

قادة الرأي والفكر  
ودورهم في التأثير والتغيير  
والتعريف بقيم الرسالة المحمدية  
من خلال وسائل الإعلام الجديدة  
(شبكة الإنترنت أنموذجا)

**The Role of Belief  
and Thought Leaders in  
Influencing, Changing and Defining  
the Values of Mohammedan  
Message through the New Means  
of Media  
(Internet as a Nonpareil)**

أ. طارق ثابت  
جامعة أم البواقي / الجزائر

**Prof. Tariq Thabit**  
University of Um Al-Bawaqi  
Algeria





## ... ملخص البحث ...

يلعب قادة الرأي والفكر دورا إيجابيا في التأثير على غيرهم لكي يتبنوا نفس الأفكار والوصول بهم إلى الأهداف المرجوة، وهؤلاء القادة عادة ما يأخذون زمام المبادرة في قبول أو رفض الأفكار الجديدة قبل أن يفعل التابعون لهم ذلك؛ فعملية نشر الأفكار والمبادئ مهما كان نوعها تعتمد أساسا على قادة الرأي والفكر، وأن الجماهير أكثر تأثرا بهم من روافد المعرفة الأخرى، ومن وسائل الاتصال الجماهيري، فهم الوسطاء بين هذه المصادر وبين الناس، ويساهمون بفعالية في تشكيل الرأي العام وتوجيهه والسيطرة عليه داخل مجتمعاتهم المحلية، وهم يتنوعون حسب مستوياتهم الفكرية والاجتماعية والتأثيرية، فمنهم: رجال الدين من أئمة وخطباء ووعاظ، رجال الإعلام، الأدباء، الكتاب... الخ.

وينفرد قادة الفكر الإسلامي بمنزلة روحية خاصة في نفوس الجماهير، ويمثلون مكانة مقدسة في قلوبها. وتكمن قوة تأثير هؤلاء القادة إلى مجموعة عوامل، وسوف يبحث هذا الموضوع في أهمية دور قادة الرأي والفكر كمهمة إعلامية في عصرنا الحاضر في التعريف بقيم الرسالة المحمدية آخذين الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي أنموذجا لذلك.

وتحور البحث على مجموعة من النقاط أحاطت بالموضوع بتفاصيله ونتائجه

وهي:



أولاً: مقدمة منهجية.

ثانياً: التأصيل التاريخي لظاهرة قيادة الرأي.

ثالثاً: عوامل التأثير بقيادة الرأي الإسلامي كخصوصية.

رابعاً: آليات تعامل قادة الرأي والفكر مع الدعوة المحمدية.

خامساً: الإنترنت وواقعها في التعريف بالقيم المحمدية.

سادساً: خاتمة ونتائج.

واتبعت هذه النقاط بقائمة للمصادر والمراجع .





## ...Abstract...

The belief and thought leaders take a great part in influencing other to have certain ideas and to guide them to the meant targets. Such leaders, usually, take the initiative in accepting or inclining the new ideas before the adherents do. Essentially, the process of thoughts and principles promulgating depends mainly upon the belief and thought leaders. The masses, by some means or other , are more influenced by them than other knowledge sources and the means of republic communication, they are coordinators between such sources and people. They participate in having, directing and dominating the public opinion in their local community. In part, they vary in the levels intellectual, social and influential , they are as clergymen, orators , preachers , media men, imams, writers and so forth .

Yet the leaders of the Islamic thought invade spiritual priority in the heart of the masses and represent a sacred state in their heart. The power of the influence for such leaders depends mainly upon certain factors the paper is to tackle in light of the important role of them. As they are considered as a media duty in our present day to define the doctrines of the Mohammedan message in terms of internet and social communication as a model. The research paper consists of certain viewpoints; first , a general introduction, second, historical background to the phenomena of belief leadership, third, the factors of influencing the Islamic belief leaders, in particular, for the procedures the belief and thought leaders take in dealing with Mohammedan announcement, five, the role of Internet in defining the Mohammedan doctrines, six, the conclusion, the results, bibliography and references.







## أولاً: مقدمة منهجية

إن ظاهرة قيادة الرأي قديمة حديثة، كان لها وجودها بين المجتمعات منذ القدم، ولكن الجديد فيها هو التقنين العلمي المعاصر لهذه الظاهرة ودراسة مختلف أبعادها وجوانبها، وكل الدراسات الاجتماعية والنفسية تتفق على أن عملية إقناع الإنسان بوجهة رأي ما أو وضاعته ليس بالأمر الهين، ذلك أن هذا الإنسان مركب معقد من الأفكار والمشاعر والاتجاهات، سريع التغيير والتأثير بمحيطه وبمن يلتبس فيه القوة والعظمة، والإقناع مرتبط بالكثير من العوامل الداخلية والخارجية ومن ذلك القادة وخاصة قادة الرأي، ويعرف (أفريت روجرز) قادة الرأي بأنهم الأشخاص من ذوي النفوذ في مجال استحسان الأفكار أو استهجانها<sup>(١)</sup>، ويُعرفون بأنهم الأشخاص ذوو التأثير الكبير في معلومات وآراء ومواقف وسلوك أشخاص آخرين في مجتمع ما، ولهم دورهم في تشكيل الرأي العام في الجماعة التي ينتمون إليها، إذ يمكنهم أن يوصلوا لأعضاء الجماعة المعلومات التي تؤثر في اتجاهات الأفراد وتشكيل الرأي العام للجماعة<sup>(٢)</sup>، أما (بوجاردوس Bogardos) فيعرف القائد بأنه الشخص الذي يمارس نفوذه على عدد من الناس، ويعرف (لندمان) القائد بأنه الشخص الذي يتقبل الناس أحكامه ومشاعره باعتباره أساس العقيدة والسلوك<sup>(٣)</sup>.

وينصح الخبراء بضرورة البحث عن عدد قليل من الناس يتواجدون في كل مجتمع، ويصنعون قراراته الحاسمة، لأن هؤلاء هم من نسميهم قادة الرأي الذين إذا تم إقناعهم فهم مفاتيح اتصالية لإقناع غيرهم من أتباعهم.



ولقد أطلق الخبراء والمفكرون العديد من الصفات فاسهامم (ليونبرجر) مفاتيح الاتصال، وقال عنهم (ويكلج) الزعماء الرسميون، ودعاهم (روجرز وسافيليون) زعماء تبني الأفكار، وقال عنهم (ليونبرجر) بأنهم أصحاب النفوذ المحليون، وسهامم (كوين) بأنهم حراس البوابات، أو رؤوس شموع الاحتراق، وسهامم (كولمان) مهندسي الأسلوب، وبعبعهم (واوزر) بأصحاب التأثير، وسهامم (لازار سفيلد) رواد الفكر.

وجميع هذه الأسماء تشير إلى الموضوع نفسه، وهو قيادة الرأي والفكر، ودورهم عظيم في التأثير على غيرهم ليتبنوا الأفكار نفسها. وفي المقابل يلعب بعضهم الآخر دورا سلبيا وهم بهذا يحتلون مكان الزعامة في التأثير على آراء الآخرين لأنهم أولئك الأشخاص الذين يسعى إليهم غيرهم في طلب المعرفة والحصول على المعلومات، وإن وجود القائد أمر ضروري لكل تجمع ضمانا لحسن سيره وتماسكه<sup>(٤)</sup>.

ويتمتع قادة الرأي في مختلف المواقع بمنزلة اجتماعية أرفع من منزلة التابعين لهم، وغالبا ما يأخذون زمام المبادرة في رفض الأفكار الجديدة أو قبولها، وهم غالبا أكثر قابلية لابتكار الأفكار المستحدثة وتبنيها من تابعيهم، وقد أكدت الدراسات الإعلامية على التأثير المهم الذي يمارسه هؤلاء القادة في المجتمع؛ وفي هذا يقول (جوزيف كلابر): «أن الناس يتأثرون بقيادة الرأي والفكر في مجتمعاتهم تأثرا عميقا بصورة تفوق تأثيرهم بوسائل الاتصال الجماهيرية، فقادة الرأي يعتبرون عناصر نموذجية مميزة وسط الجماعات التابعة لهم، ونظرا لأنهم بمثابة وكلاء لنقل المعلومات إلى هذه الجماعات، فينجذب إليهم الناس للرأي أو البحث عن النصح والمشورة، ويارسون تأثيرهم على الجماهير بشكل متكرر بما يسهم في تحقيق



الاستقرار داخل الجماعة<sup>(٥)</sup>، ولهم قدرات في التحكم في اتجاهات الآراء الجماعية نحو مختلف القضايا وكذا الإمساك بمفتاح الاتصال بين الجماعات التي ينتمون إليها وبين العالم الخارجي. وهم أكثر كفاءة في نطاق تخصصاتهم من تابعين، كما أنهم أكثر تعرضاً لروافد المعرفة المختلفة، ويقومون بنقل الرسائل التي تعرضوا لها واقتنعوا بها إلى جماهيرهم.

وحتى يؤدي القادة دورهم على حقيقته ويصلوا إلى أعلى درجات التأثير لا بد من توافر مجموعة من السمات أكدتها بعض الدراسات والبحوث التي قدمها بعض المختصين منهم (لازر سفيلد) و(بيرلسون) و(جوديه)... وتتمثل هذه الصفات في:

١. الذكاء والنضوج الفكري والاجتماعي وسعة الأفق.
٢. الجاذبية التي تشمل على ساحة الوجه ورقة الحديث وحسن الهندام.
٣. الاتزان النفسي والعاطفي والفكري والقدرة على التعامل مع المواقف المختلفة.
٤. المهارات الاتصالية كمهارة التحدث والكتابة والقراءة والقدرة على الإنصات والحصول على المعلومات وفهمها والقدرة على التفكير وقوة البيان واستعمال الإشارات والوسيلة المناسبة في الوقت المناسب.
٥. القدوة الطيبة ذلك أن الناس يتعلقون بهم في سيرتهم وحسن قيادتهم وقدرتهم على الالتزام بالصدق والموضوعية.
٦. اختيار أحسن الأساليب وأفضل الطرق لاستمالة الجماهير والتأثير فيها.
٧. يتميز قادة الفكر عن غيرهم بالدقة والقدرة على استخدام وسائل الاتصال والانفتاح حول العالم ومواكبة كل جديد.
٨. الاتصال المباشر والمستمر بالجماهير حتى يتم التفاعل المرجو.



٩. الصبر والرحمة وسعة الصدر والتواضع وغيرها من الفضائل التي تكسب ود الجماهير.

١٠. البعد عن مواطن الريبة والشبهة.

١١. المهمة العالية والبعد عن سفاسف الامور.

١٢. الوسطية والاعتدال في الأفكار والمشاعر.

١٣. تميز قادة الرأي عن غيرهم ب:

|| القدرة على التجديد وتقبل الأفكار المستحدثة.

|| القدرة على التوافق مع النظام الاجتماعي السائد.

|| القدرة على إعطاء المعلومات.

|| يعدون مصادر موثوقا بها.

|| ان هم حريصون على مساعدة غيرهم والمشاركة معهم بغض النظر عن مستوياتهم ونفوذهم.

### ثانيا: التأصيل التاريخي لظاهرة قيادة الرأي

إن قيادة الرأي ظاهرة قديمة كان لها وجودها بين المجتمعات منذ القديم ولكن الجديد فيها هو التقنين العلمي المعاصر لهذه الظاهرة ودراسة مختلف أبعادها وجوانبها<sup>(٦)</sup>.

والدليل على قدم الظاهرة أن القرن الكريم يقدم رؤية لهؤلاء القادة ولمكانتهم ونفوذهم وقدرتهم على التأثير في تابعيهم وإقناعهم. وقد قدم القرآن رؤية واضحة لخطورة الدور الذي لعبته الزعامة أو القيادة في معارضة الرسالات السابقة على



الإسلام؛ من ذلك قوله عز وجل: ﴿وَكَذَلِكَ مَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ فِي قَرْيَةٍ مِنْ نَذِيرٍ إِلَّا قَالَ مُتْرَفُوهَا إِنَّا وَجَدْنَا آبَاءَنَا عَلَىٰ أُمَّةٍ وَإِنَّا عَلَىٰ آثَارِهِمْ مُقْتَدُونَ﴾<sup>(٧)</sup>.

واستند هؤلاء إلى ما لهم من نفوذ مستمد من جاه أو مال ﴿وَقَالُوا نَحْنُ أَكْثَرُ أَمْوَالًا وَأَوْلَادًا وَمَا نَحْنُ بِمُعَذِّبِينَ﴾<sup>(٨)</sup>، وقص القرآن الكريم كيف عارض المملأ دعوة نوح عليه السلام ﴿لَقَدْ أَرْسَلْنَا نُوحًا إِلَىٰ قَوْمِهِ فَقَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ عَظِيمٍ \* قَالَ الْمَلَأُ مِنْ قَوْمِهِ إِنَّا لَنَرَاكَ فِي ضَلَالٍ مُبِينٍ﴾<sup>(٩)</sup>؛ والمملأ هم الحكام والوجهاء وذوو السلطان لقومهم، وقد عارض المملأ دعوة هود عليه السلام وأشاعوا عنه السفاهة والكذب كما قال القرآن ﴿قَالَ الْمَلَأُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ قَوْمِهِ إِنَّا لَنَرَاكَ فِي سَفَاهَةٍ وَإِنَّا لَنُظُنُّكَ مِنَ الْكَاذِبِينَ﴾<sup>(١٠)</sup>، وتجده هذه الأقوال والإفتراءات والمزاعم من جانب الملوك والقادة يستمع لها من العامة بحكم ما للملوك والقادة من نفوذ وسلطان يمكنهم من التغيرير بالعامة واللعب بعقولهم، والقرآن يؤكد ذلك حكاية عن فرعون ﴿فَاسْتَخَفَّ قَوْمَهُ فَاطَاعُوهُ إِنَّهُمْ كَانُوا قَوْمًا فَاسِقِينَ﴾<sup>(١١)</sup>؛ أي أنه استخف عقولهم فدعاهم إلى الضلالة فاستجابوا.

وهكذا فقادة الرأي عبر كل الزمان قاموا بأدوارهم في كل مجالات الحياة، فقد أشعلوا حروباً وأطفأوا أخرى، وبسببهم ثارت فتن وأخذت أخرى...

وقادة الرأي على نوعيات متعددة، وأصناف متنوعة في كل البيئات وتمثل في:

- رجال وعلماء الدين: من خطباء وأئمة ووعاظ ومشايخ، وهم على رأس القادة خاصة في المجتمعات المتدينة بقوة. فالدين أهم عناصر الحياة عند الكثير من الأمم. فرجل الدين يتمتع بنفوذ كبير وله هيئته وتقديره الاجتماعي وكلمته مسموعة وهو مفتاح العلاقات الاجتماعية.

ويستوي رجال الدين في الإسلام أو المسيحية أو غيرها، ذلك أن هناك قواسم مشتركة بين الديانات السماوية متمثلة في:

- || هدف الأديان السماوية إسعاد الإنسان وتحقيق رقيه ورفاهيته.
- || دعوة الدين إلى العمل الجاد والمخلص.
- || دعوة الدين إلى حب الوطن وتعميق روح الانتماء إليه.
- || دعوة الدين إلى التزود بأسباب القوة في كل ميادين الحياة.
- || دعوة الدين إلى تعمير الأرض وإصلاحها.
- || دعوة الدين إلى الفضائل واجتناب الرذائل.

٢. رجال الإعلام على اختلاف نوعياتهم ومناصبهم:

٣. الأدباء من شعراء وقصاصين وكتاب.

٤. قادة الأحزاب السياسية الناشطة على الساحة.

٥. أعضاء مجالس الشورى.

٦. قادة النقابات العمالية.

٧. المعلمون والمربون في المراحل المختلفة.

٨. رؤساء النوادي الرياضية.

٩. رؤساء الجمعيات المختلفة التي تقدم خدماتها للناس.

١٠. الموظفون السامون في الدولة.

١١. فئة كبار السن.





### ثالثاً: عوامل التأثير بقيادة الرأي الإسلامي كخصوصية

ينفرد قادة الرأي الإسلامي بمنزلة روحية خاصة في نفوس الجماهير ويمثلون مكانة مقدسة في قلوبهم، فهي تنقاد لهم عن رضا وطواعية وتضعهم في منزلة أسمى من منزلة غيرهم وتعدهم رمزا واضحا لما يؤمنون به، ويتميز أهل التقوى والصلاح من القادة الدينين بقوة المنطق والإقناع وسرعة البديهة، كما يتمتعون أيضا بالصفاء الذهني، والسمو الروحي، والبعد عن المآرب الشخصية والأغراض الدنيوية مما يكسبهم ثقة الناس ومحبتهم، وقد أسهم قادة الفكر الإسلامي في مختلف الأزمنة وفي جميع أرجاء العالم الإسلامي إسهاما فعالا في تشكيل آراء الجماهير المسلمة، خاصة بعد توسع رقعة الدولة الإسلامية، وظهور مسائل جديدة في حياة المسلمين تحتاج إلى آراء المختصين.

وإذا لم يكن قادة الفكر الإسلامي في المستوى الفكري والخلقي الملائم لحجم الدور المؤثر الذي يضطلعون به فإنهم سيدفعون عجلة الحياة لدى شعوبهم إلى الوراء، وقد يمثلون معاول هدم وتدمير في المجتمعات الإسلامية ولا يملك علماء الاتصال وخبراء الرأي العام إلا أن يعترفوا بالقدرات التأثيرية الهائلة لقادة الفكر الإسلامي ويؤمنوا بدورهم الحيوي في تشكيل اتجاهات الرأي العام المسلم. ذلك أن هؤلاء الرجال يلتقون بجماهيرهم في مختلف المناسبات ويلجأ إليهم الناس لحل مشاكلهم وعرض قضاياهم وطرح همومهم. ويستطيعون توظيف وسائل الاتصال الإسلامية المؤثرة في توجيه الرأي العام حتى يتفق مع ما يدعون إليه وما يؤمنون به<sup>(١٢)</sup>.



ومن الحكمة الإلهية أن جعل في الجماعات أفرادا قليلين تتوافر فيهم ملكات خاصة تؤهلهم لقيادة الجماهير والتأثير فيهم وتوجيههم، كما جعل أغلبية الأفراد تسودهم نزعة الخضوع وتختلف درجة تأثير القائد على تابعيه باختلاف المكانة التي يتبوأها هذا القائد في قلوب أفراد الجماعة ونفوسهم وقوة إقناعه وتوافر الصفات القيادية.

وتكمن قوة تأثير هؤلاء القادة، ويعزى دورهم الحيوي في تكوين الرأي العام بين الجماهير المسلمة إلى مجموعة من العوامل نجملها فيما يلي<sup>(١٣)</sup>:

١. قد جعل الله تعالى لهؤلاء القادة منزلة علمية، ورفع قدرهم، وبوأهم مكانة مرموقة وكلفهم بأمانة التوجيه وأمر الناس بالرجوع إليهم ﴿فَسئَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾<sup>(١٤)</sup>، وقد عظم سبحانه أجور أعمالهم ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾<sup>(١٥)</sup> توسع مجال نشاط هؤلاء القادة إلى مختلف المجالات التي تهتم الناس، وتستعين بهم الدولة لنجاح خططها الإنمائية وتمرير مشاريعها ويقع عليهم عبء التفسير والإفتاء والشرح لآيات القرآن والسنة.

٢. اعتمادهم على وسيلة قوية وهي الاتصال الشخصي المباشر وهو أقوى تأثيرا من وسائل الاتصال الأخرى بحسب الدراسات ذلك أن الاتصال الشخصي يسمح بتبادل الأفكار والاتجاهات والمشاعر بين المرسل والمرسل إليه، كما أن الاتصال الشخصي قد يؤثر على السلوك والمواقف رغم أن عملية تعديل السلوك صعبة جدا.



٣. لأن تكييف السلوك يتم بفعل مجموعة من العوامل التي تعمل لمدة طويلة لكي ترسخ وتعمق مفاهيم وأفكار معينة في أذهان الجماهير ونفوسهم.

لكن بالرغم من القوة التي يتمتع بها هؤلاء القادة ورجال الفكر الإسلامي فان كثيرا من هؤلاء الرجال لم يؤد دوره المنوط به في تغيير الأعراف الخاطئة وإحداث النهضة المرجوة ويرجع ذلك إلى الأسباب الآتية:

١. ضياع سلطتهم فلم يعد يملكون إلا القول أو الكتابة في حين أن التاريخ الإسلامي يشهد أن واعظ الناس كان سيدا تحتضنه الدولة وتحميه.

٢. تكالب الناس على الدنيا ونسيانهم لهؤلاء القادة، فساءت حالتهم أو هان أكثرهم على نفسه وعلى غيره.

٣. ارتكابهم لبعض الأخطاء وتحليلهم بالسطحية والجمود في الأفكار والأساليب لم تعد مقبولة في هذا العصر.

٤. اهتمامهم الأكثر بالحصول على المنافع الدنيوية على حساب مبادئهم.

٥. التظاهر والصراع الفكري والكراهية والأحقاد بين هؤلاء القادة مما يؤثر على وحدة الرأي العام وعلى قلوبهم.

٦. قصورهم على اللحاق بركب التقدم العلمي والتقني وحصر أنفسهم في دائرة القديم والتقليد.

٧. ظهور نوع من القادة يقومون باستغلال المشاعر وعواطف الجماهير وجعلها لتحقيق أغراضهم الشخصية.

٨. تحلي بعض القادة عن أداء رسالتهم زهدا أو خوفا.



## رابعاً: آليات تعامل قادة الرأي والفكر مع الدعوة المحمدية

تُعدّ سيرة النبي محمد ﷺ بالنسبة للمسلم إحدى الأدوات المهمة التي يركز عليها الوعي الإسلامي، وهي كأى أداة قد تضر أكثر مما تنفع ما لم نحسن التعاطي معها، لذلك من الضروري جداً أن يعي قادة الرأي والفكر كيفية الانتفاع بها، بحيث تكون سبباً لنجاح الأمة، لا سبباً في انتكاستها، فيجب من هنا التعامل مع أحداث السيرة في ضوء الزمان والمكان وطبيعة القوى في ذلك العصر، وعدم السقوط في فخ الرغبة في الإسقاط المباشر للأحداث على واقعنا؛ لأن الزمان والمكان وطبيعة القوى وأطراف الصراع تغيرت بأشكالها ومضامينها وأدواتها، ومن هنا وعلى سبيل المثال لا نعتقد أن أي قائد عسكري يضع خطة للتمكين يدور في خلدته أن يأتي من بعده ليبارس الخطة نفسها، أو يعدها سر الانتصار؛ فهي في أفضل الحالات ستشكل تجربة من التجارب التاريخية التي تؤخذ منها العبرة، ويُستفاد فيها من نسق التفكير القيادي، لا من منتج هذا التفكير وهو (الخطة).

أي أننا ونحن نتعامل مع السيرة كأداة ستتعامل معها في ضوء عبقرية النبي كقائد، لا باعتبار خططه في عمومها إملاءات نتوهم أنها إن كُتبت على صفحة واقعنا لتم التمكين لنا، وقد حرص القرآن على أن يعلمنا التمييز بين نسق التفكير والخطة، فعندما عرض الله لنبيه والمسلمين تاريخ الأنبياء من قبل أظهر لنا مدى التنوع في الخطط، فموسى عليه السلام يذهب مباشرة إلى فرعون، يقول عز وجل: ﴿أَذْهَبَ إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَى﴾<sup>(١٦)</sup> مطالباً إياه بأن يُخرج معه بني إسرائيل متجهاً إلى بيت المقدس، في حين عيسى عليه السلام يظل بين قومه حتى يقرروا التخلص منه ثم يرفعه الله إليه، ونوح عليه السلام تستمر دعوته ألف سنة إلا خمسين عاماً، بينما يقيم الرسول ﷺ



دولته في ثلاث وعشرين سنة، بل إن النهاية الربانية للمعركة تختلف من نبي لآخر، على الرغم من أن الله سبحانه وتعالى كان يمكن أن يعزز في عقولنا قيمة الإتياع الحرفي بإهلاك كل المعاندين بالوسيلة نفسها، لكنه يعلمنا تنوع الوسائل حتى مع الهلاك الرباني الذي لا يتدخل فيه البشر بفعلهم، يقول الله تعالى: ﴿فَكَلَّا أَخَذْنَا بِذَنبِهِ فَمِنْهُمْ مَّنْ أَرْسَلْنَا عَلَيْهِ حَاصِبًا وَمِنْهُمْ مَّنْ أَخَذَتْهُ الصَّيْحَةُ وَمِنْهُمْ مَّنْ خَسَفْنَا بِهِ الْأَرْضَ وَمِنْهُمْ مَّنْ أَغْرَقْنَا﴾ (١٧).

ولذا يجب على قادة الرأي والفكر أن يفهموا ويفهموا الناس أن الظروف حتى ولو تكررت وتطابقت تماماً بالمعطيات نفسها مع ما كان موجوداً أيام النبي ﷺ لا يجب الأخذ بها حرفياً؛ لأننا في الممارسات الاجتماعية والسياسية يسعنا أن نبدع حلولاً أخرى، واختيار الرسول ﷺ لحل ما في وقته لا ينفي احتمال وجود حلول أخرى ربما كان يمكنه اللجوء إليها، والعقل الإنساني في العصر الحديث مع اختلاف الظروف والمعطيات قد يختصر المراحل، و يلجأ إلى إستراتيجيات مختلفة ووسائل أخرى، فعلى سبيل المثال ليست أية حركة جديدة مطالبة بالبدء بعمل سري، أو دعوة الأقربين، أو أن تهجر أرضها لتكون جيشاً خارجياً، وبذلك لا نرى بالاحتجاج بالسيرة دليلاً على فعل إستراتيجي؛ فالرسول ﷺ مثلاً فاوض الكفار وفق شروط معينة في الحديبية، هذه الشروط ليست ملزمة لنا في تفاوضاتنا؛ لأنها كانت الأنسب للظروف والملابسات التي تمر بها عملية التفاوض، وربما لو تغيرت الظروف والملابسات لتغيرت شروط التفاوض وبنوده، ولسلك الرسول مسلكاً آخر.

أي أننا لسنا مطالبين بالعودة إلى السيرة (في سياق وضع الخطط) للاستدلال على فعل ما نريد أن نقوم به؛ لأننا بذلك نظلم الرسول ﷺ حين نجعله مضطراً للتفكير نيابة عنا، واضعاً خططنا اليوم في ضوء تجربته المحدودة بزمان ومكان وظروف بعينها. ولا نلاحظ لدى الصحابة هذه الروح في العودة إلى خطط الرسول ﷺ العملية أو استدعائهم لها، ويبدو أنهم لم يكونوا يتخيلون أن يوماً ما سنعبر الخطة النبوية منهاج عمل، فالسيرة هنا تشكل إحدى التجارب الرائدة التي تجدر دراستها لتوسيع المدارك، وتنمية التصورات أولاً عن أنماط التفكير القادرة على مجابهة الواقع، ثم النظر ثانياً إلى أنماط الفعل الممكنة.

### خامساً: الإنترنت وواقعها في التعريف بالقيم المحمدية

إنه على قادة الرأي والفكر أن يستعينوا بالوسائل العصرية الحديثة للتعريف بالقيم المحمدية وفي مقدمة هذه الوسائل الانترنت خاصة إذا علمنا أن عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية ارتفع بصورة كبيرة، فبحسب أحدث إحصاءات أواخر عام ٢٠٠٩ بلغ عدد المتصفحين العرب أكثر من ٥٥ مليون متصفح، أي نحو ٣,١٧٪ من تعداد سكان الدول العربية، و٢,٩٪ من تعداد المستخدمين في العالم، وتمثل اللغة العربية تحتل المرتبة الثامنة ضمن أكثر لغات العالم استخداماً للإنترنت<sup>(١٨)</sup>، وبلغت عدد صفحات الإنترنت العربية حوالي ٤٠ مليون صفحة، بينما يبلغ عدد الصفحات العالمية ٤٠ مليار صفحة، كل هذه الأرقام والإحصائيات تبين مدى الزيادة في عدد مستخدمي الشبكة العنكبوتية من العرب، بطريقة كبيرة ويتضح ذلك إذا علمنا أن عدد المستخدمين بلغ في سنة ٢٠٠٧ حوالي



٢٤ مليون مستخدم، حيث قفز العدد إلى أكثر من الضعف في ثلاث سنوات فقط، وقد بينت أحدث الدراسات العلمية أن نصيب المواقع الإسلامية والعلمية (صفر) في اهتمام المتصفح العربي، في أول خمسين موقع؛ فأول موقع إسلامي وصل إلى بؤرة اهتمام المتصفح العربي كان ترتيبه قريب من المئة، أما الموقع الإباحية فأخذت حيزاً من اهتمام المتصفح العربي وبلغت شأنها لم تبلغه أي من المواقع الإسلامية أو العلمية، وهذا مؤشر خطير يجعل من الاهتمام بالجنس في حس العربي أعمق من اهتمامه بالدين أو النواحي العلمية ولذا يجب على قادة الرأي والفكر ممن يسعون للتعريف بالسيرة والنهج المحمدي أن يعلموا أن عدم الاهتمام بالمواقع الإسلامية، مرده إلى المستوى الفني الضعيف للكثير منها، فلا تستطيع أن تجذب المتصفحين، غير المهتمين بالشأن الديني.

وينطبق هذا أيضاً على جانب المحتوى والمضمون، لذا يعتبر الاهتمام بتحسين المستوى الفني للمواقع الإسلامية، واهتمامها بجانب الجذب والتشويق في غاية الأهمية حتى تستطيع جذب المتصفح ويكون لها ترتيب في أول السلسلة من المواقع التي تنال اهتمام المتصفحين، وقادة الرأي والفكر يستطيعون استثمار هذه الأداة من خلال المواقع الإسلامية الإخبارية؛ حيث تقدم الأخبار الموثوقة، منطلقة من تقييمها للأحداث من وجهة نظر إسلامية صحيحة، أو المواقع الدعوية الإسلامية: حيث تقدم للناس العلم النافع، والحجة المقنعة، والدلائل البينة، مما يدعو إلى الدخول في دين الله، والاستمسك بحبله المتين، وإتباع رسوله الأمين ﷺ، وهذه المواقع تقدم موادها المختلفة مقروءة وسمعية ومرئية بلغات العالم المتنوعة، وهي كذلك تحاطب المسلمين وغيرهم كل بما يناسبه.

وكذا عن طريق المواقع الفنية الإسلامية: حيث تدرّب المستخدمين على تصميم الصور واللوحات الدعوية، وتشرح كيفية استخدام البرامج الحديثة في هذا المجال، وتقوم بتصميم الإعلانات للبرامج الدعوية والمؤسسات الخيرية مجاناً، إضافة إلى نشر الصور المؤثرة والرسومات المعبرة الموحية التي تلخص في مضمونها ما تعجز عن شرحه آلاف الكلمات. دون أن ننسى منتديات الحوار الإسلامية: حيث يلتقي فيها أبناء الإسلام لمناقشة قضاياهم وتبادل الآراء حول الموضوعات المختلفة، فتتلاقح أفكارهم وتتضافر جهودهم ويحصل بينهم التعارف والتآلف والتعاون على البر والتقوى، إضافة إلى ما في هذه المنتديات من دعوة إلى الخير ونشر العلم وتعريف بقضايا الأمة، وتبادل الخبرات وتوجيه لطاقت الشباب فيما ينفذ.

ومن بين ما تتوفر عليه شبكة الإنترنت ظهور مواقع التواصل الاجتماعي<sup>(١٩)</sup> التي وفرت فتحاً تاريخياً نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود، وقد استخدم كبار الشخصيات وقادة الرأي والتفكير هذه الوسائل الجديدة واقتطعوا وقتاً معيناً من الأنشطة الأخرى لصالحها، لإيمانهم بأنها البوابة الحقيقية والجادة للتواصل وسماع الناس، وتعرّف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها «منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها»<sup>(٢٠)</sup>، ويتفق كثير من الباحثين على أن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization، وتأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية؛ فإذا ما كان الإعلام





الجماهيري والإعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الجديد، وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلاي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي. فضلا عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية<sup>(٢١)</sup>، ومن هنا تكمن أهمية هذه الوسيلة في التعريف بقيم رسالتنا الخالدة لأكبر عدد من الناس وبلغات كثيرة؛ طبعاً إن أحسن قادة الرأي والفكر استشارها استشاراً صحيحاً.

### سادساً: خاتمة ونتائج

إن قيادة الرأي صناعة وتحتاج إلى اهتمام عظيم ومهارات فائقة وتضحيات على مختلف الأصعدة ضماناً لنهضة الأمة وقوتها، وقادة الرأي محملون بمسؤوليات جسام يجاسبون عنها أمام الله تعالى وأمام الشعوب والتاريخ، ضماناً لنجاح قائد الرأي في الاتصال المباشر والمناقشات الجماعية، ولقد أثبتت الأبحاث العلمية أن الجماهير أكثر تأثراً بقيادة الفكر أو الرأي من روافد المعرفة الأخرى ومن وسائل الاتصال الجماهيري، ذلك أن القادة هم الذين يقومون بدور الوسيط بين هذه المصادر وبين الناس ويتصدرون الجماعات وسيطرون على المواقف، ويستمد قائد الفكر قوته من فهمه لرغبات الجماهير ومطالبهم حتى يستطيع أن يبلور اتجاهات الرأي العام ويفصح عنها ويمثلها، فهو تجسيد واقعي لمشاعر الجماهير، والرأي العام



بدوره يتأثر بقادة الفكر في مختلف المجالات، ذلك أن هؤلاء القادة قادرون على تحويل الاتجاهات السلبية للجماهير إلى اتجاهات إيجابية لما يتميزون به من ملكات خاصة كقوة الشخصية والذكاء الحاد وسعة الاطلاع والقدرة على تحليل المعلومات التي يتلقونها، وحسن التصرف ورجاحة الرأي والسيرة الحسنة والسمعة الطيبة؛ لذا تقتضي الضرورة اكتشاف هؤلاء القادة، وتحديد هويتهم، ومعرفة معدلات تأثيرهم في مختلف المراحل التي تمر بها المجتمعات، ويمكن أن يكونوا عناصر إيجابية صالحة تسهم في تطوير المجتمعات والقضاء على الأمراض الاجتماعية، وتصحيح المفاهيم المغلوطة ونشر الوعي الصحيح بمختلف قضايا الحياة، وبناء مجتمعات مستقرة ويمكنهم أن يسهموا في إثراء الخطط التنموية المختلفة خاصة إذا زدوا بالمعلومات اللازمة.

فالجماهير تثق فيهم وتستأنس بهم وتلجأ إليهم طلبا للتوضيح والفهم والاستشارة، ومن ناحية أخرى فإن هؤلاء القادة يمكن أن يؤدي دورا سلبيا ويؤثروا تأثيرا عكسيا، ويحدثوا بلبلة وانشقاقا في صفوف الرأي العام، فعوض أن يأخذوا بيد الجماهير إلى طريق التقدم والتعمير والبناء نجدهم يزرعون في نفوسها الكراهية والبغضاء، ويبثون الحقد والضغائن بين الناس، ويدعون إلى الفوضى والفتنة والاقتيال والتخريب والتدمير، فهم يشكلون بذلك معاول هدم لقيم المجتمع ومبادئه، ويفسرون آيات القرآن الكريم حسب أهوائهم، ويوظفون أحاديث الرسول ﷺ لخدمة أغراضهم، مستغلين ثقة الجماهير فيهم، واستجابتهم لكل ما هو مقدس وجهلهم بالحقائق.



فعلى رجال الفكر والرأي أن يستشعروا دورهم في محاربة الظواهر السلبية بمختلف إشكالاتها خاصة عن طريق الوسائل الجديدة كالإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، ويبدلوا جهودهم في تحمل المسؤولية، وعليهم أن يبحثوا عما ينبغي القيام به وما ينبغي في سبيل التعريف بالدعوة المحمدية، وكيف يستطيعون القيام بهذه المهمة وما النتائج التي يمكن الوصول إليها وتحقيقها، ومما يساعدهم على ذلك القيام بلقاءات وندوات للتشاور والتوضيح ووضع القرارات المناسبة، وعليهم أن يعلموا الناس بغاية الدين الإسلامي وشريعته من خلال مقاصده وهي حفظ الدين والعقل والنفس والعرض والمال.

كما عليهم عبء تعليم الناس أسس الدعوة الناجحة ودعوة أفضل الرسل وضرورة إتباعهم من كل من نصب نفسه لمهمة الدعوة والتوجيه، كما ينبغي عليهم إشعار الأفراد بأهمية المحافظة على هويتهم وانتمائهم لوطنهم وأمتهم وتحقيق مبدأ الأخوة، كما عليهم بيان انعكاس السلوك الإرهابي على الصورة الحقيقية الناصعة للإسلام وأهله عند غير المسلمين.

(١) أفريت روجرز، الأفكار المستحدثة وكيف تنشر، ترجمة سامي ناشد، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٦٢، ص ٢٥٩.

(٢) الاتصال المباشر، محمود يوسف، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(٣) محي الدين عبد الحلیم، الرأي العام في الإسلام، ط ٢، دار الفكر العربي، مصر، ١٩٩٠، ص ٢٥٨.

(٤) أفريت روجرز، مرجع سابق، ص ٢٥٩.

(٥) Joseph J.Klapper :The effects of mass communication, New york, the free press, 1960,p 76



- ٦) محيي الدين عبد الحلیم، مرجع سابق، ص ٢٦٠.
- ٧) الزخرف ٢٣.
- ٨) سبأ ٣٥.
- ٩) الأعراف ٥٩-٦٠.
- ١٠) الأعراف ٦٦.
- ١١) الزخرف ٥٤.
- ١٢) محمود يوسف، مرجع سابق، ص ٣٤.
- ١٣) إبراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع، ط ٢، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٧٠، ص ٢٤.
- ١٤) النحل ١٦.
- ١٥) فصلت ٣٣.
- ١٦) النازعات: ١٧.
- ١٧) العنكبوت: ٤٠.
- ١٨) مؤشرات التطور التكنولوجي في العالم العربي / منال فهمي البطران / مجلة السياسة الدولية/ العدد ١٧٨ / يناير ٢٠١٠. كذلك حسب التقرير الثالث للشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان. وكذلك موقع (إحصاءات الإنترنت العالمية). [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)
- ١٩) مثل الفاييس بوك والتويتر وغيرها.
- ٢٠) زاهر راضي، «استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي»، مجلة التربية، ع ١٥، جامعة عمان الأهلية، عمان، ٢٠٠٣، ص ٢٣.
- ٢١) عباس مصطفى صادق، «الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات»، عمان، دار الشروق، ٢٠٠٨م، ص ١٧.





## المصادر والمراجع

### أولاً: الكتب

- (١) إبراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع، ط٢، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٧٠.
- (٢) أفريت روجرز، الأفكار المستحدثة وكيف تنشر، ترجمة سامي ناشد، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٦٢.
- (٣) محي الدين عبد الحليم، الرأي العام في الإسلام، ط٢، دار الفكر العربي، مصر، ١٩٩٠.
- (٤) عباس مصطفى صادق، (الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، عمان، دار الشروق، ٢٠٠٨م
- (٥) محمود يوسف، الاتصال المباشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦.

### ثانياً: باللغة الأجنبية

- (١) Joseph J. Klapper: The effects of mass communication, New York, the free press, 1960.

### ثالثاً: المجلات والدوريات

- (١) زاهر راضي، مقال بعنوان: (استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي)، مجلة التربية، ع١٥، جامعة عمان الأهلية، عمان، ٢٠٠٣.



