنِى لَا يُشْرِكُونَ بِى شَيْـًٔا ۚ وَمَن كَفَرَ بَعْدَ ذَٰلِكَ فَأُو۟لَٰٓئِكَ هُمُ ٱلْفَٰسِقُونَ ﴿٥٥﴾ ﴾[3].

ولا شك أن فقدان الأمن النفسي عند الإنسان يوجد الخوف والشك والقلق والاضطراب فيحرم صاحبه من سكون النفس وطمأنينتها وهدوء القلب وراحته،

---

(١) سورة الزمر، آية رقم (٥٣).

(٢) سورة طه، آية رقم (١٢٣، ١٢٤).

(٣) سورة النور، آية رقم (٥٥).

فيصبح كثير الهموم وفي مختلف النزعات والغايات، وبه الكثير من الصراعات، ويعيش حياة شقاء وتعاسة.

قال تعالى: ﴿وَمَنْ أَعْرَضَ عَن ذِكْرِي فَإِنَّ لَهُ مَعِيشَةً ضَنكًا وَنَحْشُرُهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ أَعْمَىٰ ﴿١٢٤﴾﴾[1].

قال ابن كثير في تفسيره أن معنى (ضنكا) في الآية: (فلا طمأنينة له ولا انشراح لصدره بل صدره ضيق حرج لضلاله ، وإن تنعم ظاهره ولبس ماشاء وأكل مشاء وسكن حيث شاء ، فإن قلبه ما لم يخلص إلى اليقين والهدى فهو في قلق وحيرة وشك)[2].

المبحث الثالث: الثمرات المباركة للأمن النفسي لدى المسلم:

إن من ثمرات الأمن النفسي الذي يتحقق للمسلم من اتباعه للهدي القرآني كما بيَّنا في المبحث السابق، حصوله على الحياة الطيبة في الدنيا والآخرة، كما يعيش مجتمعه في حياة طيبة، سأذكر في هذا المبحث ثمرتين رئيسيتين من الثمار المباركة للأمن النفسي الذي أنعم به الله - سبحانه وتعالى- على عباده المؤمنين.

أولاً: الحياة الطيبة للمسلم في الدنيا والآخرة:

تبدأ السعادة للمسلم بالسعادة النفسية التي هي صفاء نفس، وطمأنينة قلب، وانشراح صدر، وراحة ضمير[3]، ويتحقق للمؤمن الحياة الطيبة في جميع مجالاتها، قال تعالى: ﴿مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّن ذَكَرٍ أَوْ أُنثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهُ حَيَاةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُم بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿٩٧﴾﴾[4].

---

(١) سورة طه، آية رقم (١٢٤).

(٢) ابن كثير، تفسير القرآن العظيم، ج٣، ص ١٦٨،١٦٩ .

(٣) يوسف القرضاوي، ص٧٢ .

(٤) سورة النحل، آية رقم (٩٧).

ذكر المفسرون في معنى الحياة الطيبة في الآية (وذلك بطمأنينة قلبه، وسكون نفسه، وعدم التفاته لما يشوش عليه قلبه، ويرزقه الله رزقاً حلالاً طيباً من حيث لا يحتسب)[1].

ويؤكد ابن القيم[2] رحمه الله بأن الحياة الطيبة في الآية أنها حياة القلب ونعيمه، وبهجته وسروره بالإيمان ومعرفة الله، ومحبته والإنابة إليه، والتوكل إليه، وإذا كانت حياة القلب طيبة تبعتها حياة الجوارح، فالقلب الحي يكون سبباً في الحصول على أكمل الحياة وأطيبها، وحياة القلب تكون بدوام الذكر، وترك الذنوب، والإنابة لله.

كما أن الحياة الطيبة تحقق لصاحبها الهمة العالية، والمحبة الصادقة، والإرادة الخالصة.

ومن مراتب الحياة الطيبة، حياة الفرح والسرور وقرة العين بالله، وهي أعلى مراتب الحياة وأطيبها، ويتمناها كل الناس، ولكن أكثرهم أخطأ طريقها بسبب البحث عن الشهوات، وجلب الملذات، وارتكاب المعاصي، وضعف العقيدة.

كما أن من ثمرات هذه الحياة الطيبة أن العبد يصبح مُحِب ومحبوب، متقرب إلى ربه قريب منه، كما جاء في الحديث الشريف عن أَنَسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فيما يَرْوِيهِ عَنْ رَبِّهِ " قَالَ: إِذَا تَقَرَّبَ الْعَبْدُ إِلَيَّ شِبْرًا تَقَرَّبْتُ إِلَيْهِ ذِرَاعًا وَإِذَا تَقَرَّبَ مِنِّي ذِرَاعًا تَقَرَّبْتُ مِنْهُ بَاعًا وَإِذَا أَتَانِي مَشْيًا أَتَيْتُهُ هَرْوَلَةً"[3].

(١) عبد الرحمن السعدي، تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، ص٤٤٩.

(٢) ابن القيم، مدارج السالكين، ج٣، ص٢٤١.

(٣) ابن القيم، مدارج السالكين، ج٣، ص٢٤١.

ويقول ابن القيم: (فلا عيش إلا عيش المحبين الذين قرت أعينهم بحبيبهم، وسكنت نفوسهم إليه، واطمأنت قلوبهم به، واستأنسوا بقربه، وتنعموا بحبه، ففي القلب فاقة لا يسدها إلا محبة الله، والإقبال عليه، والإنابة إليه، ولا يلمّ شعثه بغير ذلك البتة، ومن لم يظفر بذلك فحياته كلها هموم وغموم، وآلام وحسرات)[1].

كما أن من ثمرات الحياة الطيبة التي ينالها المؤمن الذي اطمأنت نفسه وسكنت، فتحقق له الأمن النفسي ما يلي:

١- التوفيق والعون من الله سبحانه وتعالى:

فمن نعم الله على عبده المؤمن أن يوفقه لما يحبه ويرضاه ويحوطه بعنايته ورعايته وعونه، ويبارك له في جميع أعماله، قال تعالى: ﴿وَمَن يَتَّقِ ٱللَّهَ يَجْعَل لَّهُۥ مِنْ أَمْرِهِۦ يُسْرًا ۝٤﴾[2].

٢- الحصول على المحبة والمهابة تجاه الآخرين:

العبد المؤمن محبوب لدى جميع الآخرين بتوفيق من الله ومحبته له، ثم بمعاملته الطيبة معهم، فهو يألفهم ويحبهم وهم كذلك، قال رسول الله صلَّى اللهُ عَلَيهِ وسَلَّمَ: "إِنَّ اللَّهَ تَبَارَكَ وَتَعَالَى إِذَا أَحَبَّ عَبْدًا نَادَى جِبْرِيلَ إِنَّ اللَّهَ قَدْ أَحَبَّ فُلانًا فَأَحِبَّهُ فَيُحِبُّهُ جِبْرِيلُ ثُمَّ يُنَادِي جِبْرِيلُ فِي السَّمَاءِ إِنَّ اللَّهَ قَدْ أَحَبَّ فُلانًا فَأَحِبُّوهُ فَيُحِبُّهُ أَهْلُ السَّمَاءِ وَيُوضَعُ لَهُ الْقَبُولُ فِي أَهْلِ الأَرْضِ"[3].

---

(١) ابن القيم، مدارج السالكين، ج٣، ص٢٥٤.

(٢) سورة الطلاق، آية رقم (٤).

(٣) رواه البخاري، حديث (٢٩٧٠)، كتاب بدء الخلق.

كما قال ابن القيم: (أن مهابة المؤمن أثر من آثار امتلاء القلب بعظمة الله ومحبته وإجلاله فإذا امتلأ القلب بذلك حل فيه النور، ونزلت عليه السكينة، وألبس رداء الهيبة فاكتسى وجهه الحلاوة والمهابة، فأخذ بمجامع القلوب محبة ومهابة، فحنت له الأفئدة، وقرت به العيون، وأنست به النفوس، فكلامه نور، ومدخله نور، ومخرجه نور، وعمله نور، وإن سكت علاه الوقار، وإن تكلم أخذ بالقلوب والأسماع)[1].

٣- سلامة نفس المؤمن من القلق والحيرة والشك:

فالمؤمن الذي تحقق له الأمن النفسي لأنه عرف الغاية من خلقه والطريق إليه، وكرمه الله، وكفل له رزقه، وسخر له ما في السموات والأرض وأصبغ عليه نعمه، فلجأ إلى ربه، ولاذ بجواره، واعتصم بحبله، لابد أن يكون قد سلم من دواعي القلق والخوف والحيرة والشك[2].

فكما يحقق الله سبحانه وتعالى الحياة الطيبة للمؤمنين في الدنيا، فكذلك يحقق لهم السعادة في حياتهم في دار النعيم المقيم الذي لا يزول.

وتبدأ سعادة المؤمن في الآخرة منذ أن يفارق الحياة فتبشره الملائكة بالمغفرة والرضوان[3] من الله والجنة، قال تعالى: ﴿أَلَآ إِنَّ أَوْلِيَآءَ ٱللَّهِ لَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ۝٦٢ ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ وَكَانُوا۟ يَتَّقُونَ ۝٦٣ لَهُمُ ٱلْبُشْرَىٰ فِى ٱلْحَيَوٰةِ ٱلدُّنْيَا وَفِى ٱلْآخِرَةِ ۚ لَا تَبْدِيلَ لِكَلِمَٰتِ ٱللَّهِ ۚ ذَٰلِكَ هُوَ ٱلْفَوْزُ ٱلْعَظِيمُ ۝٦٤﴾[4]، والسعادة عند

(١) ابن القيم، الروح، ص٣٥١.

(٢) يوسف القرضاوي، ص٨٨.

(٣) أنس كرزون، منهج الإسلام في تزكية النفوس، ص٨٣٠- ٨٥٦.

(٤) سورة يونس، آية رقم (٦٢- ٦٤).

الحشر والحساب والصراط، فأهل الإيمان لا يحزنهم الفزع الأكبر ولا يمسهم السوء عند البعث، قال تعالى: ﴿وَيُنَجِّي ٱللَّهُ ٱلَّذِينَ ٱتَّقَوْا۟ بِمَفَازَتِهِمْ لَا يَمَسُّهُمُ ٱلسُّوٓءُ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ﴿٦١﴾﴾[1].

وقال تعالى: ﴿يَوْمَ نَحْشُرُ ٱلْمُتَّقِينَ إِلَى ٱلرَّحْمَٰنِ وَفْدًا ﴿٨٥﴾ وَنَسُوقُ ٱلْمُجْرِمِينَ إِلَىٰ جَهَنَّمَ وِرْدًا ﴿٨٦﴾﴾[2].

وقال تعالى: ﴿يَوْمَ تَرَى ٱلْمُؤْمِنِينَ وَٱلْمُؤْمِنَٰتِ يَسْعَىٰ نُورُهُم بَيْنَ أَيْدِيهِمْ وَبِأَيْمَٰنِهِم بُشْرَىٰكُمُ ٱلْيَوْمَ جَنَّٰتٌ تَجْرِى مِن تَحْتِهَا ٱلْأَنْهَٰرُ خَٰلِدِينَ فِيهَا ۚ ذَٰلِكَ هُوَ ٱلْفَوْزُ ٱلْعَظِيمُ ﴿١٢﴾﴾[3].

كما أن من الثمرات لأصحاب النفوس المطمئنة دخول الجنة دار الأبرار والنعيم، قال تعالى: ﴿وَأَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِۦ وَنَهَى ٱلنَّفْسَ عَنِ ٱلْهَوَىٰ ﴿٤٠﴾ فَإِنَّ ٱلْجَنَّةَ هِىَ ٱلْمَأْوَىٰ ﴿٤١﴾﴾[4].

وقال تعالى: ﴿وَسِيقَ ٱلَّذِينَ ٱتَّقَوْا۟ رَبَّهُمْ إِلَى ٱلْجَنَّةِ زُمَرًا ۖ حَتَّىٰٓ إِذَا جَآءُوهَا وَفُتِحَتْ أَبْوَٰبُهَا وَقَالَ لَهُمْ خَزَنَتُهَا سَلَٰمٌ عَلَيْكُمْ طِبْتُمْ فَٱدْخُلُوهَا خَٰلِدِينَ ﴿٧٣﴾ وَقَالُوا۟ ٱلْحَمْدُ لِلَّهِ ٱلَّذِى صَدَقَنَا وَعْدَهُۥ وَأَوْرَثَنَا ٱلْأَرْضَ نَتَبَوَّأُ مِنَ ٱلْجَنَّةِ حَيْثُ نَشَآءُ ۖ فَنِعْمَ أَجْرُ ٱلْعَٰمِلِينَ ﴿٧٤﴾﴾[5].

---

(١) سورة الزمر، آية رقم (٦١).

(٢) سورة مريم، آية رقم (٨٥،٨٦).

(٣) سورة الحديد، آية رقم (١٢).

(٤) سورة النازعات، آية رقم (٤١).

(٥) سورة الزمر، آية رقم (٧٣،٧٤).

وقال تعالى: ﴿ إِنَّ ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ وَعَمِلُوا۟ ٱلصَّٰلِحَٰتِ إِنَّا لَا نُضِيعُ أَجْرَ مَنْ أَحْسَنَ عَمَلًا ﴿٣٠﴾ أُو۟لَٰٓئِكَ لَهُمْ جَنَّٰتُ عَدْنٍ تَجْرِى مِن تَحْتِهِمُ ٱلْأَنْهَٰرُ يُحَلَّوْنَ فِيهَا مِنْ أَسَاوِرَ مِن ذَهَبٍ وَيَلْبَسُونَ ثِيَابًا خُضْرًا مِّن سُندُسٍ وَإِسْتَبْرَقٍ مُّتَّكِـِٔينَ فِيهَا عَلَى ٱلْأَرَآئِكِ ۚ نِعْمَ ٱلثَّوَابُ وَحَسُنَتْ مُرْتَفَقًا ﴿٣١﴾ ﴾[1].

قال تعالى: ﴿ يَٰعِبَادِ لَا خَوْفٌ عَلَيْكُمُ ٱلْيَوْمَ وَلَآ أَنتُمْ تَحْزَنُونَ ﴿٦٨﴾ ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ بِـَٔايَٰتِنَا وَكَانُوا۟ مُسْلِمِينَ ﴿٦٩﴾ ٱدْخُلُوا۟ ٱلْجَنَّةَ أَنتُمْ وَأَزْوَٰجُكُمْ تُحْبَرُونَ ﴿٧٠﴾ يُطَافُ عَلَيْهِم بِصِحَافٍ مِّن ذَهَبٍ وَأَكْوَابٍ ۖ وَفِيهَا مَا تَشْتَهِيهِ ٱلْأَنفُسُ وَتَلَذُّ ٱلْأَعْيُنُ ۖ وَأَنتُمْ فِيهَا خَٰلِدُونَ ﴿٧١﴾ وَتِلْكَ ٱلْجَنَّةُ ٱلَّتِىٓ أُورِثْتُمُوهَا بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿٧٢﴾ لَكُمْ فِيهَا فَٰكِهَةٌ كَثِيرَةٌ مِّنْهَا تَأْكُلُونَ ﴿٧٣﴾ ﴾[2].

ثانياً: الحياة الطيبة للمجتمع:

إن حياة المؤمن الحياة الطيبة التي سبق الحديث عنها هي مصدر صلاح وحياة المجتمع الطيبة، فالمجتمع بناء من لبنات الأفراد، فصلاح نفوس الأفراد أساس لصلاح المجتمع والأمة.

إن المجتمع الذي يتمتع أفراده في حياتهم بسكينة النفس، وطمأنينة القلب، وانشراح الصدر، ونعمة الرضا واليقين والأمن؛ لأنها تربت على منهج القرآن الكريم عقيدة وشريعة ومعاملات وأخلاقاً، لابد لهذه الحالة النفسية من أثر في أن تسود الأخلاق الفاضلة، والصفات القويمة، والأفعال الكريمة التي هي أساس مقومات المجتمع وسعادته، فالإخلاص في العمل، والصدق في القول، والتعاون على

(١) سورة الكهف، آية رقم (٣١،٣٠).

(٢) سورة الزخرف، آية رقم (٦٨- ٧٣).

البر والتقوى، والجد والسعي والمثابرة، وقوة العزيمة، والتآلف والتواد والتراحم والتعاطف جميعها صفات تحقق للمجتمع سبل الحياة الطيبة سواء كان على المستوى النفسي أو المادي[1].

والمجتمع الذي يطبق شرع الله كما جاء في الكتاب والسنة يتحقق له الحياة الطيبة في ظل التربية الإسلامية التي هي أساس تحقيق السعادة النفسية والمادية في جميع شؤون الحياة النفسية والعقلية والعلمية والاجتماعية والاقتصادية، مجتمع رابطته العقيدة الإسلامية، ودعوته دعوة الخير والإصلاح، وعمله العمل الصالح، ومنهجه منهج الوسطية والاعتدال وعدم الإفراط أو التفريط، قال تعالى: ﴿وَكَذَٰلِكَ جَعَلْنَٰكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِّتَكُونُوا۟ شُهَدَآءَ عَلَى ٱلنَّاسِ وَيَكُونَ ٱلرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا﴾[2].

مجتمع يهتم بالعلم الذي هو خير سبيل لتحقيق الوفاء بمهام الاستخلاف في الأرض، والانتفاع بما أودع الله - سبحانه وتعالى- في الكون من إمكانات مفيدة، وهو أفضل وسيلة لتحقيق التقدم والرخاء وأسباب القوة، وزيادة الإنتاج وتحسين أحوال المعيشة، إنه مجتمع متحاب ومتآخٍ ومتعاون ومتضامن ومتحد، تصان فيه الحرمات، وتقدر فيه المسؤوليات، لا تضيع فيه الحقوق، ولا تهمل فيه الواجبات، ينعم بالأمن والاستقرار والرخاء والعز والتمكين[3]، قال تعالى: ﴿وَتَعَاوَنُوا۟ عَلَى ٱلْبِرِّ وَٱلتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا۟ عَلَى ٱلْإِثْمِ وَٱلْعُدْوَٰنِ﴾[4].

---

(١) محمد يوسف، منهج القرآن الكريم في إصلاح المجتمع، ص٢٨٨- ٢٩٠

(٢) سورة البقرة، آية رقم (١٤٣).

(٣) عبد الودود مكروم، الأصول التربوية لبناء الشخصية المسلمة، ص٤٩٧- ٤٩٩.

(٤) سورة المائدة، آية رقم (٢).

وقال تعالى: ﴿ إِن يَنصُرْكُمُ ٱللَّهُ فَلَا غَالِبَ لَكُمْ ۖ وَإِن يَخْذُلْكُمْ فَمَن ذَا ٱلَّذِى يَنصُرُكُم مِّنۢ بَعْدِهِۦ ﴾[1].

وروى البخاري في صحيحه عن النُّعْمَانَ بْنَ بَشِيرٍ قولَ الرَسُول ـ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ـ: " تَرَى الْمُؤْمِنِينَ فِي تَرَاحُمِهِمْ وَتَوَادِّهِمْ وَتَعَاطُفِهِمْ كَمَثَلِ الْجَسَدِ إِذَا اشْتَكَى عُضْوٌ تَدَاعَى لَهُ سَائِرُ جَسَدِهِ بِالسَّهَرِ وَالْحُمَّى "[2].

* * *

(١) سورة آل عمران، آية رقم (١٦٠).

(٢) رواه البخاري، حديث (٥٥٥٢)، كتاب الأدب.

الخاتمة:

استهدف البحث التعرف على أثر الهدى القرآني في الأمن النفسي لدى المسلم، وبيان أهمية الأمن النفسي في حياة الأفراد والمجتمعات في هذا العصر الذي تفاقمت وانتشرت فيه الأمراض النفسية.

وفي ضوء موضوع البحث وتساؤلاته ، حدد البحث المعنى اللغوي والاصطلاحي للأمن بمعناه الشامل، ومفهوم الأمن النفسي.

وتم تحديد مظاهر وجوانب الإعجاز النفسي للقرآن الكريم ومنها :

الجانب الأول: ويشمل حديث القرآن الكريم عن النفس الإنسانية ووصفها وتربيتها وتزكيتها ومصادر أمنها وطمأنينتها وسكينتها.

الجانب الثاني: تأثير القرآن في النفس الإنسانية عند تلاوته أو سماعه ، وأثر ذلك وثماره في حياة الأنبياء والرسل والمؤمنين ، وغير المؤمنين.

كما تم بيان أثر الهدي القرآني في الأمن النفسي لدى المسلم، فالقرآن الكريم فيه التوجيه السديد، والهدي الرباني لتربية النفس الإنسانية وصلاحها لتحقيق مصادر وأسباب أمنها وطمأنينتها وسكينتها وعلاجها من الأمراض النفسية، كالقلق والخوف والاضطراب والصراع النفسي ، وفي الختام تم توضيح أهم الثمار المباركة للأمن النفسي لدى المسلم والمجتمع ، ومن أهمها الحياة الطيبة للمسلم في الدنيا والآخرة ، والحياة الطيبة للمجتمع في جميع المجالات .

* * *

المصادر والمراجع:

١- ابن القيم، أبو عبد الله محمد بن أبي بكر، **إغاثة اللهفان من مصايد الشيطان**، تحقيق محمد الفقي، بيروت، دار الكتب، الطبعة الثانية، ١٤٢٢هـ- ٢٠٠١م.

٢- ابن القيم، أبو عبد الله محمد بن أبي بكر، **الروح**، تحقيق السيد الجميلي، بيروت، دار الكتاب، ط٩، ١٤٢٢هـ.

٣- ابن القيم، أبو عبد الله محمد بن أبي بكر، **مدارج السالكين**، تحقيق: عماد عامر، دار الحديث، القاهرة، ١٤١٦هـ - ١٩٩٦م.

٤- ابن تيمية، أحمد، **مجموع فتاوي**، جمع وترتيب عبدالرحمن بن قاسم، مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف بالمدينة المنورة، ١٤١٦هـ - ١٩٩٥م.

٥- ابن حجر، أحمد العسقلاني، **فتح الباري بشرح صحيح البخاري**، دار المعرفة، بيروت، لبنان.

٦- ابن فارس، أحمد بن فارس بن زكريا، **معجم مقاييس اللغة**، اعتنى به محمد عوض وفاطمة محمد، بيروت، دار إحياء التراث العربي، ١٤٢٢هـ - ٢٠٠١م.

٧- ابن كثير، إسماعيل، **تفسير القرآن العظيم**، مكتبة التراث،.

٨- ابن هشام، عبد الملك بن هشام، **السيرة النبوية**، تحقيق محمد القطب، بيروت، المكتبة العصرية، ١٤٢٣هـ.

٩- الإصبيعي، محمد إبراهيم، **الأمن بمفهومه الشامل وأهمية التعليم في تكوينه والتوعية به**، بحث منشور من أعمال المؤتمر العربي للتعليم والأمن، المنعقد في أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، المحور الثالث، الجزء الثاني، المملكة العربية السعودية، الرياض، ٢٤- ١٤٢٠/٦/٢٦هـ الموافق ٤- ١٩٩٩/١٠/٦م.

١٠- البخاري، أبو محمد بن إسماعيل، **الجامع الصحيح**، دار القلم، بيروت، ١٩٨٧م.

١١- الجحني، علي بن فايز، **رؤية للأمن الفكري وسبل مواجهة الفكر المنحرف**، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، العدد

السابع والعشرون، محرم ١٤٢٠هـ – مايو ١٩٩٩م.

١٢- الجربوع، عبد الله بن عبد الرحمن، **أثر الإيمان في تحصين الأمة الإسلامية ضد الأفكار الهدامة**، عمادة البحث العلمي بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، ١٤٢٣هـ.

١٣- الجوير، إبراهيم، **الأمن والتغيرات التنموية**، مجلة الأمن، وزارة الداخلية، العدد الأول جمادى الآخرة ١٤١٠هـ.

١٤- الخالدي، صلاح عبد الفتاح، **البيان في إعجاز القرآن**، عمان، دار عمار، ط٣، ١٤١٣هـ – ١٩٩٢م.

١٥- الخراشي، ناهد، **أثر القرآن الكريم في الأمن النفسي**، القاهرة، دار الكتاب الحديث، ط٤، ١٤٢٣هـ - ٢٠٠٣م.

١٦- الراغب الأصفهاني، **المفردات في غريب القرآن**، دار المعرفة، بيروت.

١٧- الرماني والخطابي والجرجاني، **ثلاث رسائل في إعجاز القرآن**، تحقيق محمد خلف الله، القاهرة، دار المعارف، ط٤، ١٩٩١م.

١٨- الزحيلي، **الإيمان أساس الأمن**، مجلة الأمن، وزارة الداخلية، العدد الخامس، ١٤١٢هـ.

١٩- السعدي، عبدالرحمن ناصر، **تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان** تحقيق عبدالحمن اللويحق، العبيكان، ١٤٢٢هـ.

٢٠- السلمي، عياضة بن نامي، **أساليب القرآن الكريم في مكافحة الجريمة**، مجلة الأمن، الإدارة العامة للعلاقات والتوجيه، وزارة الداخلية، العدد الأول، جمادى الآخرة ١٤١٠هـ.

٢١- الصنيع، صالح إبراهيم، **إستراتيجيات الأمن النفسي في الأزمات**، دراسات في التأصيل الإسلامي لعلم النفس، الرياض، دار عالم الكتب، ط٢، ١٤٢٠هـ.

٢٢- الطبري، محمد، **مختصر من تفسير الأمام الطبري**، تحقيق محمد حسن، بيروت، دار القلم.

٢٣- الطويل، السيد رزق، **الأمن والأمانة في القرآن الكريم**، مجلة الأمن، الإدارة العامة للعلاقات والتوجيه، وزارة الداخلية، العدد الأول، جمادى الآخرة ١٤١٠هـ.

٢٤- عبد الله، عندليب أحمد، **أثر سماع القرآن الكريم على مستوى الأمن النفسي**، الأردن، إربد، جامعة اليرموك، رسالة ماجستير، ١٤١٦هـ - ١٩٩٦م.

٢٥- القرضاوي، يوسف، **الإيمان والحياة**، بيروت، مؤسسة الرسالة، ١٤٠٨هـ.

٢٦- كرزون، أنس، **منهج الإسلام في تزكية النفوس**، جدة، دار نور المكتبات، ط٢، ١٤١٨هـ.

٢٧- مرسي، كمال إبراهيم، **المدخل إلى علم الصحة النفسية**، الكويت، دار القلم، ١٤٠٩هـ - ١٩٨٨م.

٢٨- مصطفى، إبراهيم، وآخرون، **المعجم والوسيط**، دار الدعوة، إستانبول ١٩٩٨م.

٢٩- مكروم، عبدالودود، الأصول التربوية لبناء الشخصية المسلمة، القاهرة، دار الفكر العربي، ط١، ١٤١٦هـ.

٣٠- نجاتي، محمد عثمان، **القرآن وعلم النفس**، القاهرة، دار الشروق، ط(٧)، ١٤٢١هـ-٢٠٠١م.

٣١- الهويمل، إبراهيم سليمان، **مقومات الأمن في القرآن الكريم**، المجلة العربية، للدراسات الأمنية والتدريب، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، العدد التاسع والعشرون، محرم ١٤٢١هـ، أبريل ٢٠٠٠م.

٣٢- يوسف، محمد السيد، **منهج القرآن الكريم في إصلاح المجتمع**، القاهرة، دار السلام، ط١، ١٤٢٢هـ- ٢٠٠٢م.

* * *

حجب المعلومة في الحرب الأمريكية على العراق : دراسة كيفية لجدلية العلاقة بين السلطة ووسائل الإعلام في المجتمع الأمريكي

د . محمد بن سعود البشر
قسم الإعلام ـ كلية الدعوة والإعلام
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

ملخص البحث :

تبحث هذه الدراسة في إشكالية حجب المعلومة في الحرب الأمريكية على العراق ، من خلال التتبع الكيفي لطبيعة العلاقة بين الإعلام والسلطة في هذه القضية الرئيسة التي تُعد من أهم وأكبر تداعيات أحداث الحادي عشر من سبتمبر الشهيرة . ولذلك فإن أهداف هذه الدراسة التي تسعى إليها هي: التعرف على طبيعة العلاقة بين الإعلام والسلطة في المجتمع الأمريكي في ضوء مستجدات القضية العراقية . تحليل مفهوم " حجب المعلومة " وبيان تطبيقاته على الحالة موضوع الدراسة . تتبع ظاهرة الحجب الحكومي للمعلومة، وبيان ماهيتها، وعرض تطبيقاتها على الظاهرة موضوع الدراسة. بيان شواهد الحجب المعلوماتي الذي مارسته وسائل الإعلام الأمريكية في الحرب على العراق . وقد تتبعت الدراسة دلائل نقض الفرضية على مستويات ثلاثة تتعلق بتعامل الحكومة ووسائل الإعلام الأمريكية مع القضية العراقية . المستوى الأول: التوافق بين الحكومة ووسائل الإعلام الأمريكية في مفاهيم الحجب الإعلامي ، والمستوى الثاني: فصل في الحديث عن حجب المعلومة عن المستوى الحكومي ، المستوى الثالث: أبان شواهد الحجب المعلوماتي عن المستوى الإعلامي . كما كشفت الدراسة عن جدلة استقلالية الإعلام الإمريكي عن السلطة، وحريته في أن يكون رقيباً على أداء الحكومة، وانتهت إلى أن هذا الجدل يحسمه الواقع الميداني أكثر مما يكتب عنه في الدراسات العلمية المتخصصة، وأن هذا الجدل لا يعدو أن يكون تراكماً علمياً في موضوع جدلية العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام، وليس له وجود علمي أو مهني .

مقدمة :

في أزمنة الحرب و الصراعات تزداد أهمية وسائل الإعلام بشكل كبير ، إذ تولي الدول المتقدمة اهتماماً أكثر بالإعلام أثناء الحرب ، ليس لنقل الأخبار وتغطية الأحداث فقط ، و إنما لتكون وسائل الإعلام متغيراً رئيساً في تبرير الحرب نفسها . فالتغطيات الإعلامية لا ينحصر تأثيرها على جمهور الوسيلة الإعلامية ، لكنها تمتد لتشمل أولئك المشتركين في الصراع ، إذ تعمل وسائل الإعلام على تغيير مفاهيم المعارضين و المؤيدين والمحايدين . وهناك أمثلة عديدة كان لوسائل الإعلام أثر في بلورة قرارات الحرب والتدخلات العسكرية . ويمكن القول بأن وجهة النظر العالمية للتدخلات العسكرية الأمريكية المختلفة قد تأثرت – إلى حد كبير – بالصور التي بثّتها الولايات المتحدة . و نذكر هنا على سبيل المثال التدخل العسكري الأمريكي في بنما (١٩٨٩م) ، و العمليات العسكرية في شمال العراق في أعقاب حرب الخليج (١٩٩١م) ، و التدخل في هايتي (١٩٩٤م) ، و قصف حلف شمال الأطلسي ليوغسلافيا (١٩٩٩م). إن التدخل العسكري الأمريكي في الصومال في التسعينيات من القرن الماضي يعزى بصورة واسعة إلى الصور التلفزيونية التي بُثّت والتي عكست معاناة الصوماليين ، كما أن سحب أمريكا لجنودها من الصومال قد تم بعد أن بثت قنوات التلفزة العالمية صور الجنود الأمريكيين المقتولين وقد مُثل بهم في شوارع مقديشو . وكان لصور تفجير مقر مشاة البحرية الأمريكية في بيروت عام ١٩٨٣م التي بثتها وسائل الإعلام العالمية آنذاك أثراً كبيراً أدّى إلى خروج القوات الأمريكية من لبنان.[١]

---

(١) النيرب ، باسل يوسف . قتل الشهود : الاغتيالات الأمريكية للصورة الإعلامية العربية – غيناء للنشر – الرياض – الطبعة الأولى ٢٠٠٤م ص ٣٢- ٣٣ .

وفي كل حالة أزمة أو صراع تكون الولايات المتحدة طرفاً رئيساً فيها، فإنها تكون مسنودة بدعم إعلامي يبرر مواقفها من الصراع أو الأزمة ، وما ذكر سلفاً هو من قبيل المثال السياسي لا الحصر . وقد كانت حالة العراق حدثاً استثنائياً في تاريخ الإعلام الأمريكي ، إذ وظفت المؤسسات الإعلامية الأمريكية كل ما تملكه من تقانة اتصالية عصرية ، وكوادر بشرية عالية التأهيل والخبرة في دعم الزحف الأمريكي تجاه المنطقة ، ممثلاً في إسقاط النظام العراقي ، ثم احتلال أراضيه بالكامل ، ثم الشروع في إعادة البنية السياسية والإدارية فيه . ولم يكن للمشروع الأمريكي في العراق أن يتحقق على أرض الواقع لو لم تكن له أذرعة إعلامية تلاعبت بالعقول ، ووضعت إستراتيجية بالغة الخطورة اتضح أثرها على الرأي العام داخل الولايات المتحدة ، كما نجحت في صياغة رؤية إعلامية عالمية بمنظور أمريكي صرف . إذ واكبت الآلة الإعلامية الأمريكية مراحل غزو العراق واحتلاله منذ أن كانت رغبة جامحة نظر لها المحافظون في الإدارة الأمريكية حتى أصبحت حقيقة فرضت نفسها – بشروطها ورؤيتها – على واقع السياسة الدولية.

كان ذلك كله يحدث وفق رؤية إعلامية مبنية على تزييف الواقع ، وتقديمه بطرائق تغيب فيها الحقائق ، وتزوق فيها الأمور والقضايا حتى أحدثت أثراً تراكمياً قبله الرأي العام الأمريكي و الرأي العام العالمي.

المعادلة السياسية – الإعلامية الأمريكية في حرب العراق أفرزت تساؤلات كثيرة حول حرية الرأي والتعبير ، ومدى استقلالية الإعلام عن السلطة ، وحق الإعلامي في نشر الحقيقة ، وحرية الإعلام في أن يكون رقيباً على أداء الحكومة . هذه تساؤلات تثار على الصعيد المحلي داخل الولايات المتحدة ، وأما خارجها ، فإن الإشكالية المهنية تدور حول مدى حيادية الإعلام الأمريكي ، حتى وإن كان

تابعاً أو خاضعاً لسلطة الحكومة ، ومدى موضوعية المضامين التي ينقلها هذا الإعلام للرأي العالمي أو المحلي .

بيد أن المتتبع لفلسفة الإعلام الأمريكي لا تخطؤه حقيقة ظاهرة ، وهي أن هذا الإعلام كان مصدر الإسناد الأول للمشروع الأمريكي في العراق ، من خلال تطبيق مفهوم " حجب المعلومة " بأساليب شتى ، وطرق عدة ، ووسائل متنوعة ، ستأتي شواهد لاحقاً في هذه الدراسة.

هذه الدراسة تبحث في إشكالية حجب المعلومة في الحرب الأمريكية على العراق ، من خلال التتبع الكيفي لطبيعة العلاقة بين الإعلام والسلطة في هذه القضية الرئيسة التي تُعد من أهم وأكبر تداعيات أحداث الحادي عشر من سبتمبر الشهيرة .

ولذلك فإن أهداف هذه الدراسة هي :

١- التعرف على طبيعة العلاقة بين الإعلام والسلطة في المجتمع الأمريكي في ضوء مستجدات القضية العراقية .

٢- تحليل مفهوم " حجب المعلومة " وبيان تطبيقاته على الحالة موضوع الدراسة .

٣- تتبع ظاهرة الحجب الحكومي للمعلومة، وبيان ماهيتها، وعرض تطبيقاتها على الظاهرة موضوع الدراسة.

٤- بيان شواهد الحجب المعلوماتي الذي مارسته وسائل الإعلام الأمريكية في حرب الولايات المتحدة على العراق .

٥- وقد قسمت الدراسة إلى مقدمة وثلاثة مباحث وخاتمة. تناول المبحث الأول التأسيس النظري و المنهجي لموضوع الدراسة و علاقته بنظرية

حارس البوابة الإعلامية. و ناقش المبحث الثاني جدلية العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام. وتحدث المبحث الثالث عن الحجب المعلوماتي في الحرب الأمريكية على العراق ، وتضمن ثلاثة محاور: الأول مفهوم الحجب المعلوماتي، والثاني حجب المعلومة على المستوى الحكومي ، والثالث حجب المعلومة على المستوى الإعلامي، ثم انتهت الدراسة بخاتمة أجملت النتيجة العامة لموضوعها.

* * *

المبحث الأول: التأسيس النظري و المنهجي لموضوع الدراسة :

التأسيس النظري لموضوع الدراسة :

تؤكّد الباحثة الأمريكية دوريس جريبر Doris Graper أن نظرية حارس البوابة الإعلامية Gatekeeper هي إحدى أهم النظريات التي تبحث في العلاقة بين الحكومة و وسائل الإعلام، إذ إن تقرير ما يُنشر و ما لا ينشر في الوسيلة الإعلامية يخضع إلى سلطة الأقلية المؤثرة في الوسيلة الإعلامية، التي تخضع بدورها إلى تأثير جهات معينة في المجتمع أهمها المؤسسات الحكومية ذات الطابع السياسي البحت.(١) و تذكر جريبر أن نفوذ المؤسسة السياسية على ما ينشر للرأي العام يظهر بوضوح أكثر في حالات الأزمات، مثل الحروب، و الاغتيالات السياسية، و الحوادث ذات العلاقة بالمؤثرات و الأسباب السياسية مثل اختطاف الطائرات.(٢) في مثل هذه الحالات فإن المعلومات و الأخبار لا تكون خاضعة للنشر وفق معايير حارس البوابة الإعلامية فقط، و إنما تتأثر برؤية المؤسسة السياسية أيضاً.(٣)

هذا الرأي العلمي الذي تستند إليه الباحثة جريبر في كثير من دراساتها عن العلاقة بين الإعلام و السياسية، هو ما يفسّر الظهور المبكّر لنظرية حارس البوابة الإعلامية في التراكم العلمي المتخصص في نظريات التأثير الإعلامي. فقد أُجريت في الخمسينيات الميلادية من القرن المنصرم سلسلة من الدراسات التي ركّزت على

---

(١) Garber, Doris.(1993). Mass Media and American Politics. Congressional Quarterly, Inc.,P . X iii

(٢)Ibid

(٣)Ibid

الجوانب الأساسية لعملية حراسة البوابة Gate keeping ، دون أن تستخدم بالضرورة هذا المصطلح كما أصبح شائعاً بعد ذلك في بحوث نظريات الإعلام. تلك الدراسات المبكرة كانت تستخدم تحليلاً وظيفياً لأساليب التحكم في غرفة الأخبار News Desk ، و الإدراك المتناقض لأثر العاملين في الوسيلة الإعلامية و مصادر أخبارهم، و القيم التي تؤثّر في اختيار مادة إخبارية بعينها لنشرها [1] . تلك الدراسات المبكّرة كانت تُشير إلى أن الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة و هي تنتقل من المصدر إلى المتلقي. و في كل مرحلة يوجد شخص أو مجموعة أشخاص يقررون ما الذي يُنشر و يُقدّم للجمهور و ما الذي يُستبعد. هؤلاء الأشخاص يُسمّون عند الباحثين المتخصصين في الدراسات الإعلامية حرّاس البوابة Gate Keepers، باعتبار أن كل مرحلة تُمثّل بوابة تمر خلالها الرسالة، و تخضع لحذف أو تعديل أو إضافة.[2]

والفكرة الأساس التي تُبرّر علاقة نظرية حارس البوابة الإعلامية بموضوع هذه الدراسة هي أن اختيار ما يُنشر أو لا يُنشر للجمهور يعتمد على أقلية نافذة في المؤسسة الإعلامية التي تملك قرار النشر من عدمه، و أن هناك مصادر أخرى غير العاملين في المؤسسة الإعلامية تمارس تأثيراً على المادة الإعلامية، من أهمها الحكومات ورجال السياسة، و هي ما يشير إليها فيشمان Fishman بقوله: إن ما يعرف للجمهور من خلال الوسيلة الإعلامية يخضع لمصادر أخرى تتحكم في

---

(١) حسين مكاوي و ليلى السيد. الاتصال و نظرياته المعاصرة. الدار المصرية اللبنانية. القاهرة، بدون تاريخ، ص ١٧٦.

(٢) حسن مكي وبركات عبدالعزيز. المدخل إلى علم الاتصال. ذات السلاسل، الكويت، ط(١) ، ١٩٩٥، ص ١٠٠.

حصول المؤسسة الإعلامية على المادة الإعلامية أو معالجتها قبل الحصول عليها، و أبرز هذه المصادر الحكومات و الأشخاص أو المكاتب التابعة للحكومة.[١]

هذه الفكرة الأساس التي وردت في التراكم النظري لنظرية حارس البوابة تُمثّل البناء العلمي الذي يُفسّر العلاقة بين الحكومة و وسائل الإعلام في المجتمع الأمريكي، و بخاصة في قضايا السياسة الخارجية كما هو الحال في الاحتلال الأمريكي للعراق موضوع هذه الدراسة.

التأسيس المنهجي لموضوع الدراسة :

تحاول هذه الدراسة التعرّف على طبيعة العلاقة بين الحكومة و وسائل الإعلام في المجتمع الأمريكي في حالة الاحتلال الأمريكي للعراق الذي بدأ في شهر أبريل من عام ٢٠٠٣م. و هي دراسة تعتمد على نظرية حارس البوابة الإعلامية في بنائها المعرفي لفهم هذه العلاقة، و على تتبع الشواهد التطبيقية لهذه العلاقة على مسرح الأحداث السياسية والإعلامية في العراق ذات العلاقة بالحكومة أو بوسائل الإعلام الأمريكية.

بناء على هذه المشكلة البحثية فقد اعتمد الباحث المنهج الكيفي لهذه الدراسة، و هو المنهج الذي يهدف إلى تحليل الظاهرة تحليلاً كيفياً يصل من خلاله إلى وصف شامل لها[٢] مدعماً بالشواهد العلمية الكيفية.[٣]

---

(١)Fishman, M. (1982). News and Non-events: Making the Visible Invisible. In: J.S. Etteman and D.C. Whitney. Individuals in Mass Media Organizations. Beverly Hills, Sage Publications, P. 219

(٢) Strauss, Anselm and Corbin, Juliet. (1990). Basics of Qualitative Research. Newbury Park, CA:Sage, P. 116.

(٣) السيد أحمد مصطفى عمر. البحث العلمي، منشورات جامعة قار يونس، بنغازي، ط ١ ، ١٩٩٤، ص ٥٤ .

و اصطلح الباحثون على مفهوم (دراسة الحالة)[1] لوصف ظاهرة محددة في البحوث الكيفية عندما يلجأ الباحث إلى تطبيقاتها على موضوع واحد أو عدة موضوعات بهدف تصنيف المعلومات المتعلقة بالحالة وتحليلها ليصل إلى وصف عام لها.

* * *

(١) الحيزان، محمد بن عبدالعزيز. البحوث الإعلامية، بدون ناشر، ط ٢ ، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م ، ص ١١٧.

المبحث الثاني: جدلية العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام :

يناقش هذا المبحث من الدراسة العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام في المجتمع الأمريكي ، بوصفه بيئة الدراسة . وقد كانت هذه العلاقة مادة مثيرة للجدل والنقاش في الجامعات والمؤسسات الإعلامية من جهة والمؤسستين السياسية والعسكرية من جهة أخرى.

تعلل الباحثة دوريس جريبر Doris Graber أهمية هذه العلاقة بقولها إن وسائل الإعلام الأمريكية باتت متغيراً رئيساً في صياغة الرأي العام الأمريكي تجاه القضايا الداخلية والخارجية ، وبخاصة بعد ظهور الكيبل التلفزيوني وتعدد القنوات التلفزيونية ، وانتشار ظاهرة الإعلام الإلكتروني ، وظهور الوسائل الإعلامية ذات الملكية المختلطة التي تجمع بين الإعلام المرئي والمقروء . ومع تطور الوسيلة الإعلامية أصبحت العلاقة بين الحكومة والإعلام موضوع جدل ونقاش بين الطرفين لا يزال صداه يتردد في أروقة الجامعات ، والمراكز البحثية ، والمؤسسات الإعلامية ، والمكاتب الحكومية.[١]

وتشير الدراسات المتخصصة في العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام في المجتمع الأمريكي[٢] إلى أن هذه العلاقة تتغير بحسب طبيعة القضايا المرتبطة بها ، والتوقيت الزماني لهذه القضايا . ففي الشأن الداخلي تحاول وسائل الإعلام الأمريكية أن تمارس أقصى مراحل حرية الرأي والتعبير التي ضمنها الدستور الأمريكي بحيث يقل تأثير الحكومة عليها ، وأما في الشأن الخارجي فإن هذه العلاقة تبدو متأثرة إلى حد كبير بسيطرة الحكومة. وتتأكد الهيمنة الحكومية على وسائل

(١)Garber, Doris. Ibid, P. 13

(٢)Ibid, PP. 19-21

الإعلام ومنافذ المعلومة في أوقات الأزمات التي تكون الحكومة الأمريكية طرفاً رئيساً فيها. ومن هنا ندرك السببية في تزايد الجدل ، منذ أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١م و إعلان أمريكا ما أسمته "الحرب على الإرهاب" ، حول دور وسائل الإعلام الأمريكية في هذه الحرب ، و ما إن كانت هذه الوسائل قد عمدت إلى إخفاء المعلومات المتعلقة بالحرب وحجب أهدافها . لقد حظيت العلاقة الثلاثية الأبعاد بين المؤسسات السياسية ووسائل الإعلام و الرأي العام بنقاش واسع في الدوائر الأكاديمية والبحثية المختلفة ، وشملت هذه النقاشات العلاقة بين هذه الأقطاب الثلاثة في ظروف الحرب . و يبدو أن مثل هذا النوع من الجدل سيظل مستمراً بصورة أقوى ، لاسيما في الظروف الراهنة التي تمر بها العلاقات الدولية .

وتحاول كل من القيادات السياسية و العسكرية من جهة و المؤسسات الإعلامية من جهة أخرى تبرير مواقفها و تصرفاتها و حتى علاقاتها في أوقات الحروب و الصراعات. فالقيادات السياسية والعسكرية ترى أن من حقها في هذه الظروف الاحتفاظ بأكبر قدر من السرية على خططها وعملياتها و الحيلولة دون وصول وسائل الإعلام إلى ملفات الحكومة في مثل هذه الظروف. و وسائل الإعلام من جهتها ترى أن من حقها تغطية الأحداث و إبراز كافة الجوانب المتعلقة بسير العمليات العسكرية ، و ما يحدث على الأرض ، و تأثيرات ذلك على المدنيين و البيئة المحيطة. و بين الموقفين تحدث العديد من حالات الشد و الجذب و الاتهامات المتبادلة . لقد بات القادة السياسيون و العسكريون على حد سواء يعقدون أهمية كبيرة على وسائل الإعلام. و مع هذا فقد شابت العلاقة بين هؤلاء القادة و وسائل الإعلام الكثير من الشكوك و الاتهامات المتبادلة . فبنهاية الحرب الباردة ظهر العديد من النقاشات داخل المؤسسات العسكرية حول أهمية أن تكون

العلاقة إيجابية مع وسائل الإعلام . و بالرغم من أن هذا يعدّ توجهاً إيجابياً – على الأقل من الناحية النظرية – إلا أن العديد من العسكريين استمروا في النظر إلى وسائل الإعلام بوصفها "عدوهم الأسوأ " ، أو على أحسن الفروض "أفضل الشرور".[١] و قد ذهب بيري سميث Perry Smith للقول أن هناك انعداماً عميقاً للثقة في الصحافة داخل المؤسسة العسكرية الأمريكية . و أضاف سميث – الذي عمل محللاً عسكرياً في شبكة سي إن إن CNN خلال حرب تحرير الكويت - إن انعدام الثقة هذا مبني على تجربة تتلخص في أن الصحافة تحاول أن تجد لها طرقاً لكي تمطر المؤسسة العسكرية بوابل من الاتهامات. ويمضي للقول بأن هذا الشعور ربما بدأ يتضاءل إلى حد ما بعد التغطيات التلفزيونية لحرب تحرير الكويت.[٢]

لقد كانت حرب الخليج الثانية من أكثر الحروب في العصر الحديث التي حظيت بتغطية إعلامية ضخمة و جرت فيها محاولات جادة و مدروسة للسيطرة على وسائل الإعلام . فقد كان هناك ما يقارب ٣٠٠٠ صحفي في المنطقة، أكثر من ٥٠٠ منهم مرافقين لمختلف الوحدات العسكرية الأمريكية و البريطانية المشاركة في الحرب. و كانت الفلسفة من مرافقة الصحفيين للقوات العسكرية أمراً مقصوداً و مخططاً له بالتنسيق بين وزارة الدفاع الأمريكية و المؤسسات الإعلامية و أكثر تنظيماً مقارنة بما حدث في حرب الفوكلاند بين بريطانيا و الأرجنتين عام ١٩٨٢م . وتندرج سياسة إلحاق الإعلاميين بالوحدات العسكرية أثناء العمليات الحربية تحت إستراتيجية السيطرة على و سائل الإعلام و منع أي محاولة من الصحفيين لنشر أو

---

(١)Smith, Perry M.(1991) How CNN Fought The War: A View From The Inside. Carol Publishing Group, P. 92

(٢)Ibid, P. 92

إذاعة أخبار أو تقارير ترى القيادات العسكرية أو السياسية أنها تؤثر سلباً على سير الخطط العسكرية أو تثير مشاكل لدى الرأي العام الداخلي .

و هذا يدل على أن العسكريين قد أصبحوا – أكثر من أي وقت مضى- يتوجسون خيفة من التغطيات الإعلامية و يرون فيها خطراً على أدائهم في الميدان . لذلك كله أصبحت القيادات العسكرية تبذل كل ما في وسعها من أجل وضع العراقيل أمام الصحفيين و الحيلولة بينهم و بين الوصول إلى المعلومات . و قد وصف مايكل ماسينج Michael Massing معاناة الصحفيين في المركز الإعلامي "الخالي من النوافذ" و الذي أقامه التحالف في قاعدة السيلية في قطر أثناء الحرب على العراق بكلمات توضح أن العسكريين يضيقون ذرعاً بالصحفيين، و عليه فإنهم يضعون ما يستطيعون من عراقيل للحيلولة بينهم و بين أداء مهامهم. يقول مايكل ماسينج " إن المركز الإعلامي في قاعدة السيلية بقطر شُيد بطريقة فيها أكبر قدر من الإزعاج و الإرهاق للصحفيين . فلكي تصل إلى هناك من وسط المدينة عليك أن تقطع رحلة تستغرق نصف الساعة في صحراء جرداء قاحلة . و عند البوابة عليك أن تسلّم أجهزتك لكي يتم تفتيشها من خلال جهاز التفتيش كي ٩ K-9 ، و يتم تفتيش حقائبك و جسمك عن طريق الأشعة . بعدها تنتظر تحت وهج الشمس لمرافق عسكري - الذي بعد أن يقوم بالتأكد من أوراقك الثبوتية - يأخذك إلى حافلة الصحفيين . و عندما تمتلئ الحافلة تتحرك بك لتقطع ٢٠٠ ياردة حيث يقع المركز الإعلامي. و تنزلك الحافلة في ساحة مغطاة بالخرسانة و محاطة بسور يبلغ ارتفاعه ٧ أقدام ينتهي بأسلاك شائكة . و إذا وقفت في مكان عالٍ و نظرت إلى الخارج فسترى مبنيين متشابهين يبدوان مثل مستودعين ، – إنهما مكاتب الجنرال تومي فرانكس و القيادة الوسطى الأمريكية . و غير مسموح

للصحفيين بدخول هذين المبنيين ، إذ إن تحركاتهم تقتصر فقط على المركز الإعلامي الخالي من النوافذ و الذي يبلغ طوله ٦٠ قدماً، والذي فيه إنارة باهرة و تكييف عالٍ."[١] و دخول الصحفيين إلى هذا المركز يتم من خلال تصريح عسكري و يمكن سحب هذا التصريح في أي وقت .

و إذ يشكو الصحفيون من القيود التي يفرضها عليهم القادة العسكريون و نقص المعلومات التي يزودون بها ، و غيرها من المصاعب التي تواجههم في تغطياتهم للحرب ، فإن هناك جدلاً عاماً من الناحية الأخرى حول الصور التي تبثها وسائل الإعلام للإصابات وأسرى الحرب . و تعدّ هذه الصور من الأمور المثيرة للاتهامات بين القادة السياسيين والعسكريين من جهة و المؤسسات الإعلامية من جهة أخرى . ففي اجتماع جرى في يوم ٢٧ فبراير ٢٠٠٣م نبّه المتحدث باسم وزارة الدفاع الأمريكية بريان ويتمان Bryan Whitman رؤساء المكاتب الإعلامية من أن نشر الإصابات وسط جنود التحالف يعدّ من أكثر الأمور حساسية من منظور الحكومة.[٢]

و في هذا السياق نذكر أن الحكومتين الأمريكية و البريطانية هاجمت المؤسسات الصحفية ، وبخاصة قناة الجزيرة الفضائية القطرية لعرضها صوراً لاثنين من الجنود البريطانيين المتوفيين و صوراً لاثنين آخرين وقعا كأسرى حرب . و قد عبّر رئيس الوزراء البريطاني توني بلير عن إدانته عرض هذه الصور و عبر عن الفزع من عرض مثلها.[٣]

---

(١)Tumber, Howard & Palmer, Jerry(2004) Media At War: The Iraq Crisis. Sage Publications Ltd. P. 66

(٢) Ibid, P. 69

(٣)Smith, Jeffery A.(1999). War & Press Freedom: The Problem of Prerogative Power. Oxford University Press. Page 220

و في أكثر من مناسبة واجه المراسلون الذين تجرؤوا على تحدي السلطات السياسية أو العسكرية أو حاولوا التمرد على التفكير و النهج التقليدي في الأخبار و التقارير التي يرسلونها الكثير من التوبيخ و المضايقات ، ليس من السلطات الرسمية فحسب بل و من المؤسسات التي يعملون فيها . فالمراسلون الذين فضحوا التدليس الأمريكي في السنوات الأولى من حرب فيتنام ، وجدوا أنفسهم في مواقف حرجة. والأخبار و التقارير التي كانوا يرسلونها كانت تخضع للتعديل و الحذف أو الإلغاء بالكامل. و وصل الأمر إلى قيام بعض المؤسسات الصحفية بخصم مبالغ مالية من بعض المراسلين الذين لا يلتزمون بمعايير المؤسسة الإعلامية ، و هو ما حدث لمراسل صحيفة نيويورك تايمز أثناء حرب فيتنام ديفيد هالبريستان David Halberstan الذي خصمت الصحيفة من مصروفه الأسبوعي.(١)

و لا يخفى أن الهدف من التدخلات في مهام الصحفيين هو محاولة ممارسة أكبر قدر من الضغوط على الصحفيين الذين كانوا يقومون بتغطية العمليات العسكرية ضد العراق ، ومن ثم التأثير على أدائهم ، ولذلك فإن التوتر في العلاقة بين القيادة السياسية ووسائل الإعلام الذي تجسد في الخلاف بين الحكومة البريطانية وتلفزيون هيئة بي بي سي حول ملف العراق لأسلحة الدمار الشامل يوضح بشكل كبير هدف الحكومة البريطانية من التعتيم الإعلامي على حقيقة هذه القضية وبخاصة بعد أن كشف تقرير لهذه القناة الإعلامية أن الحكومة البريطانية قد ضخمت من هذا الملف لتبرير حربها على العراق ، و تابع الرأي العام الضغوط التي مورست على البي بي سي للكشف عن مصدر معلوماتها و تداعيات ذلك التي أدت إلى انتحار خبير الأسلحة البريطانية جون كيلي.(٢)

---

(١) Ibid, P. 215

(٢)Tumber, Howard & Palmer, Jerry. Ibid, PP.139-157

مثل هذه الضغوط التي تمارسها الحكومة – ممثلة في المؤسستين السياسية والعسكرية – هو إدراك من القيادات السياسية والعسكرية بأهمية وسائل الإعلام وتأثيرها في صياغة الرأي العام وتوجيهه. ولذلك شهدت العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام فصولاً من التوتر، وبخاصة وقت الحروب والأزمات. ونذكر في هذا السياق ما قامت به القوات الأمريكية من قصف لإذاعة صوت الشريعة التابعة لحركة طالبان في ٨ أكتوبر ٢٠٠١م . و ما إن عاودت الإذاعة البث في ٢٦ أكتوبر حتى قصفت بعد ساعات فقط لتصمت صمتاً أبدياً.[١] ونذكر أيضاً أنه في عام ١٩٩٩م و في أثناء الحرب على يوغسلافيا ضربت قوات التحالف بالقنابل مبنى راديو و تلفزيون صربيا .

و يمكن أن يمثل الضغط لعدم إيصال صوت الآخر سياسةً للتعتيم الإعلامي و هو ما حدث أثناء حرب تحرير الكويت ، إذ في ١٦ يناير ١٩٩١م تلقى توم جونسون Tom Johnson رئيس شبكة سي إن إن CNN مكالمة هاتفية من المتحدث الصحفي للبيت الأبيض مارلين فيتزويتر يخبره فيها أن الرئيس بوش الأب يطلب أن تسحب القناة كل طاقمها الإعلامي فوراً من بغداد.[٢] وحتى بعد أن بقي بيتر آرنيت Peter Arnet يراسل القناة من بغداد أثارت تقاريره الكثير من ردود الفعل المتباينة و الاتهامات الموجهة له شخصياً و للقناة أيضاً . و لم تكن هذه الاتهامات و الضغوط من عامة المشاهدين فحسب، بل حتى من شخصيات أمريكية كبيرة مثل السناتور ألان سيمسون Alan Simpson الذي أبدى امتعاضاً من تقارير آرنت واصفاً إياه"بالمتعاطف" . وقد ذكرت شبكة سي إن إن وقتها أنها

---

(١)Taylor, Philip M. We Know Where You Are: Psychological Operations Media During Enduring Freedom, in: Daya Kishan Thussu and Des Freedman (eds.) War and the Media. Sage Publications, Ltd.P 107

(٢)Ibid, P. 9. Smith, Perry M.

تلقت الكثير من الشكاوي و الاتهامات بسبب تقارير آرنت ، حتى إن بعض الجهات سحبت الإعلانات التي كانت تبثها في المحطة.[١] و الشيء نفسه حدث لمراسلة CNN كريستيان أمانابور Christiane Amanpour إذ أثارت تغطياتها للحرب على العراق استياء الكثيرين حتى من زملائها في وسائل الإعلام . فقد وصفت إرينا بريجانتي Irena Briganti المتحدثة باسم قناة فوكس نيوز Fox News أمانابور بـ"المتحدث باسم القاعدة".[٢]

وفي أعقاب أحداث الحادي عشر من سبتمبر حاولت إدارة الرئيس بوش منع الإرهابيين من الوصول إلى الجمهور وذلك بحرمانهم من وسائل الإعلام . فقد طلبت الإدارة من شبكات التلفزة في الولايات المتحدة عدم بث تسجيلات الفيديو التي يطلقها أسامة بن لادن خوفاً من أن تكون تحمل رسائل مشفرة لخلايا إرهابية نائمة في الولايات المتحدة.[٣]

وفي أحيان كثيرة تتزامن سياسة عدم إيصال صوت الآخر هذه مع اهتمام أمريكي بإيصال الصوت الإعلامي الحكومي لهذا الآخر من خلال الإسهام في توفير وسائل البث و الاتصال المختلفة . ففي أثناء الحرب على أفغانستان قامت القوات الأمريكية بتوزيع ٤٠,٠٠٠ راديو على الأفغانيين . ووزعت القوات المتحالفة المزيد من أجهزة الراديو في كل أرض تتم السيطرة عليها داخل أفغانستان.[٤] و قد كانت أجهزة الراديو جزءاً من الحرب النفسية التي تشنُّها القوات الأمريكية على الشعب الأفغاني، ولذلك صممت تلك الأجهزة بحيث لا تحتاج إلى

---

(١)Ibid, PP. 30-40

(٢)Allan, Stuart& Zelizer, Barbie (2004), Reporting War: Journalism in Wartime- Publisher: Routledge, New York – P. 8

(٣)Taylor, Philip M. Ibid, P. 101

(٤)Smith, Jeffery A Ibid, . P 215

البطاريات أو الكهرباء من أجل التشغيل ، وبحيث لا تلتقط إلا بثّ القوات الأمريكية . بالإضافة إلى ذلك فإن الولايات المتحدة مولت بسخاء تأسيس المحطات الإذاعية و التلفزيونية الموجهة وتشغيلها ، ومنها إذاعة (سوا) و (قناة الحرة) ومجلة (هاي) ، و تبث مواد موجهة باللغات العربية و الفارسية والبشتونية .

إن روبرت اليجانت Robert Elegant ، وهو مراسل صحفي سابق ، يلخص كل ما سبق بقوله : " لأول مره في التاريخ الحديث تتقرر نتائج حرب ليس على ساحة المعركة ولكن على صفحات الصحف وشاشات التلفزيون."[1] كتب اليجانت ذلك وهو يتحدث عن حرب فيتنام قبل أكثر من ٣٠ عاماً ، فيكف هو الواقع اليوم في حرب الولايات المتحدة على العراق التي تتزامن مع الطفرة الهائلة في تقنيات الإعلام والمعلومات ؟

إن الجدلية القائمة بين المؤسسة السياسية والمؤسسة الإعلامية في الولايات المتحدة حول حق الصحفي في " الوصول إلى ملفات الحكومة " لا يتجاوز مجال الدراسة العلمية إلى الواقع الميداني ، وقد ينجح الإعلاميون في كسب نتائج الجدل على المستوى المحلي ، أما على صعيد السياسة الخارجية فإن هذه القضية العلمية تبقى رهينة قاعات الدرس في الجامعات ، أو المنتديات العلمية للمتخصصين في السياسية والإعلام أو في "الاتصال السياسي." ولذلك فإن المعالجة الإعلامية لقضايا السياسية الخارجية تبقى تحت هيمنة الساسة وصناع القرار بذرائع شتى أهمها " حماية الأمن القومي" ، أو " المصالح الإستراتيجية " القومية ، وهي الذرائع التي ينبغي أن يحترمها الإعلاميون طوعاً أو كرها .

---

(١) Ibid, P. 198

المبحث الثالث :الحجب المعلوماتي في الحرب الأمريكية على العراق :

يناقش هذا المبحث ثلاثة محاور رئيسة: المحور الأول يستعرض مفهوم الحجب المعلوماتي في كتابات المتخصصين مدعّماً بالأمثلة ذات العلاقة بموضوع المبحث. و الثاني يبين شواهد حجب المعلومة على المستوى الحكومي في الولايات المتحدة. أما المحور الثالث فيناقش حجب المعلومة على المستوى الإعلامي. وكلا المحورين الأخيرين يستصحبان شواهد نظرية و واقعية في سياق التحليل الكيفي للمعلومة التي تم تصنيفها وفقاً لطبيعة الحديث عن كل محور.

أولاً : مفهوم الحجب المعلوماتي :

مترادفات كثيرة استخدمها الباحثون المتخصصون في سياق حديثهم عن فلسفة الحجب المعلوماتي عن الرأي العام ، منها : التضليل، السرية ، وإخفاء الحقيقة. جميع هذه المترادفات تفضي إلى معنى واحد مشترك وهو : تعمد عدم تمكين المتلقي ، سواء أكان فرداً أو جماعة أو مجتمعاً ، من معرفة الحقيقة أو الوصول إليها ، أو إيصالها بطريقة لا تعبر عن المعنى الكامل لها .

وعلى الرغم من أن جدلية " حرية الرأي " و " الوصول إلى ملفات الحكومة " كانت مثار جدل بين الساسة والإعلاميين ، إلا أن الواقع يقول إن هذا الجدل ينتهي إلى اتفاق بين الطرفين يفرضه الساسة على الإعلاميين ، وخاصة في أوقات الحروب والأزمات.

في الولايات المتحدة – مثلاً – هناك قانون " حرية المعلومات " الذي صدر عام ١٩٦٦م ، وشكلت على إثره جمعية محرري الصحف الأمريكية لجنة أسمتها " لجنة حرية المعلومات " Freedom of Information Committee ، هدفها الوقوف ضد السرية التي تنتهجها الحكومة الأمريكية في حجب المعلومة عن الرأي

العام ، كان تشكيل هذه اللجنة مبنياً على تقرير أعده هارلود كروس Harlod Cross أكد فيه أن الحكومة الأمريكية تمارس سياسة حجب المعلومة عن الصحافة وبالتالي عن الرأي العام . ومع ذلك كله لا تزال الإدارات الأمريكية المتعاقبة تمارس فلسفة الحجب المعلوماتي لمنع الصحافة – وبالتالي الرأي العام – من معرفة الحقيقة.(١) فقد أنشأ الرئيس إيزنهاور مكتب المعلومات الإستراتيجية Office Of Strategic Information ، أُنيطت به مسؤولية العمل مع الجهات ذات العلاقة للتأكد من عدم تسريب المعلومات الإستراتيجية غير المصرح بها للدول الأجنبية . وفي عام ١٩٥٥م وجه وزير الدفاع الأمريكي حينها تشارلز إيه ويلسون Charles E. Wilson بأن أي معلومات تُنشر يجب أن تتوافق مع المتطلبات الأمنية وأن تتضمن إسهاماً بناءً لجهود وزارة الدفاع.(٢) وذكر توماس بلانتون Thomas Blanton في مقال له تحت عنوان " حق العالم في أن يعرف " The World's Right To Know ، أنه خلال العقد المنصرم (يتحدث عن الفترة من عام ١٩٩٢ وحتى عام ٢٠٠٢م) كانت هناك ٢٦ دولة في العام قد سنت تشريعات منحت بموجبها مواطنيها حرية الوصول إلى معلومات حكومية ، ثم استدرك بلانتون وقال إنه في أعقاب أحداث الحادي عشر من سبتمبر وبروز اتجاهات عديدة هنا وهناك للسيطرة على المعلومة كسلاح فعال في الحرب على الإرهاب ظهرت اتجاهات تشير إلى أن الحكومات ستتجه إلى " قفل بوابات الوصول للمعلومة . " (٣)

---

(١) FOI History
http://www.ruf.rice.edu/~mgpowell/history.html

(٢)Ibid

(٣)Thomas Blanton. (The World's Right To Know)
http://www.freedominfo.org/survey/rtk.htm

ولقد اتسمت سياسية الولايات المتحدة بالسرية والغموض وحجب المعلومة حتى قبل أحداث الحادي عشر من سبتمبر. وفي هذا يقول توماس لانتون إن فلسفة الحجب الإعلامي كانت قد بدأت قبل هجمات الحادي عشر من سبتمبر ، إذ تمثلت في رفض إدارة الرئيس بوش دعوات الكونجرس تزويده بأسماء مستشاري القطاع الخاص الذين يعملون في قطاع سياسات الطاقة ، وكذلك جهود هذه الإدارة فيما يتعلق بعدم السماح بنشر سجلات حقبة الرئيس ريجان تحت ذريعة قانون السجلات الرئاسية . لكن أحداث الحادي عشر من سبتمبر جعلت من حجب المعلومات والتكتم عليها وإحاطتها بالسرية نوعاً من العادة المتبعة .

فلسفة الحجب الإعلامي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من السياسة العامة لإدارة الرئيس جورج بوش الابن متخذة من حربها على الإرهاب ذريعةً لتبرير ما تقوم به من إجراءات على كافة المستويات ، وبخاصة تلك الإجراءات المتعلقة بحجب المعلومة والتضليل السياسي والإعلامي .

وقد أثارت الإجراءات التي اتخذها الرئيس بوش ، وخاصة الأمر التنفيذي الذي أصدره في نوفمبر ٢٠٠١م الذي سمح للإدارة والرؤساء السابقين بحجب الوثائق التي كانت بحوزتهم عن الرأي العام ، الكثير من ردود الأفعال . وكانت إدارة بوش قد ذكرت حينها أن هذا الحجب يهدف إلى حماية خصوصية الرؤساء السابقين والجهات التي تعاملوا معها عندما كانوا في البيت الأبيض . لكن الشكوك ساورت الكثيرين من أن هذا الإجراء قد وُضع لحماية العديد من مسؤولي البيت الأبيض الذين عملوا في إدارات الرؤساء ريجان وبوش الأب ، ومنهم على وجه التحديد وزير الخارجية السابق كولن باول ونائب الرئيس ديك تشيني وكبير

موظفي البيت الأبيض أندرو كارد ومدير الميزانية الأسبق ميتش دانيلز Mitch Daniels.[١]

هذا التضليل وإخفاء الحقيقة هما اللذان جعلا لاري كليمان Larry Klayman ، رئيس إحدى المجموعات المحافظة التي تُعنى بالمراقبة القضائية Judicial Watch يقول : " إن هذه الإدارة هي الأكثر اتساماً بالسرية التي رأيناها في حياتنا وهي تتعامل بسرية أكثر من إدارة نيكسون . إنهم لا يؤمنون أن الشعب الأمريكي أو الكونجرس لديهم أي حق في الحصول على المعلومة ".[٢]

وتعد الإجراءات المتخذة من إدارة الرئيس بوش الابن في مسألة الحجب الإعلامي وإخفاء المعلومة من أكثر الجهود في هذا المجال منذ الحرب العالمية الثانية . والسبب الرئيس الذي جعل هذه الإجراءات لا تثير إلا القليل من الاهتمام والملاحظة هو تداعيات أحداث الحادي عشر من سبتمبر والحرب على الإرهاب . وعلى الرغم من أن بطء تدفق المعلومات - والذي يعدُ نوعاً من محاولة حجب المعلومة – كان من سمات السياسة الداخلية والخارجية لإدارة الرئيس بوش قبل الهجمات الإرهابية ، إلا أن هذه الهجمات منحت إدارة الرئيس تبريرات واسعة لحجب المعلومة وإخفائها بحجة أن سهولة توفر مثل هذه المعلومات – كما يقول - " من شأنه أن يكون لصالح أعدائنا."[٣]

---

(١) Ibid

(٢)Stephen Pizzo, Hiding The Truth? President Bush's Need-to-Know Democracy
http://www.ratical.org/ratville/CAH/secrecySP.html

(٣)Ibid

إن مما يزيد من خطورة مفهوم الحجب الإعلامي التي تقوم بها الحكومة، أو وسائل الإعلام، أو كلاهما معاً هو حقيقة أن الرأي العام العالمي أصبح معتمداً على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومة ، وبخاصة في أوقات الحروب والأزمات. وتشير الإحصاءات إلى الزيادة الكبيرة في الاعتماد على هذه الوسائل . ففي الولايات المتحدة نفسها هناك تسعة من عشرة أمريكيين بالغين يقرأون صحيفة يومية بانتظام ، وأجهزة الراديو متوفرة في ٩٨٪ من البيوت الأمريكية ، وأجهزة التلفاز في ٩٣٪ منها . وهناك ما بين ٦٠٪ إلى ٧٠٪ من الأمريكيين البالغين يقرأون مجلة واحدة على الأقل بطريقة منتظمة . وتشير الدراسات الحديثة إلى أن الوقت الذي يمضيه المواطن الأمريكي مع وسائل الإعلام يقدر بحوالي ٣٢٦٥ ساعة سنوياً وهو ما يعادل ٩ ساعات يومياً ، ٧٠٪ منها مخصص لمشاهدة القنوات التلفزيونية.[١] وعلينا - في ضوء مثل هذه الأرقام - أن ندرك حجم الأثر الذي يمكن أن تحدثه وسائل الإعلام الأمريكية على الرأي العام الأمريكي إذا كان ما تقدمه من معلومات تتعلق بحرب الولايات الأمريكية على العراق يمر عبر القنوات الحكومية التي تقوم بإعادة صياغتها وتمريرها للرأي العام بما يتناقض مع حقيقتها في الواقع.

لقد كانت الحرب الأمريكية على العراق ميدانياً تطبيقياً مارست فيه الحكومة ووسائل الإعلامي فلسفة الحجب المعلوماتي ، وما يأتي من حديث هو شواهد لهذه الفلسفة على المستوى الحكومي ، والإعلامي ، تجاه الرأي العام داخل الولايات المتحدة وخارجها .

---

(١) كريّم، بدر أحمد. عصر العاجزين عن الكلام: رؤى إعلامية. الطبعة الأولى، ١٤٢٦هـ - ٢٠٠٥م - مطبعة سفير - الرياض ، ص. ١٧٩ - ١٨٢

ثانياً : حجب المعلومة على المستوى الحكومي :

لم تكن طريقة القيادات السياسية و العسكرية الأمريكية فيما يتعلق بإخفاء المعلومة عن وسائل الإعلام و الجمهور أمراً حديثاً، بل إن محاولتها الاستفادة من وسائل الإعلام لتمرير سياساتها قد حدث قبل عقود. فقد استخدمت هذه الفئة من السياسيين وسائل الإعلام لنشر و إذاعة أخبار و تقارير مغلوطة أثناء الحرب الباردة و حرب الخليج الثانية (حرب تحرير الكويت)، بل يمكننا القول بأن القيادات السياسية و العسكرية الأمريكية كانت تطبّق مفهوم حجب و إخفاء المعلومة قبل تلك الحرب. و هناك العديد من الأمثلة التي تقف شاهداً على ذلك . تشير عدد من المصادر إلى أن سياسة حجب المعلومة و إخفائها كانت سياسة متبعة من الحكومة الأمريكية خلال الحرب العالمية الثانية و ذلك من خلال تقييد حرية الصحفيين ، وهو ما أشار إليه بيتر آرنت المراسل الصحفي الأمريكي المعروف، عندما قارن بين القيود التي تفرضها القوات الأمريكية في العراق على الصحفيين بتلك التي كانت تحدث في الحرب العالمية الثانية . ففي الحرب العالمية الثانية كانت الحكومة الأمريكية تشعر أنها تخوض حرباً من أجل أمنها و بقائها و لذا حجبت المعلومة عن الأجهزة الإعلامية .

وخلال إدارة الرئيس الأمريكي الأسبق إيزنهاور Eisenhower تحطمت طائرة تجسس أمريكية من نوع يو ٢ U-2 داخل الأراضي السوفيتية ، كان ذلك تحديداً في عام ١٩٦٠م . وفي تبرير لما حدث ذكرت وكالة الاستخبارات الأمريكية CIA نقلاً عن وكالة الطيران و الفضاء (ناسا) أن طائرة لمراقبة الطقس قد فقدت . ولما كانت وزارة الخارجية تفترض أن الطيار سيقوم باتباع التعليمات في هذا الشأن و تفجير الطائرة و قتل نفسه إذا لزم الأمر حتى لا يقع في الأسر ، فقد أكدت

للصحفيين أنه لم تكن هناك محاولة متعمدة لخرق المجال الجوي السوفيتي . كانت هذه هي الرواية الأمريكية لحادثة طائرة التجسس ، أما الاتحاد السوفيتي فقد أعلن أنه ألقى القبض على الطيار فرانسيس جاري باورز Francis Gary Powers و اعترف أنه كان في مهمة تجسس.(١) سياسة عدم الموضوعية كانت طريقة انتهجتها الإدارات الأمريكية المختلفة لحجب الحقيقة عن الرأي العام في حالات كثيرة . إن التراكم المعرفي في هذا المجال يؤكد أن هناك من كان يروّج لحجب المعلومة من المسؤولين في جميع الحكومات الأمريكية عبر تاريخها ، لكنها أصبحت مألوفة ومعلنة في عهد إدارة الرئيس كيندي . يؤكد ذلك آرثر سيلفيستر Arthur Sylvestor مساعد وزير الدفاع للشؤون العامة في عهد الرئيس كنيدي وهو يتحدث عن "التلاعب بالأخبار" خلال أزمة الصواريخ الكوبية عام ١٩٦٢ ، إذ قال: إن الحكومة لديها " الحق في أن تكذب" في أي وقت ترى أنها في موقف خطير، خاصة إذا ما كانت الحرب النووية ممكنة الحدوث.(٢) و هناك العشرات من الأمثلة لحجب المعلومة والخداع والكذب التي اتبعتها القيادات السياسية والعسكرية الأمريكية خلال حرب فيتنام، وفي حقبة الحرب الباردة، وخلال التدخلات العسكرية للولايات المتحدة في أمريكا اللاتينية، وغيرها من المناطق في العالم خلال العقدين الماضيين. وليس المجال هنا هو الخوض في تفاصيلها و إنما التأكيد على حدوثها لننتقل إلى حجب المعلومة و إخفائها في الحرب الأمريكية ضد العراق .

لقد عمدت الجهات الرسمية الأمريكية ممثلة في القيادات السياسية و العسكرية إلى اتباع طريقتين لحجب المعلومة أثناء الحرب على العراق.

---

(١)War And Press Freedom. Ibid P.207

(٢)Kennedy, William V.(1993) The Military and The Media: Why the Press Cannot Be Trusted to Cover a War.Praeger Publishers, Westport, CT. P.131

الأولى من خلال السيطرة على وسائل الإعلام عبر برنامج إلحاق المراسلين الصحفيين embedding reporters بالوحدات العسكرية المختلفة .

والثانية هي عرض أخبار الحرب والتصريحات الصحفية المتعلقة بها عن طريق القادة العسكريين في قطر وواشنطن. ولعل تطبيق سياسة المرافقين الصحفيين للوحدات العسكرية هذه قد طمأنت القيادات العسكرية إلى عدم تسريب أي معلومات عن الحرب للمؤسسات الإعلامية ما عدا تلك المعلومات التي تزود بها هذه القيادات المراسلين المرافقين. و قد أدّى برنامج إلحاق الإعلاميين بالوحدات العسكرية إلى تحقيق هدفين رئيسيين للقادة العسكريين من أجل إخفاء المعلومة عن وسائل الإعلام وبالتالي تضليل الرأي العام . أولهما، أن مرافقة الوحدات العسكرية تحد من تحركات المراسل الصحفي في ساحة المعركة و بذا يكون محصوراً فقط في الوحدة المرافق لها . و الثاني - و قد اتضح بصورة جلية أثناء عملية غزو العراق - أن معظم وسائل الإعلام الأمريكية – و خاصة تلك التي انضمت مؤسساتها إلى برنامج إلحاق الصحفيين بالوحدات العسكرية - وجدت نفسها رهينة للقيادات العسكرية و السياسية و أصبحت تأتمر بأمرها و تلتزم بالأخبار و التقارير التي تزودها بها هذه الجهات .

لكن رغم هذا نجد أن بعض الإعلاميين لم يكونوا راضين عن هذه المعاملة التي يجدونها من القيادات العسكرية ، و ضاقوا ذرعاً بالحيلولة دون حصولهم على المعلومة . و قد عبّر مراسل مجلة نيويورك New York Magazine مايكل وولف Michael Wolff عن هذا الاستياء في وجه الجنرال فينسيت بروكس Vincent Brooks ، كبير المتحدثين الرسميين في القاعدة المركزية الأمريكية بمعسكر السيلية في قطر عندما كان يدلي بالإيجاز الصحفي اليومي في مقر القيادة

المركزية . قال وولف: "لماذا نبقى هنا؟ ما الفائدة التي تعود علينا مما نتعلمه هنا في هذا المركز الإعلامي الذي كلّف ملايين الدولارات؟"(١)

وقد كان موضوع أسلحة الدمار الشامل و امتلاك النظام العراقي لهذه الأسلحة من أكثر الأمور التي مارست فيها القيادات السياسية و العسكرية الأمريكية إستراتيجيات منظمة لإخفاء نواياها الحقيقية من الحرب و ما لحقها من احتلال . فقد أدلى العديد من القادة السياسيين الأمريكيين و على رأسهم الرئيس بوش بتصريحات تؤكد امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل ، وكانت تصريحات مفزعة للرأي العام الأمريكي والعالمي عن امتلاك النظام العراقي لمثل هذه الأسلحة وأنه باستطاعة هذا النظام استخدام هذه الأسلحة في هجمات يشنها خلال مدة زمنية وجيزة . لكن اتضح بعد أن احتلت الولايات المتحدة العراق أن ذلك الزعم لم يكن إلا مسوغات كاذبة قصد منها إخفاء الأهداف الحقيقية لإدارة الرئيس بوش و المحافظين الجدد في البيت الأبيض من هذه الحرب. بعد ذلك بدأت القيادات السياسية و العسكرية الأمريكية في إعلان أن هدفها من الحرب كان تغيير النظام Regime change و هو ما لم يكن من الأمور المطروحة عند الإعداد للحرب والتحركات التي سبقتها من حشد للرأي العام المحلي و العالمي و محاولة الحصول على دعم و تفويض من الأمم المتحدة لشن الحرب . هذا النهج المتعلق بحجب المعلومة و إخفائها هو النهج نفسه الذي اتبعته القيادات العسكرية و السياسية الأمريكية في قضية تعذيب السجناء العراقيين في سجن أبو غريب في بغداد والتداعيات التي أعقبت هذه القضية .

---

(١)Payne, Kenneth.(2005). The Media as an Instrument of War Parameters. Volume: 35. Issue: 1. Page Number: 81

لقد مارست القيادات السياسية و العسكرية الأمريكية الكثير من الترويج لحجب المعلومة بشأن الحرب على العراق ومن ثم احتلاله . و حتى عندما اعترف الرئيس بوش بأن هناك ثلاثين ألفاً من المدنيين العراقيين لقوا حتفهم منذ بداية الحرب على العراق و أثناء العنف المستمر حاول الجنرال تومي فرانكس ، رئيس القيادة المركزية الأمريكية الالتفاف حول هذه الحقيقة بقوله : " ليست مهمتنا أن نحصي الأموات" . أما العميد مارك كيميت Mark Kimmitt ، المتحدث باسم الجيش الأمريكي في العراق و نائب رئيس القيادة المركزية للتخطيط و العمليات في أبريل ٢٠٠٤م ، فقد أجاب عندما سئل عن الصور التي عرضها التلفزيون العراقي للمدنيين الذين قتلتهم القوات الأمريكية في الفلوجة بقوله : "غيّر القناة .. غيّر القناة إلى قناة إخبارية نزيهة و مسؤولة و ذات شرعية"[١] ، في إشارة واضحة إلى تكذيب وسائل الإعلام غير الأمريكية في بثها لهذه الصور .

استمرت القيادات السياسية و العسكرية الأمريكية في اتباع سياسة الكذب و التضليل و إخفاء المعلومة عن مقتل آلاف المدنيين العراقيين الذين قضوا في العمليات العسكرية الأمريكية رغم نشر أخبار و إحصائيات عن أعداد القتلى . فقد تحدث وزير الدفاع الأمريكي دونالد رامفسيلد لموظفيه في مارس ٢٠٠٥م ، أي بعد عامين من غزو العراق ، عن السرعة غير المسبوقة و الدقة و المرونة التي استطاعت القوات الأمريكية بها وبدعم من قوات التحالف ، أن تسيطر على بغداد ، و أن هذه القوات سارت قدماً وبسرعة أكثر من أي قوات في التاريخ العسكري . و قال إن هذه القوات قامت بذلك وهي تحاول أن تتجنب إحداث إصابات كبيرة في صفوف المدنيين.[٢]

---

(١)Jackson, Derrick, Z. Iraqi Civilian Death Mount- And Count, Boston Globe, 19 December, 2005.

(٢)Ibid

كان رامسفيلد يقول ذلك في مارس ٢٠٠٥م ، بينما كانت وكالة أسوشيتدبرس Associated Press قد قدّرت في يونيو ٢٠٠٣م أن حوالي ٣,٢٤٠ مدنياً عراقياً قتلوا من جراء العمليات المتعلقة باحتلال العراق منهم ١,٩٠٠ في بغداد وحدها . و في أكتوبر ٢٠٠٣م قدّر مشروع " بدائل الدفاع " Project on Defense Alternatives ، الذي يتخذ من كمبريدج مقراً له ، أن هناك ٤,٣٠٠ مدني عراقي قتلوا في الشهر الأول من الحرب و احتلال العراق .

أما استخدام القوات الأمريكية للأسلحة الكيمائية التي تزامنت مع العمليات العسكرية في العراق فقد كان لها نصيب من التضليل الإعلامي والحجب المعلوماتي ، وبخاصة ما يتعلق باستخدام القوات الأمريكية لمادة الفسفور الأبيض ضد المدنيين في الفلوجة . ولقد ظل هذا الموضوع طي الكتمان ، إلى أن قامت شبكة التلفزيون الإيطالية RAI في نوفمبر ٢٠٠٥م ببث فيلم وثائقي عرض صوراً وشهادات تثبت أن القوات الأمريكية استخدمت أسلحة كيميائية في العراق ، بما في ذلك استخدام هذه الأسلحة في مناطق المدنيين . تضمن الفيلم الذي حمل اسم : "الفلوجة : المذبحة المحجوبة " Fallujah : The Hidden Massacre ، أدلة و براهين عديدة تعزز من مصداقية ، مضمون الفيلم الذي بثته شبكة التلفزيون الإيطالية، وهو ما أكده جيف إنجليهارتJeff Englehart ، و هو جندي أمريكي سابق شارك في الهجوم على الفلوجة ، حيث اعترف باستخدام القوات الأمريكية للفسفور الأبيض . و قال جيف :" أعرف أن الفسفور الأبيض قد استخدم و هو بالتأكيد و دون أدنى شك سلاح كيميائي" [1] كما عرض الفيلم صوراً التقطها أطباء عراقيون دخلوا الفلوجة بعد المعارك للمساعدة في دفن الموتى .

---

(١)Weapons In Iraq. Kelley, Rick. Film Documents American Use of Chemical
www.countercurrents.org/iraq-kelly151105.htm

ومضى الفيلم يصف الوضع :"كانت هناك جثث لمدنيين ، لنساء مازلن يمسكن بالمسبحة و بدت على أجسادهن حروقاً غريبة ، بعضهن محترقات حتى العظم ، وبعضهن تدلت جلودهن من لحمهن . ليس هناك أي دلائل على وجود إصابات بالرصاص .. لقد اختفت معالم الوجوه كما هو الحال في أجزاء الجسم الأخرى . وهناك أيضاً بعض الحيوانات فارقت الحياة دون وجود أي جروح ظاهرة عليها "[1] .

هذا العمل العسكري الذي يتنافى مع القوانين و الأعراف الدولية و حقوق الإنسان ، و التي زعمت أمريكا أنها جاءت للعراق لإرسائها ، ظل طي الكتمان و ظلت الحكومة الأمريكية تنفيه مدة من الزمن ، و تصف الأخبار و التقارير التي تشير إليه بأنها تعبّر عن "أفكار وهمية" . و بعد أن عرض الفيلم و أذيعت مادته على نطاق واسع لم يكن من بد أمام مسؤولي وزارة الدفاع الأمريكية من الاعتراف باستخدام الجيش الأمريكي قذائف الفسفور الأبيض الكيميائية خلال الهجوم على الفلوجة في نوفمبر ٢٠٠٤م ، و قد جاء هذا الاعتراف مذيّلاً بإنكار أن تكون هذه المواد محرّمة دولياً و أنها قد استخدمت ضد المدنيين. و برر متحدث باسم وزارة الدفاع الأمريكية استخدام هذه الأسلحة بقوله : إن هذه الأسلحة "لا يحرمها أي قانون دولي موقّع من جانب الولايات المتحدة الأمريكية" و في سياق التبرير و التضليل نقلت وكالة أسوشيتدبرس بتاريخ ١٦نوفمبر ٢٠٠٥م عن الملازم أول باري فينابل Barry Venable أحد المتحدثين باسم البنتاجون قوله "إن الجيش كان يستخدم الفسفور الأبيض لتحديد الأهداف و كشف المواقع ، وتم استخدام هذا السلاح في بعض الأحيان بالفلوجة كسلاح ضد الأعداء المقاتلين ".[2]

---

(١)Ibid

(٢) داوود ، نسيبة – البنتاجون يبرر استخدام الفسفور بالفلوجة – إسلام أون لاين – ٢٠٠٥/١١/١٦

و هكذا تندرج مثل هذه التبريرات في سياق التضليل المتعمد و حجب المعلومة المستمر من قبل القيادات السياسية و العسكرية الأمريكية . فقد استهدفت حفلات الزفاف في العراق في أكثر من مرة بالقنابل الأمريكية ، وقتل مدنيون ، و في كل مرة كانت القيادات الأمريكية تقول إنها كانت ترد على إطلاق نار ضدها من مثل هذه الأماكن . و حتى عندما تقصف القوات الأمريكية مناطق المدنيين و تقتل النساء و الأطفال العزّل ، تحاول القيادات العسكرية أن تبرر ذلك و تكذب في تصريحاتها . فقد نشرت صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية تقريراً خبرياً مفادة أن طائرات اف ١٤ F-14 الحربية الأمريكية قصفت منزلاً في مدينة بيجي التي تبعد ١٥٠ كيلومتراً إلى الشمال من العاصمة العراقية بغداد يوم ٢٠٠٦/١/٢م . و في هذا القصف قتلت النيران الأمريكية تسعة أشخاص من أسرة واحدة .وعندما نشرت وسائل الإعلام الأمريكية والعالمية تفاصيل الواقعة قال مسؤولون عسكريون أمريكيون رداً على الانتقادات التي وجهت لهم لاستهدافهم قتل المدنيين إن الهجمات جاءت بعد أن رصدت طائرة إنذار بدون طيار ثلاثة رجال يقومون بزرع قنبلة. و أضافوا :"تم التوصل إلى أن هؤلاء الأشخاص يشكلون تهديداً للمدنيين العراقيين و قوات التحالف "، و هذا نوع من التلاعب بالحقائق والتضليل المعلوماتي ، بشهادة العقيد سفيان مصطفى من شرطة بيجي ، الذي قال إن أفراد الأسرة الذين قتلوا جرّاء القصف لم يكونوا ضمن المتمردين. و أكد أنه : " لايوجد إرهابيين في هذا المنزل ".[١]

ومن أهم مجالات حجب المعلومة الذي مارسته الحكومة الأمريكية في حربها على العراق واحتلاله وما تبع ذلك من تداعيات سياسية وعسكرية، قصفُ القوات الأمريكية لمكاتب المؤسسات الإعلامية الأجنبية العاملة في العراق ،

(١)US Strike on Home Kills 9 in Family, Iraqi Official Say. New York Times, 4/1/2006

واستهداف مراسلي الصحف والقنوات التلفزيونية غير الأمريكية ، وبخاصة وسائل الإعلام التي تحظى بمقروئية كبيرة أو مشاهدة واسعة في العالم العربي . لقد أدركت الحكومة الأمريكية في حربها للعراق واحتلاله أن القوة العسكرية وحدها ليست كافية لتحقيق " الاحتلال " الكامل للأرض والشعب ، لأنها إن نجحت في تفكيك النظم السياسية وإسقاطها ، ونشر الجنود والمجنزرات على التراب والأرض فإن الشعب يبقى عصياً على الخضوع والاستسلام ، من أجل ذلك يلجأ المحتل إلى استخدام سلطة الإعلام لترويض العقول وتذويب الانتماء لتحقيق الهيمنة الشاملة على التراب والشعب ، وهي سياسة تستلزم ضخاً للمعلومات الكاذبة من جهة ، وحجباً للحقائق والمعلومات الصادقة من جهة أخرى . ولقد كان من أهم وسائل الحجب المعلوماتي للحكومة الأمريكية قصف المنشأة الإعلامية أو قتل مراسليها العاملين في الميدان. وقد عبّرت القيادة العسكرية الأمريكية عن هذا العمل بقولها إنها قد حذرت ممثلي وسائل الإعلام من أن بغداد ستكون مكاناً خطراً لهم . وذهبت وزارة الدفاع الأمريكية إلى أبعد من هذا التحذير عندما أوضح مسؤولوهم أنهم سيتحملون مسؤولية الصحفيين الملتحقين مع الجيوش فقط ، وهو ما يحمل تهديداً صريحاً لكل من لا يلتحق من الصحفيين بالقوات الأمريكية وفقاً لشروط محددة تخدم الأهداف العسكرية الأمريكية في العراق . نتائج هذه التحذير أفرزت قتلاً متعمداً لعشرات الصحفيين العرب والأجانب العاملين في بغداد وغيرها من المدن العراقية ، وقصفاً متعمداً لمكاتب القنوات العربية ، مثل (قنوات الجزيرة ، والعربية ، وأبو ظبي ، وغيرها)

والخلاصة : أن الحكومة الأمريكية قد مارست أنواعاً كثيرة من حجب المعلومة في حربها على العراق في محاولة للتأثير على الرأي العام داخل الولايات

المتحدة وخارجها ، ومن ذلك هيمنتها على مصادر المعلومة المختلفة ، العسكرية منها على وجه الخصوص ، وتضييق الخناق على المؤسسات الإعلامية إما بمنعها من الوصول إلى الحقيقة ، أو تمكينها من الحصول عليها بالطريقة التي تراها المؤسستان السياسية والعسكرية ، أو من خلال قصف المؤسسات الإعلامية غير الأمريكية العاملة في العراق ، واستهداف مراسليها بالقتل أو الترحيل حتى لا تتسرب الحقيقة إلا في أضيق نطاق ، وهو ما يخدم الإستراتيجية الأمريكية في العراق نفسه ، وفي العالم العربي بشكل عام .

ثالثاً : حجب المعلومة على المستوى الإعلامي :

يرى الكاتب الأمريكي نورمان فينكلستين Norman Finkelstein أنه على مستوى السياسة الخارجية للولايات المتحدة أو في الأزمات التي تكون الحكومة الأمريكية طرفاً فيها فإن الإعلام الأمريكي يكون موالياً لأية حكومة تكون في سدة الحكم . هذا الإعلام يتحدث عن الحقيقة كما هو معبّر عنها من جانب الحكومة الأمريكية ، و الحكومة - من جانبها - تعوّدت على إعلام يقول ما تريد أن تقوله.[1] ففي خلال أزمة الصواريخ مع كوبا في الستينيات الميلادية من القرن المنصرم قام مراسل قناة أيه بي سي ABC التلفزيونية في وزارة الخارجية الأمريكية جون سكالي John Scali بالعمل سراً كمفاوض بين الجانبين الأمريكي والكوبي . و فيما بعد عيّنه الرئيس ريتشارد نيكسون مستشاره الخاص للشؤون الخارجية و الاتصال و من ثم مندوباً لأمريكا لدى الأمم المتحدة و هو المنصب الذي ظل فيه حتى عاد للعمل في المحطة عام ١٩٧٥م .[2]

---

(١) مقابلة مع نورمان فينكلستين في قناة الجزيرة – ٢٠٠٥/١١/٣٠م .

(٢)War and Press Freedom. Ibid P.211

و قد عمدت الإدارات الأمريكية المتعاقبة على تفعيل مثل هذا التعاون حتى تبقى قضية حجب المعلومة و إخفائها أمراً مشتركاً بينها و بين وسائل الإعلام ، ولذلك كان فريق المحررين و المراسلين الصحفيين الذين يعملون مع الحكومة يخفون معلومات ذات سرية بالغة . و قد فطن الرئيس دويت إيزنهاور Dwight Eisenhower إلى ذلك و أيقن أن الثقة المشتركة ستؤدي إلى عدم تسريب المعلومات التي ترغب الإدارة في حجبها ، و لذا قام بتزويد المراسلين بالخطط التفصيلية للمعارك خلال الحرب العالمية الثانية حتى " يكون لديهم شعور بنفس المسؤولية التي أتحمّلها أنا و مساعديّ".[١] و قد التزم الصحفيون بالعهد الذي بينهم و الإدارة و تكتموا على المعلومات المتعلقة بالقنبلة الذرية الأمريكية . و في هذا الصدد أتيحت للمراسل العلمي لصحيفة نيويورك تايمز وقتها وليام لورانس William Laurence التعرف على كافة التفاصيل السرية لمشروع القنبلة الذرية و شاهد الاختبار الأول لهذه القنبلة الذي جرى في صحراء المكسيك و بعدها إلقائها على مدينة ناجازاكي في اليابان . و رغم أن لورانس كان يعلم أنه لن يتمكن من البوح بهذه المعلومات إلا بعد انتهاء الحرب ، فقد قام بإعداد المعلومات للحكومة التي نشرها البيت الأبيض و وزارة الدفاع بعدما ألقيت القنبلة على هيروشيما.[٢]

هذه خلفية وقائعية مختصرة عن العلاقة التاريخية بين الحكومة الأمريكية ووسائل الإعلام ، وهي علاقة توضح ارتباط المؤسسات والمضامين الإعلامية بالمؤسسة السياسية الرسمية في الولايات المتحدة ، وبخاصة في قضايا الشؤون

(١)Ibid P.211

(٢)Ibid P.211

الخارجية . وليس المجال هنا للحديث عن التطور التاريخي لهذه العلاقة وإنما هي مقدمة ندلف من خلالها إلي الحديث عن التعاون والتنسيق المشترك بين الحكومة ووسائل الإعلام في الولايات المتحدة في أعقاب أحداث الحادي عشر من سبتمبر وتداعياتها ، وبخاصة ما يتعلق بموضوع هذه الدراسة وهو حرب الولايات المتحدة على العراق واحتلاله. لقد ثبت ما قاله فينكلستين جلياً في أعقاب أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١م . فقد دعا الرئيس بوش إلى حرب واسعة للقضاء على الإرهاب ،ووصف الذين قضوا في هجمات الحادي عشر من سبتمبر بأنهم "أبرياء" وأن الذين قاموا بقتلهم "إرهابيون". هنا وقفت وسائل الإعلام الأمريكية تدعم هذا الموقف الرسمي . فقد قام رئيس CNN وقتها ولتر ازاكسون Walter Isaacson في أكتوبر ٢٠٠١م بتعميم مذكرة على موظفيه يأمرهم عند عرض صور الدمار الذي يلحق بالمدنيين في أفغانستان (نتيجة للقصف الأمريكي) أن يتم تذكير المشاهدين دائماً بالأمريكيين الذين لقوا حتفهم في مركز التجارة العالمي و البنتاجون، اقترح رئيس CNN على معدّي و مقدمي النشرات الإخبارية و التقارير التركيز على العبارة التالية :"شدّدت وزارة الدفاع الأمريكية مراراً أنها تحاول تقليل الإصابات وسط المدنيين في أفغانستان، رغم أن نظام طالبان مستمر في إيواء الإرهابيين المرتبطين بهجمات الحادي عشر من سبتمبر التي أودت بحياة آلاف الأبرياء في الولايات المتحدة ".[١]

و لم يختلف هذا النهج أثناء الحرب على العراق . فرغم قيام بعض العاملين في وسائل الإعلام الأمريكية بانتقاد سياسة الرئيس بوش الابن إزاء حجب المعلومة

(١)Reporting War: Journalism in Wartime. Ibid P. 51

عن الإعلام والرأي العام أثناء و بعد الحرب ، لاسيما فيما يتعلق بأسلحة الدمار الشامل وأن العراق يمثل تهديداً وشيكاً للأمن القومي الأمريكي ، إلا أن العديد من المؤسسات الإعلامية الأمريكية ظلت تسير على النهج الذي اختطته الإدارة الأمريكية . واستمرت المؤسسات الإعلامية الأمريكية تردد تصريحات المسؤولين الأمريكيين قبل شن الحرب و بعدها و ما نتج عنها من تداعيات . بل إن وسائل الإعلام ، بتضامنها مع الإدارة الأمريكية في حجب و إخفاء المعلومة ، ساعدت في تضخيم الكثير من المعلومات و الملفات المتعلقة بالحرب . و هي بهذا فاقمت من الخوف لدى الرأي العام الأمريكي وربما العالمي عندما ركّزت – على وجه الخصوص – على ما ردده الرئيس بوش عندما ذكر أن الأمريكيين معرضون للهجوم بأسلحة الدمار الشامل التي وقعت في أيدي الإرهابيين .[1]

استمرت هذه السياسة المشتركة بين الحكومة ووسائل الإعلام و كان التخطيط لحجب المعلومة واضحاً و جلياً من خلال الاتفاق الذي تم بين وزارة الدفاع الأمريكية "البنتاجون" و المؤسسات الإعلامية الأمريكية الذي نتج عنه إلحاق الإعلاميين بالوحدات العسكرية الأمريكية أثناء الحرب . هذه السياسة ضمنت للقيادات السياسية و العسكرية الأمريكية السيطرة على وسائل الإعلام ، و في نفس الوقت وفّرت أرضية مشتركة للجانبين لممارسة تعتيم إعلامي كبير على الأخبار و التقارير و سير الأحداث في مناطق العمليات .

استمر التوافق في هذه السياسة في المرحلة التي أعقبت الحرب ، أي مرحلة احتلال العراق، و في العديد من الأحداث مثل إحصائيات الضحايا من المدنيين

(١)Ibid P.52

العراقيين و القتلى من الجنود الأمريكيين ، ثم في حالات التعذيب في سجن أبو غريب ، و استخدام الأسلحة المحرّمة دولياً ضد المدنيين العراقيين ، و على وجه الخصوص ضد أهالي الفلوجة. و ما تزال وسائل الإعلام الأمريكية تنشر و تذيع تقارير تطلق عليها عبارة "غير مؤكدة" و هذه التقارير ، التي تتناول أحداثاً في العراق تصل لوسائل الإعلام من الجيش الأمريكي .

وتلجأ واشنطن و وسائل الإعلام المرتبطة بالإدارة الأمريكية إلى إخفاء الحقائق و استخدام عبارات مضللة ، مثل القضاء على الإرهابيين ، و حماية الانتخابات، و التحول الديمقراطي ، و حقوق الإنسان ، و حماية البنية الأساسية للعراق ، و غيرها ، لإخفاء الوقائع التي تحدث في العراق وتمثل خرقاً للشرعية الدولية وتحقق الأهداف الإستراتيجية للولايات المتحدة . و قد ساهمت السياسة المشتركة بين القيادات السياسية و العسكرية من جهة و وسائل الإعلام من جهة أخرى في إقناع غالبية شرائح الرأي العام الأمريكي بأن الإبادة التي تمارس في العراق بحق المدنيين من الأطفال و النساء و الشيوخ هي عمليات تتم من أجل الشعب الأمريكي و من أجل أمنه و رفاهيته حتى لا تقوم المجموعات الإرهابية بشن هجمات على الولايات المتحدة كما حدث في الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١م .

سياسة حجب المعلومة من قبل وسائل الاعلام الأمريكية لم تكن سياسة جديدة مرتبطة بالحرب على العراق ، لكنها كانت واضحة جلية في هذه الحرب ، وهو الأمر الذي كان له أثر كبير على الرأي العام الأمريكي ، وبخاصة أن قضايا حرية الرأي والتعبير على مستوى العالم تروّج للحياة الأمريكية بوصفها تتمثل في حرية الاختيار في بيئة من التنوع الثقافي و الإعلامي ، و أنها تغلغلت في أعماق

أغلبية كبيرة من الأمريكيين وهو ما يجعلهم سريعي التأثر بالتضليل الإعلامي الشامل.[١]

لكن تأثر الرأي العام بالتضليل الإعلامي لن يدوم تحت ذريعة حماية الأمن القومي . فاستمرار حجب المعلومة يجعل الرأي العام مستقبلاً يفيق و يبدأ بالبحث عن الحقيقة والوسيلة التي تنقلها ، وهو ما أشار إليه الصحفي و الكاتب البريطاني المعروف روبرت فيسك Robert Fisk بقوله إنه : " عندما تكون هناك حكومات كثيرة تمارس الكذب، فأعتقد أن الناس يحتاجون إلى صحفيين يقولون الحقيقة كما يرونها."[٢] لكن و في كل الأحوال فإنه ينبغي أن تكون مهمة الوسيلة الإعلامية البحث عن الحقيقة و قولها . و هذا ما أشار إليه جريج دايك Greg Dyke مدير عام قناة بي بي سي أثناء حرب العراق عندما قال: "أن تقول للناس ما يريدون سماعه فلن تكون قدمت لهم خدمة. و ربما لا يكون الوضع مريحاً القيام بتحدي الحكومات أو حتى الرأي العام ، لكن هذا هو الذي علينا القيام به.[٣]

و قد تكون كاتي آدي Katie Adie المراسلة الحربية لهيئة الإذاعة البريطانية BBC تعبّر عن جزء من الحقيقة عندما تحدثت عن المأزق الذي يجد الصحفي فيه نفسه في حالة صراع بين الإخلاص لوطنه و نقل الحقيقة ، لا سيما عندما يكون وطنه في حالة حرب . تقول هذه المراسلة الحربية إن مبادئ العمل الصحفي – كما

---

(١) شيللر ، هربرت .المتلاعبون بالعقول: أساطير الإعلام الأمريكي- عرض على أحمد الديري http://alminber.org/translationdetails.php?id=9 .

(٢)Reflecting on War. Interview with Robert Fisk, 18 December 2005 http://www.itp.net/business/features/details.php?id=3555&tbl=itp_features

(٣)Reporting War: Journalism in Wartime. Ibid P. 10

قالت – تتعرض لاختبار حقيقي عندما يكون وطن الإعلامي في حالة حرب ، فهل يكون الإعلامي مع الحقيقة المجردة أم مع آلة الحرب و الفزع و الدمار الذي يلحق بالناس نتيجة لهذه الحرب ، أم مع قرارات النواب المنتخبين ديمقراطياً أم مع الرجال و النساء من الشباب الذين وافقوا على تعريض أنفسهم للخطر في الصفوف الأمامية للحرب؟ و أضافت كاتي أن طبيعة الحرب نفسها تشوش الدور الذي يجب أن يقوم به الصحفي .[1]

عملية التضليل وإخفاء المعلومة في الحرب على العراق ظهرت واضحة في استخدام وسائل الإعلام الغربية على وجه العموم والأمريكية على وجه الخصوص لمصطلح "قوات التحالف" Coalition Forces ، في الإشارة إلى القوات الأمريكية و البريطانية التي خاضت حرب احتلال العراق . و قد تردد هذا المصطلح و استخدم بكثرة حتى جعلت القارئ أو المستمع أو المشاهد يقبله على أنه حقيقة واقعة رغم أنه يحمل الكثير من الخداع و مواراة الحقيقة . بل إن الاستخدام المكثّف لهذا المصطلح غيّب عن الكثيرين عدم شرعية هذه الحرب ، وأنها لم تكن بتفويض من الأمم المتحدة و ليس لها سند دولي .

وقد أدّى التضليل الواسع الذي مارسته وسائل الإعلام الأمريكية بخصوص ملف العراق لأسلحة الدمار الشامل – و هو أحد الأسباب القوية التي ساقتها إدارة الرئيس بوش لضرب العراق – إلى وقوع وسائل الإعلام هذه في حرج شديد مع الرأي العام بعد اكتشاف كذب هذا الإدعاء ، و هو ما جعل صحيفة نيويورك تايمز تضطر للاعتذار لقرائها عن التضليل في صفحاتها بسبب ما نشر من مقالات

---

(١)Ibid P. 3

حول امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل ، وهي مقالات كتبتها الصحفية جوديث ميللر بصورة خاصة.(١)

و قد دأبت وسائل الإعلام الأمريكية على تجاهل المآسي الكثيرة التي سببتها الحرب الأمريكية لاحتلال العراق . و لذا خلت وسائل الإعلام الأمريكية الرئيسية مثل صحف نيويورك تايمز و واشنطن بوست و مجلتي تايم و نيوزويك إضافة إلى شبكات التلفزة مثل (سي إن إن) و (فوكس نيوز) و (سي بي إس) من أي تفاصيل للدمار الذي لحق بالعراق و أهله جرّاء الآلة العسكرية الأمريكية .

وقد تساءل المؤلف والناقد الإعلامي نورمان سولومونNorman Solomon حسب ما أورده موقع Lexis Nexis لقاعدة المعلومات الإعلامية ، عن عدد المرات التي ظهرت فيها عبارة "الحرب الجوية" في صحيفة نيويورك تايمز عام ٢٠٠٥م في إشارة إلى العمليات العسكرية الحالية في العراق . و كانت النتيجة أنه حتى بداية ديسمبر ٢٠٠٥م فإن الإجابة كانت تساوي صفراً . و مضى نورمان للقول إن عبارة "الحرب الجوية" لم تذكر أيضاً و لا مرة واحدة في صحيفة واشنطن بوست أو مجلة تايم في عام ٢٠٠٥م.(٢)

حدث هذا التجاهل من وسائل الإعلام الأمريكية رغم أن القوات الجوية في القيادة المركزية الأمريكية ظلت تصدر تقارير مفصلة حول الغارات الجوية الأمريكية في العراق . فقد اعترفت هذه القيادة في يوم ٦ ديسمبر ٢٠٠٥م ، أنه في

---

(١) انظر راغدة ضرغام – مسألة بالغة الأهمية في أمريكا .. نزع الحصانة عن الصحافي و مصادره
http://www.al-vefagh.com/1384/840503/html/ara.htm#s41802

(٢) Jamail, Dahr. Ignoring the Air War
http://www.alternet.org/waroniraq/29545/

اليوم الذي قبله قامت طائراتها بإجراء ٤٦ مهمة جوية في العراق من أجل "توفير الدعم لقوات التحالف و حماية البنية الأساسية و تعزيز الأنشطة و العمليات لردع النشاطات الإرهابية.[١]

هذا التجاهل من قبل وسائل الإعلام الأمريكية ، و الذي يعدّ نوعاً من حجب المعلومة عن المتلقي ، كان واضحاً في تغطية العمليات العسكرية الأمريكية و استهداف المدنيين و البنية التحتية منذ بدأت الحرب مروراً بمختلف مراحلها بما فيها العمليات العسكرية التي تحدث الآن في مناطق العراق المختلفة . هذه العمليات لم تحظ بتغطية تذكر من قبل وسائل الإعلام الأمريكية . و في استعراض على شبكة الإنترنت لصحف نيويورك تايمز و واشنطن بوست و مجلتي تايم و نيوزويك و محطتي سي إن إن و فوكس نيوز ، لم يجد الباحث أي اهتمام من وسائل الإعلام الأمريكية بموضوع استخدام الأسلحة الكيميائية و خاصة مادة الفسفور الأبيض من قبل القوات الأمريكية ضد المدنيين في الفلوجة . لقد تم حجب هذا الملف عن المتلقي الأمريكي رغم أن هذا الموضوع قد عرض بإسهاب مدعّماً بالصور في العديد من وسائل الإعلام العالمية .

و من الأمثلة الأخرى التي عمدت فيها وسائل الإعلام الأمريكية إلى حجب المعلومة قضية تعذيب السجناء العراقيين في سجن أبو غريب في بغداد . فبالرغم من أن وسائل الإعلام الأمريكية (محطة سي بي إس و صحيفة نيويوركر على وجه التحديد) كانت من أوائل من أشار إلى الانتهاكات التي حدثت في هذا السجن من قبل قوات الاحتلال الأمريكية ، إلا أن التغطيات لهذا الحدث في وسائل الإعلام الأمريكية بصورة عامة قد شابها الكثير من التضليل المتعمد . ولو افترضنا أن مثل

---

(١)Ibid

هذه الأعمال المنافية للقانون الدولي ارتكبت من قبل عسكريين لدولة أخرى في مكان ما من العالم فماذا يمكن أن تفعل وسائل الإعلام الأمريكية ؟ بالتأكيد ستظل تتناول الموضوع بصورة مكثفة مدعومة بوسائل الإبراز الإعلامي للتأكيد على أن ذلك يعدّ انتهاكاً لحقوق الإنسان و القانون الدولي ، و ستستمر في تأليب المسؤولين الأمريكيين و الرأي العام الأمريكي والعالمي للدولة المارقة حتى يتم إحالة الملف لمجلس الأمن .

إن الصور التي عرضتها وسائل الإعلام الأمريكية عن انتهاكات سجن أبوغريب كانت أقل تأثيراً مما كان يحدث على أرض الواقع بسبب سياسة الحجب و التضليل التي اتبعتها وسائل الإعلام الأمريكية . لقد قال مارتي ميهان Marty Meehan و هو عضو في لجنة الخدمات العسكرية بمجلس النواب الأمريكي إنه شعر بالذعر عندما شاهد صور سجن أبوغريب التي وزعتها وزارة الدفاع الأمريكية و أن هذه الصور كانت أكثر بشاعة من الصور التي عرضتها وسائل الإعلام .[١]

أما أحداث قصف الفلوجة التي جرت عام ٢٠٠٤م ، فقد شابها هي الأخرى الكثير من حجب المعلومة و التضليل المتعمد منذ بدايتها . فلم تذكر أي وسيلة من وسائل الإعلام أن المقاومة المسلحة في الفلوجة قد اندلعت بعد أن فتحت القوات الأمريكية النار على حشد من أهالي المدينة و قتلت منهم سبعة عشر مدنياً وجرحت حوالي سبعين منهم.[٢] أما قصف القوات الأمريكية لمستشفى الفلوجه فقد ساقت وزارة الدفاع الأمريكية مبررات كاذبة نقلتها صحيفة نيويورك تايمز في عددها الصادر بتاريخ ٨ نوفمبر ٢٠٠٤م بقولها إن المستشفى "يعدّ بمثابة ملاذ

(١)Zen, Toro. Triumph of the Beast
http://www.dahrjamailiraq.com/covering_iraq/archives//000328.php#more
(٢)Liberating Fallujah
http://www.dahrjamailiraq.com/covering_iraq/archives//000118.php#more

للمتمردين و مركز دعاية ضد قوات التحالف".[1] و لم تذكر الصحيفة حجم الإصابات التي طالت المرضى و الأطباء في هذا المستشفى ، و قد عمدت السلطات العراقية بإيعاز من قوات الاحتلال حجبها عن العالم . فبعد أن بدأ بعض الأطباء الإدلاء ببعض المعلومات عند بداية حصار المستشفى جاءتهم تعليمات من وزير الصحة العراقي يهدد فيها كل من يفصح عن معلومات عن ضحايا القصف بأن مصيره سيكون الاعتقال و الطرد من وظيفته.[2]

* * *

(١)Ibid

(٢)Ibid

خاتمة :

تناولت هذه الدراسة الوصفية جدلية العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام في الولايات المتحدة في بعدها الخارجي ، الذي تمثل في الكيفية التي تعاملت بها وسائل الإعلام الأمريكية مع قضايا السياسة الخارجية الأمريكية ممثلة في قضية احتلال العراق بوصفها أهم حدث أفرزته تداعيات الحادي عشر من سبتمبر الشهيرة . وتركزت محاور الدراسة الأربعة في كشف طبيعة العلاقة وقت الأزمات والحروب ، وأبانت الشواهد النظرية والميدانية أن جدلية العلاقة بين وسائل الإعلام و السياسة الخارجية الأمريكية تتميز بالتكامل في كثير من حالاتها ، وذلك يكون على حساب المسلمات الأكاديمية والمهنية التي تقول بصحة فرضية استقلالية وسائل الإعلام عن الحكومة الأمريكية ، وحيادية هذه والوسائل وموضوعيتها في أوقات السلم كما في أوقات الحرب .

وقد تتبعت الدراسة دلائل نقض الفرضية على ثلاثة مستويات تتعلق بتعامل الحكومة ووسائل الإعلام الأمريكية مع القضية العراقية . المستوى الأول التوافق بين الحكومة ووسائل الإعلام الأمريكية في مفاهيم الحجب الإعلامي ، والمستوى الثاني فصل في الحديث عن حجب المعلومة عن المستوى الحكومي ، المستوى الثالث أبان شواهد الحجب المعلوماتي عن المستوى الإعلامي .

لقد كشفت الدراسة عن محصلة الجدل الذي يثيره الأكاديميون والمهنيون في أروقة الجامعات ومراكز البحث العلمي والمؤسسات الإعلامية حول مدى استقلالية الإعلام الأمريكي عن السلطة ، وحق الإعلامي في نشر الحقيقة ، وحرية الإعلام في أن يكون رقيباً على أداء الحكومة ، وانتهت إلى أن هذا الجدل يحسمه الواقع الميداني أكثر مما يكتب عنه في الدراسات العلمية المتخصصة ، وأن

هذا الجدل لا يعدو أن يكون تراكماً علمياً في موضوع جدلية العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام وليس له وجود علمي أو مهني إذا كانت القضية التي يتعامل معها تتعلق بكليات السياسة الخارجية الأمريكية أو تحقيق المصلحة الأمريكية ، ولو أدى ذلك إلى تضليل الرأي العام داخل الولايات المتحدة نفسها فضلاً عن الرأي العام خارجها .

* * *

فهرس المصادر والمراجع :

أولاً : المراجع العربية :

- **الحيزان، محمد بن عبدالعزيز**. البحوث الإعلامية، بدون ناشر، ط٢ ، ١٤٢٥هـ ٢٠٠٤م.
- **السيد أحمد مصطفى عمر**. البحث الإعلامي، منشورات جامعة قاريونس، بنغازي، ط١ ، ١٩٩٤م.
- **النيرب، باسل يوسف**. قتل الشهود: الاغتيالات الأمريكية للصورة الإعلامية العربية، غيناء للنشر ، الرياض ، الطبعة الأولى ٢٠٠٤م.
- **حسن مكي وبركات عبدالعزيز**. المدخل إلى علم الاتصال. ذات السلاسل، الكويت، ط١ ، ١٩٩٥.
- **حسين مكاوي وليلى السيد**. الاتصال و نظرياته المعاصرة. الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، بدون تاريخ طبع.
- **شميط، وليد**. إمبراطورية "المحافظين الجدد": التضليل الإعلامي و حرب العراق، دار الساقي –، بيروت، لبنان ، الطبعة الأولى ٢٠٠٥م.
- **كريم، بدر أحمد**. عصر العاجزين عن الكلام: رؤى إعلامية، مطبعة السفير، الرياض، الطبعة الأولى ٢٠٠٥م.
- http://alminber.org/translationdetails.php?id=9
- http://www.al-vefagh.com/1384/840503/html/ara.htm#s41802

ثانياً : المراجع الأجنبية :

-Allan, Stuart& Zelizer, Barbie (2004). Reporting War: Journalism in Wartime. Routledge, New York.

-Fishman, M. (1982). News and Non-events: Making the Visible Invisible. In: J.S. Etteman and D.C. Whitney. Individuals in Mass Media Organizations. Beverly Hills, Sage Publications.

-Garber, Doris (1993). Mass Media and American Politics. Congressional Quarterly, Inc. Washingtom, DC.

-Kennedy, William V.(1993). The Military and The Media: Why the Press Cannot Be Trusted to Cover a Wa? Praeger Publishers, Westport, CT.
-Payne, Kenneth.(2005). The Media as an Instrument of War. Parameters. Volume: 35. Issue: 1.
-Smith, Jeffery A.(1999). War & Press Freedom: The Problem of Prerogative Powe. Oxford University Press.
-Smith, Perry M.(1991) How CNN Fought The War: A View From The Inside, Carol Publishing Group, New York.
-Strauss, Anselm and Corbin, Juliet. (1990). Basics of Qualitative Research. Newbury Park, CA:Sage.
-Thussu, Daya Kishan & Freedman, Des (2003). War and the Media, Sage Publications, New York.
-Tumber, Howard & Palmer, Jerry(2004). Media At War: The Iraq Crisis, Sage Publications, New York.
-http://www.ruf.rice.edu/~mgpowell/history.html
-http://www.freedominfo.org/survey/rtk.htm
-http://www.ratical.org/ratville/CAH/secrecySP.html
-www.countercurrents.org/iraq-kelly151105.htm
-http://www.itp.net/business/features/details.php?id=3555&tbl=itp_features
-http://www.alternet.org/waroniraq/29545/
-http://
www.dahrjamailiraq.com/covering_iraq/archives//000328.php#more
-http://
www.dahrjamailiraq.com/covering_iraq/archives//000118.php#more

أساليب الدعوة إلى الله من منظور تسويقي: دراسة وصفية تحليلية

د. صالح بن عبد الله بن صالح الملحم
قسم الإدارة ـ كلية الشريعة والدراسات الإسلامية بالأحساء
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

ملخص البحث :

إن الهدف العام الذي تسعى إليه هذه الدراسة هو معرفة الواقع الفعلي للدعوة إلى الله في عصرنا الحاضر وتحليله وفق منظور تسويقي يساعد في استنباط وسائل وأساليب جديدة تمكّن كافة المهتمين بالدعوة الإسلامية من مواجهة المنافسين أو المعادين لنشاطهم، وليتناسب مع مستجدات العصر وتحدياته وخاصة بعد أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١م.

ولتحقيق هذا الهدف؛ اعتمد الباحث في دراسته على منهجين رئيسين هما: المنهج الاستقرائي التاريخي، والمنهج التحليلي الوصفي وفق منظور جديد على الدعوة ودراساتها السابقة وهو المنظور التسويقي. لذا تناول البحث توضيحا لمفهوم الدعوة وفق منظور شرعي وتسويق. كما تناول الباحث تطور وسائل الدعوة إلى الله ومراحلها وفق المعيارين المادي والتاريخي، وتحليل تلك المراحل من منظور تسويقي لاستنباط وسائل جديدة للدعوة وفق هذا المنظور الجديد. وأخيراً ختم الباحث دراسته بأهم ما توصل إليه من نتائج وقدم مجملاً من التوصيات.

المقدمة:

بسم الله والحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه ومن والاه وبعد:

فمنذ أن بزغ فجر الإسلام في القرن السابع الميلادي وإلى يومنا هذا، وديننا الحنيف يتعرض في كل زمان ومكان إلى هجمات متعددة وحملات منظمة بوسائل متنوعة، سواء كانت عسكرية أم فكرية أم سياسة أم اقتصادية هدفها إجهاض هذا الدين والقضاء على من ينتمي إليه، أو إذابته في مجتمعات بعيدة عن روح الدين وسلوكه القويم وجوهره الثمين. لذا دلت الأدلة من الكتاب والسنة على وجوب الدعوة إلى الله بالحكمة والموعظة الحسنة، وأجمع علماء الأمة من السلف والخلف بضرورة الدعوة إلى الله في كل زمان ومكان لبيان الصورة الحقيقية لهذا الدين للناس كافة، لأن الدعوة والدعاة إلى الله عنصران حيويان لازمان لضمان استمرار الحفاظ على تعاليم الإسلام عبر العصور[1]، وأحد أبرز وأهم الأسلحة الفاعلة لخوض المعارك التي قد يواجهها كيان هذا الدين وأهله.

ومع إيماننا بضرورة الدعوة إلى الله في كل زمان ومكان، فإن أحداث الحادي عشر من سبتمبر لعام ٢٠٠١م والتي حدثت في الولايات المتحدة الأمريكية، والتي أدين فيها الإسلام والمسلمين، جعلت الدعوة إلى الله واجباً عاماً على جميع العلماء والحكام الذين يدينون بالإسلام، للدفاع عن هذا الدين وبيان سماحته للعالمين. لقد أفرزت هذه الأحداث تحولا كبيراً في سياسة وأسلوب المعادين للدعوة الإسلامية، فبعد أن كانت حملاتهم سابقاً تقوم على التخفي، وهجماتهم تعتمد على النقد والتورية، أصبحت اليوم تجاهر بالمواجهة والتحدي. وعليه يمكن القول بأنه إذا كانت الدعوة إلى الله فريضة

(١) الأمة الإسلامية وقضاياها المعاصرة، عبد الوهاب بن أحمد عبد الواسع، دار الطاير للنشر والتوزيع، الرياض، الطبعة الأولى: ١٤١٤هـ، ص: ١٥٥.

واجبة في كل عصر فهي في زماننا هذا أوجب ما تكون لملاقاة أعداء الله ودفع شرهم وإحباط مكرهم وإنقاذ ما يمكن إنقاذه من مخالبهم.

ولكن السؤال الذي يطرح نفسه بين الباحثين والعلماء المهتمين بالدعوة ونشاطها هو: هل الأساليب المتبعة والمناشط الحالية المستخدمة للدعوة إلى الله تستطيع مواجهة هذا الطوفان الهائج على الإسلام والمسلمين؟ أم أنها مناهج وأساليب ومناشط قديمة لا تتناسب مع هذا العصر وتحدياته؟ لأن لكل عصر متغيراته وظروفه وأساليبه وسياساته في كل علم وفي كل مجال ومنها مجال الدعوة إلى الله.

تحديد المشكلة:

يواجه العالم الإسلامي في مطلع هذا القرن تحديات متعددة أولها؛ الانفتاح العالمي الذي ينادى به منذ عقدين مضى هدفه، كما يراه المفكرون الغيورون على هذا الدين، أن نتخلى نحن المسلمين عن عقيدتنا وثقافتنا وهويتنا الدينية لننصهر في الثقافة العالمية[1]. كما يواجه العالم الإسلامي فخ العولمة الهادف إلى إزاحة الحواجز المكانية والثقافية والاقتصادية بين الشعوب ليضمن سيطرة الدول الغنية على ثروات وخيرات الدول الفقيرة [2] والتي تمثل في غالبها من الدول والمجتمعات الإسلامية. وأخيراً؛ وبعد أحداث سبتمبر ٢٠٠١م، يواجه كل

---

(١) المسلمون في فجر القرن الوليد، أنور الجندي، نشر بو سلامة للطباعة والنشر والتوزيع، تونس، الطبعة الرابعة: ١٩٨٥م.

(٢) انظر على سبيل المثال:

- فخ العولمة، تأليف هانس بيتر مارتين، ترجمة: عدنان عباس علي، مراجعة وتقدين: رمزي زكي، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، ١٩٩٨م، ص: ٢٩- ٦٠.
- الدعوة الإسلامية في عصر العولمة، عبد الحميد عبد المنعم مدكور، المؤتمر العالمي التاسع للندوة العالمية للشباب الإسلامي (الشباب والانفتاح العالمي) الرياض: ٢٣- ١٤٢٣/٨/٢٦هـ. ص: ٤٥٥- ٤٩٨.
- العولمة والطريق الثالث، سيد يس، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مكتبة الأسرة، ١٩٩٩م، ص: ١٨.

مسلم متدين في العالم حملة شرسة وعدواناً عالمياً تقوده الحكومة الأمريكية وأعوانها الأوربيون بوسائل إعلامية وثقافية من جهة، وضغوط عسكرية واقتصادية وسياسية من جهة أخرى[1].

فإذا كانت الدعوة إلى الله بالقلم واللسان هي الدعامة الأولى والأصل الأول للجهاد في شريعة الإسلام [2] لصد سهام الباطل ومعالجة سمومه، فإن البحوث العلمية هي الأداة الرئيسة لتشخيص الداء والتعريف بالدواء. وإذا كانت الدعوة إلى الله من التخصصات العامة التي تشترك فيها جميع الأقسام العلمية كل بحسبة [3]، فإن تلك العلوم يمكن أن تكون أدوات مساعدة لاستنباط تلك الوسائل والأساليب الجديدة للدعوة، لأن الأصل في الوسائل والأساليب التطور والتجدد تبعاً لتقدم العلوم وتراكم الخبرة الإنسانية وتنوع عادات الناس وأعرافهم[4]. ومع أن المفكرين والدعاة إلى الله قديماً وحديثاً ينادون في أبحاثهم بالاستفادة من كافة التخصصات العلمية وتسخيرها لاستنباط وسائل وأساليب تساعد في تحقيق أهداف الدعوة إلى الله[5]، فإن الوسائل والأساليب المستخدمة خلال العقود القليلة

---

(١) مراجعات فكرية، عبد الإله بن عبد الله الدريويش، مطابع الحسين الحديثة: الأحساء، المملكة العربية السعودية ١٤٢٦هـ. ص: ٣٩- ٤٠.

(٢) الشباب والانفتاح العالمي، صالح بن غانم بن عبد الله السدلان، المؤتمر العالمي التاسع للندوة العالمية للشباب الإسلامي (الشباب و الانفتاح العالمي) الرياض: ٢٣- ١٤٢٣/٨/٢٦هـ. ص: ٤٢٤.

(٣) الانفتاح العالمي وأثره في الدعوة: دراسة تحليلية للاتجاهات الحديثة للرسائل الجامعية في الدعوة في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية وجامعة أم القرى والجامعة الإسلامية، عبد الله بن إبراهيم اللحيدان، المؤتمر العالمي التاسع للندوة العالمية للشباب الإسلامي (الشباب والانفتاح العالمي) الرياض: ٢٣- ١٤٢٣/٨/٢٦هـ، ٢٦١- ٢٩٨.

(٤) المدخل إلى علم الدعوة، محمد أبو الفتوح البيانوني، طبع إدارة الشؤون الإسلامية بوزارة الأوقاف، قطر، الطبعة الرابعة، ١٩٩٧م، ص: ٢٧٩- ٢٨٠.

(٥) انظر على سبيل المثال:

- تجديد الدعوة، عبد الحميد أبو سليمان، المؤتمر العالمي الخامس للندوة العالمية للشباب الإسلامي

الماضية لم تزل بحاجة إلى التجديد والتنويع لتكون قادرة في أدائها على التكيف والتأقلم مع مستجدات هذا العصر وتغيراته المتسارعة.

من هذا الجانب يرى الباحث عظم هذه المشكلة وتفاقمها وأهمية البحث عن حلول مناسبة لها، كي تدفع عجلة الدعوة إلى الأمام وتتناسب مع متطلبات هذا العصر من جهة، دون أن تخل بالشرع وأحكامه من جهة أخرى، وذلك انطلاقاً واستناداً لما ورد في الأثر عن نبينا محمد صلى الله عليه وسلم حينما قال: "الحكمة ضالة المؤمن حيثما وجدها فهو أحق بها"[1]. لذا فإن مجال الدعوة الرحب والمتجدد لا يزال بحاجة إلى أساليب ووسائل جديدة ومبتكرة من الباحثين في العلوم الأخرى التي لم تندمج مع مجال الدعوة أو تتكامل معه.

أهمية الدراسة:

إن التغيرات المتسارعة التي يشهدها واقعنا الراهن في شتى الميادين قد جعلت من بعض الأساليب الدعوية التقليدية أدوات غير قادرة على تحقيق طموحات الهيئات والمنظمات والمراكز الإسلامية التي أصبحت أكثر حاجة من أي وقت مضى لرفع مستوى أدائها وزيادة فاعليتها الدعوية لتثبيت أقدامها في المجتمعات الإسلامية، وتسهيل انتشارها في المجتمعات العالمية. لذا فإن أهمية تناول موضوع هذا البحث (أساليب الدعوة إلى الله من منظور تسويقي: دراسة وصفية تحليلية) تأتي من الجوانب الآتية:

الأول: أن الكتب والبحوث والمقالات التي كُتِبَت في الدعوة تركزت على موضوعات إما تتصل بالداعية في صفاته وأخلاقه وإعداده، أو تتصل بالمدعوين

(الدعوة الإسلامية: الوسائل- الخطط- الأهداف) نيروبي: كينيا: ٢٦ جمادى الثاني – رجب١٤٠٢هـ الموافق ٢٠- ٢٤ أبريل: ١٩٨٢م. ص: ٨٧- ١١٤.

- الشباب والانفتاح العالمي، صالح بن غانم بن عبد الله السدلان، (مرجع سابق) ١٤٢٣هـ.
- الدعوة الإسلامية في عصر العولمة، عبد الحميد عبد المنعم مدكور، (مرجع سابق) ١٤٢٣هـ.

(١) رواه الترمذي في كتاب العلم، في باب ما جاء في فضل الفقه على العبادة رقم ٢٦١١. ورواه ابن ماجه في كتاب الزهد باب الحكمة رقم ٤١٥٩.

وأحوالهم ومراعاتهم وحسن التعامل معهم، أو تتصل بموضوع ما يُدعى إليه من عقيدة وأحكام وأخلاق[1]. أما الموضوعات المتعلقة بالوسائل والأساليب الدعوية- رغم أنه باب واسع ورحب لا يمكن تضييقه أو إغلاقه- نرى أن الكتابة فيها محدودة لعدم استنباط مناشط وأساليب حديثة في هذا الجانب. لذا اهتمت هذه الدراسة بهذا الجانب إيماناً من الباحث بأن الوسائل والأساليب الدعوية لا تنتهي بل تتجدد في كل عصر وفي كل مصر.

ثانياً: أن الدعوة الإسلامية أضحت أكثر حاجة من ذي قبل إلى وسائل وأساليب أكثر فاعلية تتوافق مع العصر الذي أصبح أكثر انفتاحاً من ذي قبل، إذا ما أُريد لها أن تؤثر في الناس، وتتماشى مع مستوياتهم التفكيرية التي تُمليها عليهم ظروفهم التكوينية في التنشئة والتربية والتعليم[2]، لتتمكن الدعوة ورجالها من إشباع حاجات ورغبات المستهدفين لقبول هذه الدعوة من جانب ولمواجهة المنافسة وخصوم الدعوة في البيئة العالمية من جانب أخر.

ثالثاً: إضافة إلى حب الباحث في الاطلاع على كل جديد في الدعوة إلى الله ووسائل تنشيطها والتلمس الواقعي لحاضرها ومستقبلها، فإنه متخصص في علم التسويق الذي أضحى أداة حساسة لبقاء واستمرار ونمو أنواع عديدة ومختلفة من

---

(١) انظر على سبيل المثال:

- الانفتاح العالمي وأثره في الدعوة: مرجع سابق ١٤٢٣هـ، ٢٦١- ٢٩٨.
- اتجاهات الكتابة والتصنيف في السيرة النبوية ودراستها الدعوية، إبراهيم بن صالح الحميدان، مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) العدد ٤٠، (شوال) ١٤٢٣هـ، ص ١٦٣- ٢٢٨.

(٢) الإفادة من الوسائل الحديثة في الدعوة، علي بن إبراهيم الحمد النملة، أبحاث ندوة الدعوة في عهد الملك عبد العزيز رحمه الله. المنعقدة في الفترة من ٢١ – ٢٤ / ٢ / ١٤٢٠هـ، الرياض: وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، ، ص: ١٥٣.

المؤسسات والهيئات والمنظمات الحكومية والخيرية والخاصة[١]، ليظهر في أواخر القرن الماضي (تحت مظلة هذا العلم) أنواع عديدة من التسويق بعيدة عن النشاط التجاري الهادف للربح كالتسويق الاجتماعي[٢]، والتسويق الصحي[٣]، والتسويق التعليمي[٤]، والتسويق السياسي[٥]، بل وحتى المؤسسات العامة والقطاعات الحكومية أثبتت حاجتها إلى النشاط التسويقي[٦]. ولعل هذا البحث وما سيحمله- إن شاء الله تعالى- من

---

(١) انظر على سبيل المثال عن مكانة التسويق ودوره في المؤسسات العامة والخاصة كل من:

١. أفضل الإجابات لأصعب أسئلة التسويق، بول سمث، ترجمة عبد الكريم العقيل، مكتبة جرير: الرياض، الطبعة الأولى: ٢٠٠١م، ص: ٨- ٩.

٢. دور إدارة التسويق في التكامل الاقتصادي العربي، أحمد محمد عبد الله، القاهرة، المنظمة العربية للعلوم الإدارية، مطابع سجل العرب: ١٩٨٧م، ص: ٣٣.

٣. مبادئ التسويق، منى راشد الغيص، الكويت: ذات السلاسل، الطبعة الرابعة: ٢٠٠٠م، ص: ٤٠.

٤. التسويق النظرية والتطبيق، شريف أحمد شريف العاصي، الزقازيق: كلية التجارة، جامعة الزقازيق. (٢٠٠٣م)، ص: ٤٧.

(٢) تطبيق المفهوم الاجتماعي للتسويق في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية دراسة استطلاعية، حبيب الله محمد رحيم التركستاني، الإدارة العامة (معهد الإدارة العامة، الرياض)، السنة٣٦، العدد الأول (محرم ١٤١٧هـ، مايو ١٩٩٦م)، ص ١٤٧- ١٨٣.

(٣) انظر على سبيل المثال:

١. تسويق الخدمات الصحية، فوزي شعبان مدكور، (١٩٩٨م) القاهرة: اتراك للنشر والتوزيع.

2. Mintz, J. (1993). Social Marketing: Bringing Marketing know-how to Cardiovascular Disease Prevention. *Canadian journal of cardiology*, 9 (D), 78D-79D.

(٤) تسويق التعليم العالي، عبد العزيز مصطفى أبو نبعة، الإداري، معهد الإدارة العامة: مسقط، السنة الثامنة، العدد ٢٤- ٢٥، رجب ١٤٠٦هـ، ص: ٦١- ٧٧.

(٥) أساسيات التسويق الحديث: مدخل تطبيقي. عادل عبد الله الوقيان، الكويت: مطابع النظائر، ٢٠٠٢م.

(٦) انظر على سبيل المثال:

1. Beveridge, Bretta (1995, January 2). Marketing Needed in the Public Sector. Marketing News, 34.

نتائج وتوصيات وفق المنظور التسويقي قد يفيد ويساعد الدعاة والقائمين على المؤسسات الدعوية كمنظمات غير ربحية في تحقيق أهدافها.

وفي الجملة فإن هذا البحث محاولة متواضعة، أرجو أن أكون قد وفقت فيه وعلى الله قصد السبل، فكما قال عبد الله بن مسعود رحمه الله تعالى: " كم من مريد للخير لن يصيبه"(١). لذا ما كان في هذا البحث من صواب فهو ثمرة اجتهاد تم بتوفيق الله وعنايته للدعوة إلى دينه، وما كان فيه من خطأ فهو مني ومن ضعف اجتهادي، ومن الشيطان الرجيم، والله ورسوله ودينه منه بريئان.

أهداف البحث:

إن الهدف العام الذي تسعى إليه هذه الدراسة هو معرفة الواقع الفعلي للدعوة إلى الله في عصرنا الحاضر وتحليله وفق منظور تسويقي يساعد في استنباط وسائل وأساليب جديدة تمكّن كافة المهتمين بالدعوة الإسلامية من مواجهة المنافسين لنشاطهم، سواء كانوا من المبشرين أم الدعاة إلى الإلحاد أم العلمانيين أم القوميين أم أصحاب الرذيلة، فيتمكنون من مواجهتهم بكل ثقة واقتدار وعزم على تحقيق نبوءة رسولنا صلى الله عليه وسلم حينما قال: (ليبلغن هذه الأمر ما بلغ الليل والنهار ولا يترك الله بيت مدر ولا وبر إلا أدخله الله هذا الدين بعز عزيز أو بذل ذليل عزاً يعز الله به الإسلام وذلا يذل به الكفر)(٢).

---

2. Snavely, Keith. (1991). Marketing in the Government Sector: A Public Policy Market. American Review of Public Administration, 21 (4), 311-326.

(١) هذه جملة مذكورة وردت في أثر طويل عن ابن مسعود رضي الله عنه في سنن الدارمي وبعضه في مصنف ابن أبي شيبة، وصححه الألباني في السلسلة.

(٢) رواه الإمام أحمد في مسنده ٤/ ١٠٣، ورواه ابن حبان أيضاً وصححه.

وإضافة لما سبق من الهدف العام، فإن البحث يسعى إلى تحقيق الأهداف الفرعية الآتية:

١- تأصيل قضية التطور في أساليب الدعوة إلى الله، وإثبات قدرة الإسلام على التجديد في وسائله الدعوة دون الإخلال بمبادئه وأركانه.

٢- إثبات أن النشاط التسويقي بوسائله وخطط وإستراتيجياته ليس حكراً على المنشئات والمنظمات الهادفة للربح، وإنما يمكن تطبيقه على المؤسسات والمنظمات العامة والخيرية كالمراكز والهيئات والجمعيات الإسلامية الدعوية.

٣- إخراج الدعوة الإسلامية بقالب جديد يدفع النشاط الدعوي والقائمين عليه إلى تحقيق الأهداف الدعوية بجهد أقل وكفاءة أعلى وفق معايير علمية مدروسة.

٤- إثبات أن المدعوين في هذا العصر يختلفون عن حال من سبقهم، ويحتاجون إلى وسائل ومناهج تناسب عصرهم وثقافاتهم.

٥- جمع كافة الأفراد المنتمين للدعوة الإسلامية تحت مظلة شرعية علمية واسعة وفق هدف التعاون والتآخي بدلاً من مظلة الفرقة والتناحر، أو التفسيق والتكفير في بعض الأحيان.

منهج البحث:

لتحقيق الأهداف المذكورة أعلاه، ولتسهيل متابعة موضوع البحث على القارئ، فإن الباحث اعتمد في دراسته على منهجين رئيسين من المناهج المتبعة في بحوث العلوم الإنسانية وهما: المنهج الاستقرائي التاريخي، والمنهج التحليلي الوصفي.

لقد اعتمد الباحث في المنهج الاستقرائي التاريخي على مصادر الكتب والأبحاث التاريخية التي تناولت الدعوة إلى الله وأحداثها ووقائعها عبر القرون الماضية وصولاً إلى الصورة الحقيقية لواقع الدعوة الإسلامية المعاصرة وما آلت إليه في هذا العصر.

كما اعتمد الباحث في المنهج التحليلي الوصفي على المراجع الحديثة لعلم التسويق وخاصة فيما يتعلق بالمنظمات غير الهادفة للربح (Marketing in Nonprofit Organizations) وذلك لتحليل واقع الدعوة إلى الله كمنظمات إنسانية تسعى لنشر العدل والأمن والسلام بين شعوب العالم دون رغبة في مكاسب مادية، وإنما لتحقيق أهداف إنسانية نبيلة. ونظراً لما يواجه المنظمات المسؤولة عن الدعوة من تحديات ومنافسين وأعداء لتثبيط أهدافها السامية، فإن المنهج التحليلي وفق المنظور التسويقي المستخدم في دراسة المنظمات المتنافسة سيساعد القائمين بالدعوة على استنباط الوسائل والأساليب التسويقية للتغلب على هذه المحن والنهوض بهذه الدعوة من كبوة ما تعانيه في هذا القرن الجديد.

خطة البحث:

لقد اشتملت خطة البحث لهذه الدراسة على مقدمة ومحتوى وخاتمة، وكانت على النحو الآتي:

المقدمة: والتي اشتملت على كل من: تحديد مشكلة البحث وأهميته وأهدافه، ثم توضيح المنهج العلمي المتبع في هذه الدراسة، وخطة البحث وأخيراً محددات الدراسة.

المحتوى: وتضمن ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: تناول تعريف وتحديد مفهوم الدعوة إلى الله وفق منظور شرعي تسويقي.

المبحث الثاني: فقد تناول تطور وسائل الدعوة إلى الله ومراحلها وفق المعيارين المادي والتاريخي.

المبحث الثالث: تناول التحليل الوصفي للمراحل الدعوية وأنواعها وفق المنظور التسويقي.

وأما الخاتمة: فتشتمل على أهم النتائج لهذا البحث والتوصيات المقترحة في هذه الدراسة.

أسأل الله تعالى التوفيق والسداد فيما تطلعت للوصول إليه، متمنياً منه سبحانه أن يكتب لي ولكل قارئ لهذا البحث النفع في الدنيا، والأجر في الآخرة. إنه سميعٌ مجيب.

محددات الدراسة:

تتمثل محددات الدراسة فيما يلي:

أولاً: إيماناً من الباحث بأن الدعوة إلى الله تعد علماً قائماً بذاته، يحتوي على فروع و موضوعات ومباحث متعددة، ونظراً لما يحويه هذا العلم من مكانة خاصة في قلوب العلماء من السلف والخلف، فإن أغلب علماء الأمة قد خاض فيه وتناوله بالعناية والدراسة في أغلب موضوعاته ومسائله. لذا لن يتطرق الباحث لأغلب موضوعاته التي تناولها الآخرون بالبحث والدراسة؛ كأهمية الدعوة إلى الله، ومكانتها في الدين، أو فضل الدعوة إلى الله والدعاة إليه، أو صفات الداعية، أو الشروط الواجب توفرها في الداعية، وذلك لكثرة من كتب فيها من الباحثين وعلماء الأمة. وإنما سيتطرق الباحث لدراسة واقع الدعوة إلى الله ومراحلها التاريخية حتى مطلع هذا القرن وفق منظور تسويقي تمس مسائل هذا البحث وتسعى لتحقيق أهدافه.

ثانياً: ركز الباحث في دراسته لمعرفة واقع الدعوة الإسلامية ونشاط القائمين عليها في العصر الحاضر على مجمل ربع قرن مضى، إيماناً منه بأن الدعوة إلى الله ومنهاجها، كأحد فروع العلوم الإنسانية، تتغير بتغير الزمان والمكان والأفراد، وأن ما يقرب من ثلاثة عقود من الزمن وما به من أحداث وتقلبات وتوجهات متسارعة كافية لدراسة الدعوة كواقع نلمسه ونعيشه في حياتنا اليومية. على أن الباحث لم يهمل القديم وإنما يذكره كشواهد أو أدوات مقارنة لما تعيشه الدعوة الإسلامية في عصرها الحاضر.

ثالثاً: تجنباً لتضخيم الدراسة وخوفاً من الإطالة في كل موضوع سيقوم الباحث باتباع القواعد الآتية:

١- الاقتصار على الجوانب الرئيسة في الموضوع، والإحالة إلى المراجع والمصادر الخاصة بتلك الجوانب لمن أراد التوسع فيها.

٢- عدم الإكثار من النقول وخاصة المتكرر معنى ولفظاً.

٣- اختصار النقل على المعنى الذي يحوي الأهمية الخاصة في الموضوع، ثم الإحالة على المصادر نفسها لمن أراد مزيداً من الإيضاح.

المبحث الأول: مفهوم الدعوة إلى الله وفق منظور شرعي تسويقي:

لا يختلف اثنان في عالمنا المعاصر على أن الدعوة إلى الله نالت عناية فائقة من علماء الأمة وباحثيها من السلف والخلف، لإدراكهم مكانة الدعوة في الدين الإسلامي وإيمانهم بأنها من أوجب الواجبات. لذا تناول معظم علماء الأمة هذه الدعوة بالتعريف والتأصيل والتحليل. ولو قمنا ببسط ما ذكره العلماء في هذا البحث عن تعريف الدعوة لضاق بنا المقال، ولمل منا القارئ، إلا أننا نذكر بعضاً من هذه التعاريف لنصل إلى مفهوم شامل للدعوة إلى الله وفق الواقع المعاصر.

وقبل عرض التعاريف لابد من توضيح (الأركان) أو الركائز الأساسية الأربعة، التي تناول الباحثون في تعريفاتهم ومفهومهم للدعوة إلى الله، والتي تتكون مما يلي[1]:

١- موضوع الدعوة: وهو دين الإسلام الحنيف، بكل ما اشتمل عليه من عقيدة وشريعة وأحكام ومعاملات وأخلاق وسلوك وآداب.

٢- الداعية: وهو الموصل للدعوة، والمبلغ لها للناس جميعاً.

---

(١) الوقف والدعوة إلى الله، د. عبد الرحيم محمد المغذوي، بحث مقدم لمؤتمر الأوقاف الأول في المملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى، دار الثقافة للطباعة، مكة المكرمة، شعبان، ١٤٢٤ هـ. ص: ٥١.

٣- المدعو: وهو من تستهدفه الدعوة، وترغب في رجاء هدايته ونصحه، سواء أكان من أمة الدعوة أم من أمة الاستجابة.

٤- المنهج: والمراد به مجموعة البيان المتكامل لعملية الدعوة، سواء كانت طريقة أم وسيلة، أم أسلوباً، أم أداء، أم تعاملا حسناً مع الناس.

لقد اعتمد بعض العلماء في تعريفهم للدعوة إلى الله على أحد الركائز الأربع، وبعضهم اعتمد على أكثر من ركيزة، وبعضهم أوجز في تعريفه، وبعضهم فصّل وأسهب.

أما العلماء الذين اعتمدوا في تعريفهم على ركيزة واحدة فهم كثر. فمنهم من أوجز في موضوع الدعوة إلى الله على أنها الدعوة إلى دينه وهو الإسلام[١]، ومنهم من وافقه وزاد عليه بأن الدعوة إلى الله هي "المدخل الرئيس لشرح الإسلام العظيم وتوضيح مبادئه وأحكامه"[٢]. أما البايانوني فقد اعتبر الدعوة إلى الله هي"تبليغ الإسلام للناس، وتعليمه إياهم، وتطبيقه في واقع الحياة"[٣]. بينما اعتمد عبد الوهاب على ركيزة الداعي عندما اعتبر الدعوة تعني اتجاها من شخص إلى غيره بأمر من الأمور يرى أن فيه الخير له، يعرضه عليه لاتباعه[٤]. ومن العلماء من ركز في تعريفه على ركيزة المنهج فرأى أن الدعوة إلى الله هي "العلم الذي تعرف به كافة المحاولات الفنية المتعددة الرامية إلى تبليغ الناس الإسلام بما حوى من عقيدة وشريعة وأخلاق"[٥]، بينما عرفها آخر بأنها "نقطة

(١) أصول الدعوة، عبد الكريم زيدان، مكتبة المنار الإسلامية، الطبعة الثالثة: ١٣٩٦هـ، ص: ٧.

(٢) من القرآن وإلى القرآن: الدعوة والدعاة، محمد محمود الصواف، بيروت: مؤسسة الرسالة، ١٩٧٨م، ص: ٢٣.

(٣) المدخل إلى علم الدعوة، د/ محمد أبو الفتوح البيانوني، (مرجع سابق)، ص: ١٧.

(٤) الأمة الإسلامية وقضاياها المعاصرة، عبد الوهاب عبد الواسع، (مجرع سابق)، ص: ١٤٧.

(٥) الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها، د/ أحمد غلوش، دار الكتاب الإسلامي: القاهرة، الطبعة الثانية، ١٤١٧هـ، ص: ١٠.

البداية لأعمال التبليغ عن الله في كل عصر وحين، الهادفة إلى تبيين الحق وإبلاغه للناس كافة بكل وسيلة وأسلوب تناسب أحوال المدعوين"[١].

واعتمد بعض الباحثين في تعريفهم للدعوة إلى الله على أكثر من ركيزة؛ فمنهم من يرى أن الدعوة إلى الله هي " تبليغ الناس جميعاً دعوة الإسلام، وهدايتهم إليه قولاً وعملاً في كل زمان ومكان، بأساليب ووسائل خاصة، تتناسب مع المدعوين على أصنافهم وعصورهم"[٢]. وهناك من عرَّف الدعوة بأنها "إبلاغ الناس دعوة الإسلام في كل زمانٍ ومكان بالأساليب والوسائل التي تتناسب مع أحوال المدعوين"[٣]. بينما يعرفها آخر بأنها" استخدام كافة فنون القول ومهارات التبليغ لجذب المدعوين إلى الإسلام بطريقة مشروعة"[٤]. في حين نرى أن أفضل من عرف الدعوة وفق ركائزها الأربع هو المغذوي فقد عرف الدعوة إلى الله بأنها "قيام الداعية المؤهل بإيصال دين الإسلام إلى الناس كافة، وفق الأسس والمنهج الصحيح، وبما يتناسب مع أصناف المدعوين، ويلائم أحوال وظروف المخاطبين"[٥].

وأخيراً؛ هناك من علماء الأمة وفقهائها المعاصرين من لم يضع تعريفاً للدعوة إلى الله في أبحاثهم وكتاباتهم، وإنما تطرقوا في أبحاثهم إلى فضل الدعوة وحكمها وأهميتها

---

(١) الدعوة إلى الله على بصيرة، محمد عبد المنعم حسنين، بيروت: دار الكتاب اللبناني: ١٤٠٥هـ، ص: ٢٠- ٣٢.

(٢) خصائص الدعوة الإسلامية، محمد أمين حسين، مكتبة المنار الزرقاء: الأردن، ١٤٠٣هـ، ص: ١٧.

(٣) مُستلزمات الدعوة في العصر الحاضر. علي بن صالح المرشد. مطبعة مكتبة لينة دمنهور: جمهورية مصر العربية، ١٤٠٩هـ.، ص: ٢١.

(٤) الإيواء والنصرة وأثرها على الدعوة إلى الله، حمد بن ناصر العمار، مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود) العدد ٣٩، (رجب) ١٤٢٣هـ، ، ص: ٤٦٨.

(٥) الوقف والدعوة إلى الله، د. عبد الرحيم محمد المغذوي، مرجع سابق، ص: ٥١.

وطرق أساليبها وصفات القائمين بها[1]، والسبب في ذلك- كما يعتقده الباحث- أحد الأمور الآتية:

١- أن هؤلاء العلماء والفقهاء قد يعدون مفهوم الدعوة من البدهيات اللغوية، وليس من الأهمية بمكان وضع تعريفٍ للفظ يعرفه العامة في المجتمع المسلم قبل المتعلمين والعلماء.

٢- أو لأنهم يدركون خاصية الدعوة ونشاطها مقارنة بالعلوم الشرعية الأخرى، في كونها متطورة ومتنوعة حسب مفهوم كل عالم وباحث وحسب رؤيته الشخصية وتغير زمانه ومكانه عن العلماء الآخرين، لذا لم يضعوا تعريفا للدعوة.

٣- أو لأنهم عندما كتبوا عن الدعوة كان هدفهم نشاط الدعوة وأساليب نجاحها، وحث الأمة على الاهتمام بها وضمان تحقيقها على أعلى كفاءة وأحسن أداء. أما المفكرون فقد تعاملوا مع الدعوة كمادة علمية ومعلومات بحثية يمكن تناولها من كافة زواياها كالمصدر لهذه المادة وأهدافها وطرق أدائها.

من هذه التعاريف السابقة لآراء العلماء والمفكرين في الدعوة إلى الله نستنتج النقاط الآتية:

---

(١) انظر على سبيل المثال مؤلفات بعض علماء الأمة الذين لم يضعوا تعريفا لمفهوم الدعوة:

- الدعوة إلى الله وأخلاق الدعاة.سماحة الشيخ عبد العزيز بن عبد الله بن باز، الرئاسة العامة لإدارة البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد، الرياض، ١٤٠٢هـ.
- الدعوة إلى الله، محمد بن صالح العثيمين، مجلة كلية الشريعة وأصول الدين والعلوم العربية والاجتماعية بالقصيم، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العدد الثاني: ١٤٠١هـ، ص: ٩٩- ١٢٠.
- بعض سمات الدعوة المطلوبة في هذا العصر، أبو الحسن الندوي، بحث من كتاب الدعوة الإسلامية: الوسائل الخطط المداخل، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، الرياض ١٤٠٥هـ، ص: ٣٩٩- ٤١٥.

١- رغم اتفاق الباحثين والمفكرين الإسلاميين في كتابتهم عن الدعوة الإسلامية على أنها مادة علمية ومعلومات بحثية، إلا أنهم اختلفوا في تعريفهم للدعوة الإسلامية حسب المنظور الذي تناولوا به مفهوم الدعوة، ويرجع ذلك إلى اختلاف الموارد والمشارب التي ينهل منها العلماء والباحثون في هذا المجال، وكذلك اختلاف الزمان والمكان لهم.

٢- رغم اختلاف الألفاظ بين العلماء في تعريف الدعوة، إلا أن الباحث لا يرى منافاة بين هذه التعريفات، بل بعضها يكمل البعض الآخر، فهي ليست من باب اختلاف التضاد؛ وإنما من باب اختلاف التنوع، وكل تعريف عني بركيزة أو أكثر من ركائز الدعوة.

٣- أن للدعوة إلى الله مفاهيم اصطلاحية متعددة تختلف في اللفظ وتتفق في المعنى، ولكل باحث حرية وصف الدعوة إلى الله وفق المنظور والرؤية التي يرى فيها مجال الدعوة. لذا يمكن لنا أن نستنبط مفهوماً للدعوة وفق منظور رجل التسويق الذي يسعى إلى إقناع الأفراد والجماعات للحصول على منافع لهم لم يعلموا بها أو تسهيل السبل للحصول على منافع لم يقدروا عليها من قبل.

أما تعريف الدعوة إلى الله من منظور تسويقي، ففي حدود علم الباحث، لا يوجد بين الباحثين من علماء التسويق من عرّف أو تكلم عن مفهوم الدعوة ومناشطها، أو تطرق لهذا الباب من قبل. ولتسهيل الأمر في الوصول إلى تعريف أو مفهوم شامل لنشاط الدعوة إلى الله وفق المنظور التسويقي، لابد أولا من توضيح مفهوم أو تعريف عام لعلم التسويق، ثم توضيح أوجه العلاقة بين التسويق وبين الدعوة عن طريق المفهوم أو عن طريق تقريب مدلول الركائز الأساسية الأربع للدعوة إلى الله وفق مفهوم رجال التسويق.

إن علم التسويق يعد من العلوم الحديثة التي ظهرت في أوائل القرن العشرين كما أشار إلى ذلك كثير من الباحثين التسويقيين[١]. ورغم حداثته الزمنية فقد مر علم التسويق بالعديد من المراحل التطويرية ؛ ليصبح في وقتنا الحاضر عنصراً فاعلاً وذا مكانة هامة في جميع المؤسسات على اختلاف أنواعها ونشاطاتها، سواء كانت مؤسسات سلعية أم خدمات استهلاكية أو صناعية، هادفة للربح أم غير هادفة للربح [٢].لذا تعددت تعريفات التسويق بين الباحثين بتعدد المراحل الذي مر بها. وسعياً في عدم الإطالة في ذكر تعريفات التسويق، يمكن أن نجمل تعريفاً شاملا لعلم التسويق وفق مفهومه الحديث الذي ينادي به أغلب علماء التسويق في مطلع هذا القرن بأنه "كافة الأنشطة المقدمة من الأفراد أو المنظمات لتحقيق تبادلات ناجحة لكل ما يمكن تقديمه للغير"[٣].

---

(١) Wilkie, L. William & Elizabeth S. Moor (2003). " Scholary a research in Marketing: Exploring the "4 Eras" of Thought Development", Journal of Public Policy & Marketing, vol. 22, no. 2, Pp:116-146.

(٢)Smith, Paul. R. (1999). Great Answers To Tough Marketing Questions. Kogan Page Limited., Pp:13.

(٣) انظر على سبيل المثال :

١. إطار مقترح للمراجعة التسويقية لمفهوم الالتزام الضريبي بمصلحة الضرائب على المبيعات، أسامة أحمد عبد القادر، رسالة دكتوراه، كلية التجارة: جامعة عين شمس، جمهورية مصر العربية. ٢٠٠٦م، ص: ٢٣.

٢. التسويق الفعال: كيف تواجه تحديات القرن ٢١؟، طلعت أسعد عبد الحميد، الرياض: مكتبة الشقري: الرياض، ٢٠٠٠م، ص: ١٩.

3. , Kotler, Phlip. (1999). Kotler on Marketing. (1st Ed). The Free Press, A Division of Simon & Schuster, Inc., Pp:20.

4. Lancaster, Geoff & Paul D. Reynolds (2001). Marketing: The One-Semester Introduction, Elsevier : Butterworth-Heinemann, p: 5-6.

كما يرى الباحثون أن تسهيل عملية التبادل في النشاط التسويقي تتم عن طريق التعريف أو الإقناع أو الجذب، ولابد أن تتوفر لإنجاح عملية التبادل شروط منها[1]: وجود طرفين مشاركين في عملية التبادل. أن يملك كل طرف ذا قيمة لعملية التبادل. أن يتمكن طرفا المبادلة من الاتصال ببعضهما البعض. أن تكون إرادة كل طرف حرة مستقلة.

من هذا التعريف لعلم التسويق والشروط المطلوبة لإتمام العمليات التبادلية بنجاح، يمكن أن نربط العلاقة بينه وبين مجال الدعوة إلى الله. فإذا كان هدف الدعوة إلى الله تعريف الناس وإقناعهم وجذبهم لتعاليم الدين وسلوكه، فإن هذه المناشط الدعوة تقوم على عملية التبادل، ودرجة نجاح التبادل وفق- شروط علم التسويق- متيسرة في مجال الدعوة الإسلامية. فالطرفان المشاركان في عملية التبادل هما رجال الدعوة والمدعوون. والقيمة التي يمتلكها كل طرف ؛ هي محاسن الدين من جهة الداعين، والأجر المنتظر من الله من جهة المدعوين. كما أن دعوتنا الإسلامية تقوم على الاتصال بالقول والعمل بين الناس أفراداً أو جماعات، و تقوم في نفس الوقت على مبدأ لا إكراه في الدين فتكون إرادة كل طرف حرة مستقلة.

وإذا كان علم التسويق يحقق في مناشطه التعريف أو التوضيح أو الإقناع أو الجذب نحو الطرف الآخر لتبني أو ترك سلوك ومعارف جديدة، والدعوة إلى الله

---

(١) انظر على سبيل المثال:

- تسويق الخدمات المصرفية، عوض بدير الحداد، البيان للطباعة والنشر، القاهرة (١٩٩٩م)، ص: ١٧.
- أساسيات التسويق الحديث: مدخل تطبيقي. (مرجع سابق)، ٢٠٠٣، ص: ٢٣.

تهدف في تعريف الناس وإقناعهم وجذبهم لتعاليم الدين وسلوكه، فإن التسويق ومناشطه يعد وسيلة نافعة لتحقيق أهداف الدعوة. إذاً علاقة علم التسويق بالدعوة إلى الله علاقة اعتماد أو انتفاع، وهذه علاقة إيجابية لمجال الدعوة إلى الله.

كما يمكن الوصول إلى مفهوم شامل للدعوة إلى الله وفق المنظور التسويقي، عند تقريب وجهة نظر رجال التسويق لتعريف الدعوة ضمن ركائزها الأساسية الأربع.

فإذا كان موضوع الدعوة هي الركيزة الأولى، فإن المفهوم التسويقي يعتبرها مجموعة المناشط التبادلية المتنوعة في شكل خدمات أو معلومات وجدت لتضمن السلام والأمن والتسامح والتعايش بين الشعوب. وإذا كان الداعية أو الدعاة - الركيزة الثانية- فإن المفهوم التسويقي ينظر إليهم كرجال التسويق المكلفون بإنجاح هذا التبادل. أما المنهج - باعتباره الركيزة الثالثة- فهو كافة المنشاط المدروس ووسائل متبعة من نشر وتعريف وإقناع وترويج لهذه الخدمات والمعلومات، في حين نرى أن الركيزة الرابعة (المدعوون) فهم في نظر رجال التسويق كافة العملاء المرتقبون والأفراد المستهدفون لإتمام عملية التبادل في صورة تقبل واقتناء هذه المنتجات.

وبناء على ما سبق؛ يمكن القول أن جوهر النشاط التسويقي يكمن في إحداث نوع من التطابق (التبادل) بين ما تحتاجه المجتمعات الإنسانية من أمن واستقرار وسعادة ورفاهية من ناحية وبين إمكانيات وقدرات ومهارات رجال الدعوة ومؤسساتها في تحقيق هذه الاحتياجات من جهة أخرى، فالدعوة تنجح في جهودها بالقدر الذي تنجح فيه في إحداث هذا التطابق والعكس صحيح.

وأخيراً؛ يمكن أن نستنتج مفهوم الدعوة إلى الله- وفق المنظور التسويقي- بأنه كافة الجهود والأنشطة المدروسة والمتكاملة التي يبذلها أفراد متخصصون ومهتمين بالدعوة والتعامل مع كافة المجتمعات الإنسانية بهدف تحقيق نوع من التبادل الإنساني الناجح من معلومات ومعاملات وفق نسيج الإسلام وتعاليمه.

لقد حوى هذا التعريف- في ظن الباحث- الركائز الأساسية التي تشتمل عليها الدعوة إلى الله. فموضوع الدعوة هي كافة المعلومات والمعاملات ذات النسيج الإسلامي المراد تبادلها مع الغير. والدعاة هم الأفراد المتخصصون في مجال الدعوة أو الذين يتبنون هموم الدعوة سواء عملوا في منظمات ربحية أو غير ربحية، بينما المدعوون هم كافة المجتمعات الإنسانية بوجه عام والذين يراغبون في حسن التعايش وتبادل المنافع مع المجتمع المسلم بوجه خاص. في حين منهج الدعوة يشتمل على الجهود والأنشطة والوسائل والأساليب المدروسة والمتكاملة الموصلة لتحقيق أهداف الدعوة الإسلامية.

المبحث الثاني: تطور وسائل الدعوة إلى الله وفق المعيارين المادي والتاريخي:

لقد مرت الدعوة الإسلامية، منذ بدأ انتشارها في العصور المفضلة إلى يومنا هذا بعدة مراحل فتطور على أثرها الأساليب والوسائل الدعوية وفقاً للمتغيرات والأحداث التي صاحبتها، وذلك لطول الفترة الزمنية وتعدد المكان والإنسان. ويمكن توضيح هذا التطور وفق معيارين رئيسيين هما: المعيار المادي والمعيار التاريخي.

المعيار الأول: تطور وسائل الدعوة إلى الله وفقاً للتطور المادي:

لقد هيأ الله سبحانه وتعالى للدعوة الإسلامية والدعاة إليها وسائل متعددة عبر خمسة عشر قرناً من الزمان لتساعدهم في تحقيق مقاصد الدعوة وغاياتها. ويمكن إجمال هذه الوسائل في ست وسائل مرتبة على النحو الآتي:

١- الوسيلة الشفهية:

لقد كانت الدعوة إلى الله في أول أمرها أكثر ما تعتمد على وسيلة اللسان، لأن أغلب المجتمعات البشرية آنذاك أمية لا تعرف القراءة ولا الكتابة[1]. فأصبحت الخطابة ومواعظ المجالس والقصاصون (أو ما يعرف بالحكواتي) أهم الأساليب والأدوات

(١) في هذه الفترة: هناك من يقرأ ويكتب، إلا أنهم قليل وقليل جدا، لا يعتمد عليهم كوسيلة شائعة في تلك الفترة، كما سنراه لاحقا.

المستخدمة للدعوة في تلك الفترة، كما أصبح صدور وعقول الرجال كالمستودعات الآمنة لهذه المعلومات. ففي هذه الفترة كان دور الدعاة إلى الله كوظيفة رجال البيع الذين يسعون لترويج منتجهم للعملاء المرتقبين بأسلوبهم المتميز، وحسن حديثهم، وقدرتهم على وصف ما لديهم بأسلوب جذاب فيندفع المستمع إليهم ويقتنع بشراء هذا المنتج.

٢- الوسيلة الكتابية:

لما انتشرت الكتابة بين الناس تغير المنهج الدعوي فصار العلماء والدعاة إلى الله يكتبون الكتب وينسخونها، ويدعون إلى الله بهذه الوسيلة. وعندما جاءت المطابع إلى عالمنا الإسلامي تحول النسخ اليدوي إلى النسخ الآلي، ليستفيد الدعاة إلى الله وقتاً وجهداً ومالاً. فأصبحت الكتب والصحف والمجلات والمطويات من أكثر الوسائل الدعوية انتشاراً وتأثيراً. وأضحت الوسائل المكتوبة للدعوة إلى الله كالأدوات المساعدة والمستودعات الآمنة لحفظ المعلومات والتوجيهات الدعوية متى احتاج إليها الداعي أو المدعو.

٣- الوسيلة السمعية:

رغم المنافع التي حققتها الوسائل الكتابية للدعوة إلى الله والدعاة إليها في الوقت والجهد والمال، ورغم الفترة الزمنية الطويلة التي اعتُمِدَ عليها كأهم الوسائل لنشر الدعوة، إلا أن المنهج الدعوي لم يقف عند هذه الوسيلة، بل تطور بتطور الوسائل التي اكتشفت واستخدمت لرفاهية الإنسان. فلما ظهرت وانتشرت الإذاعات وأجهزتها في العالم كله، اغتنم الدعاة إلى الله هذه الوسيلة وسخروها في مجال الدعوة. فاستخدم الدعاة هذه الوسيلة في الدعوة إلى الله أيضاً في تسجيل الدروس والمحاضرات والمجالس العلمية. وغدت أدوات التسجيل تحوي من المعلومات والمواد الدعوية ما فاق الكتب والمجلات بعشرات المرات. لذا يمكن القول: إن الدعوة إلى الله تطورت بهذه الوسيلة السمعية تطوراً ملحوظاً وحققت نجاحاً جديداً، فوصلت إلى فئات من المجتمع الإنساني

ما كان أن تصل إليه بالكتاب ومشتقاته فيبلغ بها دعوة الله إلى كل من لا يقرأ أو لا يحب أن يقرأ.

٤- الوسيلة المرئية:

لم تنفرد الوسيلة السمعية بالتميز في خدمة الدعوة، حتى تم اكتشاف أدوات تساعد الإنسان على نقل المعلومة وتلقيها سماعاً ومشاهدة في وقت واحد. فقد جاء التلفاز كإذاعة مرئية[1] وبعده الفيديو والمحطات الفضائية خلال فترات قصيرة وبصورة متسارعة واكبت طموح الإنسان وتطلعاته المستقبلية. كما أن الدعاة إلى الله لم يكونوا بمنأى عن هذه الاكتشافات والمخترعات أو زاهدين أو مترفعين عنها، بل تلقفوها بعناية فائقة وطوعوها في مجال دعوتهم وفق الضوابط الشرعية، فانتفع بهذه الوسائل والاختراعات كثير من البلاد والعباد، لأن الدعاة إلى الله اغتنموا هذه الوسائل في نشر وبث كافة المواسم التعبدية للدين الإسلامي من حج، وصيام، وصلاة، فنقلوها حية على الهواء إلى العالم كله. كما نشرت أقوال العلماء وفتاواهم وكافة المسائل الشرعية المتعلقة بحياتهم اليومية.

وبعد تطلع العالم الإسلامي إلى إعلام خاص بهم بعيد عن المخالفات لدينهم، ظهرت الدعوة إلى الله بثوب جديد وبقفزة نوعية مباركة، عندما شارك الدعاة إلى الله بعض المستثمرين الغيورين على الإسلام ومبادئه السمحة، فظهرت القنوات الفضائية المتخصصة في مجال الإسلام و الدعوة إليه كقنوات المجد واقرأ والشارقة وغيرها، ليكونوا وسائل دعوية تنفع العالم والمتعلم والأمي، تنفع الذكر والأنثى والصغير والكبير، تنفع الفقير والغني في أعمالهم أو منازلهم أو أسواقهم.

---

(١) مصطلح قدمه بعض الباحثين في الإعلام الإسلامي انظر: واقع الإعلام الخليجي في ظل ثورة التكنولوجيا والمعلومات نحو رؤية إسلامية، د. عبد القادر طاش، ندوة الإعلام والمعلوماتية وتحديات القرن الواحد والعشرين، معهد الدراسات الدبلوماسية، الرياض: ١٤١٦هـ، ص: ٢١.

٥- وسيلة الحاسب الشخصي:

مع هذا التسارع المطرد في عالم الفضائيات، ظهرت معها الحاسبات الآلية كوسيلة شخصية لحفظ المعلومات، وتحويل المكتبات ذات الملايين من الكتب إلى محفظة شخصية لطالب العلم تفي حيزاً من المكان لا يتجاوز درج المكتب. فاغتنم الدعاة هذه الميزة، فظهرت البرامج الإسلامية تحمل كتاب الله وتفسيره وأحاديث نبي الله صلى الله عليه وسلم وشروحها والسيرة والفقه الإسلامي وغيره في أشرطة (سي دي)، يمكن استخراج المعلومة المطلوبة منها في ثوان معدودة. وقد استفاد الدعاة إلى الله من هذه الوسيلة بالتعاون مع محترفيها بابتكار نماذج كثيرة وتصاميم متعددة تخدم الدعوة وتسهل للدعاة إلى الله في أداء مهامهم وتحقيق أهدافهم[1].

٦- الوسيلة الشاملة:

قبل أن يودع العالم القرن الماضي- القرن العشرين- بمخترعاته العلمية وتقنياته المتطورة، قدم العلماء للمجتمع البشري تقنية جديدة تجمع كافة المخترعات السابقة في نظام واحد يتمتع بالسهولة والكفاءة. إنها وسيلة الإنترنت التي أبهرت العالم بوجودها. هذه الوسيلة جمعت القاصي والداني بإلغائها المسافات الزمانية والمكانية لتصبح وسيلة الاتصال الأولى، ومركزاً لتبادل المعلومات بأقصى سرعة ممكنة، وذلك عبر شبكة عنكبوتية مليئة بمليارات المعلومات المهمة للبشر، ليسهل على كل فرد في العالم الحصول على المعلومة متى شاء ومن أي مكان شاء وفي أسرع وقت ممكن. لذا إيماناً بوجوب أداء

---

(١) انظر على سبيل المثال:

- تصميم نظام ذكي للدعوة بمساعدة الحاسوب، حسين عبد الرحمن حسين السلمان، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، ١٤١٥هـ.
- الدعوة..... ووسائل الاتصال الحديثة، جعفر شيخ إدريس، مجلة البيان، العدد: ١٤٦- شوال: ١٤٢٠ الموافق فبراير: ٢٠٠٠م.
- الإفادة من الوسائل الحديثة في الدعوة، علي بن إبراهيم الحمد النملة، مرجع سابق.

فريضة الدعوة إلى الله، واقتناعاً من الدعاة في استخدام كل وسيلة متاحة للدعوة في كل زمان ومكان، وبما يناسب العصر الذي يعيشون فيه، استفاد الدعاة إلى الله من هذه الوسيلة الشاملة استفادة كبرى.

فقد أنشأ العديد من الدعاة إلى الله مواقع لهم بهدف الدعوة وبلغات متعدد[1]. فأصبح الموقع الإسلامي الواحد عبارة عن مكتبةٍ كبيرةٍ وغنيةٍ بملايين المعلومات عن الإسلام يطلع عليها الناس بالمجان في أي زمانٍ أو مكان. كما استخدم الدعاة إلى الله البريد الإلكتروني (E- mail) كوسيلة ممتازة للدعوة الخاصة والانفرادية لأن تأثيرها يفوق المواقع العامة[2]، ولأنه "يمكن بواسطته إرسال واستقبال رسائل كتابية أو مسموعة

---

(١) انظر على سبيل المثال:

- المواقع الإسلامية في الإنترنت وفعاليتها، عبد الحق حميش، المؤتمر العالمي التاسع للندوة العالمية للشباب الإسلامي (الشباب و الانفتاح العالمي) الرياض: ٢٣- ١٤٢٣/٨/٢٦هـ، ص: ٤٢٧.
- الإفادة من شبكة الإنترنت في الدعوة إلى الله، مساعد بن إبراهيم الحديثي، (١٤١٨هـ)، مجلة دراسات إسلامية، العدد (٢)، السنة الأولى، الرياض: وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، ص: ٢٢٠.
- دور الشباب المسلم في الدعوة إلى الله من خلال شبكة الإنترنت، د. صالح بن علي أبو عراد، المؤتمر العالمي العاشر للندوة العالمية للشباب الإسلامي (الشباب و وبناء المستقبل) القاهرة: ٢٢- ٢٠٠٦/١١/٢٤م، ص: ٢٧.
- وسائل الدعوة إلى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية وكيفية استخدامها في الدعوة: دراسة ميدانية على عينة من الدعاة المستخدمين في المملكة العربية السعودية مع تقييم للمواقع الدعوية الخليجية، رسالة دكتوراه غير منشورة: إبراهيم بن عبد الرحيم عابد، كلية الدعوة والإعلام: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، ١٤٢٧هـ

(٢) البريد الإلكتروني وآفاق المُستقبل، ممدوح إبراهيم الطنطاوي، مجلة الخفجي، العدد الأول، السنة (٣٤)، المملكة العربية السعودية: الخفجي(١٤٢٤هـ / ٢٠٠٤م)، ص: ١٢.

أو مُشاهد مرئية، أو مزيج من أمور مقروءة ومسموعة ومرئية "[1]. كما استغل بعض الدعاة إلى الله ساحات ومنتديات الحوار عبر الإنترنت والمعروفة بـ(Forums) من خلال ما يعرف بساحات الحوار، وكذلك حوار عبر غرف الدردشة (Chat)، أو مجموعات النقاش والتي تُعرَّف بأنها " أداة اتصالٍ مُهمةٍ على الشبكة، وهي مُنتدىً عام للمُناقشة لمن يشتركون في نفس الاهتمامات"[2].

ومع ما قدمه الدعاة المخلصون في هذه الوسيلة الشاملة في خدمة هذا الدين وأهله، إلا أن الباحث يرى أن المجال في هذه الوسيلة ما زال رحباً وقابلا للعطاء في خدمة الدعوة إلى الله. ولعل هذا البحث وأمثاله يمثل إرشادات لتحقيق هذا الهدف الغالي.

المعيار الثاني: تطور منهج الدعوة إلى الله وفقاً للتطور التاريخي:

على الرغم مما قدمه التطور المادي من تأثير بالغ لوسائل الدعوة إلى الله، إلا أن التقلبات وتطور الأحداث وفق المعيار التاريخي كان له الأثر الأكبر على تطور وتنوع منهج الدعوة إلى الله. فعند استقرائنا لتاريخ الدعوة إلى الله منذ عهد النبي صلى الله عليه وسلم إلى مطلع هذا القرن (٢١)، يرى الباحث أن الدعوة إلى الله مرت بأربعة مراحل هي:

أولاً: التقبل العام للإسلام والمسلمين.

ثانياً: قبول الإسلام لسمعته وتاريخه المجيد.

ثالثاً: قبول الإسلام لحسن معاملة الداعين له.

---

(١) الإنترنت من وجهة نظر إسلامية، محمد توفيق رمضان البوطي مجلة المجمع الفقهي الإسلامي، العدد (١٠)، السنة (٨)، مكة المكرمة: رابطة العالم الإسلامي، المجمع الفقهي الإسلامي، (١٤١٧هـ / ١٩٩٦م)، ص: ٢٨٠.

(٢) الإنترنت تقنياتٌ و خدمات، عبد القادر بن عبد الله الفنتوخ، كُتيب المجلة العربية، العدد (١٠)، شوال / فبراير، الرياض: المجلة العربية، (١٤١٨هـ / ١٩٩٨م)، ص: ٢٧.

رابعاً: رفض الإسلام والمسلمين ومحاربة الداعين له.

المرحلة الأولى: التقبل العام للإسلام والمسلمين:

تبدأ هذه المرحلة تاريخياً من أوائل عهد المصطفى صلى الله عليه وسلم والفتوحات الإسلامية، وحتى ضعف الخلافة العباسية ودخول التتار بغداد؛ أي من القرن الأول الهجري (السابع الميلادي) حتى منتصف القرن السابع الهجري (الثالث عشر الميلادي).

وقد تميزت هذه المرحلة بأن أغلب المجتمعات الإنسانية في مشارق الأرض ومغاربها استقبلت الدعوة الإسلامية والدعاة إليها بالقبول والرضى. فرغم الوسائل المحدودة والأساليب القليلة في عرض وتقديم هذا الدين لتلك المجتمعات، إلا أن انتشار الدعوة الإسلامية في هذه المرحلة كان كبيراً ولم يلق عناءً وصعوبات في تقديمه لهذه المجتمعات. فبعد الفتوحات الإسلامية كان مجرد سفر الدعاة والقبائل المسلمة إلى تلك الشعوب، والتعايش معهم، أو إرسال خطاب من بعض ولاة المسلمين لدعوة ولاة الكفر إلى الإسلام ومعاملتهم معاملة المسلمين، فإنهم يدخلون في هذا الدين، وذلك كما فعل عمر بن عبد العزيز رحمه الله لبعض ولاة الهند عندما بعث إليهم كتاباً يدعوهم إلى الإسلام على أن يملكهم ما هم عليه ولهم ما للمسلمين وعليهم ما عليهم، فقبلوا هذه الدعوة وأسلموا وتسموا بأسماء العرب[1]. ونتيجة لذلك لقيت الدعوة الإسلامية في هذه الرحلة قبولاً في معظم قارة أفريقيا و جزءاً كبيراً من قارة آسيا وأجزاء صغيرة من قارة أوربا.

ومع إيماننا بأن ديننا الإسلامي يقبل الناس إليه حتى لو ضعف للمسلمون، لأنه دين الفطرة، الموافق للعقل السليم والمخالف للإكراه في الدين. إلا أنه ووفقاً للتحليل العلمي، نرى أن هناك عوامل وأسباباً أخرى ساعدت في ظهور هذا الوضع الإيجابي

---

(١) رجال الفكر والدعوة في الإسلام، أبو الحسن علي الحسن الندوي، دار القلم: الكويت، ١٤٠٢هـ، ص ٥٢.

للدعوة الإسلامية والقائمين عليها، والذي أتى من أغلب الأفراد والمجتمعات الإنسانية آنذاك. ومن أهم هذه الأسباب النقاط الآتية:

١- القوة العسكرية: ظهر التفوق العسكري للدولة الإسلامية منذ استطاع المسلمون توحيد جزيرة العرب والقضاء على أكبر دولتين آنذاك (الفرس والروم). ونظراً لما جبل عليه العنصر البشري في تبني وتقبل رأي القوي والمنتصر فإن الجهد الدعوي خلال تلك الفترة لم يمر بعقبات تعيق انتشاره أو تمنع الداخلين فيه.

٢- القوة المادية: صاحب الفتوحات الإسلامية زيادة في رقعة البلاد وتعدد الشعوب والأجناس البشرية في محيط الدولة الإسلامية، وكذلك تنوع مواردها الاقتصادية وتنامي ثرواتها. ونظراً لحسن تصريف الموارد وتوزيع الثروات وفق النظام الشرعي العادل، فقد انعدم أو قل الفقر بين معظم مناطق العالم الإسلامي، كما حدث في عهد أمير المؤمنين عمر بن عبد العزيز يرحمه الله، فقد كان يأمر عماله أن يطوفوا على أمصار المسلمين بالزكاة والصدقة ليدفعها إلى مستحقيها من فقراء المسلمين ولكنهم لم يجدوا من يأخذها منهم، فيشترون رقاباً "أي عبيداً" فيعتقونهم[1]. إن هذا الوضع المادي المتميز يغري النفس البشرية عامة ولو لم تكن مسلمة أن تتقبل هذا النظام والمنهج وتتقبل الأفراد الذين ينتمون إليه ويسيرون وفق نظامه. إن هذا التقبل يسّرَ للدعوة الإسلامية وللدعاة العاملين فيها أن

(١) سياسة الإنفاق العام التي انتهجها الخليفة عمر بن عبد العزيز رحمه الله وآثارها الاقتصادية الكلية، دراسة مقارنة بالفكر الإداري الحديث، عبد الله حسن الجابري، مجلة جامعة أم القرى لعلوم الشريعة واللغة العربية وآدابها، ج ١٥، ع٢٥، شوال ١٤٢٣هـ، ص: ٦٨١.

يحققوا أهداف الدعوة وينشروا مبادئها في العالم دون عناء كبير أو جهد مضاعف.

٣- القوة العلمية: لم يقتصر العصر الذهبي للعالم الإسلامي على امتلاك القوة العسكرية والقوة المادية فقط، وإنما استحوذ العالم الإسلامي آنذاك على العلم في شتى مجالاته، مما دفع المجتمعات الغربية والشرقية إلى إرسال أبنائهم إلى عواصم العالم الإسلامي كبغداد، ودمشق، والقاهرة، وفاس، وغرناطة وغيرها، ليتعلموا ويأخذوا العلم من أهله. إن هذه البعثات والتراجم والآثار العلمية وغيرها كونت في أذهان المجتمعات غير الإسلامية تقديراً ومكانة نحو الشعوب المسلمة، سهل للدعوة الإسلامية أن تلقى القبول من أغلب الأفراد المبتعثين للحاضرة الإسلامية وحسن الرضى من كافة المجتمعات البشرية التي استفادت من علم وعلماء المسلمين.

٤- تعدد أنواع الدعوة وتعدد العاملين فيها: إن من أهم مميزات هذه المرحلة؛ وفرة وكثرة الدعاة إلى الله فيها. فمنذ أن انتقل المصطفى صلى الله عليه وسلم إلى الرفيق الأعلى، انشغل أغلب الصحابة رضي الله عنهم بالدعوة إلى الله سفراً وترحالاً إلى القبائل والعشائر الموجودة في جزيرة العرب لنشر الدين فيها ففاق عددهم المئات[1]. وبعد توسع رقعة الدولة

---

(١) انظر على سبيل المثال:

- المواهب اللدنية بالمنح المحمدية لأحمد بن محمد القسطلاني (٩٢٣هـ) تحقيق صالح أحمد الشامي، المكتب الإسلامي، بيروت (١٤١٢هـ/١٩٩١م) الجزء الثاني ص ص: ١٥٦- ١٥٩.
- الرحلة للدعوة ونشر العلم، صالح أحمد رضا، مجلة جامعة أم القرى لعلوم الشريعة واللغة العربية وآدابها، ج ١٥، ع٢٥، شوال ١٤٢٣هـ، ص: ٤٧٣.
- عالمية الدعوة الإسلامية، علي عبد الحليم محمود، دار عكاظ للنشر، الرياض، (١٣٩٩هـ) الجزء الثاني

الإسلامية وانتشار أطرافها وتعدد لغاتها وأجناسها وثقافاتها وحتى مذاهبها، ظهر دعاة إلى الله يتبنون أنواعاً جديدة للدعوة وأساليب تتكيف مع هذه الاختلافات وتكون في إطار منهج الدين القويم. فهيأ الله دعاة لحفظ كتابه كالأئمة ابن كثير وورش ونافع، وهيأ دعاة لحفظ سنة حبيبه صلى الله عليه وسلم كالأئمة البخاري ومسلم والترمذي وابن ماجه، كما هيأ الله دعاة لاستنباط الأحكام الفقهية للناس كالأئمة الأربعة رحمهم الله تعالى أجمعين.

ولما ظهر علم الكلام وأقوال الفلاسفة اليونان وانتشرا بين المسلمين، ظهر في هذا العصر دعاة إلى الله وعلماء يذبون عن هذا الدين كالإمام الغزالي، وأبي محمد الجويني وأبي منصور الماتريدى وعبد القادر الجيلاني وغيرهم[1]. ونتيجة لهذا التنوع من الدعاة إلى الله، في جميع فنون العلم والمعرفة وفي جميع أمصار العالم الإسلامي، لم تجد المجتمعات الإنسانية عائقاً في قبول هذا الدين لأنهم وجدوا أفراداً يحملون بين جنباتهم أساليب ومناهج شرعية تسهل هذا الدين وتيسره لهم كلّما جد على هذه المجتمعات جديد في حياتهم الدينية والمعيشية.

وعليه فإن الدعوة الإسلامية في هذه المرحلة تعد من أسهل المراحل وأيسرها، فلم تواجه الدعوة والعاملين فيها عوائق وعقبات كبيرة تقلل من نشاطها وانتشارها، وإنما على العكس من ذلك كانت مقبولة من أغلب المجتمعات البشرية لأن العنصر البشري ميال ومجبول بطبعه إلى تقليد القوي بسلطانه، أو الغني بماله وإحسانه، أو العالم النافع بعلمه لإخوانه.

ص : ٤٧٧.

(١) رجال الفكر والدعوة في الإسلام، مرجع سابق، ص: ١٨١- ٢٨٧.

المرحلة الثانية: قبول الإسلام لسمعته وتاريخه المجيد:

تبدأ هذه المرحلة تاريخياً من دخول التتار مدينة بغداد وحتى الضعف الحقيقي للخلافة الإسلامية العثمانية؛ أي من القرن السابع الهجري- الثالث عشر الميلادي- حتى نهاية القرن الحادي عشر الهجري (الثامن عشر الميلادي).

في هذه المرحلة تغيرت الظروف المادية والعسكرية والفكرية في العالم الإسلامي عما كانت عليه في المرحلة الأولى. فبعد ما كان للإسلام دولة واحدة قوية في أغلب فتراتها، أصبحت دويلات مفككة في أغلب فتراتها. وبعد ما كانت الهيمنة الفكرية والمكانة العلمية وسلطانها في أيدي المسلمين، أصبحت هذه الهيمنة والمكانة العلمية ضعيفة ومضمحلة، وذلك بعد حرق الكتب وقتل العلماء من الهمجية التترية في بغداد من جهة، وسرق الكتب من الشام وشمال إفريقيا والأندلس ثم ترجمتها إلى اللغات الأوربية من جهة أخرى. لذا انتشر في معظم أمصار العالم الإسلامي الجهل والفقر والشعوذة والسحر وبعض أعمال الجاهلية. في هذه المرحلة أيضاً كان واقع الدعوة إلى الله مختلفاً بعض الشيء، وخاصة في جانب دعوة غير المسلمين. فبعدما كان الدعاة يسافرون للبلاد الكافرة لدعوة الناس إلى دين الله، أصبح الكفار يعيشون في بلاد المسلمين بعد فوز التتار في المشرق والأسبان في المغرب. وبعدما كانت السيادة للمسلمين في ديارهم أصبحت السيادة في بعض بلاد المسلمين لعدوهم.

مع هذا التغير الكبير لواقع المسلمين في هذه المرحلة، لم تقف الدعوة إلى الله مكتوفة الأيدي، ولم يتعامل الدعاة إلى الله مع هذه النكسة بروح الانهزامية، بل سعوا في تغيير المنهج الدعوي وتكييفه بما يناسب هذا الوضع القائم وهذا الواقع الملموس. لقد استطاع الدعاة إلى الله أن يثبتوا في وجه هذا الطوفان، بل وينشروا دينهم في شعوب من غزاهم وانتصر عليهم. فنتيجة لهذا الجهد الدعوي بدأ الإسلام يتسرب في نفوس أعدائه وبدأت

الدعوة الإسلامية تنتشر في تلك الشعوب المنتصرة، ليتحقق على أيدي دعاة الإسلام ما لم يتحقق بالأسنة والرماح[1].

لقد اغتنم الدعاة إلى الله- في هذه المرحلة- ما قام به السلاطين الجدد والملوك المنتصرين من تميز عنصري وتفرقة دينية على الشعوب التي يحكمونها بأقصى درجاتها وسوء معاملاتها[2]، والتي لم يسبق أن رآها كافة الشعوب إبان الحكم الإسلامي. فنشأ أسلوبان جديدان للدعوة الإسلامية، يقوم أحدهما بالدعوة لغير المسلمين بالمقارنة تارة وبعرض محاسن الدين والدفاع عنه تارة. ويقوم الأسلوب الثاني على مبدأ التجديد وإحياء الأمة من جديد.

الأسلوب الأول: فهم دعاة الإسلام في أوساط المجتمعات غير المسلمة. إن هذا النوع من الدعاة شبيه لما كان عليه أسلافهم من الصحابة والتابعين في المرحلة الأولى، إلا أن الدعوة في هذه المرحلة كانت أكثر مشقة وعناء، لأنهم يدعون أناساً دخلوا ديار الإسلام غزاة، واحتلوا جزءاً من بلاد المسلمين كالتتار في المشرق والصليبيين في حوض البحر الأبيض المتوسط. ولعل التاريخ لم يسجل لنا أغلب هؤلاء الدعاة رغم كثرتهم، ولكن

---

(١) رجال الفكر والدعوة في الإسلام، مرجع سابق، ص: ٣٠٦.

(٢) انظر على سبيل المثال:

- مذابح وجرائم محاكم التفتيش في الأندلس، محمد علي قطب، مكتبة القرآن للنشر والتوزيع، القاهرة: ١٩٨٥م، ص: ٥٣- ٨١.
- تاريخ العرب السياسي من فجر الإسلام وحتى سقوط بغداد، إبراهيم بيضون وسهيل زكار، دار الفكر، بيروت، الطبعة الأولى: ١٩٧٤م، ص: ٢٢٥- ٢٩٨.
- تاريخ الحروب الصليبية، وليم الصوري، ترجمه من اللاتينية د. سهيل زكار، ج١، دار الفكر بيروت، الطبعة الأولى: ١٤١٠هـ، ١٩٩٠م، ص: ٤٣٥.
- الدولة الخوارزمية والمغول: غزو جنكيزخان للعالم الإسلامي وآثاره السياسية والدينية والاقتصادية والثقافية، حافظ أحمد حمدي، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٥٠م، ص: ٢٥٥- ٣١٤.

رب ضارة نافعة، فقد سجل لنا بعض المستشرقين كـ(سير توماس آرنولد) في كتابه (الدعوة إلى الإسلام) عدداً يسيراً منهم، كالشيخ جمال الدين، وابنه رشيد الدين من مدينة بخارى، اللذين اجتهدا في دعوتهما بالحكمة والموعظة الحسنة في مملكة المغول الجغطائية. فكان نتيجة هذه الدعوة والتي قامت بالحسنى، أن دخل جمع غفير من هؤلاء المغول في دين الإسلام فاق عددهم (١٦٠ ألفاً)، وحسن إسلامهم، وعلى رأس من أسلم ملك كاشغر والمسمى تغلق تيمور خان[١].

أما الدعاة المدافعون عن الدين الإسلامي وعقيدته السمحة، فكان هدفهم والتصدي للأفكار الإلحادية والوثنية والنصرانية من غير المسلمين، ومن تشرب بأفكارهم من المسلمين. لقد كان لهؤلاء الدعاة المدافعين عن الإسلام دور بارز في ثبات الدين الصحيح وعقيدته الصافية وتمكينه في الأرض، وذلك لما كانوا يتمتعون به من صفات مكنتهم في الثبات والتفوق على خصومهم. من هذه الصفات: الغزارة في العلم، والجرأة على الصدع بالحق، وتحمل الأذى فيه. من أعظم هؤلاء الدعاة المدافعين- خلال هذه الفترة- شيخ الإسلام ابن تيمية، وتلميذه ابن القيم رحمهما الله تعالى[٢]. فهؤلاء العلماء عزّوا- ولله الحمد- زيف بعض الفرق المنتسبة للإسلام، ودافعوا عن الإسلام ونظامه أمام علماء النصارى والملحدين.

---

(١) انظر على سبيل المثال:

- الدين الحق، محمد حسين الحمصي، دار الرشيد للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق (١٣٩٥هـ)، ص: ٢.
- الشيخ جمال الدين العالم الذي أدخل التتار في الإسلام، د. علي القاضي، مجلة البعث الإسلامي (الهند)، المجلد الحادي والأربعون، العدد الثالث، ذو القعدة ١٤١٦هـ، ص: ٥.
- رجال الفكر والدعوة في الإسلام، مرجع سابق، ص: ٣١٨- ٣٢٠.

(٢) انظر على سبيل المثال:

- منهج ابن تيمية في الدعوة إلى الله تعالى، عبد الله بن رشيد بن محمد الحوشاني، دار إشبيليا للنشر والتوزيع، الرياض، الطبعة الأولى: ١٩٩٦م، ص: ٥٠١- ٥٢٠.

الأسلوب الثاني: الدعاة إلى الله في أوساط المجتمعات الإسلامية بالعلم والصبر والتعايش الحقيقي بتطبيق مبادئ الدين في ذلك المجتمع. لقد هيأ الله- في هذا المرحلة- دعاة مجددين برزوا - ولله الحمد- في معظم أمصار العالم الإسلامي كجزيرة العرب ومصر والشام والهند وشرق آسيا ومعظم الدول الإسلامية في قارة أفريقيا.

إن هدف هؤلاء الدعاة المجددين ؛ هو العودة بالمسلمين إلى منبع دينهم الأول، وإلى حياة السلف الصالح من أجدادهم ليعود لهم مجدهم العظيم وحياتهم الكريمة، وكذلك الدعوة بالحسنى والمجادلة بالتي هي أحسن لبعض طوائف المسلمين المنحرفين، ليعودوا إلى دينهم الصحيح، وليعود للإسلام والمسلمين مجدهم وعزهم الذي ضاع من بين أيديهم. من هؤلاء الدعاة الإمام المجدد الشيخ محمد بن عبد الوهاب[1] في جزيرة العرب، وبعده القاضي محمد بن علي الشوكاني في اليمن. أما في أفريقيا فمنهم الشيخ عثمان فودي في وسط وغرب أفريقيا[2]، والشيخ محمد بن علي السنوسي في شمال أفريقيا[3]، والشيخ جمال الدين الأفغاني، وتلميذه الإمام محمد عبده[4] في مصر، ومحمد أحمد

• تاريخ المذاهب الإسلامية في السياسة والعقائد وتاريخ المذاهب الفقهية، للإمام محمد أبو زهرة، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة: ص: ٥٩٩- ٦٤٤.

(١) محمد بن عبد الوهاب: مصلح مظلوم ومفترى عليه، الأستاذ مسعود الندوي، مطابع جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: الرياض، ١٤٠٤هـ، ص: ٣٤- ٥٠.

(٢) أضواء على طريق الدعوة إلى الإسلام، محمد أمان بن علي الجامي، الرئاسة العامة لإدارة البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد، الرياض: المملكة العربية السعودية، ١٤٠٤هـ، ص: ٢٦١.

(٣) دعوة الإصلاح الإسلامي بين الشيخ بن باديس والدعاة المعاصرين في المشرق العربي، محمد فتحي عثمان، مجلة كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، العدد الرابع: ١٤٠٠هـ، ص: ٤٣١- ٥٠٢.

(٤) تاريخ الأستاذ الإمام محمد عبده، محمد رشيد رضا، مطبعة الإمام بالقاهرة: ١٣٥٠هـ.

المهدي بن عبد الله في السودان[1]. وكذلك هيأ الله لبلاد المشرق دعاة مجددين كالشيخ الملا أحمد جيون في وسط بلاد الهند[2]، وبعده ولي الله شاه بن عبد الرحمن الدهلوي[3]، أما الولايات الشمالية لبلاد الهند وأفغانستان فقد كان الإمام أحمد بن عرفان البريلوي عالماً داعياً مجدداً[4]، وفي الشرق الأقصى للمسلمين كالفلبين وُجِدَ العالم المسلم المسالم كريم المخزومي ليعيد بدعوته المسالمة نحو ٣٨٠٠٠٠ إلى الإسلام في تلك البلاد[5]. لقد حقق هؤلاء الدعاة- في هذه المرحلة- جزءاً كبيراً من أهدافهم بسبب حسن معاملتهم، وبسبب الصورة الحسنة التي يتمتع بها الإسلام في صدور الناس مسلمهم وكافرهم رغم ضعفه وقلة تطبيقه يوم ذاك، وذلك بالمقارنة الحسية والملموسة لتلك المجتمعات فيما كانوا عليه في السابق وما فقدوه في حياتهم الحالية بعد بعدهم عن الدين.

المرحلة الثالثة: قبول الإسلام لحسن معاملة الداعين له:

تبدأ هذه المرحلة تاريخياً منذ ضعف الدولة الإسلامية العثمانية وحتى أحداث الحادي عشر من سبتمبر؛ أي من أواخر القرن الثاني عشر الهجري- التاسع عشر

---

(١) الموسوعة الميسرة في الأديان والمذاهب والأحزاب المعاصرة، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، دار الندوة العالمية للطباعة والنشر والتوزيع: الرياض، ١٤١٨هـ، ص: ٣١٤- ٣٢٠.

(٢) مجالات الوقف المؤثرة في الدعوة إلى الله، د. مقتدى حسين بن محمد ياسين، بحث مقدم لمؤتمر الأوقاف الأول في المملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى، دار الثقافة للطباعة، مكة المكرمة، شعبان، ١٤٢٤ هـ، ص: ١٥٢.

(٣) السلفية في المجتمعات الإسلامية المعاصرة، محمد فتحي عثمان، مجلة العلوم الاجتماعية، الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العدد الخامس: ١٤٠١هـ، ص: ٢٥٧- ٣١٠.

(٤) إذا هبت ريح الإيمان، أبو الحسن علي الحسن الندوي، مؤسسة الرسالة، دار القلم: بيروت، الطبعة السادسة: ١٩٨٣م، ص: ١٣.

(٥) الأمة الإسلامية وقضاياها المعاصرة، مرجع سابق، ص: ١٥٨.

الميلادي- حتى نهاية العقد الثاني من القرن الخامس عشر الهجري (مطلع القرن الحادي والعشرين الميلادي).

في تلك الفترة ضعفت الدولة العثمانية ككيان قائم للدولة الإسلامية، فأصبحت في نظر أعدائها ذاك الرجل المريض، بعدما كان الكيان القوي المتماسك، الذي طالما سيطر وتزعم فترة طويلة من الزمن. ففي أواسط القرن التاسع عشر، تعاونت الدول الأوربية وروسيا وأمريكا- رغم اختلافاتهم العرقية والفكرية واللغوية- على زيادة الإضعاف والإجهاض لهذا المريض وتقسيمه بعد إسقاطه، وتم لهم ذلك[1]. ونتيجة حتمية لهذا الواقع الأليم، فقد اختصت هذه المرحلة بصفات أثرت على نشاط الدعوة الإسلامية، يمكن إجماله في الآتي:

١- الضعف العام للدول الإسلامية واعتمادها على الغير:

في تلك الفترة وبعد سقوط الدولة العثمانية، ومن أجل استمرار السيطرة الغربية، فقد دبرت مؤامرة تقسيم العالم الإسلامي إلى دول صغيرة وفق مخطط سايكس- بيكو (١٣٣٤هـ/ ١٩١٦م). فتحول العالم الإسلامي إلى دويلات صغيرة يحكم أغلب أقطارها ستعمر غربي بحجة إعمار البلاد واستغلال الثروات وزيادة رفاهية العباد. بينما واقع المستعمرين وأهدافهم؛ مكافحة الإسلام والقضاء عليه[2]. فجعل المستعمر بلاد

---

(١) انظر مفصلا:

- أوربا ومصير الشرق العربي، حرب الاستعمار على محمد علي والنهضة العربية، جوزيف حجار، ترجمة بطرس الحلاق ود. ماجد نعمة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ١٩٧٦م.
- السلطان عبد الحميد الثاني وفلسطين، رفيق شاكر النتشه، دار ثقيف، الرياض: ١٤١٣ هـ، ص: ٨١.

(٢) لمزيد من المعلومات في هذا الموضوع انظر على سبيل المثال:

١. المخططات الاستعمارية لمكافحة الإسلام، محمد الصواف، دار الاعتصام، الدمام، ص: ١٢٨.
٢. الغارة على العالم الإسلامي، أ. لُ شاتليه. ترجمة محب الدين الخطيب ومساعد اليافي، مكتبة أسامة بن زيد، بيروت، ١٣٧٠هـ، ص: ٩٠- ٩٣.

الإسلام مستودعاً ضخماً لجلب الثروات والموارد الطبيعية إلى بلاده، وسوقاً كبيراً لتصريف وبيع كافة منتجاته. لقد أصبحت المجتمعات الإسلامية تحت وطأة الاستعمار مثالاً للدول المتخلفة علمياً وثقافياً وحضارياً، فزاد من أعبائها لتستمر معتمدة على المجتمعات والدول المتقدمة في كافة مجالاتها.

٢- التفكك والتناحر بين المجتمعات الإسلامية سياسياً وفكرياً:

بعد سنوات من الصراع بين المستعمرين والشعوب المستعمرة، حصلت أغلب المجتمعات الإسلامية على استقلالها. ولكن بعدما كانت دولة إسلامية واحدة، قام المستعمر بتقسيمها إلى دول صغيرة متعددة الأعراق واللغات والمذاهب قبل الخروج منها. كما أجج المستعمر، وبعض المسلمين ذوي الأطماع الشخصية نار الخلاف والتناحر بين تلك الدول، لتصبح دولاً صغيرة مفككة، وأحياناً متناحرة داخلياً وخارجياً[1].

لم يكتف المستعمرون خلال هيمنتهم على معظم الدول الإسلامية أن يجعلوها مفككة سياسياً، وإنما سعوا في بث أفكار ومبادئ مخالفة لعادات ومعتقدات هذه المجتمعات المسلمة، وذلك لاستقطاب أفرادٍ من تلك المجتمعات تتقبل وتطبق هذه العادات والسلوكيات في حياتها، ثم تتبنى نشرها في المجتمعات المسلمة. ونظراً لفقر وجهل بعض المجتمعات الإسلامية- خلال هذه الفترة- فلم يعدم هذا المستعمر

---

٣. الجذور التاريخية لإرساليات التنصير الأجنبية في مصر: دراسة وثائقية، خالد محمد نعيم، دار المختار الإسلامي، القاهرة، ١٩٨٧م، ص: ٣٣.

(١) انظر على سبيل المثال:

- أثر الصراع الإيراني التركي على الاستقرار في الجمهوريات الإسلامية، جميل محمود مرداد، ندوة مستقبل العلاقات العربية مع الجمهوريات الإسلامية في آسيا الوسطى، معهد الدراسات الدبلوماسية، الرياض: ذو القعدة ١٤١٦ هـ، ص: ١٨٧- ٣٠٦.
- هموم الأمن القومي العربي مع جواره، هيثم الكيلاني، شؤون عربية، العدد ٧٧، مارس ١٩٩٤م، ص ١١.

الأجنبي أن يجد ضالته وينشر أفكاره السامة في معظم المجتمعات الإسلامية، فنشأت أجيال في المجتمعات الإسلامية تحمل الهوية الإسلامية في الاسم واللغة والملبس، لكنها تخالفه في الفكر والعادات والسلوك وبعض المسلمات الرئيسة في الدين الإسلامي. لقد ملأت المذاهب الهدامة بلاد المسلمين في المشرق والمغرب، فأصبحت الشخصية المسلمة في كثير من بلاد المسلمين مضمحلة، وأصبح من المسلمين من يحمل ويؤمن بالفكر الشيوعي، أو الإلحادي، أو المادي، أو حتى التبشيري لغير الإسلام[1].

ورغم هذه الظواهر الأليمة، من فرقة وتناحر ومخالفات صريحة لمبادئ الدين من بعض أفراد شعوبنا الإسلامية، إلا أن الله سخر لهذه الدعوة أفراداً ملتزمين بهذا الدين قولاً وعملاً وسلوكاً، استطاعوا بأساليبهم الفردية المتميزة ومعاملاتهم الحسنة أن يبرهنوا على أن الدين الإسلامي منهج حياة صالح لكل زمان ومكان. إن هذه المجهودات الفردية للدعوة إلى الله كانت اللبنات الأولى في ظهور المؤسسات والهيئات المتخصصة في الدعوة إلى الله في المجتمعات الإنسانية كافة، سواء الإسلامية أو غير الإسلامية. لقد هيأ الله ظروفاً وأسباباً في هذه المرحلة ساعدت الدعاة إلى الله في إنجاح جهودهم ، من هذه الأسباب:

١- ردود الفعل العكسية لظاهرة انتشار المنظمات التبشيرية في المجتمعات الإسلامية:

بعد انتشار المستعمرات الأجنبية كخلايا سرطانية في المجتمعات الإسلامية، نشطت المؤسسات والمنظمات التبشيرية العالمية في نشر الديانة المسيحية في أغلب هذه المجتمعات.

---

(١) انظر على سبيل المثال:

- خواطر في الدعوة إلى الله، محمد لطفي الصباغ. بيروت: المكتب الإسلامي، ١٤١١هـ، ص: ١٦-٢١.
- عالمية الدعوة الإسلامية، علي عبد الحليم محمود، مرجع سابق، ص: ٦٠٥.

فأرسلت الحملات التبشيرية وأنشأت المعاهد وطبعت الكتب وعقدت المؤتمرات لتنصير العالم الإسلامي[1].إلا أنه وكما يقال "رب ضارة نافعة"، فرغم أن هذه المؤسسات والمنظمات التبشيرية سعت في نشر الديانة المسيحية في المجتمعات الإسلامية بكل طاقتها ووسائلها المادية والعسكرية، إلا أنها أحيت في قلوب بعض المسلمين الغيرة على دينهم وحضارتهم، فتطوع ثلة من أفراد المجتمعات الإسلامية للدعوة إلى الله كل حسب فكره وجهده وثقافة مجتمعه، كالإمام حسن البنا في مصر، والشيخ محمد إلياس في الهند، وأبو الأعلى المودودي في باكستان وغيرهم. ثم فكر معظم هؤلاء المتطوعين، وكردة فعل بديهية وإيجابية في إنشاء جمعيات خاصة لنشر الدعوة الإسلامية في المجتمعات الإسلامية كلها. فأنشأ حسن البنا جماعة الأخوان، وأنشأ محمد إلياس جماعة التبليغ، وأنشأ المودودي الجماعة الإسلامية[2].

٢- انتشار ظاهرة التسامح والانفتاح والتعايش السلمي بين الشعوب:

بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية، تهيأت أغلب الشعوب لنبذ الحرب وأسبابه والسعي للتقارب والتعايش السلمي بين المجتمعات البشرية كافة على أساس من التسامح والتفاهم وتبادل المصالح[3]. كما انتشر في المجتمعات الغربية مبادئ الحريات؛ كالحرية الفردية، والحرية الفكرية، والحرية العقدية، وغيرها من الحريات المتعلقة بالحقوق الإنسانية. كما نادى أغلب المفكرين بمبدأ التعاون الفكري وتبادل الخبرات بين الشعوب.

---

(١) الموسوعة الميسرة في الأديان والمذاهب والأحزاب المعاصرة، مرجع سابق، ص: ٦٧٥ - ٦٨٨.

(٢) الدعوة الإسلامية، فريضة شرعية وضرورة بشرية، صادق أمين، جمعية عمال المطابع التعاونية- عمان، ١٩٨٨م، ص: ٦٩- ١٠٣.

(٣) تسامح الغرب مع المسلمين في العصر الحاضر: دراسة نقدية في ضوء الإسلام، عبد اللطيف بن إبراهيم الحسين، دار ابن الجوزي، الأحساء، ١٤١٩هـ، ص: ٣٨.

لقد استغل الدعاة إلى الله هذه الظواهر الإيجابية والمبادئ الجديدة بين الشعوب للدعوة في تلك المجتمعات الغربية.

فبظاهرة التعايش السلمي بين الشعوب تطوع أفراد من أبناء العالم الإسلامي للدعوة إلى الله داخل المجتمعات غير الإسلامية، إما عن طريق الهجرة أو التجارة أو الدراسة أو العلاج. وخلال هذا التعايش قدم بعض أبناء الإسلام دينهم تقديما عملياً في حياتهم مع الغير يصدق بها أقوالهم عن دينهم. فاحترمهم كثير من أبناء تلك الشعوب، فاقتنع بعضهم بهذه السلوك فأصبحوا لبنات اجتماعية جديدة في تلك المجتمعات. وبمبادئ الحريات أنشأ هؤلاء المسلمون مؤسسات وهيئات خاصة تعنى بشؤونهم وتحمي حقوقهم، فظهرت وتكونت بعض الجمعيات الدعوية؛ كجمعية الطلبة المسلمة، والاتحاد العالمي للمنظمات الطلابية[1]، وبعض الجمعيات الأخرى المتعلقة بالجاليات الإسلامية، كهيئة الوقف الإسلامي بأمريكا ودار الرعاية بلندن[2]. لقد كان لهذه الجمعيات الدعوية الأثر البالغ في الحفاظ على الهوية الإسلامية لأبنائها في البلاد الكافرة، والوسيلة الناجحة لنشر الدين الإسلامي في تلك المجتمعات.

كما أن مبدأ التعاون وتبادل الخبرات بين الشعوب، ساعد أغلب المؤسسات العلمية في المجتمعات الإسلامية والمهتمة بالدعوة إلى الله، كجامعة الإمام والأزهر وأم القرى والجامعة العالمية بباكستان والجامعة الإسلامية بماليزيا وغيرهم، أن تقوم بنشاطها الدعوي بكل يسر وسهوله بين وشعوب المجتمعات غير الإسلامية. كما استطاعت الهيئات والجمعيات في بعض الدول الإسلامية؛ كهيئة الإغاثة الإسلامية العالمية والندوة العالمية للشباب الإسلامي، ومؤسسة الحرمين الخيرية، أن تقدم الدعم المادي والفكري والبشري للمؤسسات والهيئات الدعوية المحتاجة في تلك المجتمعات. ونتيجة لهذه الجهود

(١) الموسوعة الحركية، فتحي يكن، دار البشير للنشر: عمان، ١٤٠٣هـ، ص: ٢٧ - ٥٣.

(٢) الموسوعة الحركية، مرجع سابق، ص: ٦٣- ٨٨.

المباركة، من الأفراد والجماعات الدعوية، ضُمِنَ للإسلام وأهله مكانة معتبرة، وصروح ثابتة، واعتراف رسمي في أغلب المجتمعات غير الإسلامية كالدول الأوربية، والأمريكتين، وكذلك اليابان وغيرها من بلاد الشرق.

٣- ظهور وتطور وسائل الاتصالات وسهولة تبادل المعلومة بين الشعوب:

لقد اغتنم الدعاة إلى الله- كما أسلفنا في المبحث الأول- كافة المخترعات المكتشفة وطوعوها لتكون أدوات نافعة ومفيدة للدعوة الإسلامية، وكأنها وجدت وصنعت لهذه الدعوة ورسالتها المباركة. فمن الأدوات التي استخدمت لنشاط الدعوة؛ المكبرات الصوتية وآلات التسجيل وآلات التصوير، وكذلك التلفزة والنقل المباشر بالصوت والصورة حية على الهواء لكافة المجتمعات البشرية. وأصبحت الدعوة الإسلامية بهذه المخترعات أكثر تأثيراً وأسهل أداءً بأنشطتها وأنواعها كالمحاضرات والمؤتمرات والمواسم التعبدية للدين الإسلامي من حج وصيام وصلاة للتراويح تقام في بيت الله الحرام، وتنقل حية على الهواء لتصل إلى خلق ومجتمعات كان من الصعب على الدعاة الوصول إليها في القرون الماضية. كل هذه الوسائل والأدوات ساعدت في التعريف بالدين الإسلامي ونشر مبادئه وزيادة الإقبال عليه.

وكنتيجة شاملة لهذه المرحلة، يمكن القول، إن الدعوة الإسلامية في أواخر المرحلة الثالثة شهدت نشاطاً عظيماً وانتشاراً كبيراً لم تشهده من قبل في كافة مراحلها. ففي نصف قرن من الزمن وعبر النشاط الدعوي السلمي المكثف دخل في دين الله خلق لا يحصيهم إلا خالقهم، ورجع إلى دين الله- من المسلمين المخالفين لدين الله- أفرادٌ كان لهم الأثر الإيجابي في إحياء الدين من جديد بين الشعوب الإسلامية كافة. إلا أن إرادة الله نافذة، ففي مطلع هذا القرن استقبل العالم- وخاصة أمريكا وأوربا- وقائع وأحداث أثرت على مسار الدعوة الإسلامية في العالم كله، وغيرت نفوس

الشعوب المسالمة في العالم تغييراً سلبياً على الإسلام وأهله، فتوقفت المرحلة الثالثة ونشأت المرحلة الرابعة للدعوة الإسلامية.

المرحلة الرابعة: رفض الإسلام ومحاربة الداعين له:

بدأت هذه المرحلة من صباح يوم الثلاثاء الحادي عشر من سبتمبر لعام ٢٠٠١م، وحتى يومنا هذا، وذلك بعد الأحداث التي وقعت في الولايات المتحدة الأمريكية في ولايتي نيويورك وواشنطن، عندما قام أفراد- قيل إنهم من المسلمين[1]- باختطاف طائرات أمريكية مدنية وجعلوها كالصواريخ الموجهة إلى أهداف محددة. فترتب على هذا الهجوم انهيار المبنيين العملاقين لمنظمة التجارة العالمية، وهدم جانب من مبنى البنتاغون، وقتل الآلاف من البشر ذوي الجنسيات المختلفة من العالم.

بعد تلك الأحداث قدّم الغرب وأعوانه وأتباعه في العالم كله حملة ترويجية سلبية- عبر كافة وسائل الإعلام المقروءة والمنظورة والمسموعة- لإلصاق مصطلح الإرهاب والهمجية بالإسلام والمسلمين، ورفض التعايش السلمي بين الحضارات. لقد أفرزت هذه الحملات الإعلامية الدعائية السلبية في أذهان الشعوب- والتي كانت ترحب بالإسلام في مجتمعها أو تقبل أبناءه يعيشون بينهم من قبل- أن تنفر من الإسلام وأهله، وأن ترفض الدعوة إليه، وأن تجعله العدو الوحيد الذي يجب محاربته.

---

(١) رغم ما قدمه الإعلام العالمي المقروء والمنظور والمسموع بأن المدبرين والمنفذين لهذه التفجيرات أفراد من المسلمين ينتمون إلى تنظيم القاعدة، إلا أن بعض الباحثين والمفكرين يشككون في هذه النتيجة ويثبتون عكس ذلك في أبحاثهم ودراساتهم، انظر مثلا:

- من وراء أحداث سبتمبر؟، سهيلة زين العابدين حماد، دار الإعلام للنشر والتوزيع، عمان: ١٤٢٤هـ.
- الإسلام وأمريكا وأحداث سبتمبر...(إلى من يهمه الأمر)، محمود بن محمد سفر، دار النفائس للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م.

ونتيجة لهذا الواقع الأليم فإن هذه المرحلة تعد من أسوأ المراحل وأصعبها على النشاط الدعوي وعلى أفراده العاملين فيه.

إن المكاسب التي تحققت خلال المرحلة السابقة للدعوة الإسلامية والدعاة العاملين فيها قد تضاءلت في معظم بلاد العالم، وربما انعدمت في بعض كبريات دول العالم، لأن أغلب أبناء الجاليات الإسلامية في بلاد الغرب كان لهم من الحقوق ما لأهل البلد نفسه، ثم أُبدل ذلك بضغط وتهجم ورفض ومراقبة وتحقيق[1].. فحرية التنقل بين دول العالم لأغلب الدعاة والعلماء المسلمين وبعض الشخصيات الإسلامية البارزة قد قيدت بإجراءات ومعاملات مطولة تنم عن عدم الرغبة في تلك البلاد من دخول هؤلاء بلادهم. كما جمدت معظم أرصدة الجمعيات الإسلامية والحسابات البنكية لبعض رؤسائها، وقلصت نشاطات تلك الجمعيات وتضاعفت الرقابة المباشرة وغير المباشرة على الأفراد المنتسبين لتلك الجمعيات. كما زج في السجون أعداد كبيرة ممن يشتبه بهم، وإن كانوا من أصول غربية[2]. ولا يزال مئات من المسلمين والدعاة إلى الله في سجون معظم بلاد الغرب، وبعض البلاد المسلمة. لذا يعد وضع الإسلام والدعوة إليه والدعاة العاملين فيه- خلال هذه المرحلة- من أصعب المراحل وأقساها على الدعوة الإسلامية وذلك للأسباب الآتية:

١. استمرار الصراع المسلح بين الحكومات الغربية والجماعات الجهادية الإسلامية وتهديدهم بالتفجيرات في عواصمهم كما حدثت في لندن في السابع من يوليو ٢٠٠٥م.

---

(١) مراجعات فكرية، عبد الإله بن عبد الله الدريويش، (مرجع سابق)، ص: ٣٩- ٤٠..

(٢) انظر على سبيل المثال ما كتبته جريدة الشرق الأوسط في عددها ٩٧٢٧ عن اعتقال وسجن المحامي الأمريكي الأبيض واسمه براند مايفليد لأنه من المسلمين العاملين في الحقل الإسلامي، ثم إطلاق سراحه لعدم ثبوت مانسب إليه.

١- الإعلان الصريح من قادة أقوى دول العالم بأن عدوهم الحالي هو الإسلام، وأنهم سيعيدون الحروب الصليبية على الإسلام والمسلمين.

٢- التعاون الصريح والمعلن بين المجتمعات غير الإسلامية، وبعض المجتمعات المنتسبة إلى الإسلام على محاربة الإسلام والدعاة إليه.

٣- إيقاف أغلب المناشط الدعوية ذات الطابع الإسلامي الصحيح في أغلب المجتمعات الغربية وبعض الدول الإسلامية.

ومع هذا الواقع الأليم الذي يعيشه المسلمون في هذا القرن الجديد، إلا أننا نؤمن بأن ديننا باق إلى قيام الساعة، وأن المجتمع المسلم قد يضعف في بعض فتراته ولكن لا يتلاشى أو ينتهي بالكلية، وإنما يستعيد عافيته ويعود لمجده ولو بعد حين. فكل مرحلة من مراحل الدعوة الإسلامية- والتي مرت بنا في هذا البحث- بدأت بمحنة عصيبة أو نكسة كبيرة على الإسلام وأهله، وما لبث أن استعاد المسلمون عافيتهم، بعد أن هيأ الله رجالاً مجددين لهذا الدين يحملون مشعل الدعوة من جديد بكل عزم وقوة وصلابة وبأساليب ووسائل تناسب عصرهم.

من هذا المنطلق، وبعد معرفة واقع الإسلام وما آل إليه في هذا العصر، يرى الباحث أن مجهودات وأعمال الدعوة إلى الإسلام كمنظمات غير هادفة للربح بحاجة إلى بُعد جديد ورؤية جديدة لدراستها وتحليلها، ليضمن للعاملين في حقل الدعوة أولاً: التصدي وقدرة المواجهة من قبل المنافسين للعودة إلى دين الله، كالمؤسسات التبشيرية والحركات التنصيرية، وكذلك التيارات العلمانية والتغريبية في المجتمعات الإسلامية، وثانياً: زيادة الثقة في المنتمين لهذا الدين، وإقناعهم بميزته على باقي الأديان السماوية والوضعية، وشموله وصلاحه لكافة مجالات الحياة.

لذا يرى الباحث لتحقيق هذا الهدف، دراسة وتحليل هذه المراحل وفق المعيار التسويقي لدفع النشاط الدعوي والقائمين عليه إلى تحقيق الأهداف الدعوية بجهد أقل وكفاءة أعلى، مستفيداً من ماضيه المجيد ومحافظاً على ثوابته ومكتسباته الحالية.

المبحث الثالث: تحليل المراحل الدعوية وأنواعها وفق المنظور التسويقي:

بعد البسط التفصيلي للمراحل التي مرت بها الدعوة الإسلامية ونتائج كل مرحلة، يمكن وصف تلك المراحل وتحليلها وفق المنظور التسويقي الحديث لعرض واقع الدعوة إلى الله كمنظمات غير هادفة للربح، وذلك لمساعدة القائمين بالدعوة إلى الله على استنباط الوسائل والأساليب التي اعتمدت عليه كل مرحلة والمنهج الدعوي الذي استخدمه الدعاة لنشر الدين الإسلامي في تلك المراحل، ثم دراسة هذه الوسائل والأساليب لمعرفة مدى إمكانية الاستفادة منها في عصرنا الحاضر أو تطويرها لاستنباط وسائل جديدةٍ لهذا العصر تساعد المؤسسات الدعوية والقائمين بالدعوة إلى الله في إنجاح مناشطهم الدعوية.

المرحلة الأولى:

ففي المرحلة الأولى اعتمد النشاط الدعوي- وفق المفهوم التسويقي- على فلسفة التوجيه بالمنتج (Product Orientation)، ومستخدماً وسيلة المنهج التعليمي أو التعريفي (The Educational Method) لإنجاح هذا التوجه. إن فلسفة التوجيه بالمنتج تقوم على مبدأ أن المشتري يبحث عن المنتجات ذات الجودة العالية والمتمثلة في مقدار المزايا والمواصفات التي يتمتع بها المنتج مقارنة بغيره من المنتجات المنافسة[1]، أما المنهج التعريفي فإنه يقوم على شرح وتحليل مزايا المنتج ومحاسنه لتكوين علاقة ارتباط بين المستهلك المرتقب وبين المنشأة ومنتجاتها[2].

---

(١) أساسيات التسويق الحديث: مرجع سابق، ص: ٤١.

(٢) مبادئ التسويق، منى راشد الغيص، مرجع سابق، ص: ٣٨٦.

إن هذا التوجه والمنهج- من منظورنا التسويقي- هما سببان بارزان في إنجاح النشاط الدعوي في هذه المرحلة، لماذا؟ لأن رجال البيع (والمتمثلين في الأفراد القائمين بالدعوة آنذاك) قاموا بالتعريف بمحاسن ومميزات هذا المنتج (والمتمثل بموضوع الدعوة؛ وهو دين الإسلام الحنيف) عبر الوسائل المتاحة لديهم من خطابة لفظية، أو مراسلات كتابية، أو حلقات علمية دينية، أو حسن للمعاملات الأخلاقية، فتقبل المشترون (والمتمثلون في كافة الأفراد المدعوين للدين الإسلامي) هذا المنتج برضى واقتناع بعد مقارنتهم بين هذا المنتج وبين ما في أيديهم من منتجات منافسة له في السوق.

فرغم بساطة هذه الوسائل، إلا أنها حققت الهدف من القيام بها؛ وهو التعريف بالدين ومحاسنه، ثم تشجيع المتلقي للاقتناع به والدخول فيه. فكان التعريف بالدين منهجاً سلوكياً التزمه العلماء القائمين بالدعوة في حلقاتهم العلمية، والولاة في كتاباتهم، والتجار في معاملاتهم، فنتج بذلك تقبل لهذا الدين واقتناع به ودخول فيه.

إن وضع الدعوة إلى الله في هذه المرحلة من منظورنا التسويقي كوضع منشأة إنتاجية عملاقة ذات إمكانات مادية وعلمية وبشرية متميزة، قد دخلت سوقاً مفتوحاً لكافة المنشآت لعرض منتجاتها بين باقي المنشآت الإنتاجية المنافسة في السوق. ورغم تشابه تلك المنتجات في الشكل والاستخدام بين كافة المنشآت في السوق، إلا أن منتجات المنشأة العملاقة كانت الرائدة والقائدة في هذا السوق، وذلك لاقتناع العميل عبر المحادثة الصريحة والمشاهدة الواضحة والمعاملة الصادقة من رجال البيع في المنشأة العملاقة. ونتيجة لذلك أصبح معظم رواد هذا السوق من العملاء الدائمين لهذه المنشأة، كما كان الإقبال على هذه المنتجات كبيراً جداً، لأن العوائق والصعوبات التي قد تواجها منتجات هذه المنشأة كانت ضعيفة أو معدومة.

المرحلة الثانية :

إن المنهج الدعوي في هذه المرحلة وفق المنظور التسويقي يبدو مختلفاً عما كان عليه في المرحلة الأولى، وذلك لاختلاف الظروف التي واجهتها الدعوة الإسلامية في المرحلة الثانية. فبعدما كانت القوة العسكرية والهيمنة الفكرية والمكانة العلمية في أيدي المسلمين، انتقلت القوة العسكرية إلى الوثنية التترية في المشرق، ثم سُرِقت الكتب وترجمت إلى اللغات الأوربية لينتقل سلطان العلم والفكر إلى القارة الأوربية في المغرب. لذا كان الجهد الدعوي- في المرحلة الثانية - أكبر وأكثر عناء عما كان عليه في المرحلة الأولى، لأن نشاط الدعوة الإسلامية في المرحلة الثانية اعتمد على العلماء العاملين في حقل الدعوة فقط، وقليل من التجار. أما الحكام والولاة فقد انشغل بعضهم إما بالحروب الداخلية لتوطيد حكمه، أو بالحروب الدفاعية، والبعض الآخر انشغل وتفرغ لملهيات الدنيا وزخرفها.

كما أن الجهد المبذول في الدعوة إلى الله خلال المرحلة الثانية كان أصعب لأن دعاة المرحلة الأولى كانوا يدعون إلى الله في مجتمعات يسيطر فيه الإسلام وأهله، أما أغلب الدعاة في هذه المرحلة فقد كانوا يدعون إلى الله من جانب المنهزم تارة، والغريب تارة، والمهدد بالإجلاء أو القتل تارة أخرى. لذا أيقن أغلب الدعاة في هذه المرحلة بأن دعوتهم لن تنجح ما لم تتغير أساليبهم في الدعوة ومنهجهم في تحقيق هذه الغاية، لأن الظروف المكانية والزمانية والمادية تغيرت عما كانت عليه في السابق. لذا استخدم الدعاة إلى الله في هذه المرحلة- ووفق المنظور التسويقي- توجهاً جديداً ومنهجين لدعم هذا التوجه. فقد اعتمد النشاط الدعوي في مرحلته الثانية على فلسفة التوجيه بالبيع (Sales Orientation) كما استخدم بعض الدعاة إلى الله في هذه المرحلة المنهج التذكيري (Reminder Method)، والبعض الآخر من الدعاة استخدموا المنهج الدفاعي

(Defensive Method) لإنجاح نشاطهم الدعوي، وذلك كل حسب معرفته وتخصصه وميوله وظروف بيئته في مجال الدعوة.

إن فلسفة التوجيه بالبيع تقوم على افتراض أن المستهلك لن يقوم بعملية الشراء بشكل كاف ومربح إذا لم توجه المنشأة جهودها إلى شرح وتوضيح خصائص المنتج والدفاع عنه وعمّا يأمله المشتري من منافع لهذا المنتج[1]. أما المنهج التذكيري فإنه يهدف إلى زيادة المبيعات عن طريق تذكير المستهلك بالمنافع والرغبات التي اكتسبها عند شرائه لهذا المنتج[2]. بينما يستخدم المنهج الدفاعي في مواجهة النشاط المعادي من المنافسين على المنشأة أو على أحد منتجاتها لمحاولة تقليل آثارها السلبية كمنع تدهور المبيعات لديها، أو الحفاظ على الحصة السوقية للمنشأة[3].

إن وضع الدعوة إلى الله ونشاطها المتعدد في هذه المرحلة- ووفق منظورنا التسويقي- كمنشأة كبيرة أصيبت بنكسة مالية وبسمعة سلبية في سوق كبير، بسبب التغير في قوى العرض والطلب لهذا السوق، فقل الطلب على منتجاتها، كما اعتقد أغلب العملاء بحتمية تناقص المنفعة المحققة من منتجاتها أو الاقتناع بسهولة التنازل عن هذه المنافع لوجود ما يعوض العميل عنها في منتجات أخرى منافسة. فلم تستطع المنشأة- كإدارة تنظيمية- تحسين جودة وسمعة المنتج، إلا أن بعض رجال البيع الماهرين وذوي الكفاءات العالية لهذه المؤسسة بدأوا يروّجون لهذا المنتج، وذلك باستخدامه في حياتهم اليومية وإثبات قدرته في تحقيق المنافع التي يرغبها العملاء. فأثبت بعض رجال البيع لهذه المؤسسة- بالقول والعمل- أن منتجهم مازال هو الأفضل،

---

(١) التسويق الفعال: كيف تواجه تحديات القرن ٢١؟، (مرجع سابق)، ص: ٣٤- ٣٥.

(٢)Kotler, P.(1997).Marketing Management Analysis, Planning, implementation, and Control. (9th Ed). Prentics-Hall, Inc., Englewood Cliffs, N.J., Pp:620.

(٣) مبادئ التسويق، منى راشد الغيص، مرجع سابق، ص: ٣٨٦.

وأن منافعه لا يمكن تعويضها في أي منتج آخر. وبعد هذا النشاط الملحوظ والمتميز من بعض رجال البيع لهذه المؤسسة، اقتنع بعض العملاء القدماء لهذا المنتج وقلدهم آخرون من المستهلكين الجدد فعاد لهذا المنتج بعض مكانته في السوق وحافظ على مقدار الطلب لهذا المنتج.

ووفقا لواقع الدعوة- في هذه المرحلة- ومن منظور تسويقي، يمكن القول بأن الأسلوب والمنهج الدعوي الذي قام به الدعاة إلى الله (والمتمثلين في رجال البيع للنشاط التسويقي) قد تنوع باختلاف أسلوبهم ومناهجهم في مجال الدعوة، عن طريق الترويج لمحاسن الدين الإسلامي (والمتمثل في الترويج للمنتج)، وذلك إما بالتذكير بمنافع هذا المنتج أو الإقناع بمميزاته وتفنيد ما يواجهه من عيوب. فاستخدم الدعاة إلى الله في هذه المرحلة أسلوب إبراز محاسن الدين ومحاولة الإقناع به، بدل أسلوب التعريف فقط بهذا الدين. كما استخدم بعض الدعاة أسلوب إقامة الحجة على المدعوين، إما بتذكيرهم بما كان في أيديهم عندما كان الدين في قلوبهم، أو أسلوب التحذير من المخاسر الدنيوية والأخروية عند ترك بعض أركان هذا الدين. لذا كان في كل مصر من أمصار العالم الإسلامي دعاة لتنبيه الغافلين، و دعاة لتذكير الناسين، و دعاة لتعليم الجاهلين، ودعاة لإقامة الحجة على المبتدعة أو المرتدين وترغيبهم للرجوع إلى دينهم القويم، وهذا بمجمله ما تقوم عليه إستراتيجية البيع في النشاط التسويقي.

المرحلة الثالثة :

أما المرحلة الثالثة من مراحل الدعوة الإسلامية فقد كان النشاط الدعوي في أوائلها ضعيفاً؛ بسبب الظروف التي كابدها العالم الإسلامي آنذاك من مشاكل الاستعمار وما خلفه من ضعف عام للدول الإسلامية، وتفكك وتناحر بين مجتمعاتها، ومخالفات صريحة لأغلب المبادئ التي ينادي بها الإسلام من بعض المجتمعات الإسلامية. إلا أن أواسط هذه المرحلة شهد تغيراً في بعض الظروف السلبية التي واجهها العالم الإسلامي،

ثم هيأ الله للدعوة الإسلامية من العوامل الإيجابية- كظاهرة التسامح والتعايش السلمي بين الشعوب وانتشار الوسائل المتطورة في سرعة نقل المعلومة - أن أصبح أواخر هذه المرحلة من أفضل المراحل التي مرت على الدعوة الإسلامية نجاحاً وأكثرها انتشاراً في العالم. وبتحليل هذه المرحلة من منظور تسويقي يمكن القول ؛ إنّ الدعاة إلى الله في أواخر هذه المرحلة، اعتمدوا على إستراتيجية تعرف بفلسفة التوجيه بالتسويق (Marketing Orientation)، أو ما يعرف بالمفهوم الحديث للتسويق. كما استخدم أغلب الدعاة في هذه المرحلة المنهج التنافسي (Competitive Method) لإنجاح هذا التوجه. لقد استطاع رجال الدعوة إلى الله في أواخر هذه المرحلة- ووفق هذه الإستراتيجية وهذا المنهج- أن يحققوا من المكاسب الدعوية والأهداف التي يسعون إليها الكثير مما عجز عنه أسلافهم في المراحل السابقة.

إن فلسفة التوجيه بالتسويق تقوم على مبدأ أن نجاح أي منظمة يتوقف على مدى تحقيق المهمة الأساسية لها تجاه عملائها، والمتمثلة في تحديد حاجات ورغبات العملاء المستهدفة وتكييف أوضاع المنظمة لتقديم الإشباع المطلوب لهذه الحاجات والرغبات بكفاءة أكبر من منافسيها[1]. في حين يستخدم رجال التسويق المنهج التنافسي في الأسواق المفتوحة لإثارة الطلب الانتقائي لمنتج قائم في السوق، وذلك بالتركيز في الأنشطة التسويقية للمنشأة على العلامة لهذا المنتج والمزايا والمنافع والإشباعات التي يحققها المنتج للمستهلكين مقارنة بالمنتجات الأخرى المنافسة في السوق[2].

---

(١) انظر على سبيل المثال:

- Lamb, C. W.; Hair, J. F.; & McDaniel, C. (2001) Essentials of Marketing. Production House: Per- Press Company, Inc. P: 29-30.
- Boone, Louis E. & Kurtz David L. (1999) Contemporary Marketing 1999. Harcourt Brace & Company. U.S.A. P: 13.

(٢) Brassington, Frances & Pettitt, Stephen (1997) Principles of Marketing. Pitman Publishing, London.P: 605.

إن رجال الدعوة إلى الله قد اعتمدوا في نشاطهم الدعوي على هذه الإستراتيجية ؛ بسبب ما اختصت به هذه المرحلة عن غيرها من المراحل السابقة بخصائص إيجابية منها : إنشاء المؤسسات والهيئات والجمعيات الدعوية كمنظمات غير هادفة للربح في كثير من المجتمعات الإسلامية وغير الإسلامية، وكذلك الدعم الكبير من بعض الحكومات الإسلامية لتلك المؤسسات والهيئات والجمعيات الدعوية، إضافة إلى الانفتاح الكبير بين الشعوب والتعايش السلمي بينهم. أما المنهج التنافسي فقد استخدمه الدعاة إلى الله والمؤسسات الدعوية بسبب انتشار المؤسسات والهيئات التبشيرية في العالم كله بوجه عام، وفي بعض المجتمعات الإسلامية بوجه خاص، مما ولد الغيرة في قلوب رجال الدعوة الإسلامية فأنشأوا المؤسسات والجمعيات كمنظمات دعوية منافسة للمنصرين، واستخدموا المنهج التنافسي لمحاولة الدفاع والتصدي لهذه المنظمات التنصيرية.

لقد أدرك الدعاة في هذه المرحلة – وبحكم التجربة والمحاكاة مع غير المسلمين- أن المجتمعات المتحضرة في المشرق أو المغرب لا تحترم أو تتقبل أن يعيش بينها أي فرد يحمل فلسفة أو مبادئ لمنهج حياة إلا ممن يصدق قوله بعملة، وإن كانت هذه الفلسفة أو المبادئ مخالفة لما اعتادوا عليه في حياتهم. لذا اعتمد الدعاة والمؤسسات الدعوية في دعوتهم في تحقيق رغبة من يدعونهم في تلك المجتمعات، وذلك بتطبيق ما يدعون إليه في أنفسهم وأعمالهم قبل أن يدعون الناس إليه. فأصبحوا في كثير من تلك المجتمعات قدوة حسنة ومثال حي وحقيقي في مجال الأمانة والصدق عند التعامل مع الغير والبعد عن الفساد الأخلاقي، فوثق بهم خلق كثير في تلك البلاد، وتقبلوا العيش معهم بكل يسر وسهولة.

كما تفوق بعض الدعاة في المجتمعات الغربية على منافسيهم من المنظمات التبشيرية وغيرها في قدرتهم على التعاون مع المسؤولين في تلك البلاد لحل بعض مشاكل المجتمع، كزيارات السجون وتقديم المحاضرات والندوات للمنحرفين خلقياً واجتماعياً فاهتدى

عليهم خلق كثير. كما لاحظ المسؤولون في بعض المجتمعات الغربية أن هناك بعض المدن تقل نسبة الجريمة في بعض أحيائها بسبب تواجد مصلى أو مركز إسلامي في هذا الحي، مما سهل على الدعاة والجاليات الإسلامية أن يطالبوا ببعض الأنظمة في تلك المجتمعات وذلك بما يتناسب مع معيشتهم الإسلامية، فانتشرت المراكز والجمعيات الإسلامية في أغلب بقاع العالم.

في هذه المرحلة- ووفق منظورنا التسويقي- يمكن وصف واقع الدعوة إلى الله ونشاطها المتنامي كمؤسسات صغيرة أنشأها أفراد متحمسون اعتمدوا على عنصري التقليد والتطوير في أعمالهم. فهذه المؤسسات تقلد بعض منتجات الشركات والمنظمات العملاقة والتي أتتهم من خارج بيئاتهم، ثم تحاول في تكييف وتعديل وتطوير تلك المنتجات المقلدة بما يتوافق مع ميول ورغبات مجتمعهم. وخلال فترات محدودة نجحت هذه المؤسسة في إثبات وجودها واستقطاب أفراد آخرين بقدرات جديدة إما مالية أو فكرية تنافس أغلب الشركات والمنظمات العملاقة. وبسب تقارب المسافات بين المجتمعات، وظهور الأنظمة الكفيل بإمكانية التعايش بين الشعوب والتنقل بينهم بحرية، وبسبب تحول المجتمعات المتعددة إلى عالم واحد وسوق واحد، فكر أغلب تلك المؤسسات في توسيع نشاطهم وتصدير منتجاتهم إلى المجتمعات التي قلدوا كبار شركاتها ومنظماتها. ووفق معياري الجودة المتميزة للمنتجات والمنافسة الحرة بين كافة المؤسسات والمنظمات صغيرها وكبيرها، استطاعت هذه المؤسسات الصغيرة مع اختلاف منتجاتها وسائلها عرضها أن تحقق للمجتمعات الجديدة ما لم تحققه لهم شركاتها العملاقة، فاقتنع الكثير من أفراد المجتمعات الجديدة بما تقدمه تلك المؤسسات من خدمات ومعلومات فزادت هذه المؤسسات نمواً واتساعاً وتطوراً وإقبالا.

المرحلة الرابعة:

أما المرحلة الرابعة والأخيرة من مراحل الدعوة الإسلامية، فإنها تعد من أسوأ المراحل وأصعبها على النشاط الدعوي، وعلى الأفراد العاملين في المؤسسات والهيئات والمراكز الإسلامية، لماذا؟ لأن هذه المرحلة لم تبدأ بمحنة سقوط دولة الإسلام أو قتل علمائها أو فرض الهيمنة العسكرية على الخيرات والثروات فيها من قبل أعدائها، كما حدث في المراحل السابقة، وإنما بدأت بهجمة مفاجئة وضربة قاسية على أكبر المجتمعات وأقواها في هذا العصر. هذه الضربة، أو الصفعة المؤلمة، كانت على الولايات المتحدة الأمريكية وفي عقر دارها، ثم صفعة أخرى في لندن الحليف الأول لأمريكا والقلب النابض في أوربا.

هذا الأحداث بررت لكثير من المنادين (ولو إعلامياً) بالحرية والديمقراطية والسلام أن يعلنوا العداء على الإسلام وأهله بعدما كانوا مسالمين تاركين للدعاة إلى الله مطلق الحرية في مزاولة أنشطتهم الدعوية داخل تلك المجتمعات. هذه الأحداث أجازت لفئات من المجرمين في المجتمعات الغربية القتل والنهب وحتى الاستيلاء على بعض ما في أيدي المسلمين. هذه الأحداث حرضت كافة الحكومات غير الإسلامية وحتى من بعض المجتمعات والحكومات المنتمية للإسلام أن يحاربوا الدين الإسلامي ويتعاونوا على تصفية كل متدين أو منتمٍ إلى الإسلام انتماءً صحيحاً. هذا الأحداث ساعدت في إضعاف أو توقيف أو تجميد أغلب المكاسب التي تحققت خلال المرحلة السابقة للإسلام والمسلمين في أغلب المجتمعات الغربية؛ كسرعة إنشاء المراكز الإسلامية في معظم المجتمعات المسالمة، وكذلك سهولة تنقل الدعاة العاملين في حقل الدعوة الإسلامية وممارسة نشاطهم بكل حرية في هذه المجتمعات. فكيف لنا أن نواجه هذه المحنة ونسعى في التغلب عليها؟

إن هذه المحنة ليست موجهة لفئة من المجتمعات الإسلامية أو لطبقة أو لجنس أو لعُمرٍ أو لمنطقة، وإنما محنة تمس العالم الإسلامي بأسره، لأنها تمس دينهم والأفراد القائمين عليه. لذا فإن كل فرد في عالمنا الإسلامي له الحق أن يشارك في إبداء الرأي لحل هذه الأزمة وخاصة من يحمل علما أو معرفة أو خبرة يُستنبط منها وسائل أو أساليب تعين القائمين على هذا النشاط والمهتمين به في تقليل مساوئ هذه الأزمة أو تلاشيها. إن هذه الوسائل والأساليب المتجددة للدعوة إلى الله لن تكون أمراً بدعياً، لأن علماء الأمة من السلف والخلف يرون أن وسائل الدعوة إلى الله تتغير بتغير الزمان والمكان والأشخاص، وذلك كلٌ حسب معرفته والعلم الذي يحمله ويستطيع تطويعه في خدمة الدعوة الإسلامية وأهدافها السامية، وهذا ما أقر به إمام الدعوة في العصر الحديث؛ سماحة الوالد الشيخ عبد العزيز بن عبد الله بن باز رحمة الله عليه عندما قال: "أنّ وسائل الدعوة وأساليبها اجتهادية لا توقيفية، وأنّ لكل زمان ما يناسبه من وسائل الدعوة بشرط القيام بها بالطرق المشروعة وإن اختلفت الوسائل وجدت" [1].

لذا استمراراً لما قامت به هذه الدراسة من تحليل ووصف المراحل السابقة للدعوة الإسلامية من منظور تسويقي، يمكن وصف هذه المرحلة وما تواجهه الدعوة الإسلامية والدعاة العاملين فيها من هذا المنظور التسويقي والسعي في استنباط وسائل وأساليب علمية تساهم في التغلب على هذه الأزمة، وذلك من مبدأ وصف الداء لتحديد الدواء.

فعند تحليلنا لهذه المرحلة ووفق منظورنا التسويقي، يمكن وصف ما تواجهه الدعوة الإسلامية والدعاة العاملين فيها بمرحلة المقاطعة العامة، أي قيام أغلب دول المشرق والمغرب على مقاطعة كافة أنشطة وأعمال الدعوة الإسلامية ومنعها أو تقليصها في مجتمعهم على أقل تقدير. هذه الأزمة التي تواجه المؤسسات والهيئات والجمعيات

(١) منهج الشيخ عبد العزيز بن عبد الله بن باز، في الدعوة إلى الله، سليمان بن عبد الله أبا الخيل، إصدارات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، ١٤٢١هـ، ص: ٨٥.

الدعوية شبيهة في منظورنا التسويقي بالمقاطعات التجارية التي تواجهها بعض الشركات من عموم عملائها بسبب تغيير سياستها تجاههم أو الإساءة لبعض مبادئهم أو المساس بشيء من كرامتهم. فهناك المقاطعة التجارية التي واجهتها أغلب الشركات الصناعية الأمريكية في عالمنا العربي والإسلامي خلال السنوات الثلاث الأخيرة من القرن الميلادي الماضي ومطلع هذا القرن، وذلك بسبب تحيزها للكيان الصهيوني الغاصب ومعاونته في قتل وتشريد إخواننا في فلسطين. وكذلك المقاطعة الشعبية في العالم الإسلامي كله للشركات والمنتجات الدنمركية عند قبولها لعرض الكراكاتير المسيئة لرسونا وقدوتنا محمد صلى الله عليه وآله وسلم.

وإذا كانت تلك الشركات التجارية- كمنظمات تسعى للربح- تستطيع أن تتجاوز أزمة ومحنة هذه المقاطعات، لما تتمتع به من إمكانيات وكفاءات وخبرات متمرسة في المجال التسويقي، فهل نستطيع- نحن المسلمين- بهذه الاستراتيجية التسويقية أن نتجاوز هذه الأزمة التي تواجه عالمنا الإسلامي بوجه عام، ونشاط الدعوة الإسلامية فيه بوجه خاص؟

لقد أثبت العلماء والباحثون في المجال التسويقي بأن الأنشطة والإستراتيجيات التسويقية ليست حكراً على المنظمات الهادفة للربح، وإنما يمكن تطبيقها على القطاعات والمنظمات غير الهادفة للربح؛ كالجمعيات الخيرية والقطاعات الحكومية والمؤسسات العامة[1]. لذا يمكن أن نطوع تلك المعرفة التسويقية ونطبقها في الجمعيات والمؤسسات

---

(١) انظر على سبيل المثال:

- Beveridge, Bretta (1995, January 2). Marketing Needed in the Public Sector. Marketing News, 34.
- Snavely, Keith. (1991). Marketing in the Government Sector: A Public Policy Market. American Review of Public Administration, 21 (4), 311-326.
- Kotler, P. (1997). Marketing Management Analysis, Planning, implementation, and Control. (9th Ed). Prentics-Hall, Inc., Englewood

الدعوية لنستنبط - من منظورنا التسويقي- وسائل وأساليب جديدة تناسب واقع الدعوة إلى الله في هذا العصر.

ووفقاً لواقع الحال الذي يعيشه الدعاة والمؤسسات الدعوية في هذه المرحلة، ونتيجة لما تقدم؛ يرى الباحث أن هناك أساليب ووسائل تسويقية حديثة يمكن أن تساهم في حل الأزمة التي تواجهها الدعوة إلى الله في هذا العصر، أعني أزمة المقاطعة العامة للدعاة إلى الله والمؤسسات الدعوية. إن من أفضل الأساليب والسياسات التسويقية استخداماً؛ تبني أسلوب التسويقي التعاوني، والذي يعرف في مطلع هذا القرن بالتحالفات التسويقية، وكذلك تطبيق سياسة تجزئة السوق (Market Segmentation) على المجتمعات والبيئات المستهدفة للدعوة، وأخيراً استخدام أسلوب ومفهوم التسويق بالعلاقات (Relationship Marketing) وخاصة في المجتمعات التي أعلنت العداء والمحادة لهذه الدعوة وأهلها. ويمكن تطبيق تلك السياسة والأساليب في مجال الدعوة الإسلامية على النحو التالي:

أولا: استخدام أسلوب التسويق التعاوني:

يمكن أن نحدد المفهوم العام لمفهوم التسويقي التعاوني- والمعروف في هذا العصر بالتحالفات التسويقية- كما حددها علماء التسويق بأنها "محاولة قيام شركتين أو أكثر بتكوين علاقة تكاملية تبادلية في الصناعة بهدف تعظيم الاستفادة من الموارد المشتركة بين الطرفين والخبرة التسويقية في بيئة ديناميكية تنافسية لاستيعاب متغيرات تسويقية تتمثل في الفرص أو التحديات التي تواجه الشركات في بيئة العمل"[1].

Cliffs, N.J., Pp:60.

(١) اتجاهات تسويقية، حبيب الله محمد التركستاني، الجمعية السعودية للإدارة، جدة: ١٤٢٤هـ، ص: ٤٨.

إن هذا المفهوم رغم بساطة لفظه ومعناه، إلا أنه صعب التطبيق في المجال الدعوي، وخاصة في البيئات التي يكثر فيها التنافس والتناحر بين بعض الدعاة أو المؤسسات والهيئات الدعوية. فرغم تمتع بعض المجتمعات الإسلامية بدعاة يجمعهم فكر واحد ومنهج واحد للدعوة إلى الله، يوجد في باقي المجتمعات الإسلامية وأغلب المجتمعات غير الإسلامية جماعات وأحزاب ومذاهب وطرق دعوية يكثر بينها- وللأسف الشديد- الاختلافات والتضارب في نشر الإسلام، وإن كانوا جميعاً من المنتسبين لأهل السنة والجماعة. لذا يشترط الباحث لإنجاح هذا المفهوم التسويقي في مجال الدعوة الإسلامية؛ الشعور الحقيقي لكافة الدعاة والمؤسسات الدعوية على اختلاف أفكارهم وطرق دعوتهم، بأنهم في قارب كبير- هو الإسلام- يسع الجميع ويضمن وصولهم إلى بر الأمان. ولكن مع مطلع هذا القرن تعرض هذا القارب إلى أمواج كبيرة وخطيرة من المنافسين قد تغرق بعضهم إذا لم يتعاونوا، فإذا غرق بعضهم غرق كلهم. أما إذا تحالف الجميع وتعاونوا لتحقيق هدف النجاة فإنهم سينجون بإذن الله جميعاً.

لذا يمكن استخدام هذا المفهوم في حقل الدعوة إلى الله استخداماً فاعلاً ومؤثراً ونافعاً في كثير من المجالات، إذا استقر في نفوس القائمين بالدعوة حب التعاون الحقيقي بينهم وخاصة في المجتمعات غير الإسلامية التي يكثر في وسطها الجماعات والأحزاب والمذاهب الدعوية. من هذه المجالات الصور الآتية:

١- تبادل المعلومات والبيانات بين كافة المؤسسات والمراكز المسئولة عن الدعوة الإسلامية في المجتمع الواحد، كمعرفة خصائص بيئة المجتمع الذي يراد الدعوة فيه سواء الديموغرافية أو الاجتماعية أو السلوكية. وكذلك معرفة جهود وأنشطة المؤسسات والمنظمات التبشيرية وأماكن تمركزهم في هذا المجتمع. إن هذا التحالف والتعاون بين المؤسسات والمراكز المسئولة عن الدعوة الإسلامية مهم

وبناء، لأنه سيوفر لكل هيئة المعلومة الصحيحة والمجربة من الهيئة الأخرى، وسينشئ الحرص المتبادل بين الجميع على إنجاح الدعوة بينهم.

٢- المشاركة الفعلية في المؤتمرات التي تقيمها بعض المؤسسات والمراكز المسئولة عن الدعوة الإسلامية، والسعي في إنجاحها، عن طريق طرح الموضوعات ذات الاهتمام المشترك وسبل حلها، والابتعاد عن الخلافات الفرعية في هذه المؤتمرات. إن هذا النوع من التعاون سيولد الأفكار والأساليب والوسائل الجديدة لكافة الدعاة المشاركين في هذه المؤتمرات، وربما تكون هذه الأفكار أو الأساليب في قوالب مشتركة بينهم.

٣- الحضور الجماعي لكافة الأفراد المهتمين بالدعوة الإسلامية عند إقامة الحوارات واللقاءات والمناظرات بين بعض المراكز الإسلامية وبين بعض أفراد المنظمات المنافسة لهم كالعلمانيين أو الحداثيين أو القوميين أو التحرريين أو حتى النصارى المبشرين. إن هذا النوع من التعاون أو التحالف بين المؤسسات والمراكز المسئولة عن الدعوة الإسلامية سيحقق هدف تكثير سواد الإسلاميين وإبراز دورهم وتأثيرهم في كافة المجالات. وسيقلل أيضاً الانتقاد الرئيسي الذي يوجه إلى المؤسسات والمراكز المسؤولة عن الدعوة الإسلامية في كل حوار؛ لماذا الاختلافات والفرقة والتناحر بين الدعاة إلى الله في هذا المجتمع؟.

٤- التزام مسؤولي تلك المراكز الإسلامية أمام أتباعهم بالكف عن المراكز الأخرى في التجريح أو التشهير أو تتبع الأخطاء، وخاصة بين عوام الناس المسلم والكافر، أو بين الحركات والتنظيمات المنافسة للعمل الإسلامي بوجه عام. إن هذا التحالف السلمي بين الدعاة الإسلاميين سيوفر الكثير من الوقت والجهد والمال لكافة المؤسسات والمراكز المسؤولة عن الدعوة الإسلامية دون استثناء.

فهذه بعض صور وأساليب التحالف والتعاون الذي تستطيع أن تقوم به كافة المؤسسات والمراكز المسؤولة عن الدعوة الإسلامية، سواء في المجتمعات الإسلامية أو غير الإسلامية.

ثانياً: تبني سياسة تجزئة السوق:

أما سياسة تجزئة السوق فإنها تعد الطريقة العملية التي يتم فيها تقسيم السوق الكلية إلى مجموعات أو أجزاء أو قطاعات من السوق واضحة المعالم وفق تنوع العملاء المرتقبين المتشابهين في الحاجات والرغبات، وذلك لوضع خطط تسويقية بما يتلائم مع المجموعات أو الأجزاء التي سيتم اختيارها[1].

فإذا كان رجال التسويق يتبعون سياسة تجزئة السوق عندما يصعب على منشآتهم أن تلبي رغبات وتطلعات جميع العملاء في هذا السوق الذين يعملون به، فتراهم يقومون بتجزئة هذا السوق تجزئة ضمنية وفق إمكاناتهم المادية والبشرية، ثم يركزون على أفضل هذه الأجزاء لتحقيق أهدافهم. ونظراً لعدم تمكن رجال الدعوة والمؤسسات الدعوية ذات الإمكانات المحدودة في تحقيق هدف الدعوة الأسمى والمتمثل في بث روح التدين في كل قلب مسلم، ونشر الدين الإسلامي في كل بقاع الدنيا، إضافة إلى التحديات المتنامية والمتسارعة التي تعيشها المؤسسات الدعوية الإسلامية بعد أحداث سبتمبر، يتعين على رجال الدعوة تبني سياسة التجزئة واستخدامها في نشاطهم الدعوي لحاجتهم إليها في هذا العصر.

---

(١) انظر على سبيل المثال:

١. إدارة التسويق، محمود صادق بازرعة، دار النهضة العربية، القاهرة، ط:٢: ١٩٩٥م، ص: ٧٨.

٢. التسويق النظرية والتطبيق، شريف أحمد شريف العاصي، (٢٠٠٣م)،. مرجع سابق، ص: ١٠١.

٣. التسويق الفعال: كيف تواجه تحديات القرن ٢١؟، مرجع سابق، ص: ٢٦٣.

ويمكن تقسيم وتجزئة البيئة المستهدفة للدعوة الإسلامية (كسوق عام للدعوة) إلى قسمين أساسيين: بيئة مسلمة، وبيئة غير مسلمة. ويمكن تجزئة كل قسم إلى أجزاء رئيسية يحوي كل جزء منها مجموعة من الأجزاء الثانوية المتشابهة والمتداخلة بين الأجزاء الرئيسية. فالمجتمعات الإسلامية يمكن تقسيمها إلى ثلاثة أجزاء هي: مجموعة متدينة، ومجموعة محبة للدين لكنها غير متدينة، ومجموعة غير محبة للدين وغير متدينة، ثم وسط هذه الأجزاء الثلاثة مجموعات فرعية متكررة وشاملة لكل جزء، كفئة المثقفين، أو فئة الجهلة غير المتعلمين، أو فئة المبتدعة، أو فئة اللاهين غير المبالين. إذن لدينا في المجتمعات الإسلامية أكثر من عشرة أجزاء، يمكن لكل مؤسسة إسلامية تهتم بالدعوة أن تختار أفضلها بما يتوافق مع سياستها الدعوية وإمكانياتها المادية وكذلك ظروفها الحالية.

كما يوجد في المجتمعات غير الإسلامية ثلاثة أجزاء رئيسية أيضاً وهي: مجتمعات معادية للإسلام، ومجتمعات كارهة للمسلمين، ومجتمعات مسالمة، ثم وسط هذه الأجزاء الثلاثة مجموعات فرعية متكررة وشاملة لكل جزء. فهناك مجموعات جاهلة غير مثقفة داخل كل مجتمع، وأخرى لاهية غير مبالية، وثالثة مثقفة ومتعلمة بنسب متفاوتة من مجتمع إلى آخر. كما يوجد فئات ترغب في الحوار، وأخرى لا تمانع بالمشاركة فيه إن وجد، وثالثة ترفض الحوار جملةً وتفصيلاً. لذا لدينا في المجتمعات غير الإسلامية أكثر من خمسة عشر جزءاً، يمكن للمراكز والجمعيات الدعوية التركيز على أفضل هذه الأجزاء واغتنامها لتحقيق أهداف الدعوة فيها، وذلك وفق إمكاناتها المادية والبشرية والفكرية وكذلك ظروفها الحالية.

ثالثاً: استخدام أسلوب ومفهوم التسويق بالعلاقات:

بعد تحقيق التعاون الفعلي بين الأفراد والمنظمات والجمعيات الإسلامية في أعمال وأنشطة الدعوة إلى الله، وبعد اختيار أفضل وأنسب الأجزاء في بيئة الدعوة المستهدفة بما تتوافق مع إمكانيات وظروف تلك الأفراد والجماعات، يبقى المحافظة على من أسلم أو

اهتدى بعد المعصية هو الهدف الأخير للتغلب على ظروف ومحنة هذه المرحلة التي تمر بها الدعوة الإسلامية. ووفق منظورنا التسويقي، فإن المحافظة على من بقي مسلماً بعد الكفر أو مطيعاً لله بعد المعصية في المجتمعات المناهضة للإسلام وأهله، وخاصة بعد ١١ سبتمبر، يعتبرهم رجال التسويق كالعملاء الدائمين يجب المحافظة عليهم. لذا يستخدم أغلب رجال التسويق لتحقيق هدف المحافظة على العملاء أسلوب ومفهوم التسويق بالعلاقات.

هناك تعاريف كثيرة لمفهوم التسويق بالعلاقات، إلا أننا يمكن أن نجمل مفهوم التسويق بالعلاقات بأنه؛ توجه إستراتيجي للمنظمات تعتمد على مجموعة من الأنشطة والخطوات المستمرة، التي تسعى إلى الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وتطوير العلاقة معهم، وصولا إلى ما يعرف بعميل مدى الحياة[١].

ونظراً لأن مفهوم التسويق بالعلاقات يعتبره الباحثون التسويقيون أحد أهم المداخل الحديثة في ممارسة النشاط التسويقي وخاصة في مجال تسويق الخدمات[٢]، فإنه قد يحقق

---

(١) انظر على سبيل المثال:

١. التسويق بالعلاقات، إلهام فخري أحمد حسن، مجلد الملتقى العربي الثاني التسويق في الوطن العربي: الفرص والتحديات، (الدوحة، قطر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية)، ٢٠٠٣م، ص: ٣٩٥.

٢. جودة خدمة العميل، وليم مارتن، (١٩٩٦)، دار آفاق الإبداع العالمية للنشر والإعلام، ط١، ترجمة حسن خالد مرزوق، ص: ٢١.

3. Fournier, Susan, Susan Dobscha & David Glen Mick, (1998). "*Preventing The Premature Death of Relationship Marketing*", Harvard Business Review, 76 January / February: 42-54.

4. Linda, L. Price & Eric J. Amould (1999), "*Commercial Friendships: Service Provider- Client Relationships in Context*", Journal of Marketing, Vol. 63, Octobe, p: 40.

(٢) انظر أيضا:

- دور التسويق بالعلاقات في القطاعات البنكية وعوائق تطبيقها: دراسة ميدانية على البنوك التجارية في

نجاحاً كبيراً في مجال الدعوة إلى الله لأن مجمل نشاط الدعوة عبارة عن خدمات ومعلومات تقدم للجاهل ليتعلم والناسي ليتذكر والعاصي ليتوب والكافر ليدخل في الإسلام.

كما يرى بعض الباحثين في المجال التسويقي أن هناك درجات متفاوتة من حيث المستويات المرحلية لممارسة وتطبيق التسويق بالعلاقات، كالعلاقات الهيكلية (Structural relation) والعلاقات الاجتماعية (Social relation)[1]. فالعلاقات الهيكلية تعتمد في المستوى على المشاركة والتكامل مع العميل الذي يرتبط مع المنظمة بعلاقات طويلة الأجل، بينما يعتبر الهدف الرئيسي للمستوى الاجتماعي من مفهوم تسويق العلاقات هو بناء العلاقة الاجتماعية مع العملاء وبشكل شخصي وليس اعتبارهم مجرد وجوه بدون أسماء، وإنما هم أصدقاء معروفون بالنسبة لإدارة المنظمة والعاملين فيها.

ويمكن أن نطبق هاتين العلاقتين في مجال الدعوة إلى الله في المجتمعات غير الإسلامية للمحافظة على المسلمين الجدد. فوفقاً للعلاقات الهيكلية، يمكن أي يقوم أفراد الدعوة أو الجمعيات الإسلامية بالإجراءات الأتي:

المملكة العربية السعودية. صالح بن عبد الله الملحم، ٢٠٠٧م (بحث محكم قبل للنشر في دورية الإداري بسلطنة عمان).

- مدى تطبيق مفهوم تسويق العلاقات في شركات خدمات الهاتف المحمول، عمرو أبو اليمين عبد الغني، المجلة المصرية للدراسات التجارية، جامعة المنصورة، المجلد: ٢٦، عدد: ٢، ٢٠٠٢م، ص: ٤٧١.

(١) Chiu, Hung-Chang; Yi-Ching Hsieh; Yu-Chuan Li & Monie Lee. (2005), Relationship Marketing and Consumer Switching Behavior, Journal of Business Research, 85 (2005) 1681-1689.

١. ربط المسلم الجديد بالجمعية أو المركز ربط انتماء، وليس علاقة زائر أو متفرج، وذلك بالإكثار من الزيارات غير المخلة أو المملة، ومحاولة التعايش معه بمشاركته في أفراحه وأحزانه وكذلك الدعم المادي والمعنوي إذا احتاج إلى ذلك.

٢. إحساسهم بمسؤولية انتمائهم لهذا الدين العظيم وتشجيعهم في الاشتراك مع الجمعية في تحقيق أهدافه النبيلة، وذلك بتشجيعهم في دعوة كافة المسلمين من أبناء المجتمع لحضور المحاضرات والندوات والمؤتمرات التي تقيمها المراكز والجمعيات بين فترة وأخرى، ثم تكريمهم في حفلات مستقلة كل عام أو كل موسم.

٣. توفير قاعدة بيانات لهم توضح طبيعة أعمالهم ومستوى ثقافاتهم وميولهم الترفيهية وعناوين مساكنهم، وذلك ضمان لاستمرار العلاقة مع المركز. فإذا تغير السكن أو العمل وانتقل إلى مدينة أخرى، أرسلوا للمركز أو الجمعية الإسلامية في المدينة الجديدة كافة البيانات عن هذا الشخص وظروفه وكيفية إفادته واستمرار التواصل معه.

أما العلاقة الاجتماعية فهي أكثر تأثيراً وتثبيتاً للمسلم الجديد من العلاقة الهيكلية- وخاصة في مجال الدعوة إلى الله- لأنها تمس الشخص ومجتمعه في نفس الوقت، فيحس بالانتماء للمجتمع وهذا الدين في آن واحد، ويمكن أن تطبقه عبر الوسائل التالية:

١. تفاعل المراكز والجمعيات الإسلامية مع كافة أحداث المجتمع الذي وجد فيه هذا المركز أو هذه الجمعية. كالتهنئة عند فوز فريق هذا المجتمع في بطولة لمنافسة رياضية أو ثقافية أو علمية، أو وصوله إلى مراتب متقدمة في هذه

البطولة. كما أن مشاركة أحد المسلمين المنتمين لهذا المركز أو الجمعية في هذا الفريق يعد أداة فاعلة سيزيد من حقيقة الانتماء لهذا لمجتمع.

٢. تشجيع بعض أفراد هذا المجتمع من ذوي المهارات الخاصة- وإن كان من غير المسلمين- بإلقاء المحاضرات والندوات وإقامة الدورات في المركز أو الجمعية ودعوة معظم أفراد المجتمع فيها مسلمهم وكافرهم. فإن كان هذا البلد يعاني من بعض الكوارث كالفيضانات أو الأعاصير أو البراكين أو الزلازل، فيمكن أن تنشأ هذه الدورات في كيفية الوقاية من هذه الكوارث أو دورات في كيفية مشاركة المجتمع في الإنقاذ والمساعدة عند حدوث هذه الكارثة. كما أن استخدام الوسائل الترويجية كالإعلان لهذه الدورات عبر وسائل الإعلام لديهم يجسد حقيقة إحياء مبدأ التعايش بين الثقافات في المجتمع الواحد.

٣. مشاركة المركز أو الجمعية في الحملات التوجيهية، والتي تقيمها كل دولة لمجتمعها، كحملة الإقلاع عن التدخين، أو الحملات المرورية، أو الصحية أو التعليم. ومن الأفضل أن تكون المشاركة في هذه الحملات مادياً وبشرياً وإعلامياً.

٤. كما أن قيام بعض الدعاة أو الباحثين أو المفكرين في المراكز والجمعيات الإسلامية بإبراز الحلول لبعض المشاكل والأزمات التي يعاني منها العالم اليوم، وصياغة طرق علاجها في قالب إسلامي عصري يوافق متطلبات العصر الحالي، يعد وسيلة ناجحة في تطبيق مبدأ التسويق بالمسؤولية الاجتماعية. فمثلاً: لو قدم بعض علماء المسلمين أو الدعاة إلى الله، في هذه المراكز أو الجمعيات، مشكلة مرض الأيدز وأسبابه وطرق علاجه وأساليب استئصاله من المجتمع البشري وفق منهج علمي في قالب إسلامي حديث،

وذلك باسم هذا البلد الذي يوجد به هذا المركز أو الجمعية، لتجسد في أذهان المسؤولين لهذا البلد حقيقة الانتماء الاجتماعي لهذا المركز أو الجمعية، ولسهل على المتلقي من غير المسلمين أن ينتمي لهذا الدين ومنهجه القويم دون حرج أو نفور.

* * *

الخاتمة:

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات وبعد، ففي ختام هذا البحث لواقع الدعوة الإسلامية ومراحلها المتعددة والمتنوعة وتحليلها من منظور تسويقي هدفه النهوض بها من جديد بعد كبوة أحداث سبتمبر، يمكن لنا أن نجمل النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، ونقدم بعض التوصيات التي يرى الباحث أهميتها لكل من أراد المشاركة في الدعوة إلى الله.

أولاً: النتائج:

ويمكن إجمالها في النقاط الآتية:

١- إن الأحداث الدامية التي وقعت في أمريكا في الحادي عشر من سبتمبر لعام ٢٠٠١م كان لها الأثر السلبي والكبير على المسلمين عامة، وعلى الدعوة الإسلامية والعاملين فيها خاصة، سواء في بلاد الغرب أو العالم كله، وذلك لما كانت تتمتع به من مساحة كبيرة وحرية واسعة في أداء رسالتها بين شعوب العالم كله، ثم فقدت معظم هذه المكتسبات.

٢- أثبتت مراحل الدعوة وتقلباتها عبر خمسة عشر قرناً أن الدعوة الإسلامية تنمو وتنتشر بين البشر كافة في الفترات السلمية أكثر وأكبر وأعظم من نموها وانتشارها في فترات الحروب، وإن كان الإسلام والمسلمون في فترتها هم الأقوياء والمهيمنون على الشعوب والمجتمعات في العالم كله.

٣- أثبتت الدراسة أن المدعوين في هذا العصر يختلفون عن حال من سبقهم، ثقافياً وحضارياً، لما يتمتعون به من تقنيات مادية ووسائل وتعليمية وتثقيفية لم تكن لدى أسلافهم. لذا فإن المدعوين في هذا العصر يحتاجون إلى وسائل وأساليب ومناهج دعوية تناسب عصرهم وثقافاتهم.

٤- تبين من البحث أن النشاط التسويقي بوسائله وإستراتيجياته ومناشطه المتنوعة والمتطورة يمكن تطبيقها على المؤسسات والمنظمات العامة والخيرية غير الهادفة للربح ؛ كالمراكز والهيئات والجمعيات الإسلامية الدعوية، لأنه ليس حكراً على الشركات والمؤسسات أو المنشآت والمنظمات الهادفة للربح.

٥- تبين من البحث أهمية التعاون الحقيقي بين الأفراد والمراكز والهيئات الإسلامية العاملة في المجتمعات الغربية، وأن عدم إثارة الخلافات الفرعية أمام المسلمين الجدد أو عموم أفراد المجتمع سيرسخ قاعدة الدين الواحد وصلاحه لكل زمان ومكان، وسيزيد من ترابط المسلمين وثباتهم ونموهم في تلك المجتمعات.

٦- أوضحت الدراسة أن تجزئة البيئة المستهدفة للدعوة، واختيار أنسبها بما يتوافق مع الإمكانات والظروف للقائمين بالدعوة، يمكن أن يزيد من نسب النجاح في تحقيق أهداف الدعوة. كما أن انخراط الدعاة ومسؤولي المراكز- وفق ضوابط الشرع- بين أفراد المجتمع الغربي والتعايش معهم في أفراحهم ومناسباتهم سيزيد من تحقيق الانتماء الحقيقي لهذا المجتمع في أذهان أبنائه.

٧- وأخيراً: أثبتت الدراسة قدرة الإسلام على التجديد في وسائله للدعوة إلى الله دون الإخلال بمبادئه وأركانه وثوابته، لأن من مميزات ديننا الحنيف أنه صالح لكل زمان ومكان. فكلما تغيرت البيئة الاجتماعية أو الثقافة أو الحضارية في مجتمع ما أو زمن ما، هيأ الله لهذا الدين دعاة ينيرون الطريق للناس ويكيفون الحياة لمجتمعهم وفق نظام الشرع الحنيف ومنهجه القويم. لذا ندعو الله أن نكون ممن اختارهم الله دعاة لدينه في هذا العصر، وهيأهم للدعوة إليه، إنه سميع مجيب.

ثانيا: التوصيات:

في ضوء ما تقدم من توصيف لواقع الدعوة إلى الله وما توصلنا إليه من نتائج يمكن إجمال التوصيات في النقاط الآتية:

أولاً: يجب ألا يقتصر حماس الأفراد العاملين في حقل الدعوة إلى الله على العاطفة الجياشة لخدمة الدين أو على أداء الواجب الوظيفي باعتبارهم موظفين رسميين يجنون ويستلمون راتباً ثابتاً أو مكافأة مقتطعة من عملهم الرسمي في حقل الدعوة، وإنما يغرس بين الأفراد العاملين في حقل الدعوة إلى الله حماس ودافع الاعتقاد والإيمان بأهمية الدعوة ووجوبها على كل فرد مسلم سواء كان متطوعاً أو موظفاً رسمياً. فالعمل التطوعي القائم على العاطفة الجياشة لخدمة الدين قد تتلاشى لدى صاحبها عند مواجهة أقل محنة تتعرض لها الدعوة أو الدعاة، كما أن العمل التطوعي قد يتناقص أو ينتهي لو تراكمت على هذا المتطوع أعماله الخاصة وانشغل بها. كذلك العمل الرسمي القائم على أداء الوظيفة دون دافع الاعتقاد والإيمان بأهمية الدعوة ووجوبها لا يثير الحماس وزيادة الأداء ولا يغرس حب التضحية وزيادة الجهد في العمل للدعوة إلى الله. لذا يرى الباحث أن أفضل الوسائل التي توجد الحماس وتزرع في قلوب العاملين الاعتقاد والإيمان بأهمية الدعوة ووجوبها عليهم يمكن أن يتحقق بالدورات التدريبية الخاصة والمكثفة للعاملين الرسميين والمتطوعين في حقل الدعوة إلى الله. ومن هذه الدورات:[1]

(١) يمكن تطبيق هذه الدورات التدريبية للعاملين الرسميين في حقل الدعوة أو المتطوعين وفق هدف كل دورة، فهناك الدورات الميدانية لاكتساب مهارة فن التعامل مع الغير، أو التدريب العملي لاكتساب مهارة تعلم الندوات والمؤتمرات والاجتماعات الدورية أو الطارئة. أو التدريب التعليمي لاكتساب وتعلم اللغات الأجنبية.

١. دورة القدوة: وهو تعليم الداعي أدوات القدوة الحسنة، وذلك في كلامه ومظهره وطعامه ونومه، مقتدين في ذلك كله بالنبي صلى الله عليه وسلم في أقواله وأفعاله.

٢. دورة المهارة في فن التعامل مع الغير لذوي الطبائع المختلفة والثقافات المختلفة والأجناس المختلفة والأعمار المختلفة.

٣. دورة في اكتساب الصبر سواء في القيام بالطاعة وتحمل الأذى من الغير، أو تجنب المعصية كغض البصر في المجتمعات المتبرجة، وتحمل البعد عن هذه الشهوات.

٤. دورة أساليب التنظيم للندوات أو المؤتمرات أو المحاضرات أو حتى الاجتماعات الدورية أو الطارئة.

٥. دورات اللغة الإنجليزية- أو أي لغة أجنبية- وذلك لتأهيل الدعاة الذين لديهم العلم الشرعي ويفتقدون القدرة الكافية لعرضه بأسلوب يناسب المدعوين.

ثانياً: على الدعاة العاملين في المجتمعات غير الإسلامية سواء كانوا أفراداً متطوعين أو أفرادا منتمين لمراكز أو جمعيات إسلامية عليهم أن يراعوا الأمور الآتية:

١- احترام الثقافات الأخرى- في حدود سعة الشرع الحنيف- وذلك لكسب من يراد دعوتهم من جهة وتجنبًا للصدام الفكري معهم من جهة أخرى. فالاستماع إلى آراء المخالفين بسعة صدر وحسن تقبل، يشجع الملقي أن يقول كل ما لديه فيزودنا بالمعلومات التي قد لا نحصل عليها مطلقاً، ويكون وسيلة لأن يستمع إلى كل ما نريد قوله وتوضيحه فتكون دعوة انفرادية خاصة مؤثرة بإذن الله تعالى. ولنا بذلك قدوة من الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم، عندما جاءه عتبة بن ربيعة وأخذ يقص على الرسول صلى الله عليه وسلم تاريخ آبائه وأجداده،

ورسولنا صلى الله عليه وسلم يستمع إليه بإنصات إلى أن انتهى، ثم قال له النبي صلى الله عليه وسلم: «أفرغتَ يا أبا الوليد»، أي أنه احترم ثقافته، واستمع إليه رغم الاختلاف الجوهري بينهما. فهذا الإنصات من النبي صلى الله عليه وسلم أجبر به أبا الوليد أن ينصت للنبي أيضاً عندما قرأ عليه القرآن من أوائل سورة فصلت.

٢- إن عزوف الدعاة عن العمل في وسائل الإعلام لأغلب الجماعات الإسلامية- خلال العقود الماضية- عطّل دور هذه الوسائل كأدوات فاعلة للدعوة إلى الله، وأدى إلى خلو الساحة لغيرهم في نشر وبث أفكارهم. لذا ففي هذا العصر، ومع هذه المحنة التي تواجهها الدعوة الإسلامية، يرى الباحث ضرورة إعداد الدعاة إعداداً تخصصياً في مجالات الإعلام المختلفة، من صحافة وإذاعة وتلفاز وفضائيات، ليتمكنوا من عرض البديل الإسلامي الممتع والهادف في وقت واحد، فيغيروا التيارات المنحرفة عن عادات المسلمين بحسن المعاملة وتوجه الكلمة وعدم المهاجمة.

٣- لكل داعية تشرف بمهنة الدعوة إلى الله أن يبادر بإشاعة روح التعاون الحقيقي بين كافة الأفراد القائمين بأنشطة الدعوة، وذلك بالأعمال والأفعال لا بالأقوال ورفع الشعارات الجوفاء، حتى يضمن إخلاص العمل لله والتأييد منه سبحانه. فالمبادرة الفردية بالتعاون الفعلي من كل داعية لإخوانه الدعاة تجبر الآخرين ولو بالمجاملة أو التقليد في إقامة التعاون الجماعي الحقيقي بين كافة الجماعات في حقل الدعوة.

٤- إذا كان الهدف العام للدعوة إلى الله، كما قرره أغلب علماء الأمة هو "إخراج الناس كافة من الظلمات إلى النور وإرشادهم إلى الحق، حتى يأخذوا به

وينجوا من النار، وينجوا من غضب الله"[1]. وإذا كان أغلب المؤسسات والهيئات الإسلامية يصعب عليها بإمكاناتها المحدودة أن تحقق هذا الهدف العظيم، فإن الباحث يرى ضرورة تجزئته، ثم على كل جماعة أو فرد في هذه الجماعة اختيار جزءٍ يتناسب مع إمكاناته المادية والعلمية والجسدية. فهناك ثلاثة أجزاء في هذا الهدف العام هي: إخراج الكافر من ظلمة الكفر إلى نور الهداية، أو إخراج الجاهل من ظلمة الجهل إلى نور العلم، أو إخراج العاصي من ظلمة المعصية إلى نور الطاعة.

٥- كما يوصي الباحث إخوانه الدعاة إلى الله بالتخصص في دعوتهم، لأن مجالات الدعوة إلى الله واسعة ومتعددة ويدخل في مظلته كافة علوم وفنون الشريعة. فكما أوصينا بتجزئة بيئة الدعوة واختيار أنسبها بما يتوافق مع إمكانيات وظروف الداعين، فإننا نوصي بتجزئة أنشطة الدعوة على مستوى الأفراد واختيار ما يناسبه، فليس ضروريا أن يكون الداعي فقيهاً ومحدثاً ومفكراً وواعظاً في آن وواحد، وإنما اختيار ما يناسبه من هذه الفنون ويسعى في معرفة كافة متطلبات هذا الفن ليضمن الإتقان والإبداع عند قيامه بالدعوة.

٦- الاستفادة من كل آلة أو تقنية جديدة مبتكرة يمكن أن تغتنم ويستفاد منها في الدعوة إلى الله، كاستخدام الحاسب الآلي وبرامج شبكة الإنترنت وما به من وسائل دعوية جديدة، وذلك بمحاولة سرعة تعلم هذا المخترع والإبداع فيه والسعي على تطويره بما يناسب أعمال الدعوة ونشاطاتها المتنوعة والمتجددة.

٧- وأخيراً: للحفاظ على إسلام من بقي من المسلمين- سواء الجدد أو المهاجرون- في المجتمعات غير الإسلامية، يرى الباحث ضرورة التركيز في النشاط الخارجي للجمعيات الإسلامية على أبناء وشباب الجاليات الإسلامية عبر الوسائل الترفيهية المباحة ضمن نشاطها الدعوي؛ كالرياضة والرحلات والمخيمات الكشفية

(١) منهج الشيخ عبد العزيز بن عبد الله بن باز في الدعوة إلى الله، مرجع سابق، ص: ٨٩.

والعائلية، لاستقطاب شباب الجاليات الإسلامية المنتشرة في العالم قبل ضياعهم، وتشجيع غيرهم على الانضمام معهم.

هذه بعض التوصيات المرتبطة بنتائج البحث والمتعلقة بأهدافه. أسأل الله أن تكون نافعة لرجال الدعوة الإسلامية، وأن تكون مفيدة للباحثين في مجال الدعوة بوجه خاص. هذا وصلى الله وسلم على نبينا وقدوتنا، إمام الدعوة محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه ومن سار على نهجه إلى يوم الدين.

* * *

فهرس المراجع :

أولاً : المراجع العربية :

١- **اتجاهات الكتابة والتصنيف في السيرة النبوية ودراستها الدعوية**، إبراهيم بن صالح الحميدان، مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (الرياض: جامعة الإمام) العدد ٤٠، (شوال) ١٤٢٣هـ.

٢- **اتجاهات تسويقية**، حبيب الله محمد التركستاني، الجمعية السعودية للإدارة، جدة، الطبعة الأولى: ١٤٢٤هـ.

٣- **أثر الصراع الإيراني التركي على الاستقرار في الجمهوريات الإسلامية**، جميل محمود مرداد، ندوة مستقبل العلاقات العربية مع الجمهوريات الإسلامية في آسيا الوسطى، معهد الدراسات الدبلوماسية، الرياض: ذو القعدة ١٤١٦ هـ.

٤- **إدارة التسويق**، محمود صادق بازرعة، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الثانية: ١٩٩٩م.

٥- **إذا هبت ريح الإيمان**، أبو الحسن علي الحسن الندوي، مؤسسة الرسالة، دار القلم: بيروت: ١٩٨٣م.

٦- **أساسيات التسويق الحديث: مدخل تطبيقي**. عادل عبد الله الوقيان، الكويت: مطابع النظائر: ٢٠٠٢م.

٧- **الإسلام وأمريكا وأحداث سبتمبر...(إلى من يهمه الأمر)**، محمود بن محمد سفر، دار النفائس للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م.

٨- **أصول الدعوة**، عبد الكريم زيدان، مكتبة المنار الإسلامية، الطبعة الثالثة: ١٣٩٦هـ.

٩- **أضواء على طريق الدعوة إلى الإسلام**، محمد أمان بن علي الجامي، الرئاسة العامة لإدارة البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد، الرياض: المملكة العربية السعودية، ١٤٠٤هـ.

١٠- **إطار مقترح للمراجعة التسويقية لمفهوم الالتزام الضريبي بمصلحة الضرائب على المبيعات**، أسامة أحمد عبد القادر، رسالة دكتوراه، كلية التجارة: جامعة عين شمس، جمهورية مصر العربية. ٢٠٠٦م.

١١- **الإفادة من شبكة الإنترنت في الدعوة إلى الله**، مساعد بن إبراهيم الحديثي، (١٤١٨هـ)، مجلة دراسات إسلامية، العدد (٢)، السنة الأولى، الرياض: وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، مركز البحوث والدراسات الإسلامية.

١٢- **الإفادة من الوسائل الحديثة في الدعوة**، علي بن إبراهيم الحمد النملة، أبحاث ندوة الدعوة في عهد الملك عبد العزيز رحمه الله. المنعقدة في الفترة من ٢١ – ٢٤ / ٢ / ١٤٢٠هـ، الرياض: وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد.

١٣- **أفضل الإجابات لأصعب أسئلة التسويق**، بول سمث، ترجمة عبد الكريم العقيل، مكتبة جرير: الرياض، الطبعة الأولى: ٢٠٠١م.

١٤- **الأمة الإسلامية وقضاياها المعاصرة**، عبد الوهاب بن أحمد عبد الواسع، دار الطاير للنشر والتوزيع، الرياض، الطبعة الأولى: ١٤١٤هـ.

١٥- **الإنترنت تقنياتٌ و خدمات**، عبد القادر بن عبد الله الفنتوخ، كُتيب المجلة العربية، العدد (١٠)، شوال / فبراير، الرياض: المجلة العربية، (١٤١٨هـ / ١٩٩٨م).

١٦- **الإنترنت من وجهة نظر إسلامية**، محمد توفيق رمضان البوطي مجلة المجمع الفقهي الإسلامي، العدد (١٠)، السنة (٨)، مكة المكرمة، المجمع الفقهي الإسلامي، (١٤١٧هـ / ١٩٩٦م).

١٧- **الانفتاح العالمي وأثره في الدعوة: دراسة تحليلية للاتجاهات الحديثة للرسائل الجامعية في الدعوة في جامعة الإمام وجامعة أم القرى والجامعة الإسلامية**، عبد الله ابن إبراهيم اللحيدان، المؤتمر العالمي التاسع للندوة العالمية للشباب الإسلامي (الشباب و الانفتاح العالمي) الرياض: ٢٣- ١٤٢٣/٨/٢٦هـ.

١٨- **أوربا ومصير الشرق العربي**، حرب الاستعمار على محمد علي والنهضة العربية، جوزيف حجار، ترجمة بطرس الحلاق ود. ماجد نعمة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ١٩٧٦م.

١٩- **الإيواء والنصرة وأثرها على الدعوة إلى الله**، حمد بن ناصر العمار، مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) العدد ٣٩، (شهر رجب) ١٤٢٣هـ.

٢٠- **البريد الإلكتروني وآفاق المُستقبل**، ممدوح إبراهيم الطنطاوي، مجلة الخفجي، العدد الأول، السنة (٣٤). المملكة العربية السعودية : الخفجي(١٤٢٤هـ / ٢٠٠٤م).

٢١- **بعض سمات الدعوة المطلوبة في هذا العصر**، أبو الحسن علي الحسن الندوي، بحث من كتاب الدعوة الإسلامية :الوسائل والخطط والمداخل، الندوة العالمية للشباب الإسلامي ، الرياض ١٤٠٥هـ.

٢٢- **تاريخ الأستاذ الإمام محمد عبده**، محمد رشيد رضا، مطبعة الإمام بالقاهرة: ١٣٥٠هـ.

٢٣- **تاريخ الحروب الصليبية**، وليم الصوري، ترجمه د. سهيل زكار، ج١، دار الفكر بيروت: ١٩٩٠م.

٢٤- **تاريخ العرب السياسي من فجر الإسلام وحتى سقوط بغداد**، إبراهيم بيضون وسهيل زكار، دار الفكر، بيروت، الطبعة الأولى: ١٩٧٤م.

٢٥- **تاريخ المذاهب الإسلامية في السياسة والعقائد وتاريخ المذاهب الفقهية**، للإمام محمد أبو زهرة، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة: (بدون تاريخ).

٢٦- **تجديد الدعوة**، عبد الحميد أبو سليمان، المؤتمر العالمي الخامس للندوة العالمية للشباب الإسلامي (الدعوة الإسلامية: الوساءل- الخطط- الأهداف) نيروبي: كينيا: ٢٦ جمادى الثاني – رجب١٤٠٢هـ الموافق ٢٠- ٢٤ أبريل: ١٩٨٢م.

٢٧- **تسامح الغرب مع المسلمين في العصر الحاضر: دراسة نقدية في ضوء الإسلام**، عبد اللطيف إبراهيم الحسين، دار ابن الجوزي، الأحساء ، ١٤١٩هـ.

٢٨- **تسويق التعليم العالي**، عبد العزيز مصطفى أبو نبعة، الإداري، معهد الإدارة العامة: مسقط، السنة الثامنة، العدد ٢٤- ٢٥، رجب ١٤٠٦هـ.

٢٩- **تسويق الخدمات الصحية**، فوزي شعبان مدكور، القاهرة: اتراك للنشر والتوزيع، ١٩٩٨م.

٣٠- **تسويق الخدمات المصرفية**، عوض بدير الحداد، البيان للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٩٩م.

٣١- **التسويق الفعال: كيف تواجه تحديات القرن ٢١؟**، طلعت أسعد عبد الحميد، الرياض: مكتبة الشقري (٢٠٠٠م).

٣٢- **التسويق النظرية والتطبيق**، شريف أحمد العاصي، الزقازيق: كلية التجارة، جامعة الزقازيق. (٢٠٠٣م).

٣٣- **التسويق بالعلاقات**، حسن، إلهام فخري أحمد، مجلد الملتقى العربي الثاني التسويق في الوطن العربي: الفرص والتحديات، (الدوحة، قطر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية)، ٢٠٠٣م.

٣٤- **تصميم نظام ذكي للدعوة بمساعدة الحاسوب**، حسين عبد الرحمن حسين السلمان، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، ١٤١٥هـ.

٣٥- **تطبيق المفهوم الاجتماعي للتسويق في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية دراسة استطلاعية**، حبيب الله محمد رحيم التركستاني، الإدارة العامة (معهد الإدارة العامة، الرياض)، السنة٣٦، العدد الأول (محرم ١٤١٧هـ، مايو ١٩٩٦م).

٣٦- **الجذور التاريخية لإرساليات التنصير الأجنبية في مصر: دراسة وثائقية**، خالد محمد نعيم، دار المختار الإسلامي، القاهرة، ١٩٨٧م.

٣٧- **جودة خدمة العميل، وليم مارتن**، دار آفاق الإبداع العالمية للنشر والإعلام، ط١، ترجمة حسن خالد مرزوق، (١٩٩٦م).

٣٨- **حسن البنا**: مبادئ وأصول في مؤتمرات خاصة، رسالة المؤتمر الخامس والسادس لطلاب الإخوان المسلمين، المؤسسة الإسلامية للطباعة والصحافة والنشر، ١٤٠٠هـ/١٩٨٠م.

٣٩- **خصائص الدعوة إلى الله**، محمد أمين حسن، ط١، مكتبة المنار الزرقاء: الأردن، ١٤٠٣هـ.

٤٠- **خواطر في الدعوة إلى الله**، محمد بن لطفي الصباغ (١٤١١هـ). بيروت: المكتب الإسلامي.

٤١- **الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها**، د. أحمد غلوش، دار الكتاب الإسلامي: القاهرة، الطبعة الثانية ١٤١٧هـ.

٤٢- **الدعوة..... ووسائل الاتصال الحديثة**، جعفر شيخ إدريس، مجلة البيان، العدد: ١٤٦- شوال: ١٤٢٠ هـ.

٤٣- **الدعوة الإسلامية، فريضة شرعية وضرورة بشرية**، صادق أمين، المطابع التعاونية، عمان، ١٩٨٨م.

٤٤- **الدعوة الإسلامية في عصر العولمة**، عبد الحميد عبد المنعم مدكور، المؤتمر العالمي التاسع للندوة العالمية للشباب الإسلامي (الشباب والانفتاح العالمي) الرياض: ٢٣- ١٤٢٣/٨/٢٦هـ.

٤٥- **دعوة الإصلاح الإسلامي بين الشيخ بن باديس والدعاة المعاصرين في المشرق العربي**، محمد فتحي عثمان، مجلة كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، العدد الرابع: ١٤٠٠هـ.

٤٦- **الدعوة إلى الله على بصيرة**، محمد عبد المنعم حسنين، بيروت: دار الكتاب اللبناني (١٤٠٥هـ).

٤٧- **الدعوة إلى الله وأخلاق الدعاة**. سماحة الشيخ عبد العزيز بن عبد الله بن باز، الرئاسة العامة لإدارة البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد، الرياض، ١٤٠٢هـ.

٤٨- **الدعوة إلى الله**، محمد بن صالح بن عثيمين، مجلة كلية الشريعة وأصول الدين والعلوم العربية والاجتماعية بالقصيم، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العدد الثاني: ١٤٠١هـ.

٤٩- **دور إدارة التسويق في التكامل الاقتصادي العربي**، أحمد محمد عبد الله، القاهرة: المنظمة العربية للعلوم الإدارية، مطابع سجل العرب: ١٩٨٧م.

٥٠- **دور التسويق بالعلاقات في القطاعات البنكية وعوائق تطبيقها: دراسة ميدانية على البنوك التجارية في المملكة العربية السعودية**، صالح بن عبد الله الملحم. ٢٠٠٧م، (بحث محكم قبل للنشر في دورية الإداري بسلطنة عمان).

٥١- **دور الشباب المسلم في الدعوة إلى الله من خلال شبكة الإنترنت**، د. صالح بن علي أبو عراد، المؤتمر العالمي العاشر للندوة العالمية للشباب الإسلامي (الشباب وبناء المستقبل) القاهرة: ٢٢- ٢٠٠٦/١١/٢٤م.

٥٢- **الدولة الخوارزمية والمغول: غزو جنكيزخان للعالم الإسلامي وآثاره السياسية والدينية والاقتصادية والثقافية**، حافظ أحمد حمدي، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٥٠م.

٥٣- **الدين الحق، محمد حسين الحمصي**، دار الرشيد للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق ١٣٩٥هـ.

٥٤- **رجال الفكر والدعوة في الإسلام**، أبو الحسن علي الحسن الندوي، دار القلم: الكويت، ١٤٠٢هـ.

٥٥- **الرحلة للدعوة ونشر العلم**، صالح محمد رضا، مجلة جامعة أم القرى لعلوم الشريعة واللغة العربية وآدابها، ج ١٥، ع٢٥، شوال ١٤٢٣هـ.

٥٦- **السلطان عبد الحميد الثاني وفلسطين**، رفيق شاكر النتشه، دار ثقيف للنشر والتأليف، الرياض: ١٤١٣ هـ.

٥٧- **السلفية في المجتمعات الإسلامية المعاصرة**، محمد فتحي عثمان، مجلة العلوم الاجتماعية، الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العدد الخامس: ١٤٠١هـ.

٥٨- **سياسة الإنفاق العام التي انتهجها الخليفة عمر بن عبد العزيز رحمه الله وآثارها الاقتصادية الكلية دراسة مقارنة بالفكر الإداري الحديث**، عبد الله حسن الجابري، مجلة جامعة أم القرى لعلوم الشريعة واللغة العربية وآدابها، ج ١٥، ع٢٥، شوال ١٤٢٣هـ.

٥٩- **الشباب والانفتاح العالمي**، صالح بن غانم بن عبد الله السدلان، المؤتمر العالمي التاسع للندوة العالمية للشباب الإسلامي (الشباب و الانفتاح العالمي) الرياض: ٢٣- ١٤٢٣/٨/٢٦هـ.

٦٠- **الشرق الأوسط**، عماد مكي، "أمريكي مسلم يقاضي الحكومة لاستهدافه خطأ في قضية تفجيرات مدريد"، العدد: ٩٧٢٧، السبت: ١٦/ ٧/ ٢٠٠٥م، ص: ١٤.

٦١- **الشيخ جمال الدين: العالم الذي أدخل التتار في الإسلام**، د. علي القاضي، مجلة البعث الإسلامي (الهند)، المجلد الحادي والأربعون، العدد الثالث، ذو القعدة ١٤١٦هـ.

٦٢- **عالمية الدعوة الإسلامية**، علي عبد الحليم محمود، دار عكاظ للنشر للطباعة والنشر، الرياض، الجزء الثاني، (١٣٩٩هـ).

٦٣- **العولمة والطريق الثالث**، سيد يس، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مكتبة الأسرة، ١٩٩٩م.

٦٤- **الغارة على العالم الإسلامي**، أ. لُ شاتليه. لخصها ونقلها إلى العربية: محب الدين الخطيب ومساعد اليافي، مكتبة أسامة بن زيد، بيروت، (بدون تاريخ).

٦٥- **فخ العولمة**، تأليف هانس بيتر مارتين، ترجمة: عدنان عباس علي، مراجعة وتقديم: رمزي زكي، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت، ١٩٩٨م

٦٦- **مبادئ التسويق**، منى راشد الغيص، الكويت: ذات السلاسل، الطبعة الرابعة: ٢٠٠٠م، ص: ٤٠.

٦٧- **مجالات الوقف المؤثرة في الدعوة إلى الله**، د. مقتدى حسين ياسين، بحث مقدم لمؤتمر الأوقاف الأول في المملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى، دار الثقافة للطباعة، مكة المكرمة، شعبان، ١٤٢٤هـ.

٦٨- **محمد بن عبد الوهاب: مصلح مظلوم ومفترى عليه**، الأستاذ مسعود الندوي، مطابع جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: الرياض، ١٤٠٤هـ - ١٩٨٤م.

٦٩- **المخططات الاستعمارية لمكافحة الإسلام**، محمد الصواف، دار الاعتصام، الدمام، (بدون تاريخ).

٧٠- **المدخل إلى علم الدعوة**، محمد أبو الفتوح البيانوني، طبع إدارة الشئون الإسلامية بوزارة الأوقاف، قطر، الطبعة الرابعة، ١٩٩٧م.

٧١- **مدى تطبيق مفهوم تسويق العلاقات في شركات خدمات الهاتف المحمول**، عمرو أبو اليمين عبد الغني، المجلة المصرية للدراسات التجارية، جامعة المنصورة، المجلد: ٢٦، عدد: ٢، ٢٠٠٢م.

٧٢- **مذابح وجرائم محاكم التفتيش في الأندلس**، محمد علي قطب، مكتبة القرآن للنشر والتوزيع، القاهرة: ١٩٨٥م.

٧٣- **مراجعات فكرية**، عبد الإله بن عبد الله الدريويش، مطابع الحسين الحديثة: الأحساء، المملكة العربية السعودية، ١٤٢٦هـ.

٧٤- **مُستلزمات الدعوة في العصر الحاضر**. علي بن صالح المرشد. مطبعة مكتبة لينة دمنهور: مصر، ١٤٠٩هـ.

٧٥- **المسلمون في فجر القرن الوليد**، أنور الجندي، نشر بو سلامة للطباعة والنشر والتوزيع، تونس، الطبعة الرابعة: ١٩٨٥م.

٧٦- **المكونات الرئيسة للمزيج الترويجي وأثرها في النشاط التسويقي**، د. صالح بن عبد الله الملحم، دورية الإدارة العامة، المجلد: ٤٣، العدد: ٤، شوال: ١٤٢٤هـ، معهد الإدارة العامة، الرياض.

٧٧- **من وراء أحداث سبتمبر؟**، سهيلة زين العابدين حماد، دار الإعلام للنشر والتوزيع، الأردن- عمان: ١٤٢٤هـ.

٧٨- **منهج ابن تيمية في الدعوة إلى الله تعالى**، عبد الله بن رشيد بن محمد الحوشاني، دار إشبيليا للنشر والتوزيع، الرياض، الطبعة الأولى: ١٩٩٦م.

٧٩- **منهج الشيخ عبد العزيز بن عبد الله بن باز في الدعوة إلى الله**، سليمان بن عبد الله أبا الخيل، إصدارات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، ١٤٢١هـ.

٨٠- **المواقع الإسلامية في الإنترنت وفاعليتها**، عبد الحق حميش، المؤتمر العالمي التاسع للندوة العالمية للشباب الإسلامي (الشباب و الانفتاح العالمي) الرياض : ٢٣-١٤٢٣/٨/٢٦هـ.

٨١- **المواهب اللدنية بالمنح المحمدية** لأحمد بن محمد القسطلاني (٩٢٣هـ) تحقيق صالح أحمد الشامي المكتب الإسلامي بيروت (١٤١٢هـ/١٩٩١م) الجزء الثاني.

٨٢- الموسوعة الحركية، فتحي يكن، دار البشير للنشر والتوزيع: عمان، ١٤٠٣هـ.

٨٣- **الموسوعة الميسرة في الأديان والمذاهب والأحزاب المعاصرة**، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، دار الندوة العالمية للطباعة والنشر والتوزيع: الرياض، ١٤١٨هـ.

٨٤- **هموم الأمن القومي العربي مع جواره**، هيثم الكيلاني، شؤون عربية، العدد ٧٧، مارس ١٩٩٤م.

٨٥- **واقع الإعلام الخليجي في ظل ثورة التكنولوجيا والمعلومات نحو رؤية إسلامية**، عبد القادر طاش، ندوة الإعلام والمعلوماتية وتحديات القرن الواحد والعشرين، معهد الدراسات الدبلوماسية، الرياض: شعبان ١٤١٦ هـ.

٨٦- **وسائل الدعوة إلى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية وكيفية استخدامها في الدعوة: دراسة ميدانية على عينة من الدعاة المستخدمين في المملكة العربية**

السعودية مع تقييم للمواقع الدعوية الخليجية، رسالة دكتوراه غير منشورة: إبراهيم بن عبد الرحيم عابد، كلية الدعوة والإعلام: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، ١٤٢٧هـ

٨٧- **الوقف والدعوة إلى الله**، د. عبد الرحيم محمد المغذوي، بحث مقدم لمؤتمر الأوقاف الأول في المملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى، دار الثقافة للطباعة، مكة المكرمة، شعبان، ١٤٢٤ هـ.

ثانيا: المراجع الأجنبية:

1- Arnould, Eric; Price, Linda; & Zinkhan, George. (2002) Consumer. The McGraw-Hill Companies, Inc. USA. P: 44.

2- Berry, Leonard L., Parasuraman, A. & Zeithmal, V. (1991), Marketing Services Competing Through Quality. New York: The Free Press.

3- Beveridge, Bretta (1995, January 2). Marketing Needed in the Public Sector. Marketing News, 34.

4- Boone, Louis E. & Kurtz David L. (1999) Contemporary Marketing 1999. Harcourt Brace & Company. U.S.A. P:25.

5- Brassington, Frances & Pettitt, Stephen (1997) Principles of Marketing. Pitman Publishing, London.P: 605.

6- Chiu, Hung-Chang; Yi-Ching Hsieh; Yu-Chuan Li & Monie Lee. (2005), *"Relationship Marketing and Consumer Switching Behavior"*, Journal of Business Research, 85 (2005) 1681-1689.

7- Fournier, Susan, Susan Dobscha & David Glen Mick, (1998). "*Preventing The Premature Death of Relationship Marketing*", Harvard Business Review, 76 January / February, 42 -51.

8- Kotler, P. (1997). Marketing Management Analysis, Planning, implementation, and Control. (9th Ed). Prentics-Hall, Inc., Englewood Cliffs, N.J., Pp:620.

9- Kotler, Phlip. (1999). Kotler on Marketing. (1st Ed). The Free Press' A Division of Simon & Schuster, Inc

10- Lamb, C. W.; Hair, J. F.; & McDaniel, C. (2001) Essentials of Marketing. Production House: Per- Press Company, Inc. P: 29-30.

11- Linda, L. Price & Eric J. Amould (1999), "*Commercial Friendships: Service Provider- Client Relationships in Context*", Journal of Marketing, Vol. 63, Octobe.

12- Lancaster, Geoff & Paul D. Reynolds (2001). Marketing: The One- Semester Introduction, Elsevier : Butterworth-Heinemann

13- Mintz, J. (1993). Social Marketing: Bringing Marketing know-how to Cardiovascular Disease Prevention. *Canadian journal of cardiology*, 9 (D), 78D-79D.

14- Snavely, Keith. (1991). Marketing in the Government Sector: A Public Policy Market. American Review of Public Administration, 21 (4), 311-326.

15- Stauble, Vernon R. (2000). Marketing Strategy: A Global Perspective. Harcourt, Inc. U.S.A. Pp: 54-57.

16- Wilkie, L. William & Elizabeth S. Moor (2003). " Scholary a research in Marketing: Exploring the "4 Eras" of Thought Development", Journal of Public Policy & Marketing' vol. 22, no. 2

* * *

الزينبيون
وأثرهم في الحياة السياسية والعلمية في الدولة العبّاسيّة

د. محمد بن سليمان الراجحي
قسم التاريخ ـ كلية اللغة العربية والدراسات الاجتماعية
جامعة القصيم

ملخص البحث :

" الزينبيّون " : فرع من فروع الأسرة العباسية ، ينحدرون من نسل " محمد بن إبراهيم ـ المعروف بالإمام ـ بن محمد بن علي بن عبد الله بن عباس " ، ابن أخ الخليفتين " أبي العباس السفاح " و " أبي جعفر المنصور . وقد عُرفوا بـ " الزينبيّين " نسبة إلى جدّتهم " زينب بنت سليمان بن علي بن عبد الله بن عباس " ـ زوجة " محمد بن إبراهيم بن محمد بن علي الأنف الذِّكْر. وقد حاولتُ الدراسة استقصاء أخبار هذا الفرع من فروع الأسرة العباسية ، وبيان ما كان لأعلامه من أثر في الدولة العباسية خلال الفترة التي برزوا فيها . وقد كشفت الدراسة عن عدد من النتائج ، من أهمّها : أنّ القرنين الخامس والسادس الهجريين هي الفترة التاريخية الرئيسة التي اشتهر فيها الزينبيّون في العصر العبّاسي ، وأن العديد من " الزينبيين " حَظِيَ بثقة الخلفاء العباسيين ، يدلّ على ذلك أنهم كانوا يعهدون إليهم ببعض المهامّ الجليلة ، إضافة إلى توليتهم بعض المناصب المهمّة في الدولة العباسية ، كما تَبَيّنَ لنا في هذا البحث أنّ " علي بن طراد الزينبي " كان أبرز أعلام " الزينبيين " وأوسعهم شهرةً وأكثرهم أثرًا في الحياة السياسية في الدولة العباسية ، و اتضح أنّ " الزينبيّين " عاشوا جُلّ أيّامهم في حاضرة الخلافة العباسية " بغداد " . كما تولّى عدد من أبناء الأسرة الزينبية " نقابة العباسيين " في حاضرة الخلافة العباسية لعهود طويلة ، حتّى إنّها أضحت حكْرًا عليهم في بعض الفترات دون غيرهم ، مما يدل على المنزلة العالية التي كانوا يتبوّؤنها عند الخلفاء العباسيين.

مقدمـــة :

الحمد لله ربّ العالمين ، والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين ، وعلى آله وصحبه أجمعين .

من المعروف ـ تاريخيًّا ـ أن الدولة العباسية عُمّرت ما يربو على خمسة قرون من الزمن ، تَعاقَبَ على حكْمها خلال هذه الفترة سبعة وثلاثون خليفة ، تباينوا فيما بينهم قوّةً وضعفًا ، وانحصرت شهرة الأسرة العباسية غالبًا في هؤلاء الخلفاء ـ ولا سيّما المميّزين منهم ـ ومَن كان يُحيط بهم من الأسماء العباسية البارزة في بعض الفترات .

ومع مرور الزمن تفرّعت الأسرة العباسية إلى فروع عدّة ، شأنها في ذلك شأن أيّ أسرة عربية كبيرة ، وعُرف بعضها بأسماء أو ألْقاب مَيّزَتْها عن غيرها من الفروع الأخرى ، وحَظيتْ ثلّة منها بمكانة عالية وشهرة واسعة في بعض العهود ، بينما ظلّ البعض الآخر منها بعيدًا عن الأضواء ، ولم يَغْدُ له ذِكْر في صحائف التاريخ .

ومن فروع الأسرة العباسية " الزينبيّون " ، الذين اتّسعت شهرة عدد منهم وذاع صيتهم في بعض الفترات ، ولا سيّما في القرنين الخامس والسادس الهجريين ، حيث عاش في هذه الفترة معظم أعلامهم ، وصار لبعضهم في تلك العهود حضور ملموس في الحياة السياسية في البلاط العباسي ، حيث شَغلوا مواقع مهمّة ، ومنها الوزارة ونقابة العباسيين وغيرها ، كما كان للعديد منهم أثر في ميادين الحياة العلمية في الدولة العباسية .

وقد حَظِي " الزينبيّون " بمقام رفيع عند عدد من خلفاء بني العبّاس ، فكانوا يُظهرون لهم الكثير من التقدير والتبجيل ، ليس لكونهم من بني عمومتهم ومن

أبناء الأسرة العباسية فحسْب ، بل لكونهم أيضًا على جانب من الفضل والأخلاق النبيلة ، كما شهد لهم بذلك العديد من أعلام المؤرّخين .. كما حَظِيَ " الزينبيّون " باحترام واسع من جانب كثير من الناس الذين عاصروهم أو عاشوا في العصور التالية ، وبخاصة العلماء .

وفي هذه الدراسة حاولتُ استقصاء أخبار هذا الفرع من فروع الأسرة العباسية ، وبيان ما كان لأعلامه من أثر في الدولة العباسية خلال الفترة التي برزوا فيها .. وقد عرّفتُ في البداية بأبرز أعلام " الزينبيّين " ، ثمّ تناولتُ بعد ذلك ما كان لهم من أثر في الحياة السياسية في الدولة العباسية ، وما تبوّأه بعضهم من منزلة مهمّة عند الخلفاء ، ومن ثمّ تحدّثتُ عن أثرهم في الحياة العلمية ، ولا سيّما في الفترات التاريخية التي اشتهروا في أثنائها في الدولة العباسية .

وفي الخاتمة استخلصتُ أهمّ النتائج التي خرجتُ بها من خلال دراستي لهذا الموضوع .

* * *

الزينبيّون :

" الزينبيّون " : فرع من فروع الأسرة العباسية ، ينحدرون من نسل " محمد بن إبراهيم - المعروف بالإمام - بن محمد بن علي بن عبد الله بن عباس " ، ابن أخ الخليفتين " أبي العباس السفاح " و " أبي جعفر المنصور "[1] . وقد عُرفوا بـ " الزينبيّين " نسبة إلى جدّتهم " زينب بنت سليمان بن علي بن عبد الله بن عباس " - زوجة " محمد بن إبراهيم بن محمد بن علي "[2] الآنف الذِّكْر - يقول

---

(١) عن نسب " الزينبيّين " انظر : (ابن الطقطقي : الفخري في الآداب السلطانية والدول الإسلامية ، دار صادر ، بيروت ، ص٣٠٥ ، السيوطي : رفْع الباس عن بني العباس ، تحقيق : يحيى محمود بن جُنيد ، مجلّة " عالم المخطوطات والنوادر " ، المجلّد الثامن ، العدد الثاني ، رجب - ذو الحجة ١٤٢٤هـ/ سبتمبر ٢٠٠٣م - فبراير ٢٠٠٤م ، ص٢٩٥) .

(٢) أشار بعض المؤرخين إلى أنّ " زينب بنت سليمان بن علي " كانت زوجة لـ " إبراهيم بن محمد بن علي العباسي " ، المعروف بـ " إبراهيم الإمام " ، حيث ذكر العلاّمة " ابن حزم " - مثلاً - أنّ " عبد الله بن محمد بن إبراهيم الإمام " - المعروف بالزينبي - يُنسب إلى جدّته أمّ أبيه " زينب بنت سليمان " . (جمهرة أنساب العرب ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، ١٤٠٣هـ/ ١٩٨٣م ، ص٣١) . كما ذكر " السمعاني " أنّ " زينب " كانت زوجة لـ إبراهيم الإمام " على سبيل الظنّ ، حيث يقول : " وظنّي أنها زوجة إبراهيم الإمام " . (الأنساب ، تحقيق : عبد الله عمر البارودي ، الطبعة الأولى ، دار الجنان ، بيروت ، ١٤٠٨هـ/ ١٩٨٨م ، جـ٣ ، ص١٩١) . وتابَعَه في ظنّه هذا " ابن الأثير " في كتابه (اللباب في تهذيب الأنساب ، دار صادر ، بيروت ، ١٤١٤هـ/ ١٩٩٤م ، جـ٢ ، ص٨٨) . غير أنّ أكثر المؤرّخين متّفقون على أنها كانت زوجة لـ " محمد ابن إبراهيم بن محمد بن علي " ، ومن هؤلاء المؤرخين " البلاذري " الذي نصّ - عند تعداده لأبناء " سليمان بن علي ابن عبد الله بن عباس " - أنّ ابنته زينب " تزوّجها محمد بن إبراهيم الإمام " . (جُمَل من أنساب الأشراف ، تحقيق : سهيل زكّار ، ورياض زركلي ، دار الفكر ، بيروت ، ١٤١٧هـ/ ١٩٩٦م ، جـ٤ ، ص١٢٨) . و" ابن الجوزي " الذي أشار إلى ذلك أيضًا ، وذكر أنّ وَلَدَه منها ينتسبون إليها . (المنتظم في تاريخ الملوك والأمم ، الطبعة الأولى ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، ١٤١٢هـ/ ١٩٩٢م ، جـ١٠ ، ص١٩٨) . و " سبط ابن الجوزي " ، الذي نصّ على أنّ " محمدًا " تزوّجها ، فأنجبتْ له ابنه " عبد الله " . (مرآة الزمان في تاريخ الأعيان ، (٤٨١ - ٥١٧هـ/ ١٠٨٨ - ١١٢٣م) ، تحقيق : مسفر

المؤرّخ " ابن الأثير " عند إشارته إليها : " وإليها يُنسَب الزينبيّون من العباسيين "[1] ، ويقول المؤرّخ " ابن الطقطقي " في أثناء حديثه عن تولّي " علي ابن طراد الزينبي " - وهو أحد أعلام الزينبيين - الوزارة في عهد الخليفة " المسترشد بالله " : " .. وإنّما عُرفوا [أي علي بن طراد وآبائه] بالزينبيّين ، لأنّ أمّهم زينب بنت سليمان بن علي بن عبد الله بن العباس ، عُرفوا بها "[2] .

وُلدت "زينب بنت سليمان " في السنوات الأخيرة من العصر الأموي ، ونشأت مع أهلها في بلدة " الحُمَيْمة "[3] بالشام ، وعُمّرت طويلاً ، وعاصرت عددًا من بني عمّها خلفاء بني العباس ، وهم " أبو العباس السفّاح " و " أبو جعفر المنصور " و " محمد المهدي " و " موسى الهادي " و " هارون الرشيد " و " محمد الأمين " و " عبد الله المأمون "[4] . وكانت لها منزلة عالية في أهل بيتها ، يقول " سبط ابن الجوزي " مشيرًا إلى ذلك : " وكانت عظيمة في بني العباس ، تُعدّ في الفضلاء "[5] .

أنجبتْ " زينب " من زوجها " محمد بن إبراهيم بن محمد بن علي العباسي "

بن سالم بن عريج الغامدي ، جامعة أم القرى ، مكة المكرمة ، ١٤٠٧هـ/ ١٩٨٧م ، جـ١ ، ص٣١٦) . و " الذهبي " الذي ذكر أكثر من مرّة أنّ " عبد الله بن محمد بن إبراهيم الإمام " هو ابنها . (سير أعلام النبلاء ، تحقيق : شعيب الأرنؤوط وآخرين ، مؤسسة الرسالة ، بيروت ، جـ١٠ ، ص٢٣٨) .

(١) الكامل في التاريخ ، دار صادر ، بيروت ، ١٤٠٢هـ/ ١٩٨٢م ، جـ٥ ، ص٥٦٤ .

(٢) الفخري في الآداب السلطانية ، ص٣٠٥ .

(٣) " الحُمَيْمة " : بلدة من نواحي " عمّان " - بالأردن - في أطراف بلاد الشام . (ياقوت الحموي : معجم البلدان ، دار صادر ، بيروت ، ١٤٠٤هـ/ ١٩٨٤م ، جـ٢ ، ص٣٠٧) .

(٤) الذهبي : سير أعلام النبلاء ، جـ١٠ ، ص٢٣٨ .

(٥) مرآة الزمان ، جـ١ ، ص٣١٦ .

ابنها " عبد الله "[١] ، الذي بات يُعرف بـ " الزينبي "[٢] ، ومن المرجّح أنه أوّل مَن عُرف بهذا اللقب من " الزينبيّين " ، ومن ذرّيته كان أبناء البيت الزينبي ، يقول " الذهبي " في أثناء ترجمته لـ " زينب " : " .. فَطِراد الزينبي وأقاربه من ذرّية عبد الله ولدها "[٣] . ومع أنّ والده " محمد بن إبراهيم الإمام " كان له أبناء آخرون إلاّ أنّ ذرّية هؤلاء الأبناء وأحفادهم لم يشتهروا بـ " الزينبيّين " ، وربّما كان مردّ ذلك أنّ " زينب بنت سليمان " لم تكن أُمًّا لهم ، بل كانوا - في الغالب - من أمّهاتٍ أُخَر .

ومن أوائل مَن عُرف من " الزينبيّين " " عبد الله بن محمد بن سليمان بن عبد الله بن محمد بن إبراهيم الإمام " ، المعروف بـ " الزينبي " ، عاش في القرن الثالث الهجري - التاسع الميلادي - وأشار إليه عدد من أعلام المؤرّخين ، كالطبري[٤] ، و" ابن حزم "[٥] ، و" ابن الأثير "[٦] ، و" ابن كثير "[٧] في مواقف مختلفة ، يُستشفّ منها أنّه كان من الرجال المعروفين في البلاط العباسي ، والمقرّبين من بعض الخلفاء .

ومن " الزينبيّين " الأوائل الذين أشارت إليهم بعض كتب التراجم ، " أبو بكر محمد بن موسى بن محمد بن سليمان بن عبد الله بن محمد بن إبراهيم

---

(١) المصدر نفسه ، جـ١ ، ص٣١٦ .

(٢) ابن حزم : جمهرة أنساب العرب ، ص٣١ .

(٣) سير أعلام النبلاء ، جـ١٠ ، ص٢٣٨ .

(٤) تاريخ الأمم والملوك ، تحقيق : محمد أبو الفضل إبراهيم ، دار سويدان ، بيروت ، جـ٩ ، ص٣٧٧ .

(٥) جمهرة أنساب العرب ، ص٣١ - ٣٢ .

(٦) الكامل ، جـ٧ ، ص١٨٣ .

(٧) البداية والنهاية ، دار هجَر ، القاهرة ، ١٤١٧هـ/ ١٩٩٧م ، جـ١٤ ، ص٤٩٥ .

الزينبي العباسي " ، وقد عاش في فترة النصف الثاني من القرن الثالث الهجري وأوائل القرن الرابع ، وأورد له " السيوطي " في كتابه " رفْع الباس " ترجمة مقتضبة ، أشار فيها إلى أنّه تتلمذ على بعض علماء عصره ، كما قرأ عليه عدد من طلاّب العلم ، وتوفي سنة ٣١٨هـ/ ٩٣٠م[١] .

وفي القرن الرابع الهجري اشتهر من الزينبيّين " أبو تمّام الحسن بن محمد بن عبد الوهاب بن سليمان بن محمد بن سليمان بن عبد الله بن محمد بن إبراهيم الزينبي " ، وكان جَدّه " عبد الوهّاب " ابن عمٍّ لأبي بكر محمد بن موسى الزينبي ، الذي ذكرناه آنفًا ، تولّى " أبو تمّام " نقابة الهاشميين[٢] فترة من الزمن ، كما تولّى القضاء في مدينة البصرة ، وتوفي سنة ٣٧٢هـ/ ٩٨٢م[٣] .

وكانت فترة القرنين الخامس والسادس الهجريين هي الفترة التاريخية التي عاش

---

(١) رفْع الباس ، ص٣١٨ .

(٢) " نقابة الهاشميين " : النقيب : شاهد القوم وضمينهم وعريفهم ورأسهم ، لأنّه يُفتّش أحوالهم ويعرفها ، وهو كالعريف على القوم ، المقدّم عليهم ، الذي يتعرّف أخبارهم ويُنقّب عن أحوالهم . وقيل للنقيب : نقيب ، لأنه يعلم دخيلة أمر القوم ويعرف مناقبهم ، وهو الطريق إلى معرفة أمورهم . (الزبيدي : تاج العروس من جواهر القاموس ، تحقيق : علي شيري ، دار الفكر ، بيروت ، ١٤١٤هـ/ ١٩٩٤م ، جـ٢ ، ص٤٤٦) . ولمزيد من المعلومات عن مصطلح " النقابة " و " النقيب " في العصر العباسي وفي غيره من العصور ، انظر : (الماوردي : الأحكام السلطانية ، دار الفكر ، القاهرة ، ١٣٨٦هـ/ ١٩٦٦م ، ص٩٦ ـ ٩٩ ، ابن كنّان : حدائق الياسمين في ذِكْر قوانين الخلفاء والسلاطين ، تحقيق : عباس صبّاغ ، دار النفائس ، بيروت ، ١٤١٢هـ/ ١٩٩١م ، ص١٦٤ ـ ١٦٥ ، مصطفى عبد الكريم الخطيب : معجم المصطلحات والألقاب التاريخية ، مؤسسة الرسالة ، بيروت ، ١٤١٦هـ/ ١٩٩٦م ، ص٤٢٥) .

(٣) ابن أيبك الصفدي : الوافي بالوفيات ، تحقيق : أحمد الأرناؤوط ، وتركي مصطفى ، الطبعة الأولى ، دار إحياء التراث العربي ، بيروت ، ١٤٢٠هـ/ ٢٠٠٠م ، جـ١٢ ، ص١٤٣ ـ ١٤٤ ، السيوطي : المصدر السابق ، ص٢٩٤ .

فيها معظم الزينبيين ، واشتهر فيها عدد من أعلامهم ، ومن أوائلهم " أبو الحسن محمد بن علي بن الحسن بن محمد بن عبد الوهاب بن سليمان الزينبي العباسي " ، وهو حفيد " أبي تمّام الحسن بن محمد " السابق ذِكْره . وُلد سنة ٣٦٤هـ/ ٩٧٤م ، وولي نقابة العباسيين بعد وفاة والده سنة ٣٨٤هـ/ ٩٩٤م ، وهو في العشرين من عمره ، وكان له بعض الاهتمام بالعلم والرواية ، توفّي سنة ٤٢٦هـ/ ١٠٣٥م[١] ، وقيل سنة ٤٢٧هـ/ ١٠٣٦م ، ورثاه بعض الشعراء[٢] .

كان لأبي الحسن محمد بن علي بن الحسن الزينبي عدد من الأبناء ، ذكر المؤرّخون منهم " أبا نصر محمد بن محمد بن علي الزينبي " ، وُلد في شهر صفر سنة ٣٨٧هـ/ ٩٩٧م ، ونشأ منذ حداثة سنّه زاهدًا ميّالاً إلى العزلة والانقطاع عن الناس[٣] . وَصَفه " الذهبي " بـ " الشيخ الصالح الزاهد الشريف مسند الوقت "[٤] ، وأشار إلى أنه كان ذا باع في العلم والرواية ، توفي في شهر جمادى الآخرة سنة ٤٧٩هـ/ ١٠٨٦م[٥] .

ومنهم " أبو الفوارس طراد بن محمد بن علي الزينبي " ، وهو من أبرز أعلام " الزينبيّين " ، وأوسعهم شهرة ، وُلد في سنة ٣٩٨هـ/ ١٠٠٧م ، ونشأ نشأة علمية ، شأنه في ذلك شأن كثير من أهل بيته . أثنى عليه عدد من المؤرخين ، فوصفوه بالأمانة والفضل والشرف ، وذكروا بأنه كان من جُلّة الناس وكبرائهم ،

---

(١) السيوطي : رفع الباس ، ص٣٢٠ .

(٢) الذهبي : سير أعلام النبلاء ، جـ١٩ ، ص٤٠ .

(٣) المصدر نفسه ، جـ١٨ ، ص٤٤٣ ، ٤٤٤ ، السيوطي : المصدر السابق ، ص٣٢٢ .

(٤) الذهبي : المصدر السابق ، جـ١٨ ، ص٤٤٣ .

(٥) المصدر نفسه ، جـ١٨ ، ص٤٤٤ ـ ٤٤٥ ، السيوطي : المصدر السابق ، ص٣٢٢ .

ثقةً ثبتًا ، ساد الدهر رتبةً وعلوًّا وفضلاً ورأيًا وشهامة ، كما ذكر بعضهم أنه كان أعلى العباسيين رتبة عند الخليفة[1] . توفي في سنة ٤٩١هـ/ ١٠٩٨م[2] ، وله من العمر ثلاث وتسعون سنة ، ويُروى أنّه لّما حضرته الوفاة بكى أهله فقال : " إنّما يُبكى على الشابّ ، أمّا مَن جاوز التسعين فلا معنى للبكاء عليه "[3] ! .

ومن أبناء " أبي الحسن محمد بن علي الزينبي " المبرّزين ، الذين أطنب العديد من المؤرّخين في الحديث عنهم " أبو طالب الحسين بن محمد بن علي الزينبي العباسي " ، وُلد في سنة ٤٢٠هـ/ ١٠٢٩م ، وتتلمذ على عدد من علماء عصره ، ولم يلبث أن صار من أعلام الأسرة العباسية ، وحَظِيَ بمكانة عالية عند الخلفاء ، ونبغ في عدد من العلوم ، حتّى صار يُشار إليه بالبنان[4] .

وقد أشاد به وبعلمه عددٌ من المؤرّخين ، فوصفه بعضهم بأنّه فقيه

---

(١) عن مكانة " طراد الزينبي " وثناء المؤرخين عليه ، انظر : (ابن الجوزي : المنتظم ، جـ١٧ ، ص٤٤ ، سبط ابن الجوزي : مرآة الزمان ، جـ١ ، ص٣١٦ ـ ٣١٧ ، الذهبي : المصدر السابق ، جـ١٩ ، ص٣٨ ، ٣٩ ، ابن أيبك الصفدي : الوافي بالوفيات ، جـ١٦ ، ص٢٤٠ ـ ٢٤١ ، ابن كثير : البداية والنهاية ، جـ١٦ ، ص١٦٥ ، القرشي : الجواهر المضيّة في طبقات الحنفية ، تحقيق : عبد الفتاح محمد الحلو ، دار هجَر ، القاهرة ، ١٤١٣هـ/ ١٩٩٣م ، جـ٢ ، ص٢٨١ ـ ٢٨٢ ، السيوطي : المصدر السابق ، ص٣٠٠) .

(٢) ابن الجوزي : المصدر السابق ، جـ١٧ ، ص٤٤ ، السمعاني : الأنساب ، جـ٣ ، ص١٩١ ، الذهبي : المصدر السابق ، جـ١٩ ، ص٣٩ .

(٣) سبط ابن الجوزي : المصدر السابق ، جـ١ ، ص٣١٧ .

(٤) سبط ابن الجوزي : مرآة الزمان ، جـ٢ ، ص٦٦٥ ، الذهبي : تاريخ الإسلام ووفيات المشاهير والأعلام ، تحقيق : عمر عبد السلام تدمري ، دار الكتاب العربي ، بيروت ، ١٤١٤هـ/ ١٩٩٤م ، حوادث ووفيات (٥٠١ ـ ٥١٠ هـ ، ٥١١ ـ ٥٢٠هـ) ، ص٣٣٢ ـ ٣٣٣ ، سير أعلام النبلاء ، جـ١٩ ، ص٣٥٣ ـ ٣٥٥ ، ابن أيبك الصفدي : الوافي بالوفيات ، جـ١٣ ، ص٢٧ .

بني العباس ، شريف النفس ، وافر العلم ، ذو وجاهة كبيرة عند الخلفاء ، كما ذكروا أنّه كان مكرمًا للغرباء ، وافر العظمة ، إمامًا معظّمًا كبير الشأن ، من فحول النُظّار[1] . ولم يكن الجانب العلمي هو الأوحد البارز في حياة " أبي طالب الزينبي " ، بل كانت هناك جوانب أخرى مهمّة في حياته أيضًا ، فقد تولّى بعض الأعمال في البلاط العباسي ، وكُلّف ببعض المهامّ من قِبَل الخلفاء[2] ، وظلّ يحظى بمكانة مميّزة حتى وفاته في شهر صفر سنة ٥١٢هـ/ ١١١٨م[3] .

وفضلاً عن هؤلاء الثلاثة (أبي نصر محمد ، وأبي الفوارس طراد ، وأبي طالب الحسين) ، فقد كان لوالدهم " أبي الحسن محمد بن علي الزينبي " أيضًا أبناء آخرون أقلّ شأنًا ، منهم : " أبو تمّام محمد بن محمد بن علي الزينبي " ، وهو أكبر أبنائه ، وقد عاش معظم حياته في النصف الأوّل من القرن الخامس الهجري ، وتوفّي سنة ٤٤٥هـ/ ١٠٥٣م[4] ، و " أبو يَعْلَى حمزة بن محمد بن علي الزينبي " ، وُلد في سنة ٤٠٧هـ/ ١٠١٦م ، وكان ـ كما يصفه

---

(١) عن مكانة " أبي طالب الحسين بن محمد الزينبي " ، وثناء المؤرّخين عليه ، انظر : (ابن الجوزي : المنتظم ، جـ١٧ ، ص١٦٦ ، الذهبي : تاريخ الإسلام ، حوادث ووفيات (٥٠١ ـ ٥١٠ هـ ، ٥١١ ـ ٥٢٠هـ) ، ص٣٣٢ ـ ٣٣٣ ، سير أعلام النبلاء ، جـ١٩ ، ص٣٥٣ ـ ٣٥٥ ، ابن أيبك الصفدي : المصدر السابق ، جـ١٣ ، ص٢٧ ، ابن كثير : البداية والنهاية ، جـ١٦ ، ص٢٣٨ ـ ٢٣٩ ، السيوطي : رفْع الباس ، ص٢٩٥) .

(٢) ابن الجوزي : المصدر السابق ، جـ١٧ ، ص١٦٦ ، سبط ابن الجوزي : المصدر السابق ، جـ٢ ، ص٦٦٥ ، الذهبي : سير أعلام النبلاء ، جـ١٩ ، ص٣٥٤ ، ابن أيبك الصفدي : المصدر السابق ، جـ١٣ ، ص٢٧ .

(٣) سبط ابن الجوزي : المصدر السابق ، جـ٢ ، ص٦٦٥ ، السيوطي : المصدر السابق ، ص٢٩٥ .

(٤) الذهبي : تاريخ الإسلام ، حوادث ووفيات (٤٤١ ـ ٤٥٠هـ) ، ص١٢٠ ، السيوطي : رفْع الباس ، ص٣٢٠ .

بعض المؤرّخين ـ رجلاً جليل القدْر ، عُمّر زمنًا طويلاً ، وعاش حتّى أوائل القرن السادس الهجري ، حيث توفي سنة ٥٠٤هـ/ ١١١٠م ، وهو في السابعة والتسعين من عمره[١] .

وكان لأبي الحسن الزينبي أيضًا عدد من الأحفاد المشاهير ، منهم : الوزير " أبو القاسم علي بن طراد بن محمد بن علي الزينبي " ، وُلد في سنة ٤٦٢هـ/ ١٠٧٠م ، وتولّى الوزارة في أيّام الخليفتين " المسترشد بالله " ، و " المقتفي لأمر الله "[٢] ، وصار له شأن كبير في زمنهما ، وحَظِيَ بثناء العديد من المؤرّخين ، فوصفه " الذهبي " بـ " الوزير الكبير "[٣] ، كما وُصِف بأنّه " كان صدرًا مهيبًا وقورًا ، دقيق النظر ، حادّ الفراسة ، عارفًا بالأمور العظام ، شجاعًا جريئًا "[٤] . توفّي في مستهلّ شهر رمضان سنة ٥٣٨هـ/ ١١٤٤م[٥] .

ومن أحفاد " أبي الحسن الزينبي " البارزين " أبو القاسم علي بن الحسين بن محمد بن علي الزينبي " ، وُلد في سنة ٤٧٧هـ/ ١٠٨٤م ، ونشأ نشأة علمية ، وولي القضاء في العراق في زمن الخليفتين " المسترشد بالله " ، و " المقتفي

---

(١) الذهبي : المصدر السابق ، حوادث ووفيات (٥٠١ ـ ٥١٠هـ) ، ص٩٠ ، سير أعلام النبلاء ، جـ١٩ ، ص٣٥٢ ـ ٣٥٣ ، ابن أيبك الصفدي : الوافي بالوفيات ، جـ١٣ ، ص١١٢ ، السيوطي : المصدر السابق ، ص٢٩٦ .

(٢) ابن الجوزي : المنتظم ، جـ١٨ ، ص٣٤ ، السيوطي : المصدر السابق ، ص٣١١ .

(٣) سير أعلام النبلاء ، جـ٢٠ ، ص١٤٩ .

(٤) المصدر نفسه ، جـ٢٠ ، ص١٥١ .

(٥) المصدر نفسه ، جـ٢٠ ، ص١٥١ . وللمزيد من المعلومات عن سيرة الوزير " علي بن طراد الزينبي " وأخباره ، انظر أيضًا : (ابن الجوزي : المصدر السابق ، جـ١٨ ، ص٣٤ ـ ٣٥ ، ابن الطقطقي : الفخري في الآداب السلطانية ، ص٣٠٥ ـ ٣٠٦ ، ٣٠٨ ، ٣١٠ ـ ٣١١ ، ابن أيبك الصفدي : المصدر السابق ، جـ٢١ ، ص١٠٤ ـ ١٠٥ ، ابن كثير : البداية والنهاية ، جـ١٦ ، ص٣٣٥) .

لأمر الله "[1] . وكان محلّ تقدير العديد من المؤرّخين ، سواءً ممّن عاصروه أو من الذين عاشوا في العصور اللاحقة ، فقد وصفه " ابن الجوزي " بقوله : " ما رأينا وزيرًا ولا صاحب منصب أوقر منه ، ولا أحسن هيئةً وسمتًا وصمتًا ، قَلّ أن يُسمع منه كلمة "[2] ، كما وُصف أيضًا بأنّه " غزير الفضل ، وافر العقل ، له وقار وسكون "[3] ، ووصفه " الذهبي " بـ " الصدر الأكمل ، قاضي القضاة "[4] ، كما أثنى عليه " ابن أيبك الصفدي " فذكر أنّه " كان صدرًا مهيبًا ذا ثبات وصيانة ونزاهة وديانة وعفّة وغزارة فضل "[5] . توفي في شهر ذي الحجّة سنة ٥٤٣هـ/ ١١٤٩م[6] .

ولأبي الحسن الزينبي أيضًا أحفاد عديدون آخرون ، عاش أكثرهم في القرن السادس الهجري ، وأوائل السابع ، ومنهم : " أبو تمّام محمد بن الحسين بن محمد بن علي الزينبي " ، وقد عاش الشطر الأخير من حياته في الربع الأول من القرن السادس الهجري ، حيث توفي سنة ٥٢٥هـ/ ١١٣١م ، وكان له بعض الاهتمام بالعلم والرواية[7] . و " أبو البركات محمد بن عدنان بن محمد بن محمد بن علي الزينبي " ، وُلد في سنة ٤٤٢هـ/ ١٠٥٠م ، وسمع من بعض علماء

---

(١) السيوطي : المصدر السابق ، ص٣١١ .

(٢) المنتظم ، جـ١٨ ، ص٦٨ .

(٣) الذهبي : سير أعلام النبلاء ، جـ٢٠ ، ص٢٠٧ .

(٤) المصدر نفسه ، جـ٢٠ ، ص٢٠٧ .

(٥) الوافي بالوفيات ، جـ٢١ ، ص٣٨ .

(٦) المصدر نفسه ، جـ٢١ ، ص٣٨ .

(٧) ابن الجوزي : المصدر السابق ، جـ١٧ ، ص٢٦٧ ، السيوطي : رفع الباس ، ص٣٢٤ .

عصره[1] ، ولم يُشر المؤرّخون إلى تاريخ وفاته ، ولعلّه أدرك أوائل القرن السادس الهجري . و " أبو الحسن محمد بن طراد بن محمد بن علي الزينبي " ، وُلد في سنة ٤٦٢هـ/ ١٠٧٠م ، وتولّى نقابة الهاشميين ببغداد ، وكانت له مكانة ووجاهة ، توفي سنة ٥٤١هـ/١١٤٦م[2] . و " أبو أحمد طلحة بن علي بن محمد ابن محمد بن علي الزينبي " ، عاش معظم سنيّ حياته في النصف الأوّل من القرن السادس ، وتولّى نقابة العباسيين ببغداد ، وتوفي سنة ٥٥٨هـ/ ١١٦٣م[3] .

ومنهم أيضًا : " أبو نصر القاسم بن علي بن الحسين بن محمد بن علي الزينبي " ، وُلد سنة ٥٢٩هـ/ ١١٣٥م ، ولم يُعمّر طويلاً ، بل توفي سنة ٥٦٣هـ/ ١١٦٨م ، وله من العمر أربع وثلاثون سنة[4] . و " أبو العباس محمد بن علي بن طراد بن محمد بن علي الزينبي " ـ ابن الوزير " علي بن طراد " ـ ويُعرف بلقب " الأمير التركي " ، لأنّ أمّه تركيّة ، وكان من المهتمّين بطلب العلم ، توفي سنة ٥٧١هـ/ ١١٧٥م ، وهو لمّا يزل شابًّا[5] . و " أبو الحسن محمد بن علي بن الحسين بن محمد بن علي الزينبي " ، كان ـ كما وصفه بعض المؤرّخين ـ رجلاً صالحًا صدوقًا صابرًا ، توفي سنة ٥٩٨هـ/ ١٢٠١م[6] .

وممّن أدرك القرن السابع الهجري من أحفاد " أبي الحسن محمد بن علي

---

(١) ابن أيبك الصفدي : المصدر السابق ، جـ٤ ، ص٦٩ .

(٢) المصدر نفسه ، جـ٣ ، ص١٤٠ ـ ١٤١ ، السيوطي : المصدر السابق ، ص٣٢٥ .

(٣) ابن الجوزي : المصدر السابق ، جـ١٨ ، ص١٥٦ ، ابن أيبك الصفدي : المصدر السابق ، جـ١٦ ، ص٢٨٠ ، السيوطي : المصدر السابق ، ص٢٩٩ ـ ٣٠٠ .

(٤) السيوطي : رفع الباس ، ص٣١٦ .

(٥) المصدر نفسه ، ص٣٢٥ ـ ٣٢٦ .

(٦) الذهبي : سير أعلام النبلاء ، جـ٢١ ، ص٣٥٤ .

الزينبي " ، " أبو المظفّر محمد بن طلحة بن علي بن محمد بن محمد بن علي الزينبي " ، عاش جُلّ حياته في النصف الثاني من القرن السادس الهجري ، وتولّى نقابة العبّاسيين فترة من الزمن ، وكانت له منزلة ووجاهة في البلاط العباسي ، توفي سنة ٦٠١هـ/ ١٢٠٤م[١] . وشقيقه " أبو القاسم قُثم بن طلحة بن علي الزينبي " ، كان صدرًا معظّمًا مثل أخيه ، فاضلاً عارفًا ببعض العلوم ، توفي في شهر رجب سنة ٦٠٧هـ/ ١٢١٠م ، وله من العمر سبع وخمسون سنة[٢] . و " أبو تمّام محمد بن العباس بن يحيى بن محمد بن الحسين الزينبي " ، وُلد في سنة ٥٣٣هـ/ ١١٣٨م ، وكان رجلاً زاهدًا كبير الشأن ، توفي سنة ٦١١هـ/ ١٢١٤م[٣] . و " أبو طالب عبد الله بن المظفر بن علي بن طراد الزينبي " ، ولد في سنة ٥٥٩هـ/ ١١٦٤م ، وتتلمذ على عدد من علماء عصره ، وروى عنه آخرون .. ولعلّه كان آخر مَن اشتهر من " الزينبيين " في أيّام الدولة العباسية ، توفي في شهر رمضان سنة ٦٣٥هـ/ ١٢٣٨م[٤] .

وهكذا كان العديد من " الزينبيين " أعلامًا في زمانهم ، تَحَدّثَ عنهم المؤرّخون ، وأفسحوا لهم مواضع في كتب التاريخ والتراجم ، وتناولوا سيَرهم

---

(١) المنذري : التكملة لوفيات النقلة ، تحقيق : بشّار عوّاد معروف ، مؤسسة الرسالة ، بيروت ، ١٤٠٥هـ/ ١٩٨٤م ، جـ٢ ، ص٥٥ ، السيوطي : المصدر السابق ، ص٣٢٦ .

(٢) ياقوت الحموي : معجم الأدباء ، الطبعة الأولى ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، ١٤١١هـ/ ١٩٩١م ، جـ٥ ، ص٧ـ ٨ ، ابن أيبك الصفدي : الوافي بالوفيات ، جـ٢٤ ، ص١٥٠ ـ ١٥١ ، السيوطي : المصدر السابق ، ص٣١٦ .

(٣) المنذري : المصدر السابق ، جـ٢ ، ص٣٠١ ــ ٣٠٢ ، الذهبي : تاريخ الإسلام ، حوادث ووفيات (٦١١ ـ ٦٢٠هـ) ، ص٨٤ ـ ٨٥ ، السيوطي : المصدر السابق ، ص٣٢٧ .

(٤) المنذري : المصدر السابق ، جـ٣ ، ص٤٨٩ ، الذهبي : سير أعلام النبلاء ، جـ٢٣ ، ص١٨ ـ ١٩ .

بالكثير من التقدير والتبجيل ، ولذا صار البيت الزينبي يُشار إليه بالبنان ، يقول المؤرّخ " المنذري " في أثناء ترجمته لأبي المظفّر محمد بن طلحة الزينبي : " وهو من بيت الشرف والتقدّم والنقابة "[1] . ويقول أيضًا في ترجمته لعبد الله بن المظفّر الزينبي : " وهو من بيت روايةٍ وفضلٍ ونقابةٍ ووزارة "[2] .

وأخيرًا نلاحظ - من خلال ما ذكرناه في الصفحات السابقة - أنّ اسم " الزينبيين " قد شاع في فترات متأخّرة نسبيًّا من العصر العباسي ، ولا سيّما في القرنين الخامس والسادس الهجريين ، مع أنّ جدّتهم التي ينتسبون إليها " زينب بنت سليمان بن علي بن عبد الله بن عباس " عاشت في فترة مبكّرة من تاريخ الدولة العباسية ..

ويمكن القول إنّ ذلك يُعزى - فيما يبدو - إلى أمرين رئيسين ، أحدهما : أنّ الفترات التي سبقت القرنين الخامس والسادس لم يَبرز فيها إلاّ أسماء محدودة للغاية من أفراد البيت الزينبي ، والأمر الثاني : أنّ الأسرة العباسية تزايدت أعداد أبنائها مع مرور الأيام والسنين ، فصار كلّ فرع منها - ومنهم " الزينبيون " - يسعى لأن يتميّز باسْم يُعرف به عن غيره من فروع بني العباس الأخرى .

أثر " الزينبيّين " في الحياة السياسية في الدولة العباسية :

لم يكن للزينبيّين قبل القرن الخامس الهجري - الحادي عشر الميلادي - أثر كبير في ميادين الحياة السياسية في الدولة العباسية ، ولم يلعبوا دَورًا مؤثّرًا في البلاط العباسي قبل ذلك التاريخ ، وذلك باستثناء ما ذكرته بعض المصادر التاريخية من تولية عدد يسير منهم على بعض المدن أو الأقاليم ، أو تكليفهم ببعض المَهامّ من

(١) المنذري : التكملة لوفيات النقلة ، جـ٢ ، ص٥٥ .

(٢) المصدر نفسه ، جـ٣ ، ص٤٨٩ .

جانب الخلفاء ، فقد أشار المؤرّخ " خليفة بن خياط "[١] إلى أنّ " عبد الله بن محمد بن إبراهيم بن محمد بن علي العباسي " - وهو أوّل مَن عُرف من " الزينبيّين " - وُلّي على " مكة " في عهد الخليفة " هارون الرشيد " ، كما ذكرت مصادر أخرى أنّه وُلّي على مصر فترة قصيرة في أيّام " الرشيد أيضًا ، وذلك بين عامَي (١٨٩ - ١٩٠هـ/ ٨٠٥ - ٨٠٦م)[٢] .

وفي حوادث سنة ٢٥٣هـ يرد ذِكْر " عبد الله بن محمد بن سليمان الزينبي " عند شريحة من كبار المؤرّخين ، كالطبري[٣] ، وابن الأثير[٤] ، وابن كثير[٥] ، حيث يذكر هؤلاء المؤرّخون أنّه حجّ بالناس في تلك السنة . وينفرد " ابن حزم "[٦] بقوله إنّ " عبد الله " هذا وُلّي على " البصرة " في أيّام الخليفة العباسي " المعتزّ بالله " الذي تولّى الخلافة بين عامَي (٢٥٢ - ٢٥٥هـ/ ٨٦٦ - ٨٦٩م) ، وفي أثناء ولايته حدثتْ فتنة الزَّنج[٧] في البصرة .

وفي القرنين الخامس والسادس الهجريين كان لبعض أعلام الزينبيّين أثر أكثر

---

(١) تاريخ خليفة بن خياط ، تحقيق : أكرم ضياء العمري ، دار القلم ، بيروت ، ١٣٩٧هـ/ ١٩٧٧م ، ص٤٦١ .

(٢) الكندي : ولاة مصر ، تحقيق : حسين نصار ، دار صادر ، بيروت ، ص١٦٨ ، ابن تغري بردي : النجوم الزاهرة في ملوك مصر والقاهرة ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، ١٤١٣هـ/ ١٩٩٢م ، جـ٢ ، ص١٦٦ .

(٣) تاريخ الأمم والملوك ، جـ٩ ، ص٣٧٧ .

(٤) الكامل ، جـ٧ ، ص١٨٣ .

(٥) البداية والنهاية ، جـ١٤ ، ص٤٩٥ .

(٦) جمهرة أنساب العرب ، ص٣٢ .

(٧) عن فتنة " الزَّنج " وموقف العباسيين منها ، انظر : (الطبري : المصدر السابق ، جـ٩ ، ص٤١٠ وما بعدها ، ابن الأثير : المصدر السابق ، جـ٧ ، ص٢٠٥ وما بعدها) .

أهمّية في الحياة السياسية في الدولة العباسية ، ففي القرن الخامس الهجري يبرز اسم " طراد بن محمد بن علي الزينبي " في عدد من المواقف والحوادث التاريخية المرتبطة بالخلافة العباسية .. كان " طراد " يحظى بمكانة عالية في البلاط العباسي ، وكانت له مكانة مميّزة عند الخلفاء ، ففي سنة ٤٥٣هـ/ ١٠٦١م قُلّد نقابة النقباء في الدولة العباسية ، ولُقّب " الكامل ذا الشرفين "[١] . وكان الخلفاء العباسيون يعهدون إليه ببعض المهامّ الجليلة التي تدلّ على ثقتهم الكبيرة به ، ومن ذلك ما ذكرته بعض المصادر التاريخية من أنّ الخليفة " القائم بأمر الله " بعثه في سنة ٤٥٦هـ/ ١٠٦٤م إلى السلطان السلجوقي " ألب أرسلان "[٢] في إقليم " أذربيجان " ليأخذ البيعة له منه ، فسار " طراد " إليه ، والْتقى به ، فبايعه للخليفة[٣] . وفي سنة ٤٦٣هـ/ ١٠٧٠م وجّهه الخليفة " القائم " رسولاً إلى صاحب " حلَب " " محمود بن صالح بن مرداس "[٤] ليُقدّم له الشّكْر والتقدير على

---

(١) ابن الأثير : الكامل ، جـ١٠ ، ص١٨ .

(٢) هو السلطان " ألب أرسلان بن جغري بك بن ميكائيل بن سلجوق " ، من كبار سلاطين السلاجقة ، تولّى الحكْم في الدولة السلجوقية بعد وفاة عمّه " طغرلبك " سنة ٤٥٥هـ ، واستمرّ في حكْمها حتّى وفاته في سنة ٤٦٥هـ . انظر أخباره في : (البنداري : تاريخ دولة آل سلجوق ، دار الآفاق الجديدة ، بيروت ، ١٤٠٠هـ/ ١٩٨٠م ، ص٣٠ ـ ٤٩ ، ابن النظّام اليزدي : العراضة في الحكاية السلجوقية ، ترجمه من الفارسية إلى العربية : عبد النعيم محمد حسنين ، وحسين أمين ، بغداد ، ١٩٧٩م ، ص٤٥ ـ ٥٤ ، ومن المراجع الحديثة انظر أيضًا : عباس إقبال : تاريخ إيران بعد الإسلام ، ترجمه من الفارسية إلى العربية : محمد علاء الدين منصور ، دار الثقافة ، القاهرة ، ١٤١٠هـ/ ١٩٩٠م ، ص٢٤١ ـ ٢٤٨ ، عبد النعيم محمد حسنين : سلاجقة إيران والعراق ، مكتبة النهضة المصرية ، القاهرة ، ١٣٩٠هـ/ ١٩٧٠م ، ص٤٦ ـ ٦٠) .

(٣) ابن الأثير : المصدر السابق ، جـ١٠ ، ص٣٥ .

(٤) هو " محمود بن صالح بن مرداس الكلابي " ، من حكّام دويلة " بني مرداس " في حلَب ، ذكرته بعض المصادر باسْم " محمود بن نصر بن صالح بن مرداس " ، أي أن " صالح بن مرداس " اسم جدّه وليس اسم أبيه ، وصفه بعض المؤرّخين بأنه كان " شجاعًا مهيبًا جوادًا " ، توفّي سنة ٤٦٧هـ . انظر ترجمته في :

إقامة الخطبة له وللسلطان " ألب أرسلان " في بلاده[1] .

كما بعثه الخليفة " القائم " في سنة ٤٦٥هـ/ ١٠٧٢م رسولاً إلى " شرف الدولة مُسلم بن قريش "[2] - حاكم الدولة " العُقيلية " في الموصل - ليسعى لإصلاح ذات البين بينه وبين السلطان السلجوقي " ألب أرسلان " ، وكان الأخير ساخطًا على " مُسلم بن قريش " حينذاك ، وقد سار " طراد الزينبي " إلى " مُسلم " في الموصل ، والْتقى به ، ثمّ اصطحبه معه إلى السلطان " ألب أرسلان " ، وفي الطريق جاءتهما الأنباء بوفاته ، فتوجّها إلى ابنه " ملكشاه "[3] ، الذي تولّى الحكم في الدولة السلجوقية بعده[4] . وقد جرت لطراد الزينبي في أثناء وجوده في

(الذهبي : سير أعلام النبلاء ، جـ١٨ ، ص٣٥٨ - ٣٥٩ ، العبر في خبر مَن غَبر ، تحقيق : محمد السعيد بن بسيوني زغلول ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، ١٤٠٥هـ/ ١٩٨٥م ، جـ٢ ، ص٣٢٣ ، ابن أيبك الصفدي : الوافي بالوفيات ، جـ٢٥ ، ص١٠٥ - ١٠٦) .

(١) ابن الأثير : المصدر السابق ، جـ١٠ ، ص٦٣ .

(٢) هو " شرف الدولة مسلم بن قريش بن بدران " ، من حكّام الدولة العُقيلية في الموصل ، تولّى الحكم في سنة ٤٥٣هـ ، واتّسع نفوذه فشمل ديار ربيعة ومُضر وبعض المناطق من بلاد الشام ، توفي سنة ٤٧٨هـ . انظر ترجمته في : (الذهبي : العبر ، جـ٢ ، ص٣٤٠ ، ابن أيبك الصفدي : الوافي بالوفيات ، جـ٢٥ ، ص٣٢٢ - ٣٢٥ ، ومن المراجع الحديثة انظر عنه أيضًا : سعيد الديوه جي : تاريخ الموصل ، بغداد ، ١٤٠٢هـ/ ١٩٨٢م ، ص١٦٧ - ١٦٩) .

(٣) هو السلطان " ملكشاه بن ألب أرسلان السلجوقي " ، من أبرز سلاطين الدولة السلجوقية وأوسعهم شهرة ، تولّى الحكم بعد وفاة أبيه سنة ٤٦٥هـ ، وكان له أثر كبير في الميدان الحضاري في بلاده ، توفي سنة ٤٨٥هـ . انظر أخباره في : (البنداري : تاريخ دولة آل سلجوق ، ص٥٠ وما بعدها ، ابن النظّام اليزدي : العراضة في الحكاية السلجوقية ، ص٥٥ - ٦٩ ، ومن المراجع الحديثة انظر أيضًا : عباس إقبال : تاريخ إيران بعد الإسلام ، ص٢٤٩ - ٢٥٣ ، ٢٦١ - ٢٦٣ ، عبد النعيم حسنين : سلاجقة إيران والعراق ، ص٦١ - ٦٨ ، ٧٧) .

(٤) ابن الأثير : الكامل ، جـ١٠ ، ص٧٩ .

معسكر السلطان " ملكشاه " بعض المتاعب ، فقد حدث حينذاك قتال بين " ملكشاه " وبعض خصومه على مقربة من مدينة " هَمَذان "[1] ، وفي خِضمّ ذلك القتال تعرّض " طراد " للنهب من قِبَل بعض الجند[2] .

وفي سنة ٤٧٧هـ/ ١٠٨٤م وجّه الخليفة " المقتدي بأمر الله " " طرادًا الزينبي " رسولاً إلى " شرف الدولة مسلم بن قريش " ، فلقيه بالموصل ، وكان " شرف الدولة " قد عاد إلى بلده بعد أن خاض حربًا غير موفّقة مع جيوش السلاجقة ، ثمّ اصطلح مع السلطان " ملكشاه "[3] . ولم تُشر المصادر التاريخية إلى المهمّة التي بُعث " الزينبي " من أجلها في هذه المرّة ، إلاّ أنّه يُفهم من سير الأحداث أنّ الخليفة أوفده لإقرار " شرف الدولة " على " الموصل " من جديد بعد عودته إليها[4] .

وفضلاً عن تلك المهامّ التي كُلّف بها " طراد الزينبي " ، فقد تولّى في بعض الفترات الوزارة بالإنابة في الدولة العباسية ، ومن ذلك ما جرى في سنة ٤٨١هـ/ ١٠٨٨م ، حينما حجّ الوزير العباسي " أبو شجاع الروذراوري "[5] ، حيث أناب

---

(١) " هَمَذان " : مدينة مشهورة في " بلاد الجبل " في المشرق ، وصفها " ياقوت " بأنها " من أحسن البلاد وأنزهها وأطيبها " . (معجم البلدان ، جـ٥ ، ص٤١٠ ـ ٤١٢) .

(٢) ابن الأثير : المصدر السابق ، جـ١٠ ، ص٧٨ .

(٣) المصدر نفسه ، جـ١٠ ، ص١٣٦ .

(٤) ابن الأثير : الكامل ، جـ١٠ ، ص١٣٦ ـ ١٣٧ .

(٥) هو " أبو شجاع محمد بن الحسين الرُّوذْراوري " ، تولّى الوزارة في الدولة العباسية في عهد الخليفة " المقتدي بأمر الله " سنة ٤٧٦هـ ، واستمرّ فيها حتى سنة ٤٨٤هـ ، وكان مشهورًا بالعدل وحسْن التعامل مع الناس ، توفي سنة٤٨٨هـ . انظر ترجمته في : (ابن خلكان : وفيات الأعيان وأنباء أبناء الزمان ، تحقيق : إحسان عباس ، دار صادر ، بيروت ، ١٣٩٧هـ/ ١٩٧٧م ، جـ٥ ، ص١٣٤ ـ ١٣٧ ، ابن أيبك الصفدي : الوافي بالوفيات ، جـ٣ ، ص٥) .

عنه في وزارته ابنه " ربيب الدولة أبا منصور "[1] ونقيب النقباء " طرادًا الزينبي "[2] .

ومثلما كان " طراد الزينبي " موضع ثقة عند الخلفاء العباسيين ، فقد كان أخوه " أبو طالب الحسين بن محمد بن علي الزينبي " أيضًا يحظى بمنزلة مهمّة وثقة عالية عند الخلفاء ، ويتمتع بوجاهة كبيرة في البلاط العباسي ، ولذا كان الخلفاء يُوْكلون إليه بعض الأمور المهمّة ، ومن ذلك ما ذكرته بعض الروايات من أنّه وُجّه في بعض الفترات رسولاً إلى " ملوك الأطراف "[3] . ولم تُفصح هذه الروايات عن أسماء الخلفاء الذين كانوا يبعثونه رسولاً من جانبهم ، كما لم تكشف النقاب عن شخصيّات " ملوك الأطراف " الذين وُجّه إليهم . إلاّ أنّه يُستنتج من هذه الروايات أنّ " أبا طالب الزينبي " قد أُوفد من قِبَل الخلفاء لأمور تتعلّق ببعض التطوّرات السياسية التي كانت تحدث في أيّامه ، وبالعلاقات التي كانت سائدة بين الدولة العباسية وبعض القوى المعاصرة لها .

ولعلّ أبرز مَن كان له أثر في الحياة السياسية في الدولة العباسية من الزينبيّين هو " علي بن طراد الزينبي " ، الذي تولّى الوزارة في أيّام الخليفتين " المسترشد بالله "

---

(١) هو " ربيب الدولة أبو منصور بن محمد بن الحسين الروذراوري " ، تولّي الوزارة في الدولة العباسية في عهد الخليفة " المستظهر بالله " سنة ٥٠٧هـ ، كما ولاّه السلطان السلجوقي " محمود بن محمد بن ملكشاه " الوزارة في أيّامه ، وذلك في حدود سنة ٥١٢هـ ، توفي سنة ٥١٣هـ . انظر أخباره في : (ابن الأثير : المصدر السابق ، جـ١٠ ، ص٤٩٨ ، ٥٣٣ ، ٥٦٠) .

(٢) ابن الأثير : المصدر السابق ، جـ١٠ ، ص١٦٨ .

(٣) ابن الجوزي : المنتظم ، جـ١٧ ، ص١٦٦ ، سبط ابن الجوزي : مرآة الزمان ، جـ٢ ، ص٦٦٥ ، الذهبي : سير أعلام النبلاء ، جـ١٩ ، ص٣٥٤ ، ابن أيبك الصفدي : المصدر السابق ، جـ١٣ ، ص٢٧ .

و " المقتفي لأمر الله " .. كان " علي بن طراد " ذا مكانة عالية عند الخلفاء العباسيين قبل أن يتولّى الوزارة ، وكانوا يُوْكلون إليه بعض المهامّ الجليلة ، ومن ذلك ما ذكرته بعض المصادر التاريخية من أنّ الخليفة " المستظهر بالله " وجّهه في سنة ٥٠١هـ/ ١١٠٧م رسولاً إلى " صدقة بن منصور الأسدي "[١] - صاحب " الحلّة "[٢] - يحذّره من مناوئة السلطان السلجوقي " محمد بن ملكشاه "[٣] ، وكان " صدقة " قد عزم على محاربته في تلك السنة[٤] .

وحينما بويع " المسترشد بالله " بالخلافة سنة ٥١٢هـ/ ١١١٨م بعث " عليّ بن طراد الزينبي " إلى " دُبيس بن صدقة "[٥] ليأخذ منه البيعة ، فلمّا قدم " علي بن

---

(١) هو " صدقة بن منصور بن دُبيس الأسدي " ، مؤسّس بلدة " الحَلة " بالعراق وحاكمها ، وصفه " ابن الأثير " بأنّه كان " جوادًا حليمًا صدوقًا كثير البرّ والإحسان " . دخل في قتال مع السلاجقة ، فقُتل في سنة ٥٠١هـ . انظر أخباره وترجمته في : (الكامل في التاريخ ، جـ١٠ ، ص٤٤٠ - ٤٤٩ ، ابن خلكان : وفيات الأعيان ، جـ٢ ، ص٤٩٠ ـ ٤٩١ ، الذهبي : سير أعلام النبلاء ، جـ١٩ ، ص٢٦٤ - ٢٦٥) .

(٢) " الحِلّة " : مدينة كبيرة بين الكوفة وبغداد . (ياقوت : معجم البلدان ، جـ٢ ، ص٢٩٤) .

(٣) هو " محمد بن ملكشاه بن ألب أرسلان " ، من سلاطين الدولة السلجوقية ، دخل في حروب مع بعض أخوته في مستهلّ العِقد الأخير من القرن الخامس الهجري ، وصار كلٌّ منهم يحكم جزءًا من المناطق الخاضعة لنفوذ السلاجقة ، ثم اتّسع نفوذه ليشمل معظم أراضي الدولة السلجوقية ، وظلّ كذلك حتّى وفاته في سنة ٥١١هـ . انظر أخباره في : (البنداري : تاريخ دولة آل سلجوق ، ص٨٦ وما بعدها ، ابن النظّام اليزدي : العراضة في الحكاية السلجوقية ، ص٨٢ - ٩٤ ، ومن المراجع الحديثة انظر أيضًا : عباس إقبال : تاريخ إيران بعد الإسلام ، ص٢٧١ - ٢٧٥ ، عبد النعيم حسنين : سلاجقة إيران والعراق ، ص٩١ - ٩٩) .

(٤) ابن الأثير : المصدر السابق ، جـ١٠ ، ص٤٤١ .

(٥) هو " دُبيس بن صدقة بن منصور الأسدي " ، من حكّام " الحلّة " في العراق ، اتّسع نفوذه في أيّام الخليفة " المسترشد بالله " ، حيث استولى على كثير من بلاد العراق ، ومات في سنة ٥٢٩هـ . انظر ترجمته في :

طراد " إلى " دُبيس " في " الحلّة " ، وأبلغه بطلب الخليفة ، أجابه بالسمع والطاعة ، وبايعه للمسترشد بالله[1] . وكان " أبو الحسن بن المستظهر بالله " ـ أخو الخليفة " المسترشد " ـ قد سار إلى " دُبيس بن صدقة " مبديًا الخلاف لأخيه ، فسعى " علي بن طراد " لإصلاح ذات بينهما ، وقام خلال وجوده في " الحلّة " بإقناع " أبي الحسن " بالعودة إلى " بغداد " والرجوع عن الخلاف ، فأجابه إلى ذلك بعد أن ضمن له الأمان عند الخليفة[2] .

وفي سنة ٥٢٣هـ/ ١١٢٩م ولّى " المسترشدُ بالله " " عليَّ بن طراد " الوزارة ، وقال له ـ مشيدًا به ـ : " كلّ مَن رُدّت إليه الوزارة شَرُفَ بها إلاّ أنت فإنّ الوزارة شَرفَتْ بك " ، و " حُمِل إليه الدّست[3] الكامل من دار الخليفة ، وتقدّم [أي الخليفة] إلى أرباب المناصب بالسعي بين يديه إلى الديوان "[4] ، ومَنَحَه ألقابًا كثيرة ، كلّ لقبٍ منها يبدو كافيًا لرفع شأنه وتعظيم قَدْره ، مثل " مُعزّ الإسلام ، عضد الإمام ، سيّد الوزراء ، صدر الشرق والغرب "[5] ! . ووفقًا لما يذكره " ابن

(ابن خلكان : المصدر السابق ، جـ٢ ، ص٢٦٣ ـ ٢٦٥ ، ابن أيبك الصفدي : الوافي بالوفيات ، جـ١٣ ، ص٣٢١ ـ ٣٢٢) .

(١) سبط ابن الجوزي : مرآة الزمان ، جـ٢ ، ص٦٥٣ ، ابن الطقطقي : الفخري في الآداب السلطانية ، ص٣٠٢ .

(٢) ابن الأثير : الكامل ، جـ١٠ ، ص٥٣٧ .

(٣) " الدّست " : كلمة فارسية ، معناها : المحلّ المخصّص للسيّد الكبير في صدر المجلس ، استُخدمت عند العرب للتعبير عن مقرّ السلطان ونحوه . (مصطفى عبد الكريم الخطيب : معجم المصطلحات والألقاب التاريخية ، ص١٨١) .

(٤) ابن الطقطقي : الفخري ، ص٣٠٥ .

(٥) ابن العمراني : الإنباء في تاريخ الخلفاء ، تحقيق : قاسم السامرّائي ، دار العلوم ، الرياض ، ١٤٠٢هـ/ ١٩٨٢م ، ص٢١٦ .

الأثير "[1] فقد عُيّن " علي بن طراد الزينبي " في البداية في منصب " نائب وزير " ، وذلك بُعيد وفاة الوزير العباسي " جلال الدين الحسن بن علي بن صدقة "[2] في أواسط سنة ٥٢٢هـ/ ١١٢٨م ، ثمّ عُيّن وزيرًا في آخر شهر ربيع الآخر سنة ٥٢٣هـ/ ١١٢٩م ، ولم يتولّ الوزارة في الدولة العباسية هاشميٌّ غيره .

وفي سنة ٥٢٦هـ/ ١١٣٢م تغيّر موقف الخليفة " المسترشد بالله " من الوزير " علي بن طراد الزينبي " ، حيث عزله عن الوزارة ، وأودعه السجن ، وظلّ في سجنه أربعة أشهر ، ثمّ أفرج عنه[3] . ولم يُفصح المؤرّخون عن الأسباب التي أدّت إلى عزله وسجنه ، ولذا يبدو ما جرى له أمرًا غريبًا ، سيّما وأنّ العلاقة بينه وبين الخليفة كانت ودّية إلى حدٍّ كبير ، وكان " المسترشد " يُشيد به ويُظهر التقدير له ، كما ذكرنا آنفًا .. على أنّ الخليفة مالبث أن رضي عنه ، وأعاده إلى الوزارة سنة ٥٢٨هـ/ ١١٣٣م ، وزاد في تكريمه وتقديره[4] .

وفي العام التالي (٥٢٩هـ) سار الخليفة " المسترشد " لقتال السلطان السلجوقي " مسعود بن محمد بن ملكشاه "[5] في بلاد الجبل في منطقة المشرق ،

---

(١) الكامل ، جـ١٠ ، ص٦٥٣ .

(٢) هو " جلال الدين الحسن بن علي بن صدقة النصيبي " ، من وزراء الدولة العباسية في أيام الخليفة " المسترشد بالله " ، تولّى الوزارة ثلاثة أعوام ثمّ عُزل عنها ، وذلك في سنة ٥١٦هـ ، ومن ثمّ أُعيد إليها بعد سنة ، واستمر وزيرًا حتى وفاته في سنة ٥٢٢هـ . انظر ترجمته في : (الذهبي : سير أعلام النبلاء ، جـ١٩ ، ص٥٥٢ - ٥٥٣ ، ابن أيبك الصفدي : الوافي بالوفيات ، جـ١٢ ، ص٩١) .

(٣) الذهبي : المصدر السابق ، جـ٢٠ ، ص١٥٠ .

(٤) ابن الجوزي : المنتظم ، جـ١٧ ، ص٢٨٢ ، الذهبي : سير أعلام النبلاء ، جـ٢٠ ، ص١٥٠ .

(٥) هو السلطان " مسعود بن محمد بن ملكشاه بن ألب أرسلان السلجوقي " ، من سلاطين الدولة السلجوقية في النصف الأول من القرن السادس الهجري ، دخل في حروب واسعة مع بعض أخوته وآل بيته ، كما اشتبك في حروب أخرى مع العباسيين ، توفي في سنة ٥٤٧هـ . انظر أخباره في : (البنداري : تاريخ دولة آل سلجوق ، ص١٦١ وما بعدها ، ابن النظّام اليزدي : العراضة في الحكاية

وبصحبته الوزير " علي بن طراد " ، فانهزم الخليفة في ذلك القتال ، ووقع أسيرًا في يد الجيش السلجوقي ، ووقع معه في الأسْر عددٌ من كبار رجاله وحاشيته ، كان من بينهم وزيره " علي بن طراد الزينبي "[1] .

ولم يلبث الخليفة " المسترشد بالله " أن استُشهد على يد جَمْع من " الباطنية " ، في نفس العام الذي هُزم فيه (٥٢٩هـ) ، أمّا الوزير " علي بن طراد " فقد ظلّ في الأسْر حتّى السنة التالية (٥٣٠هـ)[2] ، ولكنه لم يكن - حسب ما تذكره بعض الروايات التاريخية - يُعامَل معاملة الأسير ، بل كان يحظَى بالتقدير والاحترام من جانب السلطان السلجوقي " مسعود "[3] .

وفي السنة ذاتها (٥٣٠هـ) سار السلطان " مسعود " نحو بغداد ، وذلك بعد أن ساءت العلاقة بينه وبين الخليفة " الراشد بالله بن المسترشد " - الذي تولّى الخلافة بعد مصرع أبيه - وكان الوزير " علي بن طراد الزينبي " بصحبة السلطان ، فلمّا بلغ بغداد خرج منها الخليفة " الراشد " واتّجه إلى مدينة الموصل ، فدخلها السلطان والوزير ومَن معهما ، ثمّ أُعلن عن إقصاء " الراشد " عن الخلافة . ووفقًا لما تذكره المصادر التاريخية فقد كان الوزير " علي بن طراد " في مقدّمة المؤيّدين لإقصائه[4] ، ليس هذا فحسْب ، بل إنّ المؤرّخ " ابن العمراني "[5] يذكر أنّ السلطان السلجوقي " مسعودًا " استشار بعد دخوله بغداد الوزيرَ " الزينبي " في

السلجوقية ، ص١١٧ - ١٢٧ ، ومن المراجع الحديثة انظر أيضًا : عباس إقبال : تاريخ إيران بعد الإسلام ، ص٢٩٧ - ٢٩٩ ، عبد النعيم حسنين : سلاجقة إيران والعراق ، ص١١٩ - ١٢٦) .

(١) ابن الأثير : الكامل ، جـ١١ ، ص٢٤ - ٢٦ ، النويري : نهاية الأرب في فنون الأدب ، تحقيق : أحمد كمال زكي ، القاهرة ، ١٩٨٠م ، جـ٢٣ ، ص٢٧٢ - ٢٧٥ .

(٢) ابن الأثير : المصدر السابق ، جـ١١ ، ص٢٧ ، ٤٢ .

(٣) ابن الطقطقي : الفخري ، ص٣٠٥ - ٣٠٦ .

(٤) ابن الأثير : الكامل ، جـ١١ ، ص٤٢ ، ابن الطقطقي : الفخري ، ص٣٠٦ ، ٣٠٨ .

(٥) الإنباء في تاريخ الخلفاء ، ص٢٢٢ .

أن يقصد الخليفة " الراشد " بنفسه ويترضّاه ويُعيده إلى حاضرة الخلافة ، ولكنّ الوزير هوّن أمره عليه ، ووعده أن يكفيه ذلك ، وجمع القضاة والفقهاء وألْزمهم أن يشهدوا على " الراشد بالله " بشُرْب النبيذ - ليكون ذلك سبيلاً إلى إقصائه عن الخلافة - مع أنّ أحدًا منهم لم يره - كما يقول " ابن العمراني " - يشرب الماء ! .

ولم يذكر المؤرّخون سببًا واضحًا لموقف الوزير " الزينبي " هذا من الخليفة " الراشد بالله " ، مع أنّه كان يحظى بمنزلة عالية عند أبيه الخليفة " المسترشد بالله " . وإذا صحّت هذه الرواية فإنّ موقفه ذلك يبدو غريبًا ومستهجنًا إلى حدٍّ بعيد ، لأنّه لا ينسجم مع ما اتّفقتْ عليه الروايات التاريخية من أنه كان على جانب من الفضل والحكمة وبُعْد النظر ، وكان يتمتّع بالكثير من الصفات الحميدة .

وكان للوزير " الزينبي " أثرٌ آخر أكثر أهمّية في تلك التطوّرات السياسية التي شهدتْها الدولة العباسية حينذاك ، فقد عُهد إليه ترشيح خليفة عباسي جديد بُعيد إقصاء الخليفة " الراشد " ، فأشار باختيار " محمد بن المستظهر بالله " ، فوافق السلطان " مسعود السلجوقي " ومَن حوله من كبار الرجال في البلاط العباسي على ذلك ، وبُويع له بالخلافة ، ولُقّب بـ " المقتفي لأمر الله "[1] ، وكان ذلك سنة ٥٣٠هـ/ ١١٣٥م .

اختار الخليفةُ " المقتفي " في مستهلّ عهده " عليَّ بن طراد الزينبي " وزيرًا له ، واستمرّ " الزينبي " في وزارته قرابة أربعة أعوام ، وذلك حتّى سنة ٥٣٤هـ/ ١١٣٩م ، ثمّ ساءت العلاقة بين الرجلين ، وحدثتْ بينهما فجوة كبيرة ، فخاف الوزير من الخليفة ، وذهب إلى دار السلطان " مسعود السلجوقي " في بغداد

(١) ابن الطقطقي : المصدر السابق ، ص٣٠٨ .

مستجيرًا ، ودخلها واحتمى بها أيّامًا عدّة[١] .

ويذكر " ابن الأثير "[٢] أن سبب تدهور العلاقة بين الخليفة " المقتفي " والوزير " الزينبي " يعود إلى ما كان يقوم به الوزير من اعتراض على الخليفة في كلّ ما يأمر به ، ممّا جعله يضيق ذرعًا بذلك . ويبدو أن الوزير " الزينبي " ظلّ يشعر بفضله على " المقتفي " لكونه أشار باختياره خليفة للدولة العباسية ، فأباح لنفسه أن يتدخّل في قراراته حتّى بلغ الأمر حدّ اعتراضه على ما كان يأمر به .

ومهما يكن من أمر ، فقد أرسل الخليفة " المقتفي " رسولاً إلى الوزير " الزينبي " يطلب إليه العودة إلى منصبه ، ولكنّ الوزير امتنع من الرجوع ، وظلّ مقيمًا في دار السلطان " مسعود السلجوقي " ، فبعث الخليفة إلى السلطان يستشيره في أمره ، فأذن في عزله عن الوزارة ، فعزله الخليفة[٣] ، ثمّ طلب السلطان " مسعود " إلى " المقتفي " أن يأذن له ـ بدَوره ـ في العودة إلى داره ، فأذن له[٤] .

ووفقًا لما تذكره بعض الروايات فقد تدهورت أحوال الوزير " علي بن طراد الزينبي " بعد عزله ، واضمحلّ شأنه إلى حدٍّ بعيد ، وعاش السنوات الأخيرة من حياته في ضائقة شديدة وحالٍ يُرثى لها ، حتّى إنّه مرض ذات يوم فاشتهى نوعًا من الطعام لم يكن في بيته فلم يَقْدر على ثمنه ! ، وكان قد أنفق جُلّ ماله لّما كان مُستجيرًا بدار السلطان " مسعود السلجوقي " ، وحينما مرض مرضه الأخير الذي

---

(١) ابن الأثير : الكامل ، جـ١١ ، ص٤٣ ، ٧٦ ، ابن الطقطقي : الفخري ، ص٣١٠ ، النويري : نهاية الأرب ، جـ٢٣ ، ص٢٨٣ ، ٢٨٥ .

(٢) الكامل ، جـ١١ ، ص٧٦ .

(٣) المصدر نفسه ، جـ١١ ، ص٧٦ ، النويري : المصدر السابق ، جـ٢٣ ، ص٢٨٥ .

(٤) ابن الطقطقي : المصدر السابق ، ص٣١٠ .

توفي فيه بعث إليه الخليفة " المقتفي " يعده بإصلاح أحواله ، فالْتمس منه ـ فقط ـ أن يُحسن إلى أبنائه وأهل بيته من بعده ، فلمّا توفي حرص " المقتفي " على رعايتهم ، وأجرى لهم ما يحتاجونه من الرزق والعطاء[1] .

ومن أعلام الزينبيّين الذين كان لهم أثر في الحياة السياسية في الدولة العباسية " أبو القاسم علي بن الحسين بن محمد بن علي الزينبي " ، المتوفّى سنة ٥٤٣هـ/ ١١٤٩م ، فقد ذكرت بعض الروايات أنه خدم الخليفة " الراشد بالله "[2] ، ولكنّ هذه الروايات لم تكشف عن طبيعة الدَّور الذي أُنيط به في تلك الفترة . ويُفهم من سيْر الأحداث أنّ العلاقة بينه وبين الخليفة " الراشد " لم تكن ودّية دائمًا ، فحينما أُقصيَ هذا الأخير عن الخلافة سنة ٥٣٠هـ/ ١١٣٥م ، وسار من بغداد إلى الموصل ، كان " أبو القاسم الزينبي " حينها هو الآخر في مدينة الموصل ، فطلب إليه " عماد الدين زنكي بن آقسنقر "[3] ـ حاكم الموصل ـ أن يُبْطل عزله وأن يقول بصحّة خلافته ، ولكنه امتنع من ذلك ، فسجنه " عماد الدين زنكي " ، وتعرّض في سجنه لبعض التعذيب ، ثمّ أخلى سبيله بعد مدّة يسيرة ، فعاد إلى بغداد[4] .

وحينما ترك ابن عمّه الوزير " علي بن طراد الزينبي " منصبه ، بسبب تدهور

---

(١) المصدر نفسه ، ص٣١٠ ـ ٣١١ .

(٢) ابن الجوزي : المنتظم ، جـ١٨ ، ص٦٨ ، الذهبي : سير أعلام النبلاء ، جـ٢٠ ، ص٢٠٨ .

(٣) هو " عماد الدين زنكي بن آقسنقر بن عبد الله " ، من أعلام النصف الأول من القرن السادس الهجري ، حَكَم " الموصل " منذ سنة ٥٢١هـ ، واتّسع نفوذه فيما جاورها من البلاد ، وشمل بعض المناطق من بلاد الشام ، وكان شجاعًا مَهيبًا ، توفي في سنة ٥٤١هـ . انظر أخباره وترجمته في : (ابن الأثير : التاريخ الباهر في الدولة الأتابكية ، تحقيق : عبد القادر أحمد طليمات ، دار الكتب الحديثة ، القاهرة ، ١٩٦٣م ، ص٣٢ وما بعدها ، ابن خلكان : وفيات الأعيان ، جـ٢ ، ص٣٢٧ ـ ٣٢٩) .

(٤) الذهبي : المصدر السابق ، جـ٢٠ ، ص٢٠٧ .

العلاقة بينه وبين الخليفة " المقتفي لأمر الله " سنة ٥٣٤هـ/ ١١٣٩م ، عيّنه " المقتفي " وزيرًا له بالإنابة ، بَيْد أنه لم ينل حَظْوة تُذكر عنده ، إذْ ما لبث أن أعرض عنه[١] ، ولم يستمرّ في منصبه إلاّ فترة يسيرة ، حيث ولّى الخليفة في ديوانه وزيرًا جديداً .

لم يكن أثر " الزينبيين " في الحياة السياسية في الدولة العباسية مقتصرًا على المشاهير منهم فحسْب ، بل إنّ بعض المغمورين منهم عملوا في البلاط العباسي أيضًا ، وخدموا بعض الخلفاء ، ومنهم " أحمد بن هبة الله بن محمد بن علي الزينبي " ، الذي عاش في النصف الثاني من القرن الخامس الهجري والثلث الأوّل من القرن السادس ، فقد أشارت بعض الروايات إلى أنّه أُوفد من قِبَل الخليفة إلى مدينة البصرة في أخريات أيّامه ، وذلك لأداء بعض الأعمال التي كلّفه بها ، وقد توفي في أثناء وجوده بالبصرة سنة ٥٣٣هـ/ ١١٣٨م[٢] .

ولم تُفصح الروايات التاريخية عن طبيعة الأعمال التي أَوفده الخليفة من أجلها ، بل اكتفتْ بالقول إنّه كان بالبصرة " في شغلٍ للخليفة "[٣] ، كما لم تكشف النقاب عن شخصية الخليفة الذي أرسله ، وحيث إنّ " أحمد بن هبة الله الزينبي " توفّي في أثناء إيفاده سنة ٥٣٣هـ ، فهذا يعني أنّ الذي بعثه هو الخليفة العباسي " المقتفي لأمر الله " ، الذي تولّى الخلافة بين عامَي (٥٣٠ ـ ٥٥٥هـ/ ١١٣٥ ـ ١١٦٠م) .

وممّن كان له أثرٌ في الحياة السياسية من الزينبيّين الذين لم يحظوا بشهرة واسعة

---

(١) ابن الجوزي : المصدر السابق ، جـ١٨ ، ص٦٨ ، الذهبي : المصدر السابق ، جـ٢٠ ، ص٢٠٨ .

(٢) السيوطي : رفع الباس ، ص٢٨٨ .

(٣) السيوطي : رفع الباس ، ص٢٨٨ .

" أبو المظفّر محمد بن طلحة بن علي بن محمد الزينبي " ، المتوفّى سنة ٦٠١هـ/ ١٢٠٤م ، فقد عَمِل حاجبًا[١] في ديوان الخلافة العباسية[٢] . غير أنّ المصادر التاريخية لم تُحدّد الفترة التي عُيّن فيها ، ولا في عهد مَن مِن الخلفاء العباسيين كان ذلك ، ومن المرجّح أنّه تولّى الحجابة في أيام الخليفة " الناصر لدين الله أحمد بن المستضيء بأمر الله " الذي حكم فيما بين عامَي (٥٧٥ ـ ٦٢٢هـ/ ١١٨٠ ـ ١٢٢٥م) .

كما وُلّي أخوه " أبو القاسم قُثم بن طلحة الزينبي " حجابة " باب النوبي "[٣] ، في شهر ذي القعدة سنة ٦٠٠هـ/ ١٢٠٤م ، في عهد الخليفة " الناصر لدين الله " ، ولكنّه عُزل عنها بعد أقلّ من عام ، وذلك في رمضان سنة ٦٠١هـ/ ١٢٠٥م ، وكان سبب عزله أنّ فتنةً حدثت في بغداد بين أهل " باب الأَزَج "[٤] و " المأمونية "[٥] فسار ليُصلح ذات بينهم ويُسكّن الفتنة ، ولكنّه أخفق في ذلك ، ولم يتعامل مع الموقف بطريقة حكيمة ، بل وقف في صفّ أحد

---

(١) " الحاجب " : اسم فاعل من " الحجْب " ، وهو المنع من الدخول ، وهو اسم وظيفة يُطلق على مَن يقف بباب الخليفة أو السلطان ، يُبلغه أخبار الرعية ويأخذ لهم الإذن منه . (حسن الباشا : الألقاب الإسلامية في التاريخ والوثائق والآثار ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٧٨م ، ص٢٥١) .

(٢) المنذري : التكملة لوفيات النقلة ، جـ٢ ، ص٥٥ ، السيوطي : المصدر السابق ، ص٣٢٦ .

(٣) " باب النوبي " : موضع ببغداد ، أشار إليه " ياقوت " ـ عند تعريفه ببناء واسع يُسمّى " دار الريحانيين " ، مشرف على سوق الريحان في بغداد ـ حيث ذكر أنّ آخره ينتهي إلى الباب المعروف بـ " دركاه خاتون " قرب " باب النوبي " . (معجم البلدان ، جـ٢ ، ص٤٢٠) . ولم أقف في المصادر على تحديد دقيق لهذا الموضع .

(٤) " باب الأَزَج " : محلّة كبيرة في شرقي بغداد . (ياقوت : المصدر السابق ، جـ١ ، ص١٦٨) .

(٥) " المأمونية " : محلّة كبيرة ببغداد ، بين نهر " المعلّى " و " باب الأزَج " ، سُمّيت بذلك نسبة للخليفة " المأمون " . (ياقوت : المصدر السابق ، جـ٥ ، ص٤٤) .

الطرفين وهاجم الطرف الآخر ، فعِيب عليه ذلك وعُزل عن الحجابة[1] .

كان للزينبيّين أثر آخر في البلاط العباسي ، تَمثَّلَ في تولّي عدد منهم نقابة العباسيين في فترات مختلفة - والتي يُطلق عليها بعض المؤرخين أيضًا مصطلح " نقابة الهاشميين " - ومن أبرزهم " أبو الحسن محمد بن علي بن الحسن الزينبي " ، وقد تولّى النقابة وهو لّما يزل شابًّا ، حيث كان في العشرين من عمره ، ثمّ تولاّها من بعده ابنه " أبو تمّام محمد بن محمد بن علي الزينبي " ، ثمّ ابنه الآخر " أبو طالب الحسين بن محمد الزينبي " ، وقد تولّى النقابة بضعة أشهر فقط ، وذلك في مستهلّ سنة ٤٥٢هـ/ ١٠٦٠م ، ثمّ طلب إعفاءه منها ، فتولاّها بعده أخوه " طراد الزينبي " ، ثمّ " علي بن طراد " ، وذلك قبل تولّيه الوزارة ، في عهد الخليفة " المسترشد بالله " ، فلمّا عُيّن وزيرًا قلّد النقابة أخاه " محمد بن طراد "[2] .

وممّن تولّى نقابة العباسيين من الزينبيّين أيضًا : " أبو أحمد طلحة بن علي بن محمد الزينبي " ، وذلك في سنة ٥٤١هـ/ ١١٤٦م ، في أيّام الخليفة " المقتفي لأمر الله " ، واستمر في النقابة في عهد " المقتفي " وفي السنوات الأولى من عهد الخليفة " المستنجد بالله "[3] ، الذي تولّى الخلافة سنة ٥٥٥هـ/ ١١٦٠م .. وابنه " أبو المظفّر محمد بن طلحة الزينبي " - الذي عمل حاجبًا في البلاط العباسي -[4] .

---

(١) ياقوت : معجم الأدباء ، جـ٥ ، ص٧ .

(٢) الذهبي : سير أعلام النبلاء ، جـ١٩ ، ص٣٥٤ ، جـ٢٠ ، ص١٥٠ ، السيوطي : رفع الباس ، ص٣٢٠ .

(٣) ابن أيبك الصفدي : الوافي بالوفيات ، جـ١٦ ، ص٢٨٠ .

(٤) المنذري : التكملة لوفيات النقلة ، جـ٢ ، ص٥٥ ، السيوطي : المصدر السابق ، ص٣٢٦ .

وابنه الآخر " أبو القاسم قُثم بن طلحة الزينبي " ، وقد تولاّها مرّتين ، أولاهما في عهد الخليفة " المستضيء بأمر الله " سنة ٥٦٦هـ/ ١١٧٠م ، ثمّ عُزل في ذي الحجّة سنة ٥٦٨هـ/ ١١٧٢م ، والثانية في شهر صفر سنة ٥٨٣هـ/ ١١٨٧م ، في أيّام الخليفة " الناصر لدين الله " ، وعُزل في السابع عشر من ذي الحجة سنة ٥٩٠هـ/ ١١٩٤م[١] .

وبالرغم من أنّ " نقابة العباسيين " لم تكن منْصبًا مؤثّرًا بشكل مباشر في الحياة السياسية في الدولة العباسية ، وإنّما كانت منصبًا شَرَفيًّا أو فخريًّا إلى حدٍّ كبير ، إلاّ أنّ الذين تولّوها من الزينبيين في العصر العباسي كانوا يحظون باحترام كبير سواءً بين أفراد البيت العباسي أو بين معاصريهم من عامّة الناس ، ومن ثمّ كان لذلك أثره في بعض جوانب الحياة السياسية في الدولة العباسية .

أثر " الزينبيّين " في الحياة العلمية في الدولة العباسية :

أَسْهمَ الكثير من الزينبيّين في إثراء الحياة العلمية في الدولة العباسية ، ونَبَغ العديد منهم في ميادين العلوم المختلفة ، وبخاصّة في الفترة الممتدّة من أوائل القرن الخامس الهجري وحتّى أوائل القرن السابع ، وهي الفترة التي عاش فيها معظم أعلام الأسرة الزينبية .

ومن مشاهير " الزينبيّين " الذين كان لهم أثر في الحياة العلمية " طراد بن محمد ابن علي الزينبي " ، فقد أشارت بعض الروايات إلى أنّه كان حريصًا على طلب العلم منذ نشأته ، وأنه تتلمذ على العديد من علماء عصره ، وصار بعد فترة من الزمن ممّن يُشار إليهم بالبنان ، وروى عنه الكثير من طلاّب العلوم في زمنه[٢] ،

---

(١) ياقوت : معجم الأدباء ، جـ٥ ، ص٧ .

(٢) الذهبي : سير أعلام النبلاء ، جـ١٩ ، ص٣٨ ، ابن أيبك الصفدي : الوافي بالوفيات ، جـ١٦ ، ص٢٤١ ، القرشي : الجواهر المضيّة ، جـ٢ ، ص٢٨١ ـ ٢٨٢ .

كان منهم ابناه " محمد " والوزير " علي "[1] . واشتهر بمجالسه العلمية ، التي كانت محلّ ثناء عدد من المؤرخين ، فقد ذكر " سبط ابن الجوزي "[2] أنّ مجالسه تلك كان يحضرها المحدّثون والفقهاء والأشراف وقاضي القضاة ، وذكر " الذهبي "[3] أنّ مجالسه كان يشهدها الكثير من أهل العلم ، ولم يكن ببغداد حينذاك ما يُماثلها . وأكّد " السيوطي "[4] ذلك أيضًا فأشار إلى أنّ مجلس إملائه كان يحضره كافّة أرباب العلم من الطوائف المختلفة .

ولم يقتصر النشاط العلمي لطراد الزينبي على حاضرة الخلافة العباسية " بغداد " حيث كان يُقيم ، بل شمل بعض المدن الأخرى التي زارها في فترات مختلفة من حياته ، فقد أشارت بعض الروايات إلى أنّه حدّث بمدينة " أَصْبهان "[5] ، في بعض رحلاته[6] ، كما كانت له في سنة ٤٨٩هـ/ ١٠٩٦م مجالس علمية في كلٍّ من مكة والمدينة[7] . ولعلّ نشاطه العلمي في عدد من البلدان قد أسهمَ في اتّساع شهرته ، ومعرفة الناس بمنزلته وفضله ، ولذا وفد إليه الكثير من طلاّب العلم من مختلف الأقطار[8] .

---

(١) السمعاني : الأنساب ، جـ٣ ، ص١٩١ ، القرشي : المصدر السابق ، جـ٢ ، ص٢٨٢ .

(٢) مرآة الزمان ، جـ١ ، ص٣١٦ .

(٣) سير أعلام النبلاء ، جـ١٩ ، ص٣٨ .

(٤) رفع الباس ، ص٣٠٠ .

(٥) " أَصْبهان " : مدينة مشهورة ، تقع في الإقليم المعروف باسْم " بلاد الجبل " في منطقة المشرق . (ياقوت : معجم البلدان ، جـ١ ، ص٢٠٦) .

(٦) الذهبي : المصدر السابق ، جـ١٩ ، ص٣٨ .

(٧) ابن الجوزي : المنتظم ، جـ١٧ ، ص٤٤ ، سبط ابن الجوزي : مرآة الزمان ، جـ١ ، ص٣١٦ ، الذهبي : سير أعلام النبلاء ، جـ١٩ ، ص٣٨ ـ ٣٩ .

(٨) سبط ابن الجوزي : المصدر السابق ، جـ١ ، ص٣١٦ ، السيوطي : رفع الباس ، ص٣٠٠ .

وفضلاً عمّا اشتهر به " طراد الزينبي " من نبوغ علمي ، وما كان له من نشاط ملموس في ميادين الحياة العلمية ، فقد كان يحظى أيضًا بالتوثيق والتقدير من جانب العلماء ، وهي سِمة مهمّة ترفع من قدر العالم ، وتُعطي مزيدًا من الأهمّية لأقواله ومروياته ، وممّن شهد له بهذا التميّز الإمام " الذهبي "[1] الذي ذكر أنه كان " ثقةً ثبتًا " ، كما ذكر العلاّمة " السيوطي "[2] أنّه كان " ثقةً فاضلاً " .

وممّا يدلّ أيضًا على مكانته العلمية وثقة العلماء به وبرواياته ، أنّ اسمه وَرَد في العديد من أسانيد بعض العلماء ، فقد ذُكر " طراد الزينبي " ـ مثلاً ـ في مواضع عدّة من أسانيد العلاّمة " الذهبي " في كتابه " سيَر أعلام النبلاء " ، ليس في بيانه لبعض المسائل التاريخية ، وإنّما في أثناء ذِكْره للأحاديث النبوية[3] .

لم يكن " طراد الزينبي " هو الأوحد بين أخوته المشهور بطلب العلم والنبوغ فيه ، بل كان لبعضهم أيضًا باعٌ في عدد من العلوم والمعارف ، ومنهم " أبو طالب الحسين بن محمد بن علي الزينبي " .. نشأ " أبو طالب " نشأة علمية ، وتتلمذ على عدد من العلماء في العراق والحجاز ، ومالبث أن أضحى متبحّرًا في عدد من العلوم ، ولذا أشاد به وبعلمه العديد من العلماء ، فوصفه بعضهم بـ " الإمام العالم " ، كما وُصف بأنه " فقيه بني العباس "[4] ، وشَهِدَ له بعض علماء عصره بأنّه أكثر الهاشميّين في أيّامه علمًا وأجلّهم قَدْرًا[5] .

---

(١) سير أعلام النبلاء ، جـ١٩ ، ص٣٩ .

(٢) رفع الباس ، ص٣٠٠ .

(٣) انظر : سير أعلام النبلاء ، جـ١ ، ص١٢٥ ، جـ٢ ، ص٦٣٠ ـ ٦٣١ ، جـ٤ ، ص٧٣ ، ٥٧١ ، جـ٨ ، ص٤٠٠ ، جـ٩ ، ص٣٨ ، جـ١٠ ، ٥٠٨ ، جـ٢٠ ، ص٢٠٤ .

(٤) المصدر نفسه ، جـ١٩ ، ص٣٥٤ .

(٥) المصدر نفسه ، جـ١٩ ، ص٣٥٥ .

ولّما عَلا صيته واتّسعت شهرته ، طَفِق طلاّب العلم يفيدون منه ويروون عنه ، وقصَدَه الناس وحدّث عنه كثيرون ، كان من بينهم ابن أخيه الوزير " علي ابن طراد الزينبي "[1] . وممّا يدلّ على كثرة مَن كانوا يتتلمذون عليه ويروون عنه ما أشار إليه " السمعاني "[2] من أنّه سمع من عدد من علماء الشام والعراق وخراسان ممّن رووا عنه . وقد تَبحَّرَ في المذهب الحنفي وصار كبير فقهاء هذا المذهب في عصره ، ولا سيّما في بلاد العراق ، حيث وصفه " الذهبي "[3] بـ " رئيس الحنفية " ، كما وصفه " السيوطي "[4] أيضًا بـ " رئيس الطائفة الحنفية في زمانه " ، وذكر أنه كان " بارعًا في المذهب " .

ولم يقتصر أثر " أبي طالب الزينبي " في الحياة العلمية في الدولة العباسية على هذه الجوانب فحسْب ، بل إنّه عَمِل أيضًا في ميدان التدريس ، فقد ذكرت بعض المصادر التاريخية[5] أنّه درّس مدّة طويلة في مدرسة " شرف المُلْك أبي سعد المستوفي "[6] ، وهي مدرسة من مدارس " بغداد " بناها " شرف المُلْك " عند " باب الطاق "[7] ، ووفقًا لما يُشير إليه " ابن الجوزي "[8] فقد كان " أبو طالب الزينبي "

---

(١) الذهبي : سير أعلام النبلاء ، جـ١٩ ، ص٣٥٣ .

(٢) الأنساب ، جـ٣ ، ص١٩١ .

(٣) سير أعلام النبلاء ، جـ١٩ ، ص٣٥٣ .

(٤) رفع الباس ، ص٢٩٥ .

(٥) الذهبي : المصدر السابق ، جـ١٩ ، ص٣٥٤ ، ابن أيبك الصفدي : الوافي بالوفيات ، جـ١٣ ، ص٢٧ ، السيوطي : المصدر السابق ، ص٢٩٥ .

(٦) هو " شرف المُلْك أبو سعد محمد بن منصور المستوفي الخوارزمي " ، كان ـ كما وصفه بعض المؤرخين ـ رجلاً جليل القدْر ، صدرًا معظّمًا ، عمِل في ديوان السلطان " ملكشاه السلجوقي " ، واهتمّ ببناء المدارس . توفّي سنة ٤٩٤هـ . انظر ترجمته في : (الذهبي : المصدر السابق ، جـ١٩ ، ص١٨٨ ـ ١٨٩ ، ابن كثير : البداية والنهاية ، جـ١٦ ، ص١٧٩) .

(٧) " باب الطاق " : محلّة كبيرة ببغداد في الجانب الشرقي منها . (ياقوت الحموي : معجم البلدان ، جـ١ ، ص٣٠٨) .

(٨) المنتظم ، جـ١٧ ، ص١٦٦ .

قيّمًا على هذه المدرسة أيضًا ، ولم يكن - فقط - مُدرّسًا فيها .

وكان الوزير " علي بن طراد " أحد الحريصين من أبناء البيت الزينبي على طلب العلم والنبوغ فيه ، فعلى الرغم من انشغاله بشؤون الوزارة في بعض سنيّ حياته ، إلاّ أنّ ذلك لم يصرفه عن الاهتمام ببعض العلوم والعناية بتحصيلها ، ووفقًا لما تذكره بعض الروايات فقد تتلمذ " علي بن طراد " على العديد من علماء عصره ، كان منهم والده " طراد الزينبي " وعمّه " أبو نصر محمد بن محمد بن علي الزينبي " وعمّه الآخر " أبو طالب الزينبي " ، وأجاز له بعض العلماء ، وروى الكثير ، كما حدّث عنه ثلّة من العلماء البارزين[1] .

وكان ابن عمّه " أبو القاسم علي بن الحسين الزينبي " هو الآخر من المهتمّين بتحصيل العلوم . تتلمذ على عدد من العلماء ، ومنهم والده وعمّه " طراد الزينبي " ، وروى عنه العديد من طلاب العلم . ويبدو أنه نبغ في بعض العلوم ، يدلّ على ذلك أنه وُلّي قضاء العراق سنة ٥١٣هـ/ ١١١٩م[2] . ووفقًا لما تضمّنته بعض الروايات فإنّ " أبا القاسم الزينبي " لم يُوَلّ القضاء فقط ، وإنّما عُيّن في منصب " قاضي القضاة " في الدولة العباسية ، وذلك في أيّام الخليفة " المسترشد بالله "[3] .

ولأبي القاسم الزينبي مصنَّفات في بعض العلوم ، ولا سيّما الفقه والحديث ، منها كتاب " الجامع الكبير " ، وكتاب " التجريد " ــ في الفقه ــ وكتاب

---

(١) الذهبي : سير أعلام النبلاء ، جـ٢٠ ، ص١٤٩ ، ١٥٠ ، ابن أيبك الصفدي : الوافي بالوفيات ، جـ٢١ ، ص١٠٥ .

(٢) الذهبي : المصدر السابق ، جـ٢٠ ، ص٢٠٧ .

(٣) ابن أيبك الصفدي : المصدر السابق ، جـ٢١ ، ص٣٨ ، السيوطي : رفع الباس ، ص٣١١ .

" الإيضاح " ، وهو شرح لكتابه " التجريد " في ثلاثة مجلدات[١] .

ولم يكن اهتمام " الزينبيّين " بالجوانب العلمية مقتصرًا على كبارهم والبارزين منهم فحسْب ، بل إنّه شمل العديد منهم ممّن كانوا أقلّ شهرة أيضًا ، فقد أشارت بعض المصادر التاريخية إلى أنّ " أبا نصر محمد بن محمد بن علي الزينبي " ، المتوفّى سنة ٤٧٩هـ/ ١٠٨٦م ، كان ذا عناية ببعض العلوم ، طلب العلم على أربابه ، وروى عنه كثيرون ، ومن بينهم ابنا أخيه " علي بن طراد الزينبي " وأخوه " محمد " ، ورحل إليه العديد من طلاب العلم ، وكان معروفًا بتضلّعه باللغة العربية[٢] . ويُشير " السمعاني "[٣] إلى أنه سمع من عدد من العلماء الذين رووا عنه في عدد من البلدان ، ومنها " مكّة " و " بغداد " و " أصبهان " وغيرها .

وكان " أحمد بن هبة الله بن محمد بن علي الزينبي " ، المتوفّى سنة ٥٣٣هـ/ ١١٣٨م ، من أهل العلم أيضًا ، فقد ذكرت بعض الروايات أنه روى عن عمّه " أبي نصر الزينبي " ، كما روى عنه بعض مشاهير علماء القرن السادس الهجري كأبي سعد السمعاني وابن عساكر[٤] . كما كان " القاسم بن علي بن الحسين الزينبي " ، المتوفى سنة ٥٦٣هـ/ ١١٦٨م ، ذا باع في العلم ، فقد أشارت بعض الروايات إلى أنّه كان فقيهًا حنفيًّا ، له أدب وشعر[٥] . وكان " أبو العباس محمد بن علي بن طراد الزينبي " ، المتوفى سنة ٥٧١هـ/ ١١٧٥م ، " مقبلاً على العلم ،

---

(١) الزركلي : الأعلام ، الطبعة الخامسة ، دار العلم للملايين ، بيروت ، ١٩٨٠م ، جـ٤ ، ص٢٧٩ .

(٢) الذهبي : المصدر السابق ، جـ١٨ ، ص٤٤٤ .

(٣) الأنساب ، جـ٣ ، ص١٩١ .

(٤) السيوطي : رفع الباس ، ص٢٨٨ .

(٥) المصدر نفسه ، ص٣١٦ .

قرأ الفرائض والأدب "[1] . كما كان " أبو القاسم قُثم بن طلحة بن علي الزينبي " ، المتوفى سنة ٦٠٧هـ/ ١٢١٠م ، من العارفين ببعض العلوم ، الحريصين على طلبها ، وبخاصّة ما يتعلّق منها بالأنساب والأخبار والأشعار[2] .

* * *

(١) المصدر نفسه ، ص٣٢٥ .

(٢) ياقوت : معجم الأدباء ، جـ٥ ، ص٧ ، ابن أيبك الصفدي : الوافي بالوفيات ، جـ٢٤ ، ص١٥٠ .

الخاتمة :

وبعد : فقد كشفت هذه الدراسة عن عدد من النتائج ، أهمّها ما يلي :

ـ تَبيّنَ لنا أنّ فترة القرنين الخامس والسادس الهجريين هي الفترة التاريخية الرئيسة التي اشتهر فيها الزينبيّون في العصر العبّاسي ، حيث سطع في أثنائها نجم عدد منهم ، ومن أبرزهم : " طراد بن محمد الزينبي " ، المتوفى سنة ٤٩١هـ/ ١٠٩٨م ، وأخوه " الحسين بن محمد الزينبي " ، المتوفى سنة ٥١٢هـ/ ١١١٨م ، والوزير " علي بن طراد الزينبي " ، المتوفى سنة ٥٣٨هـ/ ١١٤٤م ، وابن عمّه " علي بن الحسين الزينبي " ، المتوفّى سنة ٥٤٣هـ/ ١١٤٩م .

ـ اتّضح لنا من خلال هذه الدراسة أنّ عددًا من " الزينبيين " كان لهم أثر في الحياة السياسية في الدولة العباسية ، وبخاصة في أيّام الخلفاء " القائم بأمر الله " ، و " المقتدي بأمر الله " ، و " المسترشد بالله " و " المقتفي لأمر الله " .

ـ حَظِيَ العديد من " الزينبيين " بثقة الخلفاء العباسيين يدلّ على ذلك أنهم كانوا يعهدون إليهم ببعض المهامّ الجليلة ، إضافة إلى توليتهم بعض المناصب المهمّة في الدولة العباسية . ولم يتحدّث المؤرّخون إلاّ عن حالات يسيرة ذُكر فيها أنّ قِلّة قليلة من أبناء البيت الزينبي حدثت بينهم وبين مَن كان معاصرًا لهم من خلفاء بني العباس فجوة أو خلاف .

ـ تَبَيّنَ لنا في هذا البحث أنّ " علي بن طراد الزينبي " كان أبرز أعلام " الزينبيين " وأوسعهم شهرةً وأكثرهم أثرًا في الحياة السياسية في الدولة العباسية ، فقد تولى الوزارة في عهد الخليفة " المسترشد بالله " ، كما كان له الدَّور الأكبر في اختيار " المقتفي لأمر الله " خليفة للدولة العباسية سنة ٥٣٠هـ/ ١١٣٥م ، هذا فضلاً عن تولّيه الوزارة في أيّام هذا الخليفة بضع سنوات .

ـ كان لبعض أعلام الزينبيين أثر في الحياة العلمية في الدولة العباسية ، ولا سيّما في القرن الخامس الهجري ، حيث اشتهر في ذلك القرن الأخوان " طراد " و " الحسين " ابنا محمد الزينبي ، واللذان كانا على جانب من النبوغ في ميادين الحياة العلمية .

ـ تولّى عدد من أبناء الأسرة الزينبية " نقابة العباسيين " في حاضرة الخلافة العباسية لعهود طويلة ، حتّى إنّها أضحت حكْرًا عليهم في بعض الفترات دون غيرهم ، ومع أنّ " النقابة " لم تكن ذات أثر مباشر على الحياة السياسية في الدولة العباسية في تلك العصور ، إلاّ أنّ تولّي " الزينبيّين " لها يدل على المنزلة العالية التي كانوا يتبوّؤنها عند الخلفاء العباسيين من ناحية ، كما يعني من ناحية أخرى تميّز البيت الزينبي في الأسرة العباسية كلّها .

ـ اتّضح لنا من خلال هذا البحث أنّ " الزينبيّين " عاشوا جُلّ أيّامهم في حاضرة الخلافة العباسية " بغداد " ، وذلك لارتباطهم بالخلفاء العباسيين من ناحية ، ولأنّ حاضرة الخلافة كانت منزل آبائهم وأجدادهم منذ بنائها في فجر الدولة العباسية ، زمن الخليفة " أبي جعفر المنصور " .

ـ لم يَعُدْ للزينبيّين ذِكْر عند المؤرّخين بعد نهاية الدولة العباسية ، في أواسط القرن السابع الهجري ، بل إنّ المصادر التاريخية لا تذكر شيئًا عنهم حتى قبل سقوط الخلافة العباسية بنحو عقدين من الزمن ، إذْ إنّ آخر مَن اشتهر من أبناء البيت الزينبي هو " أبو طالب عبد الله بن المظفّر بن علي بن طراد الزينبي " ، المتوفّى سنة ٦٣٥هـ/ ١٢٣٨م .. ولعلّ ذلك يُعزى إلى ارتباط شهرتهم بالخلفاء العباسيين إلى حدٍّ بعيد ، وعلاقتهم الوطيدة معهم ، إضافة إلى عدم ظهور شخصيّات مهمّة من " الزينبيين " في العهود التالية .

المصادر والمراجع :

أوّلاً : المصادر :

١- ابن الأثير : عزّ الدين أبو الحسن علي بن محمد (ت ٦٣٠هـ/ ١٢٣٣م) :

ـ **التاريخ الباهر في الدولة الأتابكية** ، تحقيق : عبد القادر أحمد طليمات ، دار الكتب الحديثة ، القاهرة ، ١٩٦٣م .

ـ **الكامل في التاريخ** ، دار صادر ، بيروت ، ١٤٠٢هـ/ ١٩٨٢م .

ـ **اللباب في تهذيب الأنساب** ، دار صادر ، بيروت ، ١٤١٤هـ/ ١٩٩٤م .

٢- البلاذري : أحمد بن يحيى بن جابر (ت ٢٧٩هـ/ ٨٩٢م) :

ـ **جُمَل من أنساب الأشراف** ، تحقيق : د . سهيل زكّار ، و د . رياض زركلي ، دار الفكر ، بيروت ، ١٤١٧هـ/ ١٩٩٦م .

٣- البنداري : الفتح بن علي (ت ٦٤٣هـ/ ١٢٤٥م) :

ـ **تاريخ دولة آل سلجوق** ، دار الآفاق الجديدة ، بيروت ، ١٤٠٠هـ/ ١٩٨٠م .

٤- ابن تغري بردي : أبو المحاسن يوسف بن تغري بردي الأتابكي (ت ٨٧٤ هـ/ ١٤٧٠م) :

ـ **النجوم الزاهرة في ملوك مصر والقاهرة** ، الطبعة الأولى ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، ١٤١٣هـ/ ١٩٩٢م .

٥- ابن الجوزي : أبو الفرج عبد الرحمن بن علي (ت ٥٩٧هـ/ ١٢٠١م) .

ـ **المنتظم في تاريخ الملوك والأمم** ، الطبعة الأولى ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، ١٤١٢هـ/ ١٩٩٢م .

٦- ابن حزم الأندلسي : علي بن أحمد بن سعيد (ت ٤٥٦هـ/ ١٠٦٤م) :

ـ **جمهرة أنساب العرب** ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، ١٤٠٣هـ/ ١٩٨٣م .

٧- الحموي : شهاب الدين أبو عبد الله ياقوت بن عبد الله (ت ٦٢٦هـ/ ١٢٢٩م) :

ـ **معجم الأدباء** ، الطبعة الأولى ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، ١٤١١هـ/ ١٩٩١م .

ـ **معجم البلدان** ، دار صادر ، بيروت ، ١٤٠٤هـ/ ١٩٨٤م .

٨- ابن خلّكان : شمس الدين أحمد بن محمد بن أبي بكر (ت ٦٨١هـ/ ١٢٨٢م) :

ـ **وفيات الأعيان وأنباء أبناء الزمان** ، تحقيق : د . إحسان عبّاس ، دار صادر ، بيروت ، ١٣٩٧هـ/ ١٩٧٧م .

٩- ابن خيّاط : أبو عمرو خليفة بن خيّاط بن أبي هبيرة الليثي العُصفري (ت ٢٤٠هـ/ ٨٥٤م) :

ـ **تاريخ خليفة بن خيّاط** ، تحقيق : د . أكرم ضياء العمري ، الطبعة الثانية ، دار القلم ، بيروت ، ١٣٩٧هـ/ ١٩٧٧م .

١٠- الذهبي : شمس الدين محمد بن أحمد بن عثمان (ت ٧٤٨هـ/ ١٣٤٧م) :

ـ **تاريخ الإسلام ووفيات المشاهير والأعلام** ، تحقيق : د . عمر عبد السلام تدمري ، دار الكتاب العربي ، بيروت ، ١٤١٤هـ/ ١٩٩٤م .

ـ **سير أعلام النبلاء** ، تحقيق : شعيب الأرنؤوط وآخرين ، مؤسسة الرسالة ، بيروت .

ـ **العبر في خبر مَن غبر** ، تحقيق : محمد السعيد بن بسيوني زغلول ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، ١٤٠٥هـ/ ١٩٨٥م .

١١- الزَّبيدي : محمد بن محمد بن عبد الرزّاق (ت ١٢٠٥هـ/ ١٧٩٠م) :

ـ **تاج العروس من جواهر القاموس** ، تحقيق : علي شيري ، دار الفكر ، بيروت ، ١٤١٤هـ/ ١٩٩٤م .

١٢- سبط ابن الجوزي : شمس الدين يوسف بن قزأوغلي (ت ٦٥٤هـ/ ١٢٥٦م) :

ـ **مرآة الزمان في تاريخ الأعيان** (٤٨١ ـ ٥١٧هـ/ ١٠٨٨ ـ ١١٢٣م) ، تحقيق : د . مسفر بن سالم بن عريج الغامدي ، جامعة أم القرى ، مكة المكرمة ، ١٤٠٧هـ/ ١٩٨٧م .

١٣- السمعاني : أبو سعد عبد الكريم بن محمد بن منصور (ت ٥٦٢هـ/ ١١٦٧م) :

ـ **الأنساب** ، تحقيق : عبد الله عمر البارودي ، الطبعة الأولى ، دار الجنان ، بيروت ، ١٤٠٨هـ/ ١٩٨٨م .

١٤- السيوطي : جلال الدين عبد الرحمن بن أبي بكر (ت ٩١١هـ/ ١٥٠٥م) :
ـ **رفع الباس عن بني العبّاس** ، تحقيق : يحيى محمود بن جُنيد ، مجلّة " عالم المخطوطات والنوادر " ، المجلّد الثامن ، العدد الثاني ، رجب ـ ذو الحجة ١٤٢٤هـ/ سبتمبر ٢٠٠٣م ـ فبراير ٢٠٠٤م .
١٥- الصفدي : صلاح الدين خليل بن أيبك (ت ٧٦٤هـ/ ١٣٦٣م) :
ـ **الوافي بالوفيات** ، تحقيق : أحمد الأرناؤوط ، وتركي مصطفى ، الطبعة الأولى ، دار إحياء التراث العربي ، بيروت ، ١٤٢٠هـ/ ٢٠٠٠م .
١٦- الطبري : أبو جعفر محمد بن جرير (ت ٣١٠هـ/ ٩٢٢م) :
ـ **تاريخ الأمم والملوك** ، تحقيق : محمد أبو الفضل إبراهيم ، دار سويدان ، بيروت .
١٧- ابن الطقطقي : محمد بن علي بن طباطبا (ت ٧٠٩هـ/ ١٣٠٩م) :
ـ **الفخري في الآداب السلطانية والدول الإسلامية** ، دار صادر ، بيروت .
١٨- ابن العمراني : محمد بن علي بن محمد (ت في حدود ٥٨٠هـ/ ١١٨٤م) :
ـ **الإنباء في تاريخ الخلفاء** ، تحقيق : د . قاسم السامرّائي ، دار العلوم ، الرياض ، ١٤٠٢هـ/ ١٩٨٢م .
١٩- القرشي : عبد القادر بن محمد (ت ٧٧٥هـ/ ١٣٧٣م) :
ـ **الجواهر المضيّة في طبقات الحنفية** ، تحقيق : د . عبد الفتاح محمد الحلو ، دار هجَر ، القاهرة ، ١٤١٣هـ/ ١٩٩٣م .
٢٠- ابن كثير : عماد الدين إسماعيل بن عمر (ت ٧٧٤هـ/ ١٣٧٢م) :
ـ **البداية والنهاية** ، دار هجر ، القاهرة ، ١٤١٧هـ/ ١٩٩٧م .
٢١- ابن كنّان : محمد بن عيسى بن محمود (ت ١١٥٣هـ/ ١٧٤٠م) :
ـ **حدائق الياسمين في ذِكْر قوانين الخلفاء والسلاطين** ، تحقيق : عباس صبّاغ ، دار النفائس ، بيروت ، ١٤١٢هـ/ ١٩٩١م .
٢٢- الكندي : أبو عمر محمد بن يوسف (ت ٣٥٠هـ/ ٩٦١م) :
ـ **ولاة مصر** ، تحقيق : د . حسين نصّار ، دار صادر ، بيروت .

٢٣- الماوردي : أبو الحسن علي بن محمد بن حبيب (ت ٤٥٠هـ/ ١٠٥٨م) :

ـ **الأحكام السلطانية** ، دار الفكر ، القاهرة ، ١٣٨٦هـ/ ١٩٦٦م .

٢٤- المنذري : عبد العظيم بن عبد القوي (ت ٦٥٦هـ/ ١٢٥٨م) :

ـ **التكملة لوفيات النقلة** ، تحقيق : د . بشّار عواد معروف ، مؤسسة الرسالة ، بيروت ، ١٤٠٥هـ/ ١٩٨٤م .

٢٥- ابن النظّام اليزدي : محمد بن محمد بن عبد الله (ت ٧٤٣هـ/ ١٣٤٢م) :

ـ **العراضة في الحكاية السلجوقية** ، ترجمه من الفارسية إلى العربية : د . عبد النعيم محمد حسنين ، و د . حسين أمين ، بغداد ، ١٩٧٩م .

٢٦- النويري : شهاب الدين أحمد بن عبد الوهاب (ت ٧٣٣هـ/ ١٣٣٣م) :

ـ **نهاية الأرب في فنون الأدب** ، تحقيق : د . أحمد كمال زكي ، القاهرة ، ١٩٨٠م .

ثانيًا : المراجع :

١- إقبال : عباس :

ـ **تاريخ إيران بعد الإسلام** ، ترجمه من الفارسية إلى العربية : د . محمد علاء الدين منصور ، دار الثقافة ، القاهرة ، ١٤١٠هـ/ ١٩٩٠م .

٢- الباشا : حسن (دكتور) :

ـ **الألقاب الإسلامية في التاريخ والوثائق والآثار** ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٧٨م .

٣- حسنين : عبد النعيم محمد (دكتور) :

ـ **سلاجقة إيران والعراق** ، مكتبة النهضة المصرية ، القاهرة ، ١٣٩٠هـ/ ١٩٧٠م .

٤- الخطيب : مصطفى عبد الكريم :

ـ **معجم المصطلحات والألقاب التاريخية** ، مؤسسة الرسالة ، بيروت ، ١٤١٦هـ/ ١٩٩٦م .

٥- الديوه جي : سعيد :

ـ **تاريخ الموصل** ، بغداد ، ١٤٠٢هـ/ ١٩٨٢م .

٦- الزركلي : خير الدين :

ـ **الأعلام** ، الطبعة الخامسة ، دار العلم للملايين ، بيروت ، ١٩٨٠م .

* * *

الاحتياجات الإعلامية للمعاقين ومدى إشباع وسائل الإعلام لها

د. حمود بن أحمد الخميس / د. عبد الحافظ بن عواجي صلوي
قسم الإعلام ـ كلية الدعوة والإعلام
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

ملخص البحث :

يعد التعرف على احتياجات المعاقين الإعلامية ضرورة ملحة لوسائل الإعلام من جهة، وللجمعيات والمؤسسات المهتمة بالمعاقين واحتياجاتهم ورعايتهم من جهة أخرى، إذ أنهم يمثلون شريحة مهمة من الجماهير لها خصائصها وسماتها المستقلة والتي تؤثر في طبيعة احتياجاتهم الإعلامية وطرق تعرضهم واستخدامهم للوسائل الإعلامية الجماهيرية، وقد هدفت هذه الدراسة إلى تحقيق عدة أمور : محاولة الخروج برؤية واضحة وآليات عملية مقننة تمكن القائمين على الوسائل الإعلامية من إعداد مواد إعلامية تلبي حاجات المعاقين وتشبع تطلعاتهم. الكشف عن الصعوبات التي تواجه المعاقين أثناء التعرض للوسائل والرسائل الإعلامية التقليدية والمعاصرة. التعرف على أكثر الوسائل الإعلامية استخداماً من قبل جمهور المعاقين ومدى الإشباع الذي تحققه.التعرف على طبيعة المضامين الإعلامية التي يتعرض لها جمهور المعاقين. التعرف على دوافع استخدام المعاقين لوسائل الإعلام.التعرف على حجم استخدام جمهور المعاقين للوسائل الإعلامية المختلفة.تحديد العلاقة بين استخدم الوسائل الإعلامية وطبيعة الإعاقة.

مقدمة :

يعد الإعلام شريان حياتنا المعاصرة، إذ لا يستغني عنه أي فرد في المجتمع، فمنه نستقي الأخبار التي تساعدنا على السيطرة على البيئة المحيطة بنا، ومنه نحصل على المعلومات التي تزودنا بالمعرفة، وفيه نجد التسلية والترفيه. ويمثل المعاقون أحد الشرائح المهمة في مجتمعاتنا التي هي بحاجة ماسة للاستفادة من الإعلام مثلها مثل غيرها من الشرائح الأخرى في المجتمع. لكن الملاحظ أنه غالباً ما يتم تجاهلهم في كثير من البلدان النامية عند وضع الخطط وتقديم الخدمات، وخاصة الخطط والخدمات الإعلامية، فالرسائل الإعلامية سواء أكانت عن طريق الوسائل المرئية أم المسموعة أم المقروءة غالباً ما توجه للأسوياء، وحتى البرامج الخاصة بالمعاقين في هذه الوسائل الجماهيرية توجه في الأصل للأسوياء، وقد تترجم لبعضهم عن طريق لغة الإشارة. ويقتصر دور وسائل الإعلام في كثير من الأحيان في مجال الإعاقة على أقصى تقدير على التوعية بضرورة اهتمام قطاعات المجتمع المختلفة بالمعاقين، لكنها تتجاهل في كثير من الأحيان أنها هي أيضاً مطالبة بتقديم خدمات إعلامية للمعاقين. فالمعاقون مثلهم مثل أي فئة في المجتمع بحاجة للمعلومة، وللخبر، وللتوجيه، وللتسلية والترفيه.

إذن فالتعرف على احتياجات المعاقين الإعلامية تعد ضرورة ملحة لوسائل الإعلام من جهة، وللجمعيات والمؤسسات المهتمة بالمعاقين واحتياجاتهم ورعايتهم من جهة أخرى. إذ أنهم يمثلون شريحة مهمة من الجماهير لها خصائصها وسماتها المستقلة والتي تؤثر في طبيعة احتياجاتهم الإعلامية وطرق تعرضهم واستخدامهم للوسائل الإعلامية الجماهيرية. ومن هنا فإنه يجب على وسائل الإعلام التعرف على احتياجات المعاقين ودوافع تعرضهم، ودرجة تعرضهم

لرسائلها حتى تستطيع أن تلبي احتياجاتهم وتشبع رغباتهم من خلال إشراكهم في الاستفادة من برامجها العامة أو تخصيص برامج خاصة لهم.

ومن جانب آخر فإن الجمعيات والمؤسسات المهتمة بالمعاقين يجب أن تتعرف على طبيعة تعرض المعاقين لوسائل الإعلام العامة ومدى إمكانية الاستفادة من تلك الوسائل للوصول إلى المعاقين وتوجيههم ورعايتهم. ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتقدم لوسائل الإعلام والمؤسسات ذات العلاقة برعاية المعاقين رؤية واضحة لاحتياجات المعاقين الإعلامية علهم يستفيدون منها في تقديم خدمات إعلامية متميزة لهذه الفئة الغالية والتي غالباً ما يتم تجاهل احتياجاتها عند وضع الخطط والبرامج الإعلامية في مجتمعاتنا.

* * *

مشكلة الدراسة :

يمكن تحديد مشكلة الدراسة في "التعرف على الاحتياجات الإعلامية للمعاقين من فئتي الصم البكم، والمكفوفين في المملكة العربية السعودية ومعرفة طبيعة استخداماتهم لوسائل الإعلام الجماهيرية من صحافة وإذاعة وتلفاز وإنترنت، وتحديد مدى إشباع وسائل الإعلام لتلك الاحتياجات".

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في الجوانب التالية :

١- تعرفها على احتياجات فئة من الجماهير المستهدفة لها سمات وخصائص اتصالية مختلفة عن الجماهير العامة.

٢- تناولها فئة المعاقين الذين يجب أن توجه لهم البرامج الإعلامية مثلهم مثل غيرهم لكي يكونوا مندمجين في مجتمعهم ومسهمين إيجابياً في عملية التنمية.

٣- تناولها فئة المعاقين الذين غالباً ما يتم إغفالهم عند وضع الخطط والبرامج الإعلامية.

٤- كشفها عن طرق وأساليب استخدام المعاقين لوسائل الإعلام الجماهيرية.

٥- كشفها عن أهم الاحتياجات الإعلامية التي يسعى المعاقون لإشباعها.

٦- توضيحها حجم ونوعية تعرض المعاقين لوسائل الإعلام الجماهيرية.

٧- مساعدتها لوسائل الإعلام في تحديد أفضل الوسائل والأساليب للوصول إلى هذه الفئة من الجماهير.

٨- كشفها عن مدى قيام وسائل الإعلام بنقل المضامين الهادفة والموجهة وإيصالها إلى جمهور المعاقين بشكل جذاب ومؤثر مما يسهم في إشباع تطلعات هذه الفئة الغالية من المجتمع.

٩- تنامي الاهتمام بدمج المعاقين في المجتمع مما يفرض بالضرورة على وسائل الإعلام المختلفة العناية الخاصة بالرسائل الموجهة إلى الجمهور لإحداث الاستجابة المطلوبة.

١٠- حاجة المؤسسات الخاصة التي تعنى بشؤون الإعاقة إلى مثل هذه الدراسة وذلك للتعرف على أكثر الوسائل الإعلامية ملاءمة في إيصال مضامين معينة إلى الجمهور المستهدف.

أهداف الدراسة

١- محاولة الخروج برؤية واضحة وآليات عملية مقننة تمكن القائمين على الوسائل الإعلامية من إعداد مواد إعلامية تلبي حاجات المعاقين وتشبع تطلعاتهم.

٢- الكشف عن الصعوبات التي تواجه المعاقين أثناء التعرض للوسائل والرسائل الإعلامية التقليدية والمعاصرة.

٣- التعرف على أكثر الوسائل الإعلامية استخداماً من قبل جمهور المعاقين ومدى الإشباع الذي تحققه.

٤- التعرف على طبيعة المضامين الإعلامية التي يتعرض لها جمهور المعاقين.

٥- التعرف على دوافع استخدام المعاقين لوسائل الإعلام.

٦- التعرف على حجم استخدام جمهور المعاقين للوسائل الإعلامية المختلفة.

٧- تحديد العلاقة بين استخدم الوسائل الإعلامية وطبيعة الإعاقة.

تساؤلات الدراسة

١- ما حجم تعرض المعاقين في المملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الجماهيرية؟

٢- ما دوافع تعرض المعاقين لوسائل الإعلام؟

٣- ما الفرق بين الصم البكم والمكفوفين في درجة التعرض لوسائل الإعلام؟

٤- ما الفرق بين الصم البكم والمكفوفين في درجة الإشباع الذي تحققه وسائل الإعلام؟

٥- ما العلاقة بين درجة التعرض لوسائل الإعلام ودرجة الإشباع الذي تحققه وسائل الإعلام الجماهيرية؟

٦- هل هناك علاقة بين درجة تعرض المعاقين لوسائل الإعلام وكل من العمر والدخل والمرحلة التعليمية؟

٧- هل هناك علاقة بين درجة الإشباع وكل من العمر والدخل والمرحلة التعليمية؟

٨- ما درجة التباين في تعرض المعاقين لوسائل الإعلام تبعاً لنوع السكن؟

٩- ما درجة التباين في مستوى الإشباع الذي تحققه وسائل الإعلام للمعاقين تبعاً لنوع السكن؟

الدراسات السابقة :

دراسة احتياجات المعاقين الإعلامية ومدى إشباع وسائل الإعلام لها تدخل ضمن إطار نظرية الاستخدام والإشباع والتي تنطلق في تفسيرها لتأثير وسائل الإعلام من التركيز على احتياجات الجمهور والتعرف على مدى إشباع وسائل الإعلام لها وذلك بدراسة الجمهور.

وقد كان أول من لفت الانتباه لهذه النظرية هو كاتز[١] (Katz) الذي أكد أن الدراسات التي تنظر إلى وسائل الإعلام في تلك الفترة على أنها مقنعة بدأت تتضاءل، وذلك لأن الدراسات حتى تلك اللحظة كانت تبحث عن تأثيرات الحملات الإقناعية في وسائل الإعلام على الجمهور. وكان هذا النوع من الدراسات يهدف إلى معرفة الإجابة على تساؤل: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ وكشفت النتائج أن وسائل الإعلام غير مؤثرة في إقناع الناس، ومن ثم اقترح أن يكون السؤال البديل هو ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟. وقد استعرض "كاتز" العديد من الدراسات التي تركز على عرض وجهة نظر الجمهور في تحديد العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور. بعد ذلك توالت العديد من الدراسات التي تبنت تفسير العلاقة بين وسائل الإعلام وبين الجمهور من خلال دراسة الجمهور، حتى عام ١٩٨٥عندما طور تان[٢] (Tan) نموذج الاستخدام والإشباع وبين أن هناك خمس مجموعات من الاحتياجات الإنسانية التي يمكن أن تشبعها وسائل الإعلام وهي: الاحتياجات المعرفية ، والاحتياجات العاطفية ،

---

(١) Katz.E., Mass communication research and the study of popular culture. Studies in Public Communication, (2), 1959, 1-6.

(٢) Tan, A., Mass Communication Theories and research. (New York: Willey,1985)

والاحتياجات الشخصية، والاحتياجات الاجتماعية، وأخيراً الاحتياجات النفسية المرتبطة بالهروب وتخفيف الضغوط.

وتقوم وسائل الإعلام - من وجهة نظر تان (Tan)- بعدد من الوظائف لإشباع هذه الاحتياجات، منها تقديم المعلومات التي تمكن الجمهور من السيطرة على البيئة المحيطة به ومن ثم إشباع حاجاته المعرفية، كما تقوم وسائل الإعلام بتقديم وسائل للهروب من القيود والروتين المفروضة على الجمهور، فهي تعد مرجعاً شخصياً للأفراد فيما يتعلق بكشف الحقيقة ودعم القيم، كما أن وسائل الإعلام تقدم معلومات تدعم الجمهور في علاقاتهم الاجتماعية[1].

ومن أبرز دراسات نظرية الاستخدام والإشباع في المجتمع السعودي، دراسة مساعد المحيا[2]، ودراسة علي العتيبي[3]. وكانت دراسة المحيا تبحث عن دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية في المجتمع السعودي، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن أكثر من نصف الأفراد يرون أن تعدد القنوات التلفزيونية يؤثر على استخدامهم لوسائل الاتصال الأخرى، وأن أبرز دوافع استخدام الأفراد لهذه الوسائل يمكن حصرها في الدوافع الإعلامية والإخبارية ومتابعة المواد والبرامج العلمية والثقافية والترفيهية.

---

(١) المرجع السابق

(٢) مساعد بن عبدالله المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه، رسالة دكتوراه غير منشورة، الرياض، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤١٤هـ.

(٣) علي العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها، رسالة دكتوراه غير منشورة، الرياض، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٢٥هـ

أما دراسة العتيبي فكانت حول استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها، وتوصلت دراسته إلى أن القنوات الفضائية تعد من المصادر الإعلامية المهمة التي تتمتع بانتشار واسع في المجتمع السعودي، وتحظى بمتابعة مستمرة لبرامجها، كما أظهرت نتائج الدراسة ارتفاعاً كبيراً وملحوظاً في نسبة المشاهدة اليومية المنتظمة للقنوات الفضائية بين أفراد المجتمع السعودي.

ومما كشفته الدراسة أن أبرز دوافع استخدام القنوات الفضائية تنحصر في الدوافع الإعلامية المعلوماتية، المعرفية، والترفيهية، في حين تتأخر عن ذلك الدوافع النفسية والاجتماعية والعاطفية.

كما كشفت دراسة العتيبي أن البرامج الإعلامية والمعلوماتية والمعرفية أكثر إشباعاً لاحتياجات جمهورها من البرامج الترفيهية. وجاءت البرامج الإخبارية في مقدمة البرامج التي فضلتها عينة البحث، يليها البرامج الدينية، ثم الأفلام والمسلسلات، وأخيراً البرامج العلمية والثقافية، وأظهرت دراسة العتيبي أن نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الانتقائية، والنشاط والفاعلية. وقد جاءت هذه النتائج حول نشاط المشاهدة لدى أفراد عينة البحث لتدعم فكرة الجمهور الفعال النشط التي أصبحت تتمتع بتأييد واسع لدى كثير من الباحثين في مجال الاستخدام والإشباع.

كما توجه عدد من الباحثين إلى دراسة طبيعة تعرض فئات محددة من الجمهور لوسائل الإعلام، ويأتي في مقدمتهم النجعي[1] الذي تعد دراسته من أقدم

(١) Najai, A., Television and Youth in the Kingdom of Saudi Arabia: an empirical analysis of the uses of television among young Saudi Arabian viewers, Unpublished PhD dissertation, University of Wisconsin, Madison, WI, (1982)..

الدراسات في هذا المجال إذ أجريت في عام ١٩٨٢م وكانت بعنوان: التلفزيون والشباب في المملكة العربية السعودية، ودرست دوافع التعرض والمشاهدة التلفزيونية على عينة من الشباب السعوديين في المدارس الثانوية في مدينة الرياض للكشف عن أنماط استخداماتهم لبرامج التلفزيون السعودي، وقد اتضح من نتائج هذه الدراسة أن الدافع الرئيس لمشاهدة التلفزيون في أوساط الشباب السعودي هو الحصول على المعلومات. وخلصت نتائج الدراسة إلى التأكيد على أن الشباب في المملكة يستخدمون التلفزيون كوسيلة ومصدر للمعلومات وأن احتياجاتهم المعرفية من خلال التلفزيون كانت أكثر إشباعاً.

وتعد دراسة بدران بدران[١] عن استخدامات الشباب في الإمارات العربية المتحدة لوسائل الاتصال من أبرز الدراسات على مستوى الخليج العربي في مجال استخدام الشباب لوسائل الإعلام؛ حيث توصلت إلى أن الشباب الإماراتي يتعرضون لكافة الوسائل يومياً أو بشكل شبه يومي وأن حجم تعرض الفتيات للتلفزيون أكثر من الشباب، أما المواضيع التي يتعرض لها الشباب فكانت الأفلام العربية والأجنبية بالدرجة الأولى ثم المسابقات الجماهيرية والأغاني وأخيراً برامج الأخبار.

ومن الدراسات التي تطرقت للتعرض لوسائل الإعلام في دول الخليج كانت دراسة حسن مكاوي[٢] عن علاقة طلاب الجامعة في سلطنة عمان بوسائل

(١) بدران عبد الرزاق بدران، استخدامات الشباب لوسائل الاتصال في دولة الإمارات العربية المتحدة، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد ٢٨/٢٩، ديسمبر ١٩٩٥ جون ١٩٩٦.

(٢) حسن مكاوي، علاقة طلاب الجامعة في سلطنة عمان بوسائل الاتصال الجماهيري، مجلة بحوث الاتصال، العدد الخامس، يوليو١٩٩١.

الاتصال الجماهيري، وقد حاول مكاوي التعرف على علاقة الشباب العماني بوسائل الاتصال المختلفة من كتب وصحف يومية ومجلات وراديو وتلفزيون ومسجلات وفيديو وسينما. وقد توصلت الدراسة إلى أن التلفزيون يحتل المرتبة الأولى في متوسط التعرض الأسبوعي، يليه في ذلك الكتب ثم الراديو ثم المسجلات الصوتية، كما أشارت نتائج دراسة مكاوي إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين حجم التعرض لكل وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري وبين ترتيب أيام التعرض لتلك الوسائل على مدار الأسبوع. كما أشارت نتائج الدراسة أيضاً إلى وجود فروق بين الطلاب والطالبات فيما يتعلق بحجم التعرض لكل وسيلة من وسائل الاتصال.

أما الدراسات التي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام والإعاقة، فقد ركز معظمها على ما يتعلق بإعلام المجتمع وتوعيته بقضايا الإعاقة، وتندر إلى حد كبير دراسات احتياجات المعاقين من وسائل الإعلام ومدى إشباعها لتلك الاحتياجات. وقد ركزت الدراسات السابقة في هذا المجال - وخاصة الغربية منها- على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في رسم الصورة الذهنية عن الإعاقة والمعاقين. ولعل ذلك يتضح جلياً عندما نستعرض التقرير النهائي للقاء الخبراء الدوليين في مجال وسائل الإعلام والإعاقة في موسكو عام ٢٠٠٢؛ حيث كشف التقرير عدة أمور أهمها[١]:

١- أن هناك اعترافاً بأهمية الاستفادة من وسائل الإعلام في تقديم الإعاقة على أنها تنوع طبيعي ومقبول في المجتمع.

(١) Duncan, B., Final Report of the International Experts Meeting on Mass Media and Disability, Moscow, Russia, September 26- 29,: summary of the event and its impact and outcomes, 2002.

٢- ضرورة العمل على زيادة تمثيل الإعاقة وفي نفس الوقت تحسين الصورة لها في وسائل الإعلام وذلك بتحسين الرسائل التي تنقل وتعكس القبول المتنامي للإعاقة على أنها حق إنساني وتغيير اجتماعي.

٣- أهمية الوصول إلى رسالة القبول والاندماج في المجتمع للأطفال الذين لديهم إعاقة حتى يتمكنوا من التعلم المبكر والنظر إلى أنفسهم على أنهم أشخاص لهم أهميتهم في المجتمع، كما أن الرسالة ينبغي أن تصل إلى الأطفال الأصحاء بتشجيعهم على قبول الاختلافات.

كما كشف التقرير[1] أن هناك تميزاً لبعض الدول المشاركة في اللقاء في طبيعة البرامج الإعلامية المتصلة بالإعاقة؛ فألمانيا كانت متميزة في الاستفادة من الوسائل المدرسية لتقديم الإعاقة بهدف مزدوج يشمل كل من: زيادة الاهتمام، وإعداد الطلاب والمدرسين لتقبل زيادة دمج الأطفال المعاقين. أما بريطانيا فقد تميزت بخبرتها الطويلة في تحسين صورة الإعاقة وتمكين نسبة من المعاقين من المشاركة في برامج تعليمية وترفيهية. أما الولايات المتحدة الأمريكية فقد تميزت بدورها في برامج الأطفال التي تحاول غرس نموذج تنوع المجتمع على نطاق واسع. أما كندا فقد تميزت بتركيزها على ثلاثة أنشطة مكملة لبعضها البعض وهي: البرامج التلفزيونية المتعلقة بقضايا الإعاقة المدعوم من قبل شبكة الإذاعة الرئيسة، والاحتفال بفيلم الإعاقة السنوي والمدعوم من جمعيات الإعاقة غير الحكومية، وأخيراً دعم بعض أفلام قضايا الإعاقة المقدم من المجلس الكندي الوطني للأفلام.

---

(١) المرجع السابق

ويؤكد "بيث هولر"[١] أن الصورة الذهنية السلبية عن المعاقين في التغطية الإعلامية تتركز في تصوير المعاقين على أنهم مرضى وعاجزين رغم وجود بعض التغطية الإيجابية في أواخر الثمانينيات لقانون الإعاقة الأمريكي بعد أن بدأ مجتمع المعاقين يبرز على أنه أقلية يبحث عن حقوقه. وقد بدت تظهر بعض الصور الإيجابية مثل نموذج مجموعة الأقلية والذي يصور مجتمع المعاقين على أنهم أقلية بحاجة إلى احترام حقوقهم المدنية، وكذلك نموذج المستهلك والذي ينظر إلى الاستثمار من أجل المعاقين في المجتمع بأن له بعد اقتصادي إيجابي. وفي مقابل هذا النموذج الإيجابي فإن هناك أيضاً نموذجاً سلبياً يعرف باسم النموذج التجاري والذي يصور الاستثمار الاقتصادي للأشخاص المعاقين على أنه ذو تكلفة عالية على المجتمع التجاري الأمريكي.

كما أن هناك نوعاً آخر من الدراسات السابقة تناول أسلوب التغطية الإعلامية لقضايا الإعاقة ومنها دراسة سوزان ليفن التي بينت أنه على الرغم من أن التغطية الإعلامية تقوم بدور أساس في تعريف الناس بقضايا الإعاقة ويجب أن تساعد الناس على فهم أن قضايا الإعاقة مسألة حقوق وطنية، لكن التغطية الإعلامية للإعاقة لا زالت تدعم الصورة الذهنية السلبية أكثر من أي وقت مضى، وفشلت في نقل الصورة من وجهة نظر أصحاب الإعاقة. ويؤكد ذلك "باري كوربت"[٢] الذي يقول: إن معظم التغطية الإعلامية تنظر إلى الإعاقة على أنها صراع مع المحنة وترفض أن تنظر إلى أن معظم الصعوبات التي يواجهها المعاقون هي من المجتمع

(١) Haller, B., Images of disability in news media, Paper presented at the National Communication Association Annual Meeting, November, Chicago, Illinois,1997.

(٢) Levine, S., Reporting on disability, 2004 , http://www.media alliancce.org / article.php.

نفسه، وأن الإعلاميين ينظرون إلى الإعاقة على أنها معاناة، لكنهم لا يبحثون عن أسباب المعاناة، ولا يدركون أن معظم المعاناة يمكن تخفيفها من خلال تركيز الضوء على السياسات المتبعة تجاه الإعاقة.

ومن المشاكل التي تواجهها التغطية الإعلامية لقضايا الإعاقة كما توضحها "سوزان ليفن"[1] "مشكلة النقص في مصادر المعلومات التي تتحدث باسم حقوق المعاقين. فالمراسلون في الغالب يطلبون المعلومات من مقدمي الخدمات أو من المنظمات الوطنية التي تدار من قبل أشخاص لا يعانون من الإعاقة، ونادراً ما يرجعون إلى استشارة الخبراء الذين يعانون من الإعاقة، والمنظمات التي تدار من قبلهم. وهذا الأسلوب المتبع من الصحفيين لا يؤدي إلى عدم الدقة ودعم النظرة السلبية فقط لكنه أيضاً يسلب جماهير وسائل الإعلام بعدا مهما في النظر إلى المعاقين، ويستمر في جعل المعاقين يشعرون كما لو كانوا غير قادرين على التعبير عن أنفسهم.

وهناك نوع آخر من الدراسات الغربية تطرق لحقوق المعاقين الإعلامية وما إذا كانوا يعطون حقهم الكامل في التعبير عن أنفسهم في وسائل الإعلام أم لا . فقد أوضح "بيث هولر"[2] أن المشاكل الماضية المتعلقة بالتغطية النمطية كان لها ارتباط ضمني بالنشطاء السياسيين في مجتمع الإعاقة وعدم رغبتهم في إبراز قضاياهم في وسائل الإعلام وذلك لخوفهم من أن وسائل الإعلام ستشوه رسائلهم.

---

(١) المرجع السابق .

(٢)Haller, B., Ibid.

وفي دراسة أخرى " لبيث هولر[١]" عن التغطية الإخبارية لقانون الإعاقة الأمريكي وجدت أن ٣٥٪ فقط من الأخبار التي ظهرت في الصحف الأمريكية الرئيسة كانت من مصادر تمثل جماعة المعاقين.

كما أن هناك نوعاً آخر من الدراسات الغربية تطرق للوسائل الإعلامية المخصصة للمعاقين، إذ أجرت ليللي رانسوم[٢] (Lilie Ransom) دراسة حصرت فيها دوريات الإعاقة وحاولت التعرف على خصائص هذه الدوريات في الولايات المتحدة الأمريكية، ووجدت الدراسة أن هناك ١٣١ دورية في الولايات المتحدة تعنى بشؤون الإعاقة، وقد وجدت الباحثة أن الدوريات التي تم حصرها تقع تحت ما سمي بنموذج الحقوق المدنية لتغطية الإعاقة، وقد أجرت الباحثة مقابلات مع مسؤولي تحرير دوريات الإعاقة ووزعتهم إلى ثلاث مجموعات:

المجموعة الأولى : تقع تحت تصنيف ما سمي بنموذج الناشط أو السياسي

ويقع تحت هذا النموذج رؤساء تحرير الدوريات الذين تنطبق عليهم الشروط التالية:

- أن يعبر المحرر رغبته في تغير مواقف المجتمع عن الإعاقة.
- أن يتحدث المحرر عن الإعاقة في إطار الحقوق المدنية أو بمصطلح جماعات الأقلية.

---

(١)Haller, B. Disability Rights on the Public Agenda: Elite News Coverage of the Americans with Disabilities Act, (Ann Arbor, Mich: UMI,1995).

(٢)Ransom, L., Disability publication demographics, In Proceedings of the Annual of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (80th , Chicago Illinois, July 30-august 2, 1997).

- أن يهتم المحرر بقضايا الاختلاف ويربط بين مبادئ الجماعات الأخرى والإعاقة.
- أن يدعم المحرر التحرك نحو المطالبة بحقوق المعاقين أو مجتمع المعاقين ويرى أن دوريته تقوم بدور في هذا المجال.

المجموعة الثانية : تقع تحت تصنيف ما سمي بنموذج التذويب في المجتمع ويقع تحت هذا التصنيف رؤساء التحرير الذين تنطبق عليهم الشروط التالية:

- إجابات المحرر على المقابلة أو الاستبيان تشير إلى الرغبة في التدريب أو التشجيع على توظيف الأشخاص الذين لديهم إعاقات.
- أن يستهدف هؤلاء المحررون الأشخاص غير المعاقين.
- قد يقر المحرر أو لا يقر بقضايا الاختلاف والتنوع في مجال المطالبة بحقوق المعاقين ومجتمع الإعاقة لكنه من غير المحتمل أن ينظر إلى دوريته على أنها مرتبطة بهذه الأفكار.

المجموعة الثالثة : تقع تحت تصنيف ما سمي بنموذج الاهتمامات الخاصة ويقع تحت هذا التصنيف رؤساء التحرير الذين تنطبق عليهم الشروط التالية:

- أن يصف المحرر الغرض الأساس من دوريته بأنه خدمة لاهتمام أو حاجة محددة، مثل توفير لعبة القولف للأشخاص مبتوري الأطراف.
- أن يصف الإعاقة على أنها أمر عارض.
- قبوله للإعلانات التي لها علاقة باهتمامات خاصة للمعاقين مثل السفر، لعبة القولف...إلخ.

وقد كشفت الدراسة[1] أن ثلث رؤساء التحرير الذين تمت مقابلتهم وعددهم ١٢ شخصاً كانوا ضمن المجموعة الأولى، وثلثهم أيضاً كان ضمن المجموعة الثانية، في حين أنه لم يدخل تحت تصنيف المجموعة الثالثة سوى شخص واحد، أما الثلاثة الباقون فلم تستطع الباحثة تصنيفهم.

أما "روبرت كلاونسكي"[2] فقد اختبر تأثيرات المجتمع على رؤية محرري الصحف لتغطية المجموعات التي تأثرت بالقرارات الرسمية مثل قانون الحقوق المدنية عام ١٩٦٠ وقانون حقوق المعاقين عام ١٩٩٠م.

وقد كشفت الدراسة أن المحررين في المجتمعات التي فيها أكثر تعددية كانوا يعطون قيمة عالية لأخبار الأقليات، ومعظم المحررين من المجتمعات التي فيها تعددية كانوا يستطيعون تذكر الأخبار عن الأقليات والمعاقين. ويمكن الاستنتاج من الأخبار التي تذكرها المحررون أن التغطية الإعلامية كانت تخدم الأقليات العرقية أكثر من المعاقين. وقد تركزت معظم الأخبار عن المعاقين حول قانون الإعاقة، أو مقالات عن المعاقين الذين تغلبوا على إعاقاتهم، وتميل وسائل الإعلام المحلية إلى الاستجابة لاهتمامات الأكثرية فيما يتعلق بشؤون الأقليات أكثر من استجابتها لاهتمامات الأقليات أنفسهم.

أما في العالم العربي فهناك ندرة شديدة في الدراسات التي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام وشؤون الإعاقة، خاصة احتياجات المعاقين من وسائل الإعلام

---

(١) المرجع السابق.

(٢)Kalwinsky, R, Containment of Image: Critical/Feminist theory and perspectives on disability in the media, Proceedings of the Annual of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (80th , Chicago Illinois, July 30-august 2,1997).

وإشباعها. ومن الدراسات النادرة في هذا المجال دراسة المقوشي[1] عن قضايا الإعاقة في الصحافة السعودية. وقد حرص المقوشي على التعرف على طبيعة التغطية الصحفية لقضايا الإعاقة في الصحافة السعودية من حيث المضمون والشكل.

وقد كشفت دراسته أن الصحافة السعودية خصصت مساحات مناسبة لقضايا الإعاقة والمعاقين، وقد أشارت الدراسة إلى أنه كان هناك تركيز على الجوانب الخبرية على حساب المقالات الصحفية التي تعرف بالإعاقة وتحذر من أسبابها.

وباستعراض الدراسات السابقة نجد أن التركيز كان على تعامل وسائل الإعلام مع قضايا الإعاقة ولم تتطرق لتعامل المعاقين أنفسهم مع وسائل الإعلام، مما يؤكد أهمية هذه الدراسة التي ستركز على فئة المعاقين أنفسهم للتعرف على احتياجاتهم الإعلامية وكيف يمكن لوسائل الإعلام إشباعها، وهو ما لم تتطرق له أي من الدراسات السابقة.

* * *

(١) عبد العزيز المقوشي، قضايا الإعاقة في الصحافة السعودية، (الرياض: مركز الأمير سلمان لأبحاث الإعاقة، ١٤٢١هـ).

الدراسة الميدانية :

الإجراءات المنهجية للدراسة :

تنتمي هذه الدراسة إلى مجموعة الدراسات الوصفية كونها ستقوم بالتحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة، بالإضافة إلى أنها تدرس العلاقة بين عدد من المتغيرات لمعرفة مدى استخدام المعاقين لوسائل الإعلام ودرجة الإشباع الذي تحققه. ولتحقيق هذا الغرض فإن منهج المسح الاجتماعي منهج مناسب في الوصول إلى ذلك وستعتمد على العينة لوصف مجتمع الدراسة.

مجتمع البحث وعينته :

وقد قام الباحثان باختيار مجتمع المعاقين البالغين المنتمين للسلك التعليمي من الأساتذة والطلاب المقيمين في مدينة الرياض لأنه يمكن تحديدهم واختيار عينة ممثلة لهم بطريقة علمية، وبالإضافة إلى كونهم من الطبقة المتعلمة التي تهتم بالتعرض لوسائل الإعلام لإشباع احتياجاتهم الاجتماعية والثقافية والعلمية والتعليمية؛ وحيث إن عدد مفردات مجتمع الدراسة لا يمكن التعامل معه بأسلوب الحصر الشامل فقد تم اختيار عينة مقدارها (١٠٠) مفردة لتمثيل مجتمع الدراسة تم سحبها بطريقة عشوائية منتظمة من مجتمع الدراسة، بالاعتماد على قوائم الجامعات والمعاهد المتخصصة بشؤون الإعاقة للوصول إلى مفردات العينة. وقد تم توزيع مفردات العينة بالتساوي حسب نوع الإعاقة، حيث خصص ٥٠ ٪ من حجم العينة لفئة المكفوفين و ٥٠٪ من حجم العينة للصم البكم.

وقد اقتصرت عينة الدراسة على هاتين الفئتين وتم استبعاد فئتي المعاقين حركياً والمعاقين فكرياً للأسباب التالية :

أولا : بالنسبة لفئة المعاقين حركياً :

١- المعاق حركياً لا تمنع إعاقته من التعرض الطبيعي لوسائل الإعلام وبالتالي فإن احتياجاته عن فئة الأسوياء.

٢- كشفت الدراسة الاستكشافية على فئات المعاقين أن المعاقين حركياً لا يختلفون في أساليب تعرضهم للوسائل الإعلامية عن الأسوياء.

ثانياً: بالنسبة لفئة المعاقين فكرياً:

١- المعاقون فكرياً يصعب التعامل معه في مثل هذه الدراسة التي تعتمد على الاستبانة لأنهم يعانون من التخلف العقلي بدرجات متفاوته يصعب معها الحصول على معلومات منهم عن طريق الإجابة على أسئلة الاستبانة.

٢- أثبتت الدراسة الاستكشافية أن المعاقين فكرياً لا يمكن الاعتماد على إجاباتهم لأنهم لا يستطيعون التركيز مما يؤدي إلى تناقض في إجاباتهم.

أداة الدراسة:

تم تصميم استبانة لجمع البيانات الضرورية للدراسة وذلك بعد مراجعة العديد من الدراسات ذات الصلة بموضوع الاستخدامات والإشباع وكذلك بحوث الإعاقة والاستفادة من بعضها في بناء العبارات المناسبة التي تخدم موضوع هذه الدراسة. وبعد تصميم الاستبانة تم عرضها على عدد من المتخصصين في الإعلام في مجال الاستخدامات والإشباع لتحكيمها في ضوء أهداف الدراسة من أجل التأكد من صدقها (validity) وأن العبارات والألفاظ تقيس ما يجب قياسه، حيث اقترح المحكمون بعض التعديلات التي تم الأخذ بالمناسب منها في النسخة النهائية للأداة.

كما تم اختبار الاستبانة على عدد ١٠ مفردات من فئتي الصم البكم والمكفوفين للتأكد من أن الأداة تعطي نتائج ثابتة في قياس متغيرات الدراسة الأساسية التي صممت من أجلها وذلك للتأكد من ثباتها (reliability)

وقد احتوت الاستبانة على المتغيرات التالية :

أولاً : درجة تعرض المعاقين لوسائل الإعلام.

ثانياً : طبيعة استخدام المعاقين لوسائل الإعلام.

ثالثاً : احتياجات المعاقين من وسائل الإعلام.

رابعاً : درجة إشباع وسائل الإعلام لاحتياجات المعاقين.

هذا بالإضافة إلى بعض الأسئلة الديموغرافية مثل: العمر ، الدخل، نوع السكن، المرحلة التعليمية، ونوع الإعاقة.

ونظراً لأن طبيعة المبحوثين تقتضي التعامل معهم بأسلوب مختلف عند تعبئة البيانات فقد تمت الاستعانة بثلاثة طلاب من الدارسين في مرحلة الماجستير لمقابلة المبحوثين وتعبئة استبانه البحث مباشرة وبأسلوب المقابلة الشخصية مع فئتي المكفوفين والصم البكم بهدف مساعدة المبحوثين على تقديم المعلومات التي تعكس وجهة نظرهم بسهولة، وتذليل الصعوبات التي تقابلهم أثناء تعبئة الاستبانه لضمان مصداقية المعلومات وصحتها.

المعالجة الإحصائية للبيانات :

تمت معالجة بيانات الدراسة من خلال التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة باستخدام التكرارات ونسبها المئوية، والمتوسط الحسابي؛ وكذا التحليل الاستنتاجي باستخدام اختبار (T) لمعرفة الفروق بين الصم البكم والمكفوفين، واختبار (F) لتحديد درجة التباين بين المجموعات، واختبار بيرسون

(Pearson) للكشف عن العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وعدد من المتغيرات كلما كان ذلك مناسباً.

وصف عينة الدراسة :

بلغت نسبة الاستبانات التي تم التعامل معها ٨١٪ من إجمالي العينة حيث استبعدت ١٩ استبانة بسبب عدم صلاحيتها إما لعدم اكتمال المعلومات، أو لوجود تناقض واضح بين الإجابات.

وجاءت سمات وخصائص عينة الدراسة كما يوضحها الجدول الآتي:

جدول رقم (١)

السمات الديموغرافية لعينة الدراسة

نوع الإعاقة	%	الدخل	%	العمر	%	نوع السكن	%	مستوى التعليم	%
الصم البكم	٤٣.٢	أقل من ١٠٠٠ ريال	٣.٧	من١٥ - أقل من٢٠	٤٦.٩	مستقل	٣٤.٦	متوسط	١١.١
المكفوفون	٥٦.٨	من ١٠٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠	٨.٦	من ٢٠ - أقل من ٢٥	٢٣.٥	مع الأهل	٥٥.٥٠	ثانوي	٤٨.١
		من ٢٠٠٠ إلى أقل من ٤٠٠٠	٣٢.١	من ٢٥- أقل من٣٠	١٧.٣	سكن داخلي	٨.٦	جامعي	٣٤.٦
		من ٤٠٠٠ إلى أقل من ٦٠٠٠	٣٢.١	من ٣٠ - أقل من٣٥	٤.٩	سكن جامعي	١.٢	فوق الجامعي	٦.٢
		أكثر من ٦٠٠٠	٢٣.٥	من ٣٥ - أقل من ٤٠	٤.٩				
				أكثر من ٤٠	٢.٥				
المجموع	١٠٠		١٠٠		١٠٠		١٠٠		١٠٠

ويلاحظ من الجدول رقم (١) أن نسبة من شملتهم هذه الدراسة من المكفوفين بلغت (٥٦,٨٪) بينما بلغت نسبة الصم البكم (٤٣,٢٪). وعلى الرغم من أن الدراسة شملت أغلب المراحل التعليمية ابتداء من المرحلة المتوسطة وانتهاء بمرحلة الماجستير إلا أن معظم المبحوثين كانوا بالمرحلة الثانوية (٤٨,١٪) أي ما يقارب النصف، ويأتي في الترتيب الثاني المرحلة الجامعية (٣٤,٦٪) أي حوالي الثلث، فالدارسون في المرحلة المتوسطة (١١,١٪)، وأخيراً يأتي المعاقون الذين يدرسون في مرحلة الماجستير وبلغت نسبتهم (٦,٢٪) وجميعهم من المكفوفين.

وقد توزع أفراد العينة على ست فئات حسب العمر، وأكثرها الذين أعمارهم تتراوح بين ١٥ إلى أقل من ٢٠ سنة ويمثلون (٤٦,٩٪) من مجموع أفراد العينة أي حوالي النصف تقريباً، وجاء في الترتيب الثاني الذين أعمارهم من ٢٠ إلى أقل من ٢٥ سنة بنسبة (٢٣,٥٪) أي ما يقارب الربع تقريباً، وتجدر الإشارة هنا إلى أن الذين أعمارهم بين ١٥ إلى أقل من ٢٠ عاماً و ٢٠ إلى أقل ٢٥ عاماً يمثلون النسبة الأكبر (٧٠,٤ ٪)من مجموع أفراد العينة مما يؤكد على أن غالبية عينة هذه الدراسة هم من المعاقين الشباب.

ومن السمات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة تعدد مستويات الدخل؛ فمنهم من دخله الشهري أقل من ألف ريال في حين أن هناك من دخله الشهري أكثر من"٦٠٠٠ ريال" ونظراً لتفاوت مقدار الدخل الشهري بين أفراد العينة فقد صنفوا إلى خمس فئات كما في الجدول رقم (١). وبتتبع بيانات الجدول يتضح أن مقدار الدخل الشهري لأكثر أفراد العينة ينحصر في الفئتين اللتين يتراوح مقدار الدخل فيهما بين "٢٠٠٠ إلى أقل من ٤٠٠٠" و "٤٠٠٠ إلى أقل من ٦٠٠٠" ونسبة كل منهما (٣٢,١٪)، وعند إعادة النظر في الجدول رقم (١) يتبين أن الدخل الشهري

لأكثر من (٦٤,٢٪) من أفراد العينة أقل من " ٦٠٠٠ريال" مما يشير إلى أن غالبية المعاقين قد يواجهون بعض الصعوبات المادية في اقتناء الوسائل الإعلامية المناسبة لطبيعة إعاقتهم والبرامج الضرورية التي تمكنهم من التعرض لبعض الوسائل الإعلامية مثل الإنترنت، إضافة إلى أن البرامج التي تتيح للمكفوفين استخدام الإنترنت في المؤسسات التعليمية غير متوفرة حتى تاريخ إعداد هذه الدراسة، عدا بعض النوادي الخاصة بالمكفوفين في المملكة التي توفر خدمة الدخول للإنترنت عبر الصوت من خلا عدد من البرامج المتاحة مثل: برنامج "الجوز" و برنامج "هال" وبرنامج "إبصار".

وتوزع المعاقون على أربع فئات من حيث السكن: الفئة الأولى المعاقون الذين يقيمون مع أهلهم ويمثلون (٥٥,٥٪) أي أكثر من نصف مجموع أفراد العينة، وتمثل هذه الفئة المعاقين العزاب خاصة أن معظم أفراد العينة لا يزالون يدرسون في المرحلة الثانوية أو الجامعية، والفئة الثانية المعاقون الذين يقيمون في إسكان مستقل ونسبتهم (٣٤,٦٪) أي الثلث تقريباً وهم المدرسون وطلاب الدراسات العليا، والفئة الثالثة المعاقون الذين قدموا للدراسة من خارج مدينة الرياض ونسبتهم (٨,٦٪) حيث توفر المعاهد المعنية بشؤون الإعاقة السكن الخاص داخل المعهد مع توفير المستلزمات الضرورية لهم.

عرض النتائج وتحليلها :

أولا : درجة تعرض المعاقين لوسائل الإعلام :

كشفت نتائج الدراسة عن عدد من النتائج المهمة ذات الصلة بحجم تعرض المعاقين في المملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الجماهيرية، فقد كان عدد الذين أشاروا إلى أنهم يتعرضون لوسائل الإعلام بشكل عام ٨٠ مبحوثاً بنسبة

(٩٨,٨٪)، في مقابل مبحوث واحد فقط بنسبة (١,٢٪) أكد عدم تعرضه لأي وسيلة مطلقاً، مما يدل على أن استخدام وسائل الإعلام تمثل حاجة ضرورية في حياة المعاقين ومصدراً مهماً للكثير من احتياجاتهم الاتصالية، وقد استخدمت خمسة خيارات لقياس التعرض (١= أبداً ، ٢= نادراً، ٣= أحياناً، ٤= غالباً، ٥= دائماً) ويوضح الجدول رقم (٢) نوع الوسائل المستخدمة وحجم التعرض لكل وسيلة، كما يوضح الجدول رقم (٢أ) نسب التعرض لكل وسيلة.

جدول رقم (٢)

درجة تعرض المعاقين لكل وسيلة من وسائل الإعلام

	الصحف		المجلات		الإذاعة		التلفزيون		الإنترنت	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أبدا	١١	١٣,٦	٢٠	٢٤,٧	٣٣	٤٠,٧	١	١,٢	٢١	٢٥,٩
نادرا	١٤	١٧,٣	١٥	١٨,٥	٣	٣,٧	٣	٣,٧	١٢	١٤,٨
أحيانا	١٤	١٧,٣	٢٣	٢٨,٤	١٠	١٢,٣	١٢	١٤,٨	٢٨	٣٤,٦
غالبا	٧	٨,٦	٦	٧,٤	١٢	١٤,٨	١٣	١٦	٦	٧٤
دائما	٣٥	٤٣,٢	١٧	٢١	٢٣	٢٨,٤	٥٢	٦٤,٢	١٤	١٧,٣
المجموع	٨١	١٠٠	٨١	١٠٠	٨١	١٠٠	٨١	١٠٠	٨١	١٠٠
المتوسط	٣,٥١		٢,٨١		٢,٨٦		٤,٣٨		٢,٧٥	

جدول (٢أ)

جدول (١٢أ)

نسب تعرض المعاقين لكل وسيلة من وسائل الإعلام

	الصحف				المجلات				الإذاعة				التلفزيون				الإنترنت			
	غير متابع		متابع		غير متابع		متابع		غير متابع		متابع		غير متابع		متابع		غير متابع		متابع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
الصم البكم	١	١٢,٥	٣١	٤٤,٣	٢	١١,٨	٣٠	٤٩,٢	٣١	١٠٠,٠	١	٢,١	١	١٠٠	٣١	٤٠,٣	٤	٢١,١	٢٨	٤٧,٥
المكفوفين	٧	٨٧,٥	٣٩	٥٥,٧	١٥	٨٨,٢	٣١	٥٠,٨	٠	٠,٠	٤٦	٩٧,٩	٠	٠,٠	٤٦	٥٩,٧	١٥	٧٨,٩	٣١	٥٢,٥
المجموع	٨	١٠٠	٧٠	١٠٠	١٧	١٠٠	٦١	١٠٠	٣١	١٠٠	٤٧	١٠٠	١	١٠٠	٧٧	١٠٠	١٩	١٠٠	٥٩	١٠٠

تعرض الفئتان معاً للتلفزيون (٤.٣٨) كما في جدول (٢) مما يدل على أن المعاقين يتعرضون لهذه الوسيلة بشكل دائم، وتؤكد هذه النتيجة أهمية التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية ليس على مستوى المكفوفين فحسب ولكن على مستوى الصم البكم أيضاً.

وجاءت الصحف في الترتيب الثاني من حيث التعرض لوسائل الإعلام بمتوسط قدره (٣.٥١) مما يعني الاهتمام بقراءة الصحف بشكل دائم، فقد كشفت النتائج التفصيلية، كما يشير إلى ذلك الجدول رقم (٢أ) عن وجود نسبة كبيرة من المكفوفين (٥٥.٧٪) أكثر من نصف أفراد العينة يتابعون أبرز العناوين في بعض الصحف اليومية من خلال خدمة الاتصال عن بعد بواسطة الهاتف أو النقال، وقد لقيت هذه الخدمة إقبالاً كبيراً من قبل عينة الدراسة نظراً لعدم وجود بدائل أخرى تمكنهم من متابعة محتوى الصحف اليومية، ومن هنا يمكن الخروج بنتيجة عامة مفادها أن المعاقين حريصون على توظيف الوسائط التقنية الحديثة بغية الوصل إلى المعلومات أو الأخبار كلما كان ذلك ممكناً.

وفي ذات السياق أظهرت النتائج أيضاً أن نسبة كبيرة من الصم البكم يقرؤون الصحف اليومية (٤٤.٣٪) على الرغم من أن بعضاً منهم يواجه صعوبة في فهم محتواها فهم يجيدون الكتابة غالباً أكثر من القدرة على القراءة.

وبإعادة النظر في الجدول رقم (٢) نلاحظ أن الإذاعة جاءت في المرتبة الثالثة من حيث الاستخدام بمتوسط حسابي قدره (٢.٨٦) مما يعني الاستماع إليها بشكل دائم من قبل المكفوفين فقط، وبمراجعة البيانات التفصيلية للنتيجة في الجدول رقم (٢أ) نجد أن نسبة الصم البكم الذين يتعرضون للإذاعة لا تتجاوز (٢.١٪) مما يعني أن شخصاً واحداً فقط من عينة الصم البكم في هذه الدراسة يستطيع الاستماع

للإذاعة عند مستوى صوت عال جداً، وعلى النقيض من ذلك جاءت نسبة المكفوفين الذين يتعرضون للإذاعة عالية جداً (٩٧,٩٪) مما يؤكد وجود علاقة قوية بين الإذاعة والمكفوف رغم وجود وسائل إعلام بديلة أخرى يمكن أن يتعرض المكفوفون لها.

وقد جاءت المجلات بالمرتبة الرابعة من حيث الترتيب في درجة التعرض بمتوسط قدره (٢,٨١) كما في الجدول رقم (٢) مما يعني أنهم يتعرضون إليها أحياناً، وعند النظر إلى نسبة كل فئة على حدة في الجدول رقم (٢أ) نجد أن نسبة المكفوفين (٥٠,٨٪) الذين يتعرضون للمجلات تساوي تقريباً نسبة الصم البكم (٤٩,٢٪)، مما يشير إلى أن الصم البكم يقرؤون المجلات العامة مثلما يقرؤون الصحف اليومية بينما نجد أن فئة المكفوفين يحرصون على قراءة المجلات المتخصصة التي تعنى بشؤون الإعاقة حتى وإن كانت إصداراتها محدودة جداً.

وجاء استخدام الإنترنت من قبل عينة الدراسة في المرتبة الأخيرة بمتوسط قدره (٢,٧٥) كما في الجدول رقم (٢) مما يشير إلى أنهم يستخدمون هذه الوسيلة أحياناً، فمن خلال المقارنة بين المكفوفين والصم البكم في استخدام الإنترنت كما في الجدول رقم (٢أ) وجد أن نسبة (٥٢,٥٪) من المكفوفين يعتبرون الإنترنت وسيلة ذات أهمية بالغة في حياتهم العلمية والعملية حتى وإن لم تتوفر البرامج الكفيلة بتمكينهم من التعامل معها دون وسيط، وفي المقابل أظهرت النتائج أن نسبة الصم البكم الذين يستخدمون الإنترنت بلغت (٤٧,٥٪) أي ما يقترب من نصف مجموع أفراد العينة.

١- دوافع التعرض لوسائل الإعلام

ولأن الدراسة استهدفت التعرف على أبرز الدوافع التي تجعل المعاقين يتعرضون لوسائل الإعلام، فقد كشفت الدراسة عن وجود ثمانية أسباب رئيسة تم ترتيبها حسب الأهمية من وجهة نظر المبحوثين كما في الجدول رقم (٣).

جدول رقم (٣)

الأسباب التي تدفع المعاقين إلى التعرض لوسائل الإعلام

الأسباب	المتوسط	الترتيب
زيادة المعرفة والثقافة والاطلاع	٣.٩٦	١
التسلية والترفيه عن النفس	٣.٩٤	٢
جمع المعلومات والأخبار حول البيئة المحيطة	٣.٨٦	٣
التفاعل الاجتماعي	٣.٤١	٤
التعرف على الخدمات المقدمة لذوي الاحتياجات الخاصة	٣.٠١	٥
البحث عن حلول لمشاكل الإعاقة	٢.٨٤	٦
المساعدة في اتخاذ القرارات المناسبة	٢.٨٠	٧
الهروب من الواقع الذي يعيشه	٢.١٥	٨

ويلاحظ أن سبب زيادة المعرفة والثقافة والاطلاع جاء بالمرتبة الأولى، يليه بعد ذلك التسلية والترفيه عن النفس في المرتبة الثانية. ويشير ترتيب السببين الأول والثاني إلى أن المعاقين لا يختلفون عن الأسوياء في ترتيب إشباع حاجتهم المعلوماتية والترفيهية على وجه الخصوص. أما التعرض لوسائل الإعلام من أجل الحصول على المعلومات والأخبار حول البيئة المحيطة فقد جاء بالمرتبة الثالثة من حيث الأهمية مما يدل على أن الترفيه عن النفس يشكل أهمية كبيرة لدى عينة الدراسة أكثر من التعرف على الأخبار المحيطة نظراً لكون غالبية عينة الدراسة من الشباب، يليه التعرض من أجل التفاعل الاجتماعي، ثم التعرف على الخدمات

المقدمة لذوي الاحتياجات الخاصة في المرتبة الخامسة، ثم البحث عن حلول لمشاكل الإعاقة، ثم استخدام الوسائل من أجل المساعدة في اتخاذ القرارات المناسبة، وأخيراً الهروب من الواقع الذي يعيشه المعاقون.

وتدل البيانات المعروضة في الجدول رقم (٣) على أن أفراد العينة لا يستخدمون وسائل الإعلام كمصدر للحصول على حلول لمشاكل إعاقتهم، مما يعني بالضرورة أنهم يعتمدون على مصادر خاصة بهم قد تكون متمثلة في الجمعيات الخيرية للإعاقة أو المؤسسات الحكومية المهتمة بمجال إعاقتهم، مثل المعاهد وأقسام التربية الخاصة في الجامعات بالإضافة إلى النوادي والمراكز المتخصصة.

وبتتبع ترتيب الأسباب التي وردت في الجدول رقم (٣) يتضح جلياً أنه على الرغم من وجود مشاكل متعددة ذات صلة بإعاقات أفراد العينة إلا أنهم لا يلجؤون إلى التعرض لوسائل الإعلام هروباً من الواقع الذي يعيشونه، ويصدق القول كذلك على أن المعاقين لا يتعرضون للوسائل الإعلامية من أجل المساعدة في اتخاذ القرارات المناسبة إلا ما ندر.

٢- معدل الوقت المخصص للتعرض لوسائل الإعلام:

جدول رقم (٤)

المعدل الزمني المخصص يومياً لمتابعة وسائل الإعلام

الزمن	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	١٢	١٥.٠
من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات	٣٤	٤٢.٥
من ٣ إلى أقل من ٦ ساعات	٢٨	٣٥.٠
٦ ساعات فأكثر	٦	٧.٥
المجموع	٨٠	١٠٠.٠

يتضح من الجدول رقم (٤) أن المدة الزمنية التي تتراوح بين ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات هي الأكثر من حيث النسبة (٤٢,٥٪)، جاء بعدها مباشرة المدة الزمنية التي تتراوح بين ثلاث إلى أقل من ست ساعات بنسبة قدرها (٣٥,٠٪)، أما الفترتان الزمنيتان المحددتان بأقل من ساعة وأكثر من ست ساعات فقد جاءتا في المرتبة الأخيرة من حيث نسبة التعرض لوسائل الإعلام.

وتشير النتائج السابقة إلى أن معظم عينة الدراسة، أي ما نسبته (٨٥٪)، يقضون يومياً فترة زمنية طويلة نسبياً لا تقل عن ساعة وتصل إلى ست ساعات أو أكثر عند استخدامهم لوسائل الإعلام، مما يعني أن المعاقين بشكل عام لديهم فسحة من الوقت حيث يقضون ساعات طويلة في أماكن إقامتهم مما يضطرهم إلى استخدام الوسائل الإعلامية المتاحة لإشباع رغباتهم في زيادة المعرفة أو الترويح عن النفس أو الحصول على الأخبار. وبناء على ذلك يمكن القول بأن المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة يومياً في التعرض لوسائل الإعلام لها مردود إيجابي في إشباع حاجاتهم الاجتماعية أو النفسية أو كلاهما معا والتي تتحقق غالباً من خلال تعرضهم لمحتوى وسائل الإعلام أو الوسائل نفسها.

ثانياً: طبيعة استخدام المعاقين لوسائل الإعلام :

(١) طبيعة الصحف والمجلات التي يتعرض لها المعاقون :

ولمحاولة التعرف على طبيعة تعرض أفراد العينة للوسائل المطبوعة فقد صنفت الصحف والمجلات إلى ثلاثة أنواع رئيسة كما يلي :

الصحف والمجلات العامة، الصحف والمجلات المتخصصة في مجال الإعاقة، والصحف والمجلات المتخصصة في مجالات أخرى كما في الجدول رقم (٥).

جدول رقم (٥)

أنواع الصحف والمجلات التي يتعرض لها المعاقون

	صحف ومجلات عامة		صحف ومجلات متخصصة في مجال الإعاقة		صحف ومجلات متخصصة في مجالات أخرى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
المتعرضون للصحف	٥٩	٧٢.٨	٢٠	٢٤.٧	٧	٨.٦

ونلحظ من الجدول السابق أن الصحف والمجلات العامة جاءت في المرتبة الأولى من حيث المقروئية بنسبة (٧٢.٨٪)، وجاء في المرتبة الثانية التعرض للصحف والمجلات المتخصصة في مجال الإعاقة بنسبة (٢٤.٧٪)، وجاء بالمرتبة الأخيرة التعرض للصحف والمجلات المتخصصة في مجالات أخرى بنسبة متدنية(٨.٦٪).

ووفقاً للنسب السابقة نجد أن نسبة قراءة الصحف والمجلات العامة جاءت عالية نسبيا مقارنة ببقية الأنواع الأخرى من الصحف والمجلات، إذ يمكن القول بأنه نظراً لمحدودية الصحف والمجلات المتخصصة في مجال الإعاقة فإن غالبية عينة الدراسة تحرص على متابعة الصحف والمجلات العامة من أجل الحصول على المعلومات والأخبار بشكل عام، سواء كان ذلك من خلال التعرض المباشر أم بواسطة الاتصال عن بعد بواسطة الهاتف أو النقال للتعرف على أبرز العناوين أم من خلال وسيط يقوم بقراءة العناوين أو الموضوعات على المعاق. وبتتبع بيانات الجدول رقم (٥) نجد أن عدداً محدوداً من مجموع أفراد العينة يتابعون الصحف والمجلات المتخصصة في مجالات أخرى، مثل الصحف الرياضية أو المجلات العلمية المحكمة التي تهم نسبة محدودة من أفراد العينة وهم طلاب الدراسات العليا على وجه الخصوص.

وللتعرف على حجم قراءة المعاقين (عينة الدراسة) للصحف والمجلات، فقد أظهرت النتائج كما في الجدول رقم (٦) أن نسبة كبيرة من أفراد العينة (٤٠,٩٪) تقرأ موضوعات محددة في الصحيفة أو المجلة، أتى بعد ذلك الذين يقرؤون العناوين فقط بنسبة (٢٨,٨٪)، ثم الذين يقرؤون معظم الصحيفة أو المجلة بنسبة (١٩,٧٪)، وجاء في المرتبة الأخيرة الذين يقرؤون الصحيفة من أولها على آخرها.

جدول رقم (٦)

حجم قراءة المعاقين للصحف والمجلات

الحجم	التكرار	النسبة
العناوين فقط	١٩	٢٨,٨
موضوعات محددة	٢٧	٤٠,٩
معظمها	١٣	١٩,٧
كامل الصحيفة	٧	١,٦
المجموع	٦٦	١٠٠,٠

ومن خلال مراجعة بيانات الجدول السابق يمكن القول بأن التعرض لمواد الصحف والمجلات يتم بطريقة انتقائية من قبل عينة الدراسة وقد يعود ذلك إلى أسباب عدة من أهمها: المشكلات الصحية المتعلقة بطبيعة الإعاقة، والاهتمام بموضوعات محددة، والسعي إلى تلبية إشباع احتياجات خاصة.

(٢) طبيعة القنوات التلفزيونية التي يتعرض لها المعاقون:

تم تصنيف القنوات التلفزيونية التي يتابعها أفراد العينة إلى ثلاث مجموعات على النحو التالي:

القنوات التلفزيونية المحلية، القنوات الفضائية العربية، ثم القنوات التلفزيونية المتخصصة، كما في الجدول رقم (٧).

جدول رقم (٧)

طبيعة القنوات التلفزيونية

	قنوات تلفزيونية محلية		قنوات فضائية عربية		قنوات فضائية متخصصة	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
المتعرضون للقنوات التلفزيونية	٣٨	٤٦.٩	٥٤	٦٦.٧	٢٧	٣٣.٣

وعند مقارنة نسبة تعرض أفراد العينة بين المجموعات الثلاث يتبين أن مجموعة القنوات الفضائية العربية جاء في المرتبة الأولى من حيث نسبة التعرض (٦٦.٧٪)، يليها بعد ذلك مجموعة القنوات التلفزيونية المحلية بنسبة (٤٦.٩٪)، وأخيراً جاءت مجموعة القنوات التلفزيونية المتخصصة بنسبة (٣٣.٣٪) كما في الجدول رقم (٧).

وبناء على هذه النتيجة يمكن القول أن تعرض أفراد العينة للتلفزيون يتم بطريقة انتقائه تتأثر بالعديد من العوامل الوسيطة ذات الصلة بالواقع الاجتماعي ومدى توفر القنوات التلفزيونية، إضافة إلى دوافع استخدام تلك القنوات. لذلك جاءت القنوات الفضائية العربية بالمرتبة الأولى من حيث النسبة نظراً لزيادة تعدد قنواتها مما يتيح للفرد خيارات متعددة من حيث طبيعة الوسائل والرسائل (المضمون)، والذي يمنح الفرد الحرية المطلقة لإشباع حاجته وتطلعاته، في حين أن القنوات التلفزيونية المحلية قد تكون ذات أهمية محددة لبعض أفراد العينة في حال عدم توفر قنوات أخرى بديلة أو عند التعرف على الأخبار المحلية فقط. أما القنوات التلفزيونية المتخصصة فهي بطبيعة الحال لها جمهورها المتخصص حتى من فئة المعاقين؛ حيث تجد إقبالا من ثلث أفراد العين تقريباً، ولعل السبب في ذلك يرجع إلى كون هذه القنوات ذات طبيعة محددة من حيث المضمون وبالتالي فإنه لا

يتعرض لها إلا المهتمون بموضوعات أو قضايا محددة، مثل الموضوعات الرياضية أو الاقتصادية أو الإخبارية أو الوثائقية.

(٣) طبيعة المحطات الإذاعية التي يستمع إليها المعاقون :

لقد تم تصنيف المحطات الإذاعية التي يتعرض لها أفراد العينة إلى ثلاث مجموعات هي: الإذاعات المحلية والإذاعات العربية والإذاعات الدولية، كما في الجدول رقم (٨).

جدول رقم (٨)

طبيعة المحطات الإذاعية

	الإذاعات المحلية		الإذاعات العربية		الإذاعات الدولية	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
المتعرضون للمحطات للإذاعية	٣٧	٤٥,٧	٢١	٢٥,٩	٩	١١,١

وتشير بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة الذين يستمعون للإذاعات المحلية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٤٥,٧٪) بينما جاءت الإذاعات العربية في المرتبة الثانية من حيث الاستماع بنسبة (٢٥,٩٪)، وجاءت الإذاعات الدولية في المرتبة الأخيرة بنسبة (١١,١٪). وبمقارنة النتائج في الجدول رقم (٨) مع الجدول رقم (٢أ) ندرك أن نسبة الذين يتابعون المحطات الإذاعية هم من المكفوفين فقط، وبالتالي فإن نسب التعرض في المجموعات الثلاث يعود بالضرورة إلى فئة واحدة من المعاقين. ونظراً لكون هذه الفئة تقيم في مدينة الرياض حيث يمكن التقاط موجات التعديل الترددي (FM) بسهولة فإن غالبية العينة، ما يقرب من النصف، تتعرض للمحطات المحلية أكثر من المحطات العربية أو الدولية، يضاف إلى ذلك أن أكثر من

ربع أفراد العينة من المكفوفين يستمعون إلى الإذاعات العربية مما يؤكد اهتمام هذه الفئة بمتابعة الأخبار الإقليمية والعربية.

(٤) طبيعة تعرض المعاقين للإنترنت :

رغم انخفاض تعرض المعاقين عينة الدراسة للإنترنت مقارنة ببقية وسائل الإعلام الأخرى، كما سبقت الإشارة إلى ذلك في جدول رقم (١)، إلا أن الجدول رقم (٩) يوضح درجة استخدامهم للبريد الإلكتروني حيث جاء في المرتبة الأولى من بين المواقع الأخرى التي تحفزهم على التعامل مع الإنترنت. وجاء في المرتبة الثانية الدخول إلى المواقع الرياضية، ثم جاءت درجة زيارة المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية في المرتبة الثالثة، وجاءت مواقع الألعاب في المرتبة الرابعة، ثم مواقع الدردشة في المرتبة الخامسة، وجاء بالمرتبة الأخيرة زيارة المواقع العلمية.

جدول (٩)

درجة زيارة المعاقين للمواقع المتاحة على شبكة الإنترنت

المواقع	المتوسط	الترتيب
البريد الإلكتروني	١.٨٩	١
الموقع الرياضية	١.٨٤	٢
الموقع الإخبارية والصحف الالكترونية	١.٧٣	٣
مواقع الألعاب	١.٧٠	٤
مواقع الدردشة	١.٦٦	٥
المواقع العلمية	١.٥٠	٦

ويتضح من النتيجة السابقة في الجدول رقم (٩) أن البريد الإلكتروني يعد المحفز الأول لاستخدام عينة الدراسة للإنترنت كوسيلة للتواصل مع الآخرين على

الرغم من عدم توفر البرامج الخاصة بلغة "برايل" التي تمكن المكفوفين، على وجه الخصوص، من التعامل مع هذه الوسيلة، مما يعني أن هناك في الأسرة من يتولى مهمة مساعدة المكفوف عند استخدام الإنترنت أو بواسطة البرامج الصوتية التي تمكن المكفوف من التعامل مع الإنترنت بمفردة في حال توفرها. وتشير النتائج أيضاً إلى أن المحفز الثاني لاستخدام الإنترنت هو زيارة المواقع الرياضية، ويبدو أن ذلك ليس غريباً خاصة إذا ما علمنا أن نسبة عالية من المبحوثين هم من فئة الشباب الذين يمثل لهم التعرف على الأخبار الرياضية والتحليل المصاحب لها أهمية قصوى في حياتهم اليومية. ونلاحظ أيضاً أن زيارة المواقع العلمية من قبل أفراد العينة جاءت بالمرتبة الأخيرة، وقد يعزى ذلك إلى أن طبيعة المواقع العلمية لا تناسب اهتمامات غالبية المبحوثين إذ أن مثل هذه المواقع تهم شريحة المثقفين أو الصفوة الذين يسعون دائماً للحصول على المعلومات العلمية ذات الصلة بمجال محدد .

(٥) أسباب عدم التعرض لوسائل الإعلام :

استهدفت الدراسة التعرف على الأسباب التي تحد من استخدام المعاقين لوسائل الإعلام، ويبين الجدول رقم (١٠) طبيعة هذه الأسباب حسب نوع الوسيلة.

جدول رقم (١٠)

أسباب عدم تعرض المعاقين لوسائل الإعلام

الأسباب	الصحف والمجلات		الإذاعة		التلفزيون	
	ت	٪	ت	٪	ت	٪
بسبب الإعاقة	١١	٧٣.٣	٣٠	٨٥.٧	-	- -
لا يجد فيها ما يهمه	٤	٢٦.٧	٥	١٤.٣	١	١٠٠.٠

الإنترنت		
الأسباب	ت	٪
بسبب الإعاقة	٣	١٣.٦
عدم توفرها	١٥	٦٨.٢
عدم القدرة على استخدامها	٣	١٣.٦
لا يجد فيها ما يهمه	١	٤.٥

ويبين الجدول رقم (١٠) أسباب عدم تعرض بعض أفراد العينة للوسائل المطبوعة أو الإلكترونية، وهذا الأمر كان متوقعاً وذلك لأن نسبة من أفراد العينة وهم الصم البكم لا يستطيعون التعرض لهذه الوسيلة مطلقاً بسبب طبيعة إعاقتهم، كما أن نسبة محدودة أفادت بعدم الاستماع للإذاعة لأنها لا تجد فيها شيئاً مهماً. وقد يستنتج من ذلك أن التلفزيون يعد البديل المناسب للإذاعة خاصة في ظل تعدد القنوات التلفزيونية وتنوع محتواها البرامجي .

وجاءت الإنترنت في المرتبة الثانية من حيث عدم الاستخدام إلا أن الأسباب التي تحول دون استخدامها تتعدد مقارنة ببقية وسائل الإعلام الأخرى، فقد أظهرت النتائج أن عدم توفر هذه الوسيلة يعد العائق الأول، خاصة إذا ما علمنا أن نسبة من أفراد العينة لا يستطيعون التعامل مع هذه الوسيلة إلا في ظل وجود برامج صوتية خاصة تمكنهم من استخدامها، كما أنه في حال توفر البرامج الأساسية لتفعيل هذه

الخدمة فإن المكفوفين يحتاجون إلى التدرب على استخدمها مما يزيد المشكلة تعقيداً بالنسبة للمكفوفين. وجاء في المرتبة الثانية عدم الاستخدام بسبب الإعاقة وكذلك عدم المعرفة باستخدام هذه الوسيلة بنسب متساوية (١٣.٦ ٪).

وأظهرت النتائج أيضاً أن نسبة من عينة الدراسة لا يقرؤون الصحف والمجلات إما بسبب الإعاقة أو بسبب أنهم لا يجدون فيها ما يهمهم. وتشير هذه النتيجة إلى أن بعض أفراد العينة من المكفوفين ليس لديهم اشتراك في بعض الصحف المحلية التي توفر خدمة الاتصال عن بعد حتى يتمكنوا من معرفة أبرز عناوين الصحف اليومية عبر الصوت.

ثالثاً: احتياجات المعاقين من وسائل الإعلام:

(١) المجالات التي يرى المعاقون أن على وسائل الإعلام التركيز عليها:

استهدفت الدراسة التعرف على المجالات التي يفترض أن تركز عليها وسائل الإعلام بناء على وجهة نظر المبحوثين، لذا تم تصنيف المجالات إلى ستة أنواع، وقد تم ترتيبها حسب الأولوية من وجهة نظر المبحوثين، كما في الجدول رقم (١١).

جدول رقم (١١)

مجالات التركيز

المجالات	المتوسط	الترتيب
المعلومات والأخبار	٤.٧١	١
المعرفة والثقافة والاطلاع	٤.٥٤	٢
التسلية والترفيه	٣.٦٥	٣
التفاعل الاجتماعي	٣.٦٤	٤
تعزيز الثقة بالنفس	٣.٦٢	٥
المساعدة في تحقيق الذات	٣.٥١	٦

ويظهر من خلال قراءة بيانات الجدول السابق أن المعلومات والأخبار جاءت في المرتبة الأولى من حيث الأهمية لدى أفراد العينة، أتى بعدها مباشرة المعرفة والثقافة والاطلاع بالمرتبة الثانية، ثم جاءت التسلية والترفيه عن النفس بالمرتبة الثالثة، ثم التفاعل الاجتماعي في المرتبة الرابعة، وجاء تعزيز الثقة بالنفس بالمرتبة الخامسة، ثم جاء في المرتبة الأخيرة المساعدة في تحقيق الذات.

ويتضح من الجدول السابق أن ترتيب أفراد العينة لمجالات التركيز جاءت متقاربة في ترتيبها مع دوافع التعرض لوسائل الإعلام التي سبقت الإشارة إليها في جدول رقم (٣)؛ حيث جاءت المجالات الثلاثة الأولى (المعلومات والأخبار، المعرفة والثقافة والاطلاع، التسلية والترفيه) في أولويات اهتمامات المبحوثين، في حين جاءت المجالات الأخرى (التفاعل الاجتماعي، تعزيز الثقة بالنفس، المساعدة في اتخاذ القرارات) بالمرتبة الثانية وبمتوسطات حسابية متقاربة من حيث التركيز كما في الجدول رقم (١١).

٢- الصعوبات التي تواجه المعاقين عند التعرض لوسائل الإعلام:

من خلال استطلاع رأي عينة الدراسة تبين أن هناك بعض الصعوبات التي تواجه المعاقين عند التعرض لوسائل الإعلام، ويبين الجدول رقم (١٢) أنواع هذه الصعوبات.

جدول رقم (١٢)

الصعوبات التي تواجه المعاقين عند متابعة وسائل الإعلام

الصعوبات	التكرار	الترتيب
عدم قيام الوسائل الإعلامية بعرض موادها بطريقة مناسبة حسب نوع الإعاقة	٦٩	١
عدم مناسبة بعض الوسائل كليا لنوع الإعاقة	٢٦	٢
الحاجة الدائمة للمساعدة الخارجية عند التعرض لوسائل الإعلام	١٥	٣

يبين الجدول السابق أن عدداً كبيراً من المبحوثين يعتقد أن وسائل الإعلام لا تقوم بعرض موادها بطريقة مناسبة حسب نوع الإعاقة مما جعل هذه الصعوبة تتصدر بقية الصعوبات الأخرى، مثل استخدام لغة الإشارة في التلفزيون وأسلوب برايل في الصحافة. يليها بعد ذلك الصعوبة المتمثلة بعدم مناسبة بعض الوسائل الإعلامية لنوع الإعاقة، مثل عدم مناسبة التلفزيون للمكفوفين، وعدم مناسبة الإذاعة للصم البكم. ثم في المرتبة الأخيرة الحاجة الدائمة للمساعدة الخارجية عند التعرض لوسائل الإعلام.

وبمراجعة هذه النتيجة يتضح أن وسائل الإعلام المحلية أو الإقليمية أو العربية، خاصة الوسائل المرئية، لا تفترض أصلا وجود معاق عند تقديم موادها إلى الجمهور إلا ما ندر؛ فالصم البكم يعانون من محدودية استخدام لغة الإشارة في معظم البرامج التلفزيونية، كما أن لغة الإشارة المستخدمة في بعض القنوات التلفزيونية الفضائية لا يمكن استيعابها بشكل كامل عند التعرض لبعض القنوات التلفزيونية العربية، إضافة إلى أن هذه الوسيلة لا توفر خدمة الكتابة النصية على الشاشة والمعروفة باسم (Closed Caption) خاصة الأخبار والبرامج المهمة. أما المكفوفون فإنهم عندما يتعرضون للتلفزيون لا يتخيلون معرفة أجزاء الحدث من خلال الصوت فقط، في الوقت الذي نجد فيه أن معظم القنوات التلفزيونية، إن لم يكن جميعها، يكتفي بإضافة نغمة موسيقية هادئة مصاحبة للحدث دون وصف أو تعليق لما يحدث؛ أو أنها تكتفي بذكر عبارة يأتيكم في الأوقات التالية وتتم كتابة البيانات على الشاشة دون الاكتراث بفئة المكفوفين الذين يتعرضون لهذه الوسيلة.

من ناحية أخرى نجد أن الوسائل المطبوعة تهتم فقط بنشر الأخبار التي تصدر عن المؤسسات الرسمية أو الشخصيات الاعتبارية دون إتاحة الفرصة لتفعيل دور

المعاق في المجتمع من خلال هذه الوسائط، كما أنها لم توفر الخدمات الأساسية التي تمنح المعاق حق المعرفة بما ينشر ، ولو جزئياً، من خلال الصحافة الناطقة التي يمكن أن توفرها الوسائط التقنية الحديثة مثل الإنترنت، أو الهاتف أو غير ذلك من الأساليب التقنية الحديثة. إضافة إلى ما سبقت الإشارة إليه يمكن القول بأن هناك قصوراً واضحاً في دور وسائل الإعلام في عدم قدرتها على تثقيف المجتمعات العربية تجاه الاحتياجات الخاصة بالمعاقين أو تقديم الخدمات الإعلامية مقروءة كانت أو إلكترونية.

ونظراً لأن هناك العديد من الصعوبات التي تواجه المعاقين عند تعرضهم لوسائل الإعلام كما جاءت في الجدول السابق فقد حاولت هذه الدراسة التعرف على أهم مقترحات المعاقين للتغلب على هذه الصعوبات، والجدول رقم (١٣) يبين بعضاً منها.

جدول رقم (١٣)

طرق التغلب على المشكلات التي تواجه المعاقين عند التعرض لوسائل الإعلام

الطرق	التكرار	الترتيب
أن تقوم وسائل الإعلام بترجمة الرسائل الإعلامية بما يناسب المعاقين	٦٣	١
أن يكون هناك في الأسرة من يتولى ترجمة الرسائل الإعلامية	٢٧	٢
أن تخصص وسائل أو برامج إعلامية خاصة بكل فئة من المعاقين	٢٧	٢

فمن خلال استعراض بيانات الجدول السابق يتضح أن الطريقة المناسبة للتغلب على بعض الصعوبات التي يواجهها أفراد العينة عند التعرض لوسائل الإعلام تكمن في قيام الوسائل الإعلامية بترجمة الرسائل التي تقدمها بما يتناسب واحتياجات كل فئة من فئات المعاقين. ويعد الطرف الثالث بين الوسيلة والمعاق من بين الحلول التي يرى المعاقون الحاجة إليها نظرا لعدم توفر البدائل الاتصالية

المناسبة التي تتيح إمكانية التعرض دون وسيط. أما الطريقة الثالثة والأخيرة والمتعلقة بتخصيص وسائل أو برامج إعلامية خاصة بكل فئة من المعاقين فيرى أفراد العينة صعوبة تفعيل هذه الطريقة لكون الوسائل لم تخصص برامج أو مساحات خاصة بفئات المعاقين أو تقوم بترجمة رسائلها بما يتناسب وظروف إعاقاتهم.

(٣) الموضوعات التي يبحث عنها المعاقون في وسائل الإعلام :

نظراً لتعدد الموضوعات التي تقدمها وسائل الإعلام فإن التعرض لها يتم بطريقة انتقائية حسب ميول الأفراد واتجاهاتهم واحتياجاتهم لما يقرؤون أو يسمعون أو يشاهدون. لذا تم تصنيف المواد التي يبحث عنها المعاقون عينة الدراسة في وسائل الإعلام إلى ثلاثة عشر موضوعاً وطلب منهم ترتيبها حسب الأهمية من وجهة نظرهم، كما في الجدول رقم (١٤).

الجدول رقم (١٤)

الموضوعات التي يبحث عنها المعاقون

الموضوعات	المتوسط	الترتيب
الدينية والثقافية	١١.١١	١
التعليمية والتربوية	٩.٦٣	٢
الرياضية	٩.٤٧	٣
العلمية	٩.٠٠	٤
السياسية	٨.٥٤	٥
الطريفة والمسلية	٨.٤٦	٦
الاجتماعية	٨.٣٩	٧
الموضوعات ذات الصلة بالمعاقين	٨.٠٢	٨
الأدبية	٧.٨٩	٩

قضايا محلية (عامة)	٧.٨٦	١٠
الصحية	٧.٥٠	١١
الاقتصادية	٧.٢٤	١٢
الفنية	٦.٩٢	١٣

وباستعراض النتيجة في الجدول السابق يتضح أن أفراد العينة يميلون إلى التعرض للموضوعات الدينية والثقافية أكثر من غيرها، يليها بعد ذلك الموضوعات التعليمية والتربوية وكذلك الرياضية بمتوسطات متقاربة من حيث الأهمية (٩.٦٣ و ٩.٤٧) على التوالي. ثم جاءت بقية الموضوعات الأخرى حسب الترتيب الذي يظهر في الجدول رقم (١٤).

وبإعادة النظر في الجدول السابق نلحظ أن الموضوعات ذات الصلة بالمعاقين جاءت في المرتبة الثامنة من حيث الأهمية على الرغم من أن أفراد العينة هم من المعاقين، وقد يكون السبب في ذلك هو أن غالبية الموضوعات ذات الصلة بالمعاقين لا تعدو أن تكون أخباراً عامة عن هذه الفئة فقط.

رابعاً: إشباع وسائل الإعلام لاحتياجات المعاقين:

(١) العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ودرجة الإشباع:

استهدفت الدراسة التحليلية التعرف على طبيعة العلاقة بين درجة التعرض لوسائل الإعلام ودرجة الإشباع، وقد تم استخدام معامل الارتباط "بيرسون" لتحديد درجة العلاقة بين هذين المتغيرين، والجدول رقم (١٥) يوضح طبيعة هذه العلاقة.

الجدول رقم (١٥)

معامل الارتباط "بيرسون" للعلاقة بين درجة التعرض ودرجة الإشباع

صحف	مجلات	إذاعة	تلفزيون	إنترنت
٠,٠٧٧.	٠,٠٢٤	- ٠,٠٧١	٠,٢٤٣(*)	٠,١٦٥

* = مستوى الدلالة عند مستوى (٠,٠٥)

تشير النتائج في الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الإشباع والتلفزيون فقط، وبلغت بين درجة التعرض للتلفزيون ودرجة الإشباع (٠,٢٤٣*) مما يعني أنه كلما زادت درجة التعرض للتلفزيون زادت درجة الإشباع والعكس صحيح أيضاً، أي أنه كلما قل التعرض للتلفزيون قل الإشباع. وفي الوقت نفسه انتفت العلاقة بين كل من درجة التعرض للصحف والمجلات والإذاعة والانترنت مع درجة الإشباع التي تحققها هذه الوسائل لعدم وجود الدلالة الإحصائية.

(٢)العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وكل من: العمر والدخل والتعليم:

ولمحاولة التعرف على طبيعة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وكل من العمر ومستوى الدخل ودرجة التعليم فقد تم استخدام معامل الارتباط "بيرسون" لتحديد درجة هذه العلاقة، كما في الجدول رقم (١٦).

الجدول رقم (١٦)

العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وكل من:

الوسائل	العمر	الدخل	التعليم
الصحف	- ٠,٢٩١(**)	٠,١٥٨	- ٠,١١٩
المجلات	- ٠,١٩٥	٠,٠٩٤	- ٠,٢٢٢(*)
الإذاعة	٠,٤٩٩(**)	- ٠,٠٧٧	٠,٤٠١(**)

التلفزيون	- ٠,٠٥٥	٠,١٩٩	- ٠,٢١٨
الإنترنت	- ٠,١٩٤	- ٠,٠٠٣	- ٠,٠٥٠

**= مستوى الدلالة (٠,٠١) *= مستوى الدلالة (٠,٠٥)

وتبين النتائج في الجدول السابق أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين قراءة الصحف والعمر وهي علاقة عكسية (- ٠,٢٩١) عند مستوى (٠,٠١) مما يدل أنه كلما كان المعاق صغيراً في السن كان أكثر قراءة للصحف، والعكس صحيح كلما كبر عمر المعاق كان أقل قراءة للصحف، أما في قراءة المجلات فكانت العلاقة ذات دلالة إحصائية مع مستوى التعليم حيث بلغت (- ٠,٢٢٢) عند مستوى (٠,٠٥)، ومعنى ذلك أنه كلما قل مستوى التعليم زادت درجة قراءة المجلات، والعكس صحيح أيضاً وهذه النتيجة لا تتسق مع ما هو متفق عليه في مجال العمل الإعلامي وهو أن المجلات تتوجه في الغالب بمضمونها للفئة المثقفة والأكثر تعليماً وهذا قد يرجع إلى ظروف تتصل بالمعاقين عينة الدراسة ويحتاج إلى دراسة أخرى للتأكد مما إذا كانت هناك عوامل أخرى تؤثر في قراءة المعاق للمجلات مرتبطة بمستوى التعليم.

أما العلاقة بين الاستماع للإذاعة والعمر فهي علاقة طردية (إيجابية) (٠,٤٩٩) عند مستوى (٠,٠١)، ومعنى ذلك أنه كلما زاد العمر زاد التعرض للإذاعة؛ ومثل ذلك العلاقة بين التعرض للبرامج الإذاعية ودرجة التعليم (٠,٤٠١) عند مستوى (٠,٠١)، فكلما زادت درجة التعليم زاد التعرض للبرامج الإذاعية. ويمكن تفسير هذه العلاقات ذات الدلالة الإحصائية بأن عينة المكفوفين في هذه الدراسة أوجدت هذه العلاقات الطردية نظراً لكونهم أكثر فئات المعاقين تعرضاً لهذه الوسيلة.

(٣)العلاقة بين الإشباع وكل من: العمر، الدخل، درجة التعليم:

وللتعرف على درجة العلاقة بين الإشباع وكل من: العمر والدخل ودرجة التعليم، فقد تم استخدام معامل الارتباط "بيرسون" لتحديد درجة هذه العلاقة، كما في الجدول رقم (١٧).

الجدول رقم (١٧)

العلاقة بين الإشباع وكل من:

	العمر	الدخل	التعليم
الإشباع	- ٠,٠٩٤	- ٠,٠٦٥	- ٠,١٤٨

أظهرت البيانات الإحصائية في الجدول السابق عدم وجود أية علاقة بين درجة الإشباع وكل من العمر والدخل والمرحلة التعليمة، ومعنى ذلك أن زيادة العمر لا تعني زيادة درجة التعرض أو انخفاضها؛ فسواء زاد العمر أم نقص لم تتأثر درجة الإشباع، وسواء زاد الدخل أم انخفض لم تتأثر درجة الإشباع، وسواء زاد مستوى التعليم أم انخفض لم تتأثر درجة الإشباع. بمعنى آخر أن كل هذه المتغيرات مجتمعة لا تؤثر إطلاقاً على درجة الإشباع.

(٣) الفرق بين المكفوفين والصم البكم في درجة الإشباع:

ولتحقيق أحد الأهداف العامة للدراسة فقد تم تصنيف المعاقين إلى فئتين حسب نوع الإعاقة للتعرف على الفرق بين المكفوفين والصم البكم في درجة الإشباع، كما في الجدول رقم (١٨).

الجدول رقم (١٨)

الفرق بين المكفوفين والصم البكم في درجة الإشباع

نوع الإعاقة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة T	الدلالة
الصم البكم	٣٤	٣,٧٧	٥١,٣٣٨	١,٦٣١	٠,١٠٩
المكفوفين	٤٦	٣,٤١			

تم استخدام اختبار (T) لمعرفة هل هناك فرق ذو دلالة إحصائية بين فئة المكفوفين وفئة الصم البكم يعزى لمتغير درجة الإشباع، وقد أظهرت النتائج كما هو واضح في الجدول رقم (١٨) أنه لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية نظراً لانتفاء الدلالة في قيمة (T) التي بلغت (١,٦٣١)، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أغلب وسائل الإعلام لا تشبع الاحتياجات الإعلامية للمكفوفين والصم البكم.

(٤)التباين بين درجة تعرض المعاقين لوسائل الإعلام تبعاً لنوع السكن :

وللتعرف على درجة تعرض المعاقين لوسائل الإعلام تبعاً لنوع السكن فقد تم استخدام اختبار (ANOVA) للتعرف على الفرق بين متوسطات درجة تعرض المعاقين للوسائل الإعلامية بناء على هذا المتغير، والجدول رقم (١٩) يوضح درجة التباين.

الجدول رقم (١٩)

درجة التباين بين درجة تعرض المعاقين لوسائل الإعلام تبعاً لنوع السكن

الوسائل	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الانحراف	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة
صحف	بين المجموعات	١١,١٨٣	٣	٣,٧٢٨	١,٦٥٩	٠,١٨٣
	داخل المجموعات	١٧٣,٠٦٣	٧٧	٢,٢٤٨		
	المجموع	١٨٤,٢٤٧	٨٠			
مجلات	بين المجموعات	١١,٨٨٣	٣	٣,٩٦١	١,٩٧٦	٠,١٢٥
	داخل المجموعات	١٥٤,٣٤٠	٧٧	٢,٠٠٤		
	المجموع	١٦٦,٢٢	٨٠			
إذاعة	بين المجموعات	٢٨,٥١٦	٣	٩,٥٠٥	٣,٥٠٢	٠,٠١٩

	داخل المجموعات	٢٠٨.٩٩٠	٧٧	٢.٧١٤		
	المجموع	٢٣٧.٥٠٦	٨٠			
تلفزيون	بين المجموعات	٣.٣٢٠	٣	١.١٠٧	١.٢٢١	٠.٣٠٨
	داخل المجموعات	٦٩.٨١٦	٧٧	٠.٩٠٧		
	المجموع	٣٧.١٣٦	٨٠			
إنترنت	بين المجموعات	١٢.٤٧٢	٣	٤.١٥٧	٢.٢٧٧	٠.٠٨٦
	داخل المجموعات	١٤٠.٥٩٠	٧٧	١.٨٢٦		
	المجموع	**١٥٣.٠٦٢**	**٨٠**			

ومن خلال قراءة بيانات الجدول السابق يتضح أن الدلالة في التباين بين درجة التعرض للوسائل الإعلامية ونوع السكن اقتصرت على الاستماع للإذاعة فقط ؛ حيث بلغت قيمة (F) (٣.٥٠٢) عند مستوى (٠.٠١٩)، ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى كون الإذاعة من الوسائل التي يسهل الوصول إليها في أي مسكن نظراً لقلة تكلفتها وتوفرها، كما أن الإذاعة هي الوسيلة المفضلة لدى المكفوفين الذين يمثلون شريحة كبيرة من عينة الدراسة. وهذا العامل يؤثر من جانب آخر على نتيجة الوسائل الأخرى إذ أنهم لا يتعرضون للصحف إلا عن طريق الخدمة الصوتية إذا توفرت ويضعف في الغالب تعرضهم للتلفاز أو الإنترنت.

(٥) التباين بين درجة الإشباع الذي تحققه وسائل الإعلام للمعاقين تبعاً لنوع السكن :

ولمعرفة التباين بين درجة الإشباع الذي تحققه وسائل الإعلام للمعوقين تبعاً لنوع السكن فقد تم استخدام اختبار (ANOVA) للتعرف على الفرق بين متوسطات درجة الإشباع تبعاً لنوع السكن، كما في الجدول رقم (٢٠).

الجدول رقم (٢٠)

درجة التباين بين درجة الإشباع الذي تحققه وسائل الإعلام للمعوقين تبعاً لنوع السكن

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الانحراف	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة
بين المجموعات	١,٨٠٢	٣	٠,٦٠١	٠,٧١٦	٠,٥٤٥
داخل المجموعات	٦٣,٧٤٨	٧٦	٠,٨٣٩		
المجموع	٦٥,٥٥٠	٧٩			

تشير النتائج في الجدول رقم (٢٠) إلى أن نوع السكن الذي يقيم فيه المعاق لم يؤثر لا إيجاباً ولا سلباً في درجة الإشباع التي تحققها وسائل الإعلام لانتفاء درجة الدلالة في قيمة(F).

* * *

مناقشة النتائج والتوصيات :

أصبح التعرض لوسائل الإعلام أمراً أساسياً لكل فرد من أفراد المجتمع في ظل تزايد الوسائل الإعلامية في المجتمعات المعاصرة والتي أصبح أفرادها يعتمدون اعتماداً كبيراً على وسائل الإعلام الجماهيرية للحصول على المعلومات والأخبار والتسلية والترفيه، ونظراً لتعدد فئات الجماهير في المجتمع فإن تعرف وسائل الإعلام على الاحتياجات الفعلية لكل فئة من فئات الجماهير أصبح أمراً حتمياً في ظل تنوع الجماهير وتعدد الوسائل في الوقت الراهن.

وتعد فئة المعاقين من الفئات الاجتماعية الهامة لوسائل الإعلام التي تختلف في طبيعة تعرضها لوسائل الإعلام عن فئات المجتمع الأخرى؛ حيث كشفت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام سواء كانت مقروءة أم إلكترونية تحظى باهتمام واسع من حيث التعرض رغم وجود التفاوت الواضح في درجة المتابعة والذي تحدده بالضرورة طبيعة الوسائل ونوع الإعاقة. وتتفق هذه النتيجة مع ما ذكرته جيهان رشتي (١٩٧٨) بأن التعرض لوسائل الإعلام يتم بطريقة انتقائية تتأثر بالعوامل الوسيطة كالاتجاهات والمعرفة والإدراك بالإضافة إلى السمات العامة والاجتماعية والفردية، كما أن تأكيد التعرض للوسائل يستدل عليه من دراسة واقعه وحاجات الفرد منه والتي تجيب عن الأسئلة الخاصة المرتبطة بالرضاء والإشباع الخاصة بالوسيلة أو المفردات أو المحتوى.

وتظهر النتائج أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام تتركز في البحث عن المعرفة والترفيه وجمع المعلومات؛ حيث أظهر أفراد العينة اهتماماً كبيراً بالمعرفة والثقافة والاطلاع، كما أظهروا اهتماماً ملحوظاً بالتسلية والترفيه عن النفس وكذلك جمع المعلومات والأخبار. وبناء على هذه النتيجة يمكن القول بأن دوافع تعرض

المعاقين لوسائل الإعلام لا تختلف عن الأسوياء نظراً لكون دوافع التعرض ذات الصلة بالإعاقة جاءت بالمرتبة الأخيرة؛ وتتطابق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصل إليها علي العتيبي[1] في مجال الاستخدام والإشباع التي كشفت أن التعرض للبرامج الإعلامية والمعرفية والإخبارية والترفيهية جاءت في أولويات البرامج إشباعا لاحتياجات الجمهور.

أما فيما يتعلق بطبيعة استخدام المعاقين لوسائل الإعلام فقد أظهرت النتائج أن المبحوثين يتعرضون للتلفزيون أكثر من بقية وسائل الإعلام الأخرى وأن المعاقين يتعرضون للقنوات التلفزيونية الفضائية العربية أكثر من القنوات المحلية أو المتخصصة، كما أنهم يتعرضون للصحف والمجلات العامة أكثر من المتخصصة، وأنهم يستمعون إلى المحطات الإذاعية المحلية أكثر من المحطات العربية أو الدولية.

أما بالنسبة لاستخدام المعاقين لشبكة الإنترنت فقد أظهرت النتائج أنها تأتي في المرتبة الأخيرة، وقد يكون سبب ذلك زيادة التكلفة المادية للبرامج الصوتية الضرورية التي تمكن المكفوفين من التعرض للإنترنت.

وبناء على النتيجة السابقة ندرك أن التلفزيون يحتل المرتبة الأولى من حيث الاستخدام مقارنة ببقية الوسائل الإعلامية الأخرى، وهو ما أكدته معظم الدراسات لما يتميز به من خصائص مؤثرة على الجمهور تفوق الوسائل الجماهيرية الأخرى؛ لأنه أخذ العديد من خواصها وفنونها وأساليبها بالإضافة إلى إمكانياته وأساليبه الخاصة به، فأصبح الوسيلة الوحيدة القادرة على نقل الحدث مباشرة إلى المشاهدين في منازلهم[2].

---

(١) علي العتيبي، مرجع سابق.

(٢) محيي الدين عبد الحليم، الاتصال بالجماهير والرأي العام: الأصول والفنون، ط١ (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩٣)؛ وكرم شلبي، الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج، (القاهرة: مكتبة التراث الإسلامية، بدون تاريخ).

أما ما يتعلق بالموضوعات التي يتعرض لها المعاقون فقد كشفت الدراسة أن المعاقين لا يختلفون كثيراً عن غيرهم إلا أن ما يلفت الانتباه هو تأخر المواضيع المتعلقة بالإعاقة في قائمة ترتيبهم للقضايا التي يهتمون بها. وهذه النتيجة تتسق مع ما ذكره كلاونسكي[1] أن التغطية الإعلامية كانت تخدم الأقليات العرقية أكثر من المعاقين، وأن وسائل الإعلام المحلية كانت تميل إلى الاستجابة لاهتمامات الأكثرية فيما يتعلق بشؤون الأقليات أكثر من استجابتها لاهتمامات الأقليات أنفسهم، فمعظم موضوعات الإعاقة التي تنشر في وسائل الإعلام تستهدف المجتمع بشكل عام كالتوعية بالإعاقة وأسبابها ومن النادر أن تجد موضوعاً في وسائل الإعلام يستهدف احتياجات المعاق بشكل مباشر وخاص.

وعند النظر إلى العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ودرجة الإشباع أظهرت النتائج وجود علاقة بين درجة الإشباع والتلفزيون فقط، بينما انتفت العلاقة بين درجة التعرض للصحف والمجلات والإذاعة والإنترنت مع درجة الإشباع التي تحققها هذه الوسائل.

وتوصلت الدراسة إلى أن العلاقة بين قراءة الصحف والعمر كانت علاقة سلبية، وأن العلاقة بين قراءة المجلات ومستوى التعليم، كانت علاقة عكسية (سلبية) مما يشير إلى أنه كلما قل مستوى العمر زادت درجة قراءة الصحف و كلما قل مستوى التعليم زادت قراءة المجلات. أما العلاقة بين الاستماع للإذاعة والعمر والاستماع للإذاعة ودرجة التعليم فقد أظهرت النتائج أنها علاقة إيجابية، مما يؤكد أنه كلما زاد العمر زاد التعرض للإذاعة وكلما زادت درجة التعليم زاد التعرض للإذاعة أيضاً.

---

(١) Kalwinsky, R ., ibid.

وتبين النتائج عدم وجود أية علاقة بين درجة الإشباع وكل من العمر والدخل والتعليم ، فسواء زاد العمر أم نقص وسواء زاد الدخل أم انخفض وسواء زاد مستوى التعليم أم انخفض لم تتأثر درجة الإشباع.

وكشفت النتائج أيضاً أنه لا يوجد فرق بين المكفوفين والصم البكم في درجة الإشباع عند تعرضهم لوسائل الإعلام مما يشير إلى إن أغلب وسائل الإعلام لم تشبع الاحتياجات التي يتطلع المعاقون إلى إشباعها. وحيث أن الإشباع لا يمكن أن تحدثه الوسيلة أو محتواها إلا إذا قام أحدهما أو كلاهما بتأدية وظيفته المشتملة على ذلك الإشباع الذي يبحث عنه الجمهور والذي يمكن أن يأتي أيضاً ضمن مجموعة أخرى من الإشباعات التي تحققها تلك الوظيفة[1]، وهو ما لم تفعله وسائل الإعلام مع المعاقين كما كشفته هذه الدراسة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن درجة التباين بين درجة تعرض المعاقين لوسائل الإعلام تبعاً لنوع السكن الذي يقيمون فيه اقتصرت على الاستماع للإذاعة فقط.

وأخيرا كشفت الدراسة بأن نوع السكن الذي يقيم فيه المعاق لم يؤثر لا إيجاباً ولا سلباً في درجة الإشباع التي تحققها وسائل الإعلام.

التوصيات

١- تؤكد هذه الدراسة على أهمية وضع احتياجات المعاقين الإعلامية في أولوية السياسات والخطط والبرامج التي تتبناها وسائل الإعلام المطبوعة والإلكترونية بحيث يخصص لهم مساحات وبرامج تلبي احتياجاتهم وتشبع تطلعاتهم.

---

(١) محمد الحديدي، نظريات الإعلام: اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، ط١ (القاهرة : مكتبة نانسي، ٢٠٠٦).

٢- كشفت الدراسة أن المكفوفين يتعرضون للوسائل المطبوعة بأسلوب يختلف عن بقية فئات المعاقين الأخرى، وتدعو هذه النتيجة القائمين على الوسائل المطبوعة بمخاطبة جمهورها من المكفوفين بالأسلوب الذي يوفر لهم إمكانية التعرض لمعظم محتوى الصحيفة أو المجلة مثل الاتصال عن بعد.

٣- أظهرت الدراسة محدودية قيام وسائل الإعلام المرئية باستخدام لغة الإشارة عند مخاطبة فئة الصم البكم، كما أن لغة الإشارة المستخدمة في أغلب القنوات التلفزيونية العربية غير موحدة مما يشكل صعوبة في فهم محتوى أو مضمون الرسالة على الرغم من وجود بعض القواميس الإشارية العربية، لذا توصي هذه الدراسة بتفعيل لغة الإشارة في معظم البرامج التي تقدمها مع العناية بتوحيد لغة الإشارة حتى يتمكن المخاطبون من إدراكها، من ناحية أخرى توصي هذه الدراسة وسائل الإعلام المرئية بتفعيل خدمة (الكتابة النصية على الشاشة) أو ما يعرف باسم Closed Caption مما يسهل عملية التعرض للمضمون.

٤- أظهرت الدراسة أن معظم الدراسات السابقة ركزت على تعامل وسائل الإعلام مع قضايا الإعاقة ولم تتناول تعامل المعاقين أنفسهم مع هذه الوسائل (ماذا يفعل المعاقون بوسائل الإعلام؟). لذا توصي هذه الدراسة بالتعرف على كيفية استخدام المعاقين للوسائل والمضامين والسبل الكفيلة بإشباع حاجتهم ودوافع تعرضهم.

وأخيراً نحمد الله الذي يسر هذا العمل ونرجو أن تكون النتائج الكلية والجزئية قد أجابت على الأهداف والتساؤلات بدرجة كافية من الوضوح وبدرجة عالية من الموضوعية والشفافية، وأن تكون النتائج التي توصلت إليها ذات فائدة لوسائل الإعلام والإعلاميين وكذلك المهتمين بشؤون الإعاقة والمعاقين حتى يتحقق الهدف المنشود وهو خدمة هذه الفئة الغالية علينا جميعاً خدمة إعلامية متميزة مبنية على نتائج علمية دقيقة.

* * *

قائمة المراجع :

أولاً : المراجع العربية :

١- بدران عبد الرزاق بدران، **استخدامات الشباب لوسائل الاتصال في دولة الإمارات العربية المتحدة** ، المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، العدد ٢٨/ ٢٩ ، ديسمبر ١٩٩٥ جون ١٩٩٦.

٢- جيهان رشتي، **الأسس العلمية لنظريات الإعلام**، (القاهرة: النهضة العربية، ١٩٧٨)

٣- حسن مكاوي، **علاقة طلاب الجامعة في سلطنة عمان بوسائل الاتصال الجماهيري**، مجلة بحوث الاتصال، العدد الخامس، يوليو١٩٩١.

٤- عبد العزيز المقوشي، **قضايا الإعاقة في الصحافة السعودية**، (الرياض : مركز الأمير سلمان لأبحاث الإعاقة، ١٤٢١هـ).

٥- علي العتيبي، **استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها**، رسالة دكتوراه غير منشورة ، الرياض، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤٢٥هـ.

٦- كرم شلبي، **الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج**، (القاهرة: مكتبة التراث الإسلامية ، بدون تاريخ).

٧- محمد الحديدي، **نظريات الإعلام: اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام**، ط١ (القاهرة : مكتبة نانسي، ٢٠٠٦).

٨- محيي الدين عبد الحليم، **الاتصال بالجماهير والرأي العام: الأصول والفنون**، ط١ (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩٣).

٩- مساعد بن عبدالله المحيا، **دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه**، رسالة دكتوراه غير منشورة ، الرياض، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٤١٤هـ .

١٠- يوسف سلمان، **وسائل الإعلام والدعاية الانتخابية**، ط١ ، (صنعاء : دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٦).

ثانياً: المراجع الأجنبية :

1- Duncan, B., Final report *of the international experts meeting on mass media and disability*, Moscow, Russia, September 26- 29, 2002: summary of the event and its impact and outcomes, http://www.riglobal.org/publcations/media_report/summary.html

2- Haller, B. *Images of disability in news media*, Paper presented at the national communication Association annual meeting, November, Chicago, Illinois, 1997

3- Haller, B., *Media history and disability*, Clio, Winter, v 31, no2. 1999

4- Haller, B., Disability Rights on the Public Agenda: Elite News Coverage of the Americans with Disabilities Act, (Ann Arbor, Mich: UMI), 1995

5- Hindman, D. *Community structural pluralism and local newspaper coverage of ethnic minority groups and Americans with disabilities*. Proceedings of the Annual of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (80th , Chicago Illinois, July 30-august 2,1997).

6- John, J. *A search for indications of disability culture in magazines marketed to the disability community*, In Proceedings of the Annual of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (80th , Chicago Illinois, July 30-august 2,1997).

7- Kalwinsky, R., *Containment of Image: Critical/Feminist theory and perspectives on disability in the media*, Proceedings of the Annual of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (80th , Chicago Illinois, July 30-august 2,1997).

8- Katz.E.,(1959). Mass communication research and the study of popular culture. Studies in Public Communication, v2,1-6.

9- Levine, S., *Reporting on disability*, http://www.media-alliancce.org/article.php., 2004

10- Najai, A. *Television and Youth in the Kingdom of Saudi Arabia: an empirical analysis of the uses of television among young Saudi Arabian viewers*, Unpublished PhD dissertation, University of Wisconsin, Madison, WI, 1982.

11- Ransom, L.(). *Disability publication demographics*, In Proceedings of the Annual of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (80th , Chicago Illinois, July 30-august 2,1997).

12- Tan, A., (). Mass Communication Theories and research. New York: Willey,1985.

* * *

IN THE NAME OF ALLAH,

THE COMPASSIONATE, THE MERCIFUL

JOURNAL OF

AL-IMAM MUHAMMAD IBN SAUD

ISLAMIC UNIVERSITY

KINGDOM OF SAUDI ARABIA
MINISTRY OF HIGHER EDUCATION
AL-IMAM MUHAMMAD IBN SAUD
ISLAMIC UNIVERSITY
)EANERY OF ACADEMIC RESEARCH

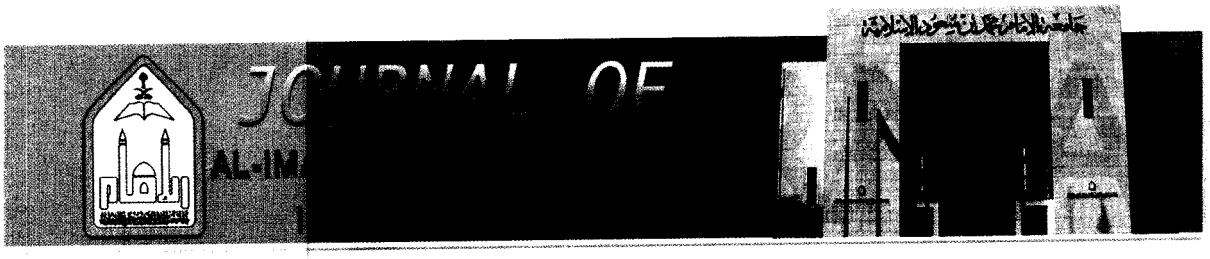
VOLUME 5. OCT. 2007

السعر : ١٠ ريالات
PRICE : 10 SR

JOURNAL OF

AL-IMAM MUHAMMAD IBN SAUD ISLAMIC UNIVERSITY

الوطنية للتوزيع
AL WATANIA DISTRIBUTION
امتياز التوزيع بالمملكة العربية السعودية
الشركة الوطنية الموحدة للتوزيع
الإدارة العامة - الرياض - العقيق - حي الصحافة
امتداد شارع العليا العام من الشمال
هاتف: ٤٨٧١٤١٤ فاكس: ٤٨٧١٤٦٠



KINGDOM OF SAUDI ARABIA
MINISTRY OF HIGHER EDUCATION
AL-IMAM MUHAMMAD IBN SAUD
ISLAMIC UNIVERSITY
DEANERY OF ACADEMIC RESEARCH

VOLUME 5. OCT. 2007

السعر: ١٠ ريالات
PRICE : 10 SR