

صناعة الإعلام للرأي العام وأثره في الأحكام

دراسة في ضوء المقاصد الشرعية

The media industry for public opinion and its impact on judgments Study in the light of the legitimate intentions

د/ فهد عبد الله علي هاجر*

*أستاذ مساعد - قسم أصول الفقه

كلية الشريعة وأصول الدين

جامعة الملك خالد - أبها

المستخلص

موضوع البحث:

تناول هذا البحث موضوع: "صناعة الإعلام للرأي العام وأثره في الأحكام دراسة في ضوء المقاصد الشرعية" وقد بينت فيه أساليب الإعلام في التأثير على الرأي العام في الإسلام، وخصوصية العصر الحديث، وأصلت لاعتبار الإسلام للرأي العام في احتواء المشكلات، وأبرزت دور الإعلام في تحقيق المقاصد الشرعية من خلال الرأي العام، إلى جانب دوره في تحقيق الأوامر الربانية لحفظ المقاصد الشرعية الكلية، وتطبيق الأحكام الدينية، وحراسة المبادئ والقيم الإسلامية. وكشفت عن قصد الشارع من رسالة الإعلام، وأظهرت خصوصية الإعلام الإسلامي، ومجالاته المشروعة في تشكيل الرأي العام. وانتهيت فيه إلى أن الإعلام الإسلامي المقنن بأنظمة الشرع سيتصدى للسيول الكبيرة والجارفة من الشبهات والتشويهاات المتعمدة وغير المتعمدة التي تستهدف الرأي العام لتعطيل الأحكام، واختراق الأخلاق الإسلامية والقيم الدينية.

أهداف البحث:

الكشف عن صناعة الإعلام للرأي العام ومدى أثره في الأحكام. وبيان دور الإعلام في تحقيق الأوامر الربانية لحفظ المقاصد الشرعية.

منهج البحث:

سلكت فيه المنهج الاستقرائي، والمنهج التحليلي. فجاء البحث في تمهيد وأربعة مباحث في كل مبحث مطلبين وخاتمة تضمنت أهم نتائج وتوصيات البحث. **أولاً: النتائج:** لا تنفك العلاقة بين الإعلام وتشكيل الرأي العام، وكذا تأثير الرأي العام في الأحكام، والمبادئ الأخلاقية والقيم الإسلامية العميقة. كما اعتبر الإسلام للرأي العام، وحقق من خلال مراعاة هذا الاعتبار الكثير من المقاصد الشرعية.

ثانياً: التوصيات: يوصي الباحث بإنشاء منظومة متكاملة من القيم الأخلاقية لتسيير عمل الأجهزة الإعلامية في الوطن العربي والإسلامي. وقوئنة الإعلام الحديث. والعمل على استحداث تخصصات ومواد دراسية في الجامعات وكراسي الدراسات العليا

الكلمات المفتاحية: الإعلام، الرأي العام، المقاصد الشرعية.

ومفردات في المدارس تتعلق بما ينبغي أن يكون عليه الإعلام لتشكيل الرأي العام وفق المقاصد الشرعية.

Abstract

Research topic:

This research dealt with the topic: "The media industry for public opinion and its impact on judgments is a study in the light of legitimate intentions." In it, I have outlined media methods in influencing public opinion in Islam, and the specificity of the modern era.

Legitimate intentions through public opinion, along with its role in fulfilling divine orders for preserving all legitimate intentions, applying religious rulings, and guarding Islamic principles and values. It revealed the intent of the street from the media message, and demonstrated the privacy of Islamic media and its legitimate areas in shaping public opinion. It concluded that the Islamic media, codified by Sharia regulations, will address the large and sweeping torrents of suspicions and deliberate and unintended distortions that target public to disrupt rulings, and breach opinion Islamic morals and religious values

research aims:

Disclosure of the media industry to public opinion and its impact on role of the rulings. And clarify the media in achieving divine orders to preserve legitimate purposes

Research Methodology:

It used the inductive approach, and the analytical approach. The search came in a preamble and four topics in each topic, two requirements and a conclusion that included the most important findings and .

recommendations of the research

First: Results : The relationship between the media and the formation of public opinion remains untouched, as well as the influence of public opinion on rulings, moral principles and deep Islamic values. Islam was considered public opinion, and achieved, by taking into account this consideration, many of the legitimate intentions

Second: Recommendations : The researcher recommends the creation of an integrated system of moral values to conduct the work of the media in the Arab and Islamic world. And the codification of modern media. And work to create specializations and study materials in universities, graduate chairs and vocabulary in schools related in order .to what the media should be to form public opinion in accordance with the legitimate purposes

Key Words_: al'iielam, alraay agleam, almaqasid alshareia.

مقدمة:

أهمية البحث:

الإعلام في "خير أمة" له أدواره في تشكيل الرأي العام المؤثر سلباً أو إيجاباً في تنزيل الأحكام، والالتزام السلوكي المتمسك بالأخلاق والقيم.

وأهم الأدوار الإيجابية للإعلام، أن يشارك المتلقي أهدافاً مشتركة، لتحقيق التزام الناس بالأحكام، وتحقيق الأمن، والخير، والنماء للجميع، لكنه على الجانب السلبي، يؤدي إلى تشويه الإسلام، وإغواء الناس لعدم المبالاة بالأحكام، وتسخيف القيم والأخلاق الإنسانية الراسخة، وزعزعة الاستقرار المجتمعي من خلال إثارة الجماهير وتضخيم المعاناة وعدم الإحساس بالرضا والقناعة.

لذلك نجد أن تشكيل الإعلام للرأي العام له أبعاد خطيرة على الأحكام الشرعية، وعلى الأخلاق والقيم الإنسانية، فإذا كان الإعلام تعبيراً شاملاً عنا لواقع بكل ما يتضمنه من أحداث وأفكار وتوجهات وآراء، فإن الأعداء يستغلون، ذلك في تكوين الفكر، وتشويه الإسلام، وتشكيل الرأي العام الذي يؤدي إلى إثارة البلبلة، ونشر الفوضى في وسط المجتمع المدني الآمن والمستقر، وصولاً إلى الخراب، والتدمير الشامل، الذي يحقق للعدو أهدافه الشريرة، وغاياته الخبيثة.

إن تسليط ضوء الأعلام على ما يدور في الواقع من سياسات لاسيما ما يتعلق بالراعي مع الرعاية وتوجيهه لصنع الهوية، وخلق الفجوة، من خلال التراكمات النفسية والاجتماعية والسياسية المحبطة، قد تؤدي في إحدى مراحل تطورها إلى دوافع عدوانية، ومن ثم إنتاج مركب الكراهية الذي قد يتخذ وجوهاً متعددة من الاحتجاجات، أو التمرد، أو الفوضى التي تؤدي إلى المساس بأهداف بشرية، أو رموز سياسية، أو دينية، أو عرقية، أو طائفية، وأمثلة ذلك كثيرة في الإسلام ابتداءً من عصر الخليفة الراشد عثمان بن عفان رضي الله عنه.

أسباب اختياره:

عملية التغيير الفكري والاجتماعي والسياسي في المجتمعات تبدأ من الرأي العام، ثم تنتقل إلى الأروقة السياسية والاجتماعية والعلمية، فتشكل الرأي العام أصبح كالقاعدة التي من خلالها ينطلق التغيير، وقد أعتبر الإسلام الرأي العام الصادر من جهة تأثير الإعلام وبرزت فيه المقاصد الشرعية جلية وذلك في جملة من الأحداث، أبرزها عدم هدم الكعبة، لأن هناك رأي عام سيتشكل لم يستوعب المغزى، كذا الصبر على المناقنين، وقابلية التعايش معهم، حتى لا يقال أن محمد يقتل أصحابه، فكان هذا التوجه في زمن غلب على أصحابه فهم النص الشرعي ومقصده، قال الإمام الشاطبي في وصف صحابة النبي بأنهم "عرفوا مقاصد الشريعة فحصلوها، وأسسوا قواعدها وأصلوها، وجالت أفكارهم في آياتها، وأعملوا الجد في تحقيق مبادئها وغاياتها"⁽ⁱ⁾ وقال ابن القيم: "وقد كان الصحابة أفهم الأمة لمراد نبيها وأتبع له، وإنما كانوا يندنون حول معرفة مراده ومقصوده"⁽ⁱⁱ⁾ ومع كل ذلك وبالنظر إلى الجانب السلبي، تمتلك وسائل الإعلام القدرة على عرض القضايا غير المهمة، وجعلها قضايا رأي عام،

وهذا قد يبعد أنظار المتلقين عن القضايا الحساسة والتي تمس شؤون حياتهم بشكل مباشر، مما يؤدي إلى اختلال الموازين، وضياع الناس.

وقد انطلقت النواة الأولى لهذا البحث من خلال مشاركتي ببحث بعنوان: " الإعلام وأثره في تشكيل الرأي العام وانعكاسه على الأخلاق والقيم " في يوم البحث العالمي الرابع عشر لكلية الشريعة بجامعة الملك خالد بأبها، بعنوان " توظيف العلوم الشرعية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي " والمنعقد يوم الأربعاء الموافق 27 / 7 / 1440 هـ، ورأيت أنه قد يكون من النافع لي عند الله، ومن المفيد لأمتي أن أخص هذا الموضوع برؤية مقاصدية لصناعة الإعلام للرأي العام وأثره في الأحكام، فيكون دراسة تأصيلية تحليلية، موجهة لرسالة دينية، وأخرجه إلى النور ليكون إسهاماً متواضعاً في تفعيل فقه المقاصد الشرعية، وإبراز دور الفكر المقاصدي في قضايا الأمة، عسى الله أن يتقبله بقبول حسن، ويكتب به التغيير للأحسن. وأسأل الله تعالى أن يجعله من الكلم الطيب والعمل الصالح، فهو القائل سبحانه:

﴿ إِلَيْهِ يَصْعَدُ الْكَلِمُ الطَّيِّبُ وَالْعَمَلُ الصَّالِحُ يَرْفَعُهُ ﴾ (iii).

إشكاليته وتساولاته:

هذا البحث محاولة لرصد الإشكاليات التي تواجه الأمة فيما يخص أحكام دينها، وأخلاقيها وقيمتها من خلال صناعة الإعلام وأثره في تشكيل الرأي العام في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية.

فإلى أي مدى يصنع الإعلام الرأي العام ومدى أثره في الأحكام؟

وما هو دور الإعلام في تحقيق الأوامر الربانية لحفظ المقاصد الشرعية؟

منهجه:

سلكت فيه المنهج الاستقرائي، والمنهج التحليلي.

خطته:

فجاء البحث في تمهيد وأربعة مباحث في كل مبحث مطلبين وخاتمة تضمنت أهم نتائج وتوصيات

البحث. و تفصيل ذلك كالآتي :

❖ تمهيد: التعريف بمصطلحات البحث:(الرأي العام) (الإعلام).

• أولاً : (الإعلام):

❖ مفهوم الإعلام:

❖ المفهوم العام للإعلام وأثره في التواصل:

• ثانياً: (الرأي العام):

❖ مفهوم الرأي العام

❖ المفهوم العام للرأي العام.

- ❖ المبحث الأول : الإعلام وعلاقته بالرأي العام وأساليب تغييره ودرجاته من حيث التأثير:
 - المطلب الأول :علاقة الإعلام بالرأي العام ودرجاته من حيث التأثير:
 - المطلب الثاني : أساليب الإعلام في التأثير على الرأي العام، وخصوصية العصر الحديث:
 - ❖ المبحث الثاني : أثر الإعلام في تشكيل الرأي العام في الإسلام:
 - المطلب أولاً : اعتبار الرأي العام في احتواء المشكلات:
 - المطلب الثاني :تأثير الرأي العام في أوليات الأعمال في الإسلام:
 - ❖ المبحث الثالث: دور الإعلام في تحقيق المقاصد الشرعية من خلال الرأي العام:
 - المطلب الأول: دور الإعلام في تحقيق الأوامر الربانية لحفظ المقاصد الشرعية الكلية:
 - المطلب الثاني :تحقيق مقاصد الشريعة برعاية الإعلام لتطبيق الأحكام ، وحراسة المبادئ والقيم الإسلامية.
 - ❖ المبحث الرابع: قصد الشارع من رسالة الإعلام وخصوصية الإعلام الإسلامي ومجالاته المشروعة في تشكيل الرأي العام:
 - المطلب الأول: قصد الشارع من رسالة الإعلام وخصوصية الإعلام الإسلامي في تشكيل الرأي العام:
 - المطلب الثاني: المجالات المشروعة للإعلام في تشكيل الرأي العام:
 - ❖ خاتمة البحث. اشتملت على أهم النتائج والتوصيات.
 - ❖ تمهيد: التعريف بمصطلحات البحث:(الرأي العام) (الإعلام).
 - أولاً : (الإعلام):
 - 1. الإعلام: لم يتفق الباحثون المتخصصون فيه على تعريف جامع له حتى الآن، فهو مُصطَلَحٌ لعلم جديد، وتعريفات العلوم لا تستقر ولا تتبلور إلا بعد بيان جوانبه المختلفة والاتفاق على أسسه ومبادئه والاستقرار عليها، ومع ذلك نُورد أهم التعريفات له.
 - فقد حظي تعريف "أوتوجورت" الألماني للإعلام باحترام من قِبَل الدارسين الإعلاميين، وهو موجود في معظم كتب الإعلام، وقد عرفه بقوله: الإعلام هو: "التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت" (iv).
- والإعلام (بالإنجليزية: Media) مجموعة من قنوات الاتصال المُستخدَمة في نشر الأخبار أو الإعلانات الترويجية أو البيانات، ويُعرف الإعلام بأنه الوسيلة الاجتماعية الرئيسية للتواصل مع الجماهير.

ويستخدم المصطلحان (التأثير على وسائل الإعلام) و (آثار وسائل الإعلام) في الدراسات الإعلامية وعلم النفس ونظرية الاتصال وعلم الاجتماع إشارة إلى آثار الإعلام الجماهيري والثقافة على تفكير واتجاهات وسلوك الفرد أو الجمهور.

2. المفهوم العام للإعلام وأثره في التواصل:

إنه التواصل الحر بالمعرفة وتعميمها. فالتواصل يعني الحوار بين طرفين أو أكثر، وليس مجرد خطاب موجه من طرف إلى آخر. والمعرفة، كأداة حوار، هي أفكار ومعلومات وتحليلات ومواقف يرغب طرفان أو أكثر في تبادلها والانتفاع بها. والهدف النهائي هو تعميمها بقصد تعميم الخير الكامن فيها، أو الناتج عن تلقيها.

تكمن الخطورة في هذه الآلية عندما تقوم وسائل الإعلام في سبيل تشكيل رأي عام معين بنشر معلومات موجهة من خلال مجموعة من البرامج الإعلامية المتنوعة والتي تخدم بشكل غير مباشر، ومن حيث لا يشعر المتلقي ذلك الرأي، ولكن على المدى البعيد، "فحينما تقوم وسائل الإعلام بتقديم المرأة ضمن إطار معرفي مخالف للتكوين المعرفي الذي لدى الجمهور عن المرأة، وتلجأ في سبيل ذلك إلى استخدام قوالب جذابة تُعزّي من خلالها المرأة، فهي ناجحة لأنها متحررة من ضوابط القيم، وهي محط الأنظار؛ لأنها استغلت النواحي الجمالية في جسدها، وهي مشهور^(٧).

✓ ثانيًا: مفهوم الرأي العام:

الرأي العام: وردت تعريفات متعددة للرأي العام منها:

" أنه ميول الناس نحو قضية ما، إذا كان هؤلاء الناس من فئة اجتماعية واحدة " ومنها: " أنه الحكم الذي تصل إليه الجماعة في قضية ما ذات اعتبار ما " (vi).

وعرّفه الدكتور منير حجاب بأنه: رأي ذو تأثير معين انتهت إليه أغلبية جماعة معينة في وقت محدد تجاه مسألة تتعلق باهتماماتها بعد حوار ومناقشة مستفيضة.

وعرّفه أحمد الشاعر بأنه الحكم الذي تصل إليه الجماعة في قضية ما ذات اعتبار هام وقد يكون هذا الرأي العام هو خلاصة آراء المجموعة أو الرأي الغالب فيها أو مجموع آراءها أو اتفاقهم الجماعي^(vii). وعرفه الفيلسوف (فيلاندر): " الرأي العام ليس رأي شعبي بأكمله، بل يصح أن تعتبره رأي طبقة لها القوة والأغلبية، بين طبقات الشعب الأخرى " (viii).

وقد حددت الدكتورة سامية جابر خمسة مفاهيم لتحليل الرأي العام وهي:

1-الرأي. 2-الاتجاه. 3-الحكم. 4-السلوك. 5-العام وهو إما ما ليس بخاص أو هو المعلن والصريح أو قد يكون المشترك بينهما.

ومن خلال ما سبق من تعريفات يتبين أن الرأي العام هو نتيجة أمور عديدة منها:

1- أن تكون هناك قضية مطروحة.

2- أن تكون مناقشات وافية حول القضية المطروحة.

3- أن يكون (الحكم) الذي تصل إليه الجماعة أو " الرأي "

1. المفهوم العام للرأي العام: يُقصد بالرأي العام مجموعة الأفكار والمعتقدات الفكرية التي تعتقها طائفة واسعة من الناس، أو تلك الآراء المشتركة التي يتقاسمها عامة الناس حول مسألة من مسائل الحياة وقضاياها.

بالرغم من أن مصطلح الرأي العام لم يستخدم بهذا المسمى إلا في أواخر القرن الثامن عشر، نتيجة لظهور الجماهير الغفيرة بسبب النمو السكاني السريع حينذاك، فإن المناقشات القديمة المتعلقة بالرأي العام لا تختلف كثيراً عن المناقشات الحديثة من حيث إدراك مدى النفوذ الذي يفرضه الرأي العام على تصرفات الإنسان وحياته اليومية فقد سماه (مونتسكيو) العقل العام، وسماه (روسو) الإرادة العامة. (ix)

❖ المبحث الأول : علاقته الإعلام بالرأي العام وأساليب تغييره ودرجاته من حيث التأثير:

• المطلب الأول :علاقة الإعلام بالرأي العام ودرجاته من حيث التأثير:

✓ أولاً :علاقة الإعلام بالرأي العام:

المقصود هو دراسة العلاقة بين الرأي العام، وشكل العملية الإعلامية، وحتى نتعرف على هذا فإننا سوف نتعرف على العلاقة التي بين الرأي العام والعملية الاتصالية، بصفة عامة، ثم نتعرف على أهمية الرأي العام في تحديد شكل الرسالة الإعلامية، وأخيراً دور الرأي العام في تحديد الوسيلة الإعلامية المناسبة لكل جمهور، ولكل وقت من الأوقات، ولكل مكان من الأماكن. فالرأي العام يلعب دوراً خطيراً في التحكم في العملية الإعلامية من حيث شكلها و مضمونها وفي المقابل " الإعلام ومضمون العملية الإعلامية، له تأثيره، وتحكمه في تحديد وتوجيه السياسة الإعلامية في المجتمع" (x).

وحتى يمكن معرفة علاقة الرأي العام بشكل العملية الإعلامية، لابد أن نتعرض لعلاقته بالعملية الاتصالية بداية، فالمعلوم أن الاتصال هو الأوسع أو الأكثر.

لقد لازم الإعلام الإنسان منذ نشأته، واهتمت الجماعات الإنسانية بهذا النشاط نظراً للتأثير والحاجة التي تتولد من تعايش تلك الجماعات وتفاعلها في أي بقعة من العالم. لقد تطورت وسائل الإعلام مع تطور البشرية وتقدمها في شتى الميادين. فاستخدم الإنسان النار والدخان والإضاءة والانعكاسات الضوئية لنقل رسالة أو الإعلان عن حدث. كما استخدم الأصوات وقرع الطبول والنفخ في الأبواق. واستخدمت الأديان الوسائل الإعلامية المتاحة للدعوة إلى ممارسة الشعائر الدينية أو الإعلان عن الاحتفالات وطقوس العبادة، كالأذان عند المسلمين وقرع الأجراس في الكنائس (xi).

✓ ثانياً: درجات الرأي العام من حيث التأثير:

1. الرأي العام القائد أو النابه أو المسيطر: ويمثل هذا النوع من الرأي صفوة المجتمع وهؤلاء نسبتهم بالمجتمع قليلة ولكنهم هم الذين يقودون المجتمع ويوجهونه الوجهة المطلوبة كما إن هؤلاء لا يتأثرون بوسائل الإعلام بل هم من يؤثر بهذه الوسائل بما لديهم من آراء وأفكار.
2. الرأي العام المثقف: ويمثل رأي الفئة المثقفة في المجتمع ويختلف حجمة حسب درجة التعليم والثقافة وهو رأي يؤثر فيما هو اقل منه درجة من حيث الثقافة و التعليم ولكنه يتأثر بوسائل الأعلام بنسب تتفاوت حسب مستوى الوعي والثقافة التي يتمتع بها
3. الرأي العام المنساق: وهو رأي السواد الأعظم من الناس وخصوصا الأميين أو قليلي التعليم و الثقافة فهؤلاء يكونوا عرضة لتأثير وسائل الإعلام ويتقبلون ما ينشر وما يذاع دون تمحيص أو تدبر كما يتناقلون الشائعات ويصدقونها ويروجونها ويكونون عرضة لحمالات الدعاية (xii).

• **المطلب الثاني: أساليب الإعلام في التأثير على الرأي العام، وخصوصية العصر الحديث:**✓ **أولاً: أساليب الإعلام في تغيير الرأي العام:**

للإعلام أساليب عدة في التأثير في الرأي العام ومن أهم تلك الأساليب:

1- أسلوب التكرار والملاحقة:

يعتقد البعض أن أسلوب التكرار هو أنجح الأساليب لتغيير الرأي العام لا الجدل والمناقشة، كانت الدعاية الألمانية تعتقد هذا الأسلوب، وقد وصف "جوليز" هذا الأسلوب الدعائي فقال: أن سر الدعاية الفعالة يكمن لا في إذاعة بيانات تتناول آلاف الأشياء ولكن في التركيز على بعض حقائق فقط، وتوجيه أذان الناس وأبصارهم إليها مراراً وتكراراً. ويطلق على هاذ الأسلوب ((الترتيل))، والشرط الرئيسي ليكون أسلوب الترتيل مؤثراً هو مدى تناسب لهجة وشكل الرسالة الموجهة إلى الجمهور المستهدف مع طبيعة هذا الجمهور وسماته المختلفة، ولعل أوضح استخدام لأسلوب الترتيل هو الصراع العربي الإسرائيلي (xiii).

2- أسلوب الإثارة العاطفية:

-الدعاية تعتمد أساساً على الإثارة العاطفية لا على المناقشة والإقناع، وتتبع عن احتقار دفين للمواطنين، ومن أبرز المشاعر التي استعان بها هتلر (الرغبة في احترام الذات، والإحساس بالشفقة على النفس) (xiv).

3- أسلوب عرض الحقائق:

هو (لفظ الإعلان)، ويعتمد على وصول الحقائق إلى أكبر عدد ممكن من الناس على أساس أن الحقائق الملموسة أقوى وأبقى من الأكاذيب والتهاويل والشائعات، كما ينبع من احترام العقلية.

ومن العوامل التي تحقق نجاح هذا الأسلوب: التربية الواعية للجماهير عن طريق الشرح والمناقشة والإقناع^(xv).

4- أسلوب تحويل انتباه الجماهير:

إذا كان هناك رأي سائد لا يمكن معارضته حينها يسعى السياسيون وأجهزة الإعلام إلى محاولة تحويل انتباه الجماهير إلى موضوع آخر مثل الموضوع المثار أو أقوى.

5- أسلوب البرامج الإيجابية المحدودة:

لها سحرها الكبير على الرأي العام، ولهذا الأسلوب مرتكزان هما:

- 1- اتسام البرامج بالإيمان والتفاؤل بالمستقبل، فهذا يتضاعف تأثيرها.
- 2- العمل والتنفيذ، لذا سرعان ما تتلاشى وتفقد قيمتها إذا لم يتبعها عمل وتنفيذ.

6- أسلوب افتعال الأزمات:

هو أسلوب لتغيير الرأي العام وهو استغلال لبعض الأحداث أو الظروف بنجاح من أجل خلق أزمة تؤثر في الرأي العام وتستفيد منها الدولة التي تستخدم هذا الأسلوب.

8- الشائعات:

الشائعة هي: الترويج لخبر مختلف لا أساس له من الواقع أو تعتمد المبالغة والتهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة أو إضافة معلومة مكذوبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع أو الحقيقة.

- الهدف هو: التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق الدولة الواحدة أو عدة دول^(xvi).

دوافع إطلاق الشائعات وانتشارها:

العدوانية: تجاه الشخص أو الجماعة المستهدف بالإشاعة، وذلك لتشويه السمعة، أو تغيير موقف الناس تجاه المستهدف بالإشاعة، أو إثارة الخوف، وهذا يحدث كثيراً تجاه الأشخاص أو الجماعات ذات الأهمية والشهرة، حين تطلق عليهم الشائعات.

الإسقاط: يسقط مروج الشائعة ما يضمنه في نفسه على شخص آخر أو أشخاص آخرين، كالخوف والإهمال والميول للكذب أو الخيانة أو الرشوة أو التضليل، فيسقطه على الآخرين.

التنبؤ: قد تشير الشائعة إلى احتمالات مستقبلية في معتقد مروج الشائعة فيقرب حدوثها، وهو يهيئ الناس والظروف لاستقبالها.

الاختبار: تكون الشائعة هنا كبالونه اختبار لمعرفة نوعية وقدرة استجابة الناس لحدث معين حين يقدر له الحدوث فعلا. فمثلا تسرب شائعة بغلاء أسعار بعض السلع ثم تدرس ردود أفعال الناس فإذا

وجدت معقولة ومحتملة ربما يتم فعلاً رفع الأسعار وأما إذا وجدت غاضبة ومستفزة فيمكن تكذيب الشائعة واعتبار الأمر كأن لم يكن.

جذب الانتباه: حيث يبدو مروج الشائعة أو ناقلها على أنه عليم ببواطن الأمور وأن لديه مصادر مهمة للأخبار لا يعرفها بقية الناس، وربما يكون هذا تعويضاً عن نقص أو عدم ثقة بالنفس. وربما تكون الدوافع بسبب الفراغ والملل والحاجة إلى التسلية والتمتع بإثارة الاهتمام وإرباك الناس وإفلاقهم وتوتيرهم^(xvii).

✓ ثانياً: الرأي العام وخصوصية العصر الحديث:

إن العوامل التي ساهمت في نمو ظاهرة الرأي العام والاهتمام بها، منذ القرن السادس عشر وحتى اليوم كثيرة ومتداخلة: فهناك العامل الديني، والثقافي، والديمقراطي، والسياسي (المدن - المجمعات الصناعية - الصحافة - الأحزاب - الحركات السياسية الثورات والحروب). ولكن أهم هذه العوامل، خاصة منذ مطلع القرن العشرين وحتى الآن، هو الثورة التي شهدتها وسائل التواصل الاجتماعي والنقل المعلوماتي.

أما عن «بيئة الرأي العام» أو المجال الاجتماعي الذي يتكون الرأي العام في إطاره، فقد أثبتت معظم الدراسات الميدانية التي أجريت في مجال الإعلام وبعض فروع العلوم الاجتماعية والإنسانية، أن الجمهور ليس كتلة متجانسة، بل هو عبارة عن مجموعة من الأفراد والفئات تتباين مصالحها وأيديولوجياتها وانتماؤها الثقافية. كما أن هناك مساحة من التداخل الموضوعي والمنهجي بين كل من مفهوم الجمهور والرأي العام. وقد حاول علماء السياسة والاجتماع والإعلام حسم هذا اللبس بالترقية بين الإطار العام للجمهور باعتباره يضم الغالبية الصامتة فضلاً عن الأقلية النشطة المشاركة في صنع الأحداث والقادرة على التعبير عن آرائها، وبين الإطار الخاص الذي يضم الأفراد المشاركين في صنع الرأي العام. ويقتصر على هؤلاء الذين يجمعهم الإدراك المشترك بوحدة مصالحهم وتحركهم الآراء والمواقف المشتركة وهم يشكلون القطاعات النشطة من الجمهور^(xviii).

❖ المبحث الثاني: أثر الإعلام في تشكيل الرأي العام في الإسلام:

من منهج النبي - صلى الله عليه وسلم - في القضايا العامة حرصه على سمعة الإسلام، وتنزيهه عن الأقوال والأفعال التي قد تسبب تشويبه أو وصمه بصفات هو منها بريء، وهذا المنهج النبوي واضحٌ وجليلٌ لكل من تأمل في السيرة العطرة، والأمثلة على هذا متعددة، يمكن توضيح شيئاً منها من خلال نماذج المطالب الآتية:

• المطلب الأول: اعتبار الرأي العام في احتواء المشكلات:

لقد كان منهج النبي - صلى الله عليه وسلم - في احتواء المشكلات داخل المدينة المنورة، وتجاوزه عن بعض أفعال المناقنين والزنادقة الذي يتظاهرون بالإسلام ويعيشون في المدينة النبوية، منطلقاً

من نظرته للرأي العام؛ رغم ما كان يصدر عنهم من مواقف الخيانة العظمى، إلى الحد الذي جعل الصحابة يضيقون ذرعاً بأولئك الأفراد، ويطالبون النبي - صلى الله عليه وسلم - بقتلهم في أكثر من مرة، غير أن النبي - صلى الله عليه وسلم - كان متشعباً بمنهجية الإغضاء، ويعلل ذلك بقوله: " لا يتحدث الناس أن محمداً يقتل أصحابه"^(xix).

وبالنظر إلى هذه المقولة يتبين جلياً اعتبار المشرع الحكيم للرأي العام في احتواء المشكلات، بل أصبح ذلك منهجاً مُراعياً ونظماً إسلامياً معمول به حيث صحت هذه المقولة عن النبي - صلى الله عليه وسلم - في مواقف متعددة ومختلفة ومنها:

✓ الموقف الأول: في قصة سورة المنافقون:

ففي حديث جابر بن عبد الله رضي الله عنهما قال: كنا في غزاة في جيش، فكسع رجل من المهاجرين رجلاً من الأنصار. فقال الأنصاري: يا لأنصار! وقال المهاجري: يا للمهاجرين! فسمع ذلك رسول الله - صلى الله عليه وسلم - فقال: ما بال دعوى الجاهلية؟! قالو: يا رسول الله، كسع رجل من المهاجرين رجلاً من الأنصار. فقال: دعوها، فإنها منتنة. فسمع بذلك عبد الله بن أبي فقال: فعلوها؟ أما والله لئن رجعنا إلى المدينة ليخرجن الأعرض منها الأذل. فبلغ النبي صلى الله عليه وسلم، فقام عمر فقال: يا رسول الله دعني أضرب عنق هذا المنافق. فقال النبي صلى الله عليه وسلم: (دعه، لا يتحدث الناس أن محمداً يقتل أصحابه)^(xx).

✓ الموقف الثاني: في قصة قسمة الغنائم يوم حنين:

ففي حديث جابر بن عبد الله قال: أتى رجل رسول الله - صلى الله عليه وسلم - بالجعرانة منصرفه من حنين، وفي ثوب بلال فضة، ورسول - الله صلى الله عليه وسلم - يقبض منها يعطي الناس. فقال: يا محمد، اعدل! قال: ويلك! ومن يعدل إذا لم أكن أعدل، لقد خبت وخسرت إن لم أكن أعدل. فقال عمر بن الخطاب رضي الله عنه: دعني يا رسول الله فأقتل هذا المنافق. فقال: معاذ الله أن يتحدث الناس أنني أقتل أصحابي)^(xxi).

✓ الموقف الثالث: عند تقسيم النبي صلى الله عليه وسلم غنائم هوازن:

يحدث جابر بن عبد الله - رضي الله عنه - فيقول: لما قسم رسول الله - صلى الله عليه وسلم - غنائم هوازن بين الناس بالجعرانة قام رجل من بني تميم فقال: اعدل يا محمد! فقال النبي - صلى الله عليه وسلم - : (ويلك! ومن يعدل إذا لم أعدل! لقد خبت وخسرت إن لم أعدل)، فقال عمر بن الخطاب رضي الله عنه : يا رسول الله ألا أقوم فأقتل هذا المنافق؟ قال: (معاذ الله أن تتسامع الأمم أن محمداً يقتل أصحابه)، ثم قال النبي صلى الله عليه وسلم: (إن هذا وأصحاباً له يقرأون القرآن لا يجاوز تراقيهم)^(xxii). فمع علمه صلى الله عليه وسلم بنفاقه لم يقتله مراعيًا في ذلك الرأي العام وما يتولد عنه من تشويه للرسول وللإسلام.

وفي روايات أو مناسبات أخرى عندما كان الصحابة يرون أن أشخاصاً ممن يعيشون في كنف الدولة الإسلامية ارتكبوا أعمالاً شنيعة بنفاقهم، مما يطلق عليه اليوم في قوانين الدول (الخيانة العظمى) نحو مواطنهم، ويطالب الصحابة ومنهم كبار وزراء ومستشاري النبي الكريم عليه الصلاة والسلام، بتنفيذ الحكم الحاسم نحوهم، إلا أنه كان يرد عليهم كما مر معنا في الصحيح: (أكره أن يتحدث الناس أن محمداً يقتل أصحابه) وبقوله: (فكيف إذا تحدث الناس يا عمر أن محمداً يقتل أصحابه). من ذلك ما رواه حذيفة بن اليمان قال: إني لآخذ بزمام ناقه رسول الله صلى الله عليه وسلم أقوده وعمار يسوق به، إذ استقبلنا اثنا عشر رجلاً مثلثمين قال: هؤلاء المنافقون إلى يوم القيامة. قلنا: يا رسول الله، ألا تبعث إلى كل رجل منهم فتقتله؟ فقال: (أكره أن يتحدث الناس أن محمداً يقتل أصحابه)(xxiii).

فهذه المقولة قيلت في حق المنافقين، وكان من السياسة الحكيمة لرسول الله صلى الله عليه وسلم تركهم واحتمال أذاهم سداً لذريعة أن يتحدث الناس أن محمداً يقتل أصحابه. ذلك أن المنافقين كانوا مختلطين بالصحابة، وما كانوا يجهرون بالكفر والطعن في الإسلام، فلو أن النبي - صلى الله عليه وسلم - قتلهم لاشتبه هذا الأمر على أكثر الناس في زمانهم ولظنوا أن الرسول يقتل أصحابه، ويقتل من يدخل في دينه، فيحول هذا بينهم وبين الدخول في الإسلام.

قال ابن عطية:

"وكان رسول الله صلى الله عليه وسلم يعرض عنهم ويدعهم في غمرة الاشتباه مخافة أن يتحدث عنه أنه يقتل أصحابه"(xxiv).

وقال ابن عاشور:

«وإنما كان النبي ممسكاً عن قتلهم سداً لذريعة دخول الشك في الأمان على الداخلين في الإسلام كما قال لعمر (لا يتحدث الناس أن محمداً يقتل أصحابه) لأنَّ العامة والغائبين عن المدينة لا يبلِّغون بعلمهم إلى معرفة حقائق الأمور الجارية بالمدينة، فيستطيع دعاة الفتنة أن يشوهوا الأعمال النافعة بما فيها من صورة بشيعة عند من لا يعلم الحقيقة...»(xxv).

فتحصّل من هذا أن سبب عدم قتلهم يرجع لأمرين:

1. أن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - كان يأخذ بظاهر حالهم من إعلان الإسلام ولا يؤاخذهم بما في قلوبهم، ولا بما يعلمه من حالهم، فالقاضي لا يقضي بعلمه.
2. وجود اشتباه في حالهم يُخفي على كثير من الناس سبب مقتلهم، فيظنوا السوء بالنبي صلى الله عليه وسلم بأنه يقتل أصحابه، "إذ لم يكن الذنب ظاهراً يشترك الناس في معرفته"(xxvi).

وهذا فيمن أبطن النفاق ولم يظهر منه شيء، أو ظهر ولم يثبت عنه بما يقطع باستحقاقه للعقوبة، وهذا ظاهر في قصة سورة المنافقين، لأن المنافق حلف وكذب ولم تثبت عليه الكلمة إلا بوجي. لكن يشكل على هذا مثل حادثة قسمة الغنائم، فقد تفوه المنافق بكلمات، ومع ذلك تركه النبي - صلى الله عليه وسلم - بالعلة ذاتها (لئلا يتحدث الناس أن محمداً يقتل أصحابه)، فما وجه ذلك؟ قال السندي:

" ظاهر هذا الحديث يفيد أن المسلم لا يقتل المسلم بمثل هذه الكلمة المشتبهة على مثل هذا التعريض المؤدي إلى إيذاء النبي صلى الله تعالى عليه وسلم، إذ ظاهر هذا الحديث يفيد أنه لا سلامة لمن يتعرض له، وجعل إسلامه الظاهري علة لعصمته مع وجود هذه الكلمة منه، والقول بأن هذه الكلمة تقتضي قتله إلا أنه تركه لمراعاة التآلف حتى لا يشتهر بين الناس أنه - صلى الله تعالى عليه وسلم - يقتل أصحابه، فإنه قد يؤدي إلى نزع قلوبهم عن الإسلام"^(xxvii).

وهو ما ذهب إليه شيخ الإسلام ابن تيمية - رحمه الله - قال " فإن الناس ينظرون إلى ظاهر الأمر فيرون واحداً من أصحابه قد قُتل فيظن الظان أنه يقتل بعض أصحابه على غرض أو حقد أو نحو ذلك فينفر الناس عن الدخول في الإسلام، وإذا كان من شريعته أن يتآلف الناس على الإسلام بالأموال العظيمة ليقوم دين الله وتعلو كلمته فلأن يتآلفهم بالعفو أولى وأحرى"^(xxviii).

وخلاصة ما سبق:

أن الاعتبار النبوي في ترك عقوبتهم (لئلا يتحدث الناس أن محمداً يقتل أصحابه) مع المجاهرين من المنافقين يرجع لأمرين:

الأول: أن مجاهرته لم تكن من قبيل الكفر المحض الذي يثبت نفاقهم، وإنما هو من قبيل التعريض، بإقامة العقوبة عليهم ستكون مشتبهة كما سبق في المنافقين المستترين لأن الناس لا يعلمون حقيقة جرمهم الذي يستحقون به العقوبة، فيستغل ذلك الموقف إعلام العدو من المنافقين أو الكفار فيجربونه لتشويه سمعة الإسلام، وفي مقدمته النبي عليه الصلاة والسلام، فيؤدي إلى الردة لمن دخل في الإسلام، والنفور لمن لم يدخل بعد فيه.

الثاني: أن مجاهرته كفر ثابت عليهم، وإنما ترك عقابهم مع هذا لوجود الاشتباه الذي يتحقق معه مفسدة أن يتحدث الناس أن محمداً يقتل أصحابه.

وعلى هذا القول فإن هذا حكم منسوخ، كان في أول الإسلام وضعف المسلمين الذي كان يتحقق معه غلبة مفسد إقامة مثل هذا الحكم، وقد زال هذا فلا يكون ثم حاجة لترك إقامة هذه الأحكام بسبب هذه المفسدة.

إلا أن هذا لا يمنع من إعمال الحكم حين يحدث من الضعف والحاجة مثل ما حدث في أول الإسلام.

قال شيخ الإسلام ابن تيمية - رحمه الله - : " فحاصله أن الحد لم يقم على واحد بعينه لعدم ظهوره بالحجة الشرعية التي يعلمه بها الخاص والعام، أو لعدم إمكان إقامته إلا مع تنفير أقوام عن الدخول في الإسلام وارتداد آخرين عنه وإظهار قوم من الحرب والفتنة ما يربى فساده على فساد ترك قتل منافق، وهذان المعنيان حكمهما باقٍ إلى يومنا هذا، إلا في شيء واحد وهو أنه صلى الله عليه وسلم ربما خاف أن يظن الظان أنه يقتل أصحابه لغرض آخر مثل أغراض الملوك فهذا منتف اليوم" (xxix).

• المطلب الثاني: تأثير الرأي العام في أوليات الأعمال في الإسلام:

سألت عائشة رضي الله عنها - النبي - صلى الله عليه وسلم - عن الجدرِ أَمِنَ البَيْتِ هُوَ؟ قَالَ: (نَعَمْ)، قُلْتُ: فَمَا لَهُمْ لَمْ يَدْخُلُوهُ فِي الْبَيْتِ؟ قَالَ: إِنَّ قَوْمَكَ قَصَّرَتْ بِهِمُ التَّفَقُّهُ، قُلْتُ: فَمَا شَأْنُ بَابِهِ مُرْتَعِبًا؟ قَالَ: فَعَلَ ذَلِكَ قَوْمُكَ، لِيَدْخُلُوا مِنْ شَاءُوا وَيَمْنَعُوا مِنْ شَاءُوا، وَكَوْلَا أَنَّ قَوْمَكَ حَدِيثٌ عَهْدُهُمْ بِالْجَاهِلِيَّةِ، فَآخَافُ أَنْ تُنْكَرَ قُلُوبُهُمْ أَنْ أُدْخَلَ الْجَدْرَ فِي الْبَيْتِ، وَأَنْ أُلْصِقَ بَابَهُ بِالْأَرْضِ) (xxx).

وجاء في صحيح البخاري عن الأسود، قال: قال لي ابن الزبير: كانت عائشة تسرّ إليك كثيراً، فما حدثتك في الكعبة؟ قلت: قالت لي: قال النبي صلى الله عليه وسلم: (يا عائشة لولا قومك حديث عهدهم - قال ابن الزبير: - بكفر، لنقضت الكعبة فجعلت لها بابين: باب يدخل الناس وباب يخرجون) فعلمه ابن الزبير" (xxxi).

سبب ترك النبي - صلى الله عليه وسلم - هدم الكعبة وبناءها على قواعد إبراهيم:

ترك النبي - صلى الله عليه وسلم - لإعادة الكعبة على قواعد إبراهيم كان مراعاةً لحال أهل مكة، وقرب عهدهم بالإسلام، فخشى أن يصيبهم بسبب ذلك نفور ووحشة وريبة تضرّ بدينهم، نظراً لما تمكّن في قلوبهم من تعظيم بيت الله، وما نشأوا عليه من رؤية البيت على هذا الحال، فسداً لهذه الذريعة، ومراعاة لهذا المآل ترك النبي - صلى الله عليه وسلم - ما كان أكمل. وعلى هذا المعنى فسّر أهل العلم هذا الحديث:

قال الحافظ ابن حجر في فتح الباري: لأن قريشاً كانت تعظم الكعبة جداً، فخشى صلى الله عليه وسلم أن يظنوا لأجل قرب عهدهم بالإسلام أنه غير بناءها لينفرد بالفخر عليهم في ذلك، ويستفاد منه ترك المصلحة لأمن الوقوع في المفسدة، فترك النبي صلى الله عليه وسلم مصلحة بناء الكعبة على قواعد إبراهيم عليه السلام دفعاً لمفسدة راجحة. وترك بعض الاختيار مخافة أن يقصر عنه فهم بعض الناس. (xxxii) قال الباجي في شرح الموطأ: "قرب العهد بالجاهلية، فربما أنكرت نفوسهم خراب الكعبة، فيوسوس لهم الشيطان بذلك ما يقتضي إدخال الداخلة عليهم في دينهم، والنبي - صلى الله عليه وسلم - كان يريد استئلافهم ويروم تثبيتهم على أمر الإسلام والدين، يخاف أن تنفر قلوبهم بتخريب الكعبة" (xxxiii).

وقال النووي في شرح صحيح مسلم: "ولكن تعارضه مفسدة أعظم منه وهي خوف فتنة بعض من أسلم قريباً، وذلك لما كانوا يعتقدونه من فضل الكعبة، فيرون تغييرها عظيماً، فتركها صلى الله عليه وسلم" (xxxiv).

ويقول ابن عثيمين - رحمه الله -: "ربما يؤخذ ترك السنة من دليل آخر من السنة وهو ترك النبي - صلى الله عليه وسلم- بناء البيت (الكعبة) على قواعد إبراهيم خوفاً من الفتنة، لأنهم كانوا حديثي عهد بكفر، فمثلاً إذا كانت السنة من الأمور المستغربة عند العامة والتي يتهم الإنسان فيها بما ليس فيه فإن الأولى والأفضل أنّ الإنسان يمهد لهذه السنة في القول قبل أن يتخذها بالفعل، يبين للناس في المجالس، في المساجد، في أي فرصة مناسبة يبين لهم الحق حتى إذا قام بفعله، فإذا الناس قد اطمأنوا وفهموا وعرفوا" (xxxv).

وقال الرافعي: "واحتج بالحديث على أنه يجوز أن يترك ما هو المختار والأفضل خشية إنكار الناس ووقوعهم في الفتنة" (xxxvi).

وقال ابن بطال: "قال المهلب: فيه أنه قد يُترك يسير من الأمر بالمعروف إذا خشى منه أن يكون سبباً لفتنة قوم ينكرونه" (xxxvii).

ونلاحظ أنّ تأثير الرأي العام في أوليات الأعمال في الإسلام مرده النفور وهو في كل ما سبق يأتي من جهتين:

الجهة الأولى: نفور المسلمين عن دينهم، وهذا ظاهر في حديث بناء الكعبة، إذ الخطاب متّجه لمن هم حديثو عهد بإسلام.

الجهة الثانية: نفور غير المسلمين عند الدخول في الدين، وقد جاء في هذا الحديث السابق: (لا يتحدث الناس أنّ محمداً يقتل أصحابه).

وبعض الشواهد السابقة متعلّقة بالحالة الثانية، لكن يصلح التمثيل بها هنا لأنّ العلة واحدة وهي النفور عن الإسلام، ولأنّ ما يسبب نفور الكفار عن الإسلام قد يؤثر على إيمان بعض المسلمين. (xxxviii).

ومما تجدر الإشارة إليه هنا أنه ليس كلّ نفور معتبراً شرعاً، فيجب أن نضع حداً شرعياً نعرف به متى تعتبر هذه المفسدة مؤثرة في الحكم الشرعي. لا سيما أن مراعاة النفور هنا متعلّق بالأمر المستحبّ، وليس بالواجبات، فالأصل عدم الالتفات لهذا المعنى عند تطبيق الواجبات، وذلك لأمر منها:

1. أنّ الأصل تقديم الواجب على هذا النفور، فليس هذا النفور بمصلحة أعظم من مصلحة القيام بالواجب.

2. أنّ مصلحة الواجب يقينية، ومفسدة النفور متوهّمة، فلا يقدم المتوهم على اليقيني.

3. أن الأصل في الوضع الطبيعي عدم تحقق هذا النفور، ولو تحقق فيكون من قبيل المفاصد الملغاة شرعاً التي لا يجوز إعمالها، لأنها تكون حينئذٍ من المفاصد التي تلازم تطبيق بعض الواجبات، وهو موجود منذ عصر الرسالة ولم تلتفت الشريعة إليه.
4. أنه يمكن الجمع بين مصلحة إقامة الواجب ودفع مفسدة النفور بغير ترك الواجب، وذلك عن طريق الدعوة والنصح ونشر العلم النافع، وسدّ المداخل التي تغذي المعاني المنحرفة في القلوب، فالنفور لا يعالج بترك الواجب.
5. أن دفع مفسدة النفور لا يتحقق بترك الواجب، لأنّ النفور إن كان متعلّقاً بذات الواجب فالاستمرار في تركه يعمّق في نفوس الناس أنه مفسدة، ولا يفقهون وجه المصلحة فيه، فإذا علموا أنه من الشريعة زاد نفورهم أكثر.
6. أن إقامة الواجب في الحقيقة هو من أسباب دفع مفسدة النفور، لأن من أسباب نفور بعض الناس عن بعض أحكام الشريعة عدم اعتيادهم عليها، فترك إقامة الواجب هو مساهمة في تعميق النفور، بينما لو أقيم: اعتادت النفوس عليه فخفّ هذا النفور.
7. إن توهّم مشروعية ترك الواجب مراعاةً لنفور الناس يؤدي في الحقيقة لإضعاف الواجب الشرعي، بحيث يكون واجباً بشرط، ومعلّقاً نفوذه بمشاعر الآخرين، وهو جانب غير قطعي وتتفاوت الأذهان في تقديره، فمآل الأمر إلى إضعاف الواجب الشرعي، وهذا منافٍ لمقصد الشريعة في تقوية الحكم وثباته والمحافظة على مصلحته.
8. أن مصلحة إقامة الواجب متعلقة بالمصلحة العامة ومصلحة إقامة الدين، بينما مفسدة النفور مرتبطة بشخص معين، ومصلحة ما فيه إقامة الدين أولى.
- ولهذا فالأصل عدم الالتفات إلى هذا المعنى في الواجبات الشرعية، وهي مفسدة متوهمة في الحقيقة، فالظنّ أنّ ترك الواجب مفسدة أقل هو محض وهم، وتقدير لم يستند إلى نظر فقهي صحيح.
- ولهذا فهم أهل العلم أنّ هذا الحديث لا يدل على ترك الواجبات، فهو يدل على المراعاة بشرط ألا يصل إلى الفرائض. يقول النووي: "ومنها: فكر ولي الأمر في مصالح رعيته واجتنابه ما يخاف منه تولّد ضرر عليهم في دين أو دنيا، إلّا الأمور الشرعية كأخذ الزكاة وإقامة الحدود ونحو ذلك" (xxxix). وهذا في الوضع الطبيعي لتطبيق الأحكام، أما لو بلغ النفور مبلغاً شديداً يزيد عن العادة، ويزيد عمّا عرضت الشريعة عنه، وترتّب عليه ردّة كثير من الناس، وإحداث خلل كبير في دين الناس أو دنياهم، ولم يمكن دفع ذلك بطريق آخر، فهذا يقال بتأجيل إقامة الواجب مراعاة لهذه المفسدة في القضية العينية المستثناة، لكنّ ترك الواجب هنا لم يرتبط بمجرد مفسدة النفور بل درجة عظيمة منه تتجاوز مجردّ النفور إلى مفاصد أعظم.

❖ المبحث الثالث: دور الإعلام في تحقيق المقاصد الشرعية من خلال الرأي العام:

المقاصد في دراستها وتطبيقها على أرض الواقع فوائد وأهمية كبيرة؛ حيث إنها روح الشريعة، وأهدافها ومقاصدها وغاياتها، وكما يقول الإمام الجويني في البرهان: "من لم يتقطن لوقوع المقاصد في الأوامر والنواهي فليس على بصيرة في وضع الشريعة، وهي قبة المجتهدين، من توجه إليها من أي جهة، أصاب الحق دائماً^(xli)".

تعريف المقاصد:

أولاً: تعريف المقاصد لغة:

المقاصد جمع مقصد، وهي مشتقة من الفعل قصد، وكلمة المقاصد عند أهل اللغة العربية بمعان عديدة، من هذه المعاني:

1. استقامة الطريق: ومنه قوله تعالى: ﴿وَعَلَى اللَّهِ قَصْدُ السَّبِيلِ﴾^(xli).
2. العدل والوسط بين الطرفين: وهو ما بين الإفراط والتفريط، والعدل والجور، ومنه قوله تعالى: ﴿وَمِنْهُمْ مَقْتَصِدٌ﴾^(xliii).
3. الاعتماد والاعتزام وطلب الشيء وإثباته: تقول: (قصدت الشيء، وله، وإليه قصداً^(xliii)).

ثانياً: تعريف المقاصد اصطلاحاً:

لم يكن لها مصطلح خاص بها عند قدماء الأصوليين، ولكن عبروا عنها بألفاظ مثل: الأمور بمقاصدها، مراد الشارع، أسرار الشريعة، الاستصلاح، رفع الحرج والضيق، العلل الجزئية للأحكام الفقهية... الخ، أما تعريفها عند الفقهاء المعاصرين فجاءت بتعريفات متقاربة، بداية من الشاطبي (790 هـ = 1388م)، حتى الآن، وكلها تدور حول الغايات والأهداف والمآلات التي قصدتها واضع الشرع الحكيم لتحقيق سعادة الإنسان ومصالحته في الدارين الدنيا والآخرة.

ولعل من أفضلها تعريف الخادمي بأنها: "المعاني الملحوظة في الأحكام الشرعية، والمترتبة عليها، سواء أكانت تلك المعاني حكماً جزئياً أم مصلحة كلية، أم سمات جمالية، وهي تتجمع ضمن هدف واحد، هو: تقدير عبودية الله، ومصالحة الإنسان في الدارين"^(xliii).

• المطلب الأول: دور الإعلام في تحقيق الأوامر الربانية لحفظ المقاصد الشرعية الكلية:

1. الحفاظ على الدين:

وللإعلام الواعي قدم صدق في الحفاظ على هوية المجتمعات الإسلامية: كي لا تذوب في أمواج عاتية من العولمة والتغريب، أو تختفي مع ظلام الإلحاد وظلم الغلو، فضلاً عن الانقضاء الممنهج من أعداء الإسلام وذيولهم على ثقافتنا الإسلامية، وحضارتنا الشامخة. ومن حفاظ الإعلام على الهوية بعد رعاية جانب الدين أن يدافع عن تاريخ الأمة الإسلامية وأمجادها، ويبرز الصورة الحقيقية لماضيها الناصع الجميل. ومن واجب الإعلام كذلك الذود عن اللسان العربي المبين وآدابه وما تعلق به؛ كي لا تبتلى

الأمّة بجيل هجين في لسانه؛ ومن استعجمت لغته، استعجم شعوره وتصوره وتفكيره وظاهره وباطنه؛ فكم للغة من أثر على عقل صاحبها ومشاعره.

2. الحفاظ على النفس:

وقد وردت نصوص كثيرة من الكتاب والسنة تدل على تحريم الاعتداء على النفس، من ذلك قوله تعالى ﴿وَمَنْ يَقْتُلْ مُؤْمِنًا مُتَعَمِّدًا فَجَزَاؤُهُ جَهَنَّمُ خَالِدًا فِيهَا وَغَضِبَ اللَّهُ عَلَيْهِ وَلَعَنَهُ وَأَعَدَّ لَهُ عَذَابًا عَظِيمًا﴾ (٣٦) (xlv)، وقوله عليه الصلاة والسلام: في أكبر اجتماع للناس يوم عرفة: (إن دماءكم وأموالكم وأعراضكم حرام عليكم كحرمة يومكم هذا في بلدكم هذا في شهركم هذا...) (xlvii) ويتوسع معنى الاعتداء ليشمل القتل، وإتلاف الجزء من خلال فساد التطبيب، أو سوء التغذية، أو بالعدوان الصريح، ويشمل كذلك الانتحار، وجميع ما يضر بالصحة ويردي الجسد. ومن العدوان على النفس حرمانها من حقوقها الشرعية، أو التضيق عليها، وتعسير سبل بلوغها. والإعلام النافع عدو أصيل للجريمة، ومدافع عن النفس البشرية، وحرمتها، وحقوقها، وأحد أكبر المناوئين لعملية تسليع الإنسان، والعبث به. ويجب أن يكون للإعلام موقف صارم تجاه إشاعة الجريمة، ووصف المجرمين بسمات جذابة زوراً، وهم ليسوا إلا حفنة من الأشرار؛ الذين حقهم التأديب والتعزير، لا أن يكونوا في موضع الاقتداء والتقديم. كما أن الإعلام الصحي يوازن فيما يعرضه من إعلانات بين القيمة الغذائية والأثر السلبي للمنتجات؛ فلا يغش جمهوره، ولا يجعل جني المال مقدماً على حماية الجسد من الماطومات والمشروبات والتصرفات الضارة.

3. حفظ العقل:

وعن حفظ العقل يقول الله سبحانه وتعالى: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْحَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ

وَالْأَزْلَمُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾ (٣٠) (xlviii). ولأن الخمر تلحق الضرر

الكبير بالعقل البشري فقد حرّمها الشارع الحكيم. والإعلام الناضج يحترم هذه الخصيصة البشرية، ويسعى لتعزيزها وإعمالها؛ فلا يظهر المسكرات والمخدرات ما يحسنها ويجملها لا تصريحاً ولا تعريضاً، ويكون سبباً مناسباً بامتلاك مناهج التفكير السليم، وأداة من أدوات صناعة الوعي؛ كي لا تصبح العقول استهلاكية تبلع كل ما يقذف فيها؛ بل تكون عصية إلا على ما يوافق أسس دينها، ومصالحها الشرعية المعتمدة.

4. حفظ النسل:

وليس أوضح من أثر الإعلام في حفظ النسل أو تضييعه، هذا الحفظ الذي أمر الله به بقوله: ﴿وَلَا تَقْرَبُوا الزَّوْجَ إِنَّهُ كَانَ فَحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا﴾ (٢٢) (xlviii). حيث حرّم فاحشة الزنا؛ لأنها تُضيّع النسل والنسب، وتحدث خللاً كبيراً في استقرار المجتمعات، وشرخاً واسعاً في نسيجها العام. ولذلك فإن

وجود الإعلام الأسري والاجتماعي المنضبط، يحمي مؤسسة الأسرة من التفكك، ويحافظ على مكوناتها من التضييع أو الإيذاء، وخاصة الطفل والمرأة وكبار السن.

ويتعاطم الجهد المطلوب من الإعلام الطاهر تجاه هذا المقصد لكثرة ولوغ وسائل الإعلام في تقيضه، ومحاربتها الفضيلة في الخلق والسلوك والملبس والقول والفعل، وتهوكها في الرذيلة إلى أدنى دركاتها، وأوحد وهداتها، حتى غدت الأجيال هدفاً للتفريغ السلوكي؛ كي لا يآبه الفتى لدين أو عرف، ولا تخجل الفتاة من خلق أو تصرف.

وقمين بالإعلام الهادف أن يكون له حضور ليس على صعيد مجرد الوعظ؛ بل يربط الناس بالأساس المتين للأخلاق، والمنبني على الإيمان بالدين، والخضوع لأحكامه، واستشعار عظمة الرب سبحانه بما له من أسماء حسنى، وصفات عليا، وصولاً إلى مرتبة الإحسان والمراقبة الذاتية، فإذا استوثقت عرى الإيمان، وبلغ المرء من محاسبة نفسه مبلغاً عظيماً؛ فحينها ستكون الرسالة الإعلامية ناجحة في هذا المضمار، وفي غيره من المقاصد والشؤون.

5. حفظ المال:

ولأن حفظ المال مقصد شرعي كما في قول ربنا جل وعز: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩﴾ (xlix). حيث حرم المعاملات التي تُضيّع المال، وتفسده على مستحقيه،

فمن واجب الإعلام القيمي أن يكون معيناً على حفظ المال؛ وموجهاً لأخذه من حقه، ووضعها في مكانه الصحيح، وتثميته وتمميته بما يفيد ويعم خيره في الحال والمآل، وأن يقاوم السبل المشبوهة والمحرمة لجمع المال، أو إنفاقه في غير محله، أو حتى التعسف في استخدام الحق به.

ومن أجلّ صنيع الإعلام إرشاد الناس للحكمة في الصرف والكياسة في الاقتصاد، كي لا تكون أموال الناس كريحة في مهب رياح التجار الذين لا يخافون الله، ولا يرقبون في الناس إلا ولا ذمة، وأيضاً يوجه الإعلام أهل المال حتى لا يصبحوا عوناً لأعداء الأمة؛ خاصة وهم يجدون البديل، أو يقدرّون على صنع بديل مناسب، فالتاجر المسلم ليس بعوضة تنقل الداء لأهلها، بل يشبه النحلة في النفع ولكن من غير لسع!

ويلمح الإعلام العلمي إلى فوائد معرفة مقاصد الشريعة، والعمل بها، كي تزداد ثقة الناس بدينهم، ويشدّ تمسكهم به، فمن هذه الفوائد:

1. الفهم الصحيح للشريعة الذي يحول دون الغلو والجفاء.
2. تعميق فهم كتاب الله وسنة الرسول صلى الله عليه وسلم منعاً للباطل من التأويل.
3. الوصول إلى الحكم الشرعي في النوازل التي لم يرد النص عليها.
4. التيسير على الناس في دينهم وديناهم.

وحين نسمع قول ربنا العظيم في كتابه العزيز: ﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾ (١)، وقوله كذلك: ﴿ وَقَعَاوَنُوا عَلَىٰ آلِهِ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَىٰ الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴾ (٢). فلا يسعنا إلا أن نيمم النظر صوب الإعلام الهادف؛ ليكون مركبنا لتحقيق هذه الأوامر الربانية، والاستجابة لها، وكم في ذلك من أجر وخير يبقَى ويتنامى؛ ولعله أن يكون عند الله في موضع القبول والتنمية.

• **المطلب الثاني: تحقيق مقاصد الشريعة برعاية الإعلام لتطبيق الأحكام، وحراسة المبادئ والقيم الإسلامية:**

الرأي العام في المجتمع الإسلامي وظائف عديدة تتحقق من خلالها المقاصد الشرعية والمصالح المرعية من أهمها:

1. رعاية تطبيق الأحكام الشرعية.
2. حراسة المبادئ والقيم الإسلامية وصيانتها ومساندة هيئات الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في هذا المجال.
3. حسن استنباط الأحكام الشرعية من أدلتها في الكتاب والسنة عن طريق إعطاء الثقة بأهل الحل والعقد من العلماء.

وما ذكرناه هنا إجمالاً نرجح عليه ببعض البيان في نقاط كالآتي:

✓ **أولاً: رعاية تطبيق الأحكام الشرعية:**

الأمة الإسلامية مخاطبة جميعها بتطبيق الأحكام الشرعية، والخطاب في القرآن في هذا المجال يتناول أفراد الأمة جميعاً. فقوله تعالى في الآية الثانية من سورة النور مثلاً: ﴿ الزَّانِيَةُ وَالزَّانِي فَاجْلِدُوا كُلَّ وَاحِدٍ مِّنْهُمَا مِائَةَ جَلْدَةٍ ﴾ (٣). موجه لكل فرد في الأمة. ونظراً لأن الأفراد لا يستطيعون القيام بهذه المسؤولية متجمعين فلا بد أن يختاروا من يقوم عنهم بهذه المهمة وهو الحاكم أو الإمام فالحاكم في الدولة الإسلامية وكيل الأمة في إقامة أحكام الله المطلوبة منهم جميعاً.

✓ **ثانياً: حراسة المبادئ والقيم الإسلامية وصيانة قيمتها في المجتمع:**

ومن هذا المبدأ كانت مسؤولية الأمة عامة عن حراسة المبادئ والقيم الإسلامية، وكان الرأي العام في المجتمع الإسلامي ذا سلطان قوي في حراسة هذه المبادئ ورعاية هذه القيم وصيانتها، وقد وجه القرآن الكريم الأمة الإسلامية ودعاها مجتمعة متعاونة لترفع صوتها في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ومساندة العلماء الذين يقومون بهذه المسؤولية. والأمر بالمعروف يعني الأمر بما قرره الكتاب والسنة من مبادئ وقيم وأحكام للمجتمع، والنهي عن المنكر يعني النهي عما نهى عنه الكتاب والسنة من معاصي تعتبر خروجاً عن المبادئ والقيم الإسلامية.

ومن المناسب إيراد النصوص التالية من الكتاب والسنة التي تصور حرص الإسلام على مساندة تعاليمه وأحكامه بسُلطان الرأي العام المسلم:

قال الله تعالى: ﴿وَلَتَكُنَّ مَنَّكَ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾ (lii). وعن النعمان بن بشير- رضي الله عنهما- عن النبي صلى الله عليه وسلم: "مثل القائم في حدود الله، والواقع فيها كمثل قوم استهموا على سفينة، فصار بعضهم أعلاها، وبعضهم أسفلها، فكان الذين في أسفلها إذا استقوا من الماء مروا على من فوقهم، فقالوا: لو أنا خرقنا في نصيبنا خرقاً، ولم نؤذ من فوقنا، فإن تركوهم وما أرادوا هلكوا جميعاً، وإن أخذوا على أيديهم نجوا ونجوا جميعاً" (liii).

✓ ثالثاً: حسن استنباط الأحكام الشرعية من أدلتها، وإعطاء الرأي في قضايا الأمة المهمة:

المقصود بهذا العنوان إظهار الأهمية التي يعطيها الإسلام للرأي العام من خلال بيان الرابطة بين جمهور الأمة وأهل الحل والعقد فيها، وبيان صلاحيات أهل الحل والعقد، ودورهم في بيان أحكام الشريعة باعتبارهم ممثلين شرعيين لجمهور الأمة، ومعبرين عن رأيها العام في أمور الشريعة، وهذا يقتضي التعريف بأهل الحل والعقد وأهم أعمالهم.

أهل الحل والعقد كما يسميهم جمهور العلماء، أو أهل الاختيار كما يسميهم الماوردي وغيره، أو أهل الاجتهاد كما يسميهم البغدادي، أو هم جماعة معينة من فضلاء الأمة يوكل إليهم النظر في مصالحها الدينية والدنيوية ومنها مبايعة السلطان (ولي أمر المسلمين)، وهذه الجماعة لا تقوم بمبايعة الإمام أو تجديد البيعة له إلا نيابة عن الأمة جميعاً، فهم بمباشرتهم هذا الاختيار لا يمثلون أنفسهم، بل يمثلون الأمة كلها، ولهذا فإنه عند مبايعة أهل الحل والعقد للإمام تجب مبايعته والانقياد له على سائر أفراد الأمة

وقد بين العلماء أن أهل الحل والعقد هم: "العلماء والرؤساء، ووجوه الناس الذين يتيسر اجتماعهم"

ويرى الشيخ محمد رشيد رضا أن أهل الحل والعقد هم المقصودون بأولي الأمر في قوله تعالى: ﴿وَإِذَا

جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ ۗ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ

يَسْتَبْطِنُونَهُ مِنْهُمْ ۗ﴾ (liiv).

❖ المبحث الرابع: قصد الشارع من رسالة الإعلام وخصوصية الإعلام الإسلامي ومجالاته المشروعة في تشكيل الرأي العام:

- **المطلب الأول: قصد الشارع من رسالة الإعلام وخصوصية الإعلام الإسلامي في تشكيل الرأي العام:**
✓ أولاً: قصد الشارع من رسالة الإعلام :

إذا كان الهدف من العملية الإعلامية كلها هو "الإنسان"-أي: تسخير الرسائل والأساليب الإعلامية لإيصال فكرة معينة إلى المستقبل - سواء أكان فرداً أم جماعة أم شعباً، وإقناعه بها، ليحصل المرسل على الاستجابة التي خطتها، فإن الهدف من الرسائل السماوية كلها هو "هداية الإنسان" ليحيا على حق، ويكون على بينة، ويعيش في سعادة وأمن في هذه الدنيا، وينجو بنفسه يوم الآخرة، أي: إن مقصده تحقيق مصالح العباد ودرء المفسد والأضرار عنهم في العاجل والآجل^(iv).

- ✓ ثانياً: خصوصية الإعلام الإسلام في تشكيل الرأي العام:

يتميز الإعلام الإسلامي بخصائص، حتى يتمكن من بناء وتشكيل وعي إسلامي منضبط، هذه الخصائص تتمثل في الآتي:

- المعلومات السليمة.
- الحقائق الثابتة.
- الموضوعية.
- التعبير عن عقلية الجماهير واتجاهاتها وميولاتها.
- الوضوح (عكس الغموض).
- الصراحة؛ لأنها تُنفع القارئ أو المستمع أو المشاهد.
- الدقة.
- التوثيق، فيجب ذكر المصادر في كل حالة.
- الصدق.
- التنوير أو التثقيف.
- مخاطبة العقول لا الغرائز^(lvi).

- **المطلب الثاني: المجالات المشروعة للإعلام في تشكيل الرأي العام:**

لقد راعى النبي -صلى الله عليه وسلم- نفور الناس عن الدين، فترك بسببه أمراً مشروعاً هو من المصالح الشرعية المعتمدة التي لا بد أن تكون حاضرة في ذهن الفقيه في الترجيح، والسياسي في وضع السياسات والقوانين، والداعية في دعوته ونصحه، والمحتسب في إنكاره، والمربي في تربيته، فهي أصل مهم يراعي ما توول إليه الأمور فيكون فطناً بها مدركاً لآثارها، حتى لا ينقلب الفعل المشروع بسبب ذلك فساداً يزيد عن مصلحته.

وحين نستقرئ المجالات التي يمكن للإعلام إعمال هذه المصلحة فيها نجدها كثيرة، من أهمها:

1. إنكار الإعلام للمُنكّر وتغييره بفهم ضوابط الإنكار في الإسلام:

لا يخلو مجتمع من منكر على تفاوت في ذلك المنكر، وأياً كان فيترفق في الإنكار على الناس ويجتهد في اللين والرفق بهم، حتى لا يحصل نفورٌ يتسبب في مزيد تمسكٍ بهذا المنكر، أو الوقوع في منكرات أكبر، وهذا أصل معتبر عند أهل العلم، فمن ضوابط الإنكار في المنكرات أن لا يترتب على الإنكار منكر أعظم، وهو من الفقه في الدين، فالمقصد هو إصلاح الشخص فيجب مراعاة مثل هذا المعنى.

وقد ساق ابن القيم ما يقتضي مشروعية هذا المعنى، عند حديثه عن المنكرات، يقول: "فقد

كان رسول الله -صلى الله عليه وسلم- يرى بمكة أكبر المنكرات ولا يستطيع تغييرها ... خشية وقوع ما هو أعظم منه ... (lvii).

2. التوجيه إلى ترك بعض المستحبات والكمالات لمصلحة التآلف والاجتماع، وهذا أمر سار عليه

الأئمة رحمهم الله تعالى، ودعوا إليه. يقول شيخ الإسلام ابن تيمية - رحمه الله - شارحاً هذا المعنى مستدلاً بواقعة ترك بناء الكعبة: "يسوغ أيضاً أن يترك الإنسان الأفضل لتأليف القلوب واجتماع الكلمة خوفاً من التنفير عما يصلح، كما ترك النبي -صلى الله عليه وسلم- بناء البيت على قواعد إبراهيم لكون قريش كانوا حديثي عهد بالجاهلية، وخشي تنفيرهم بذلك ورأى أن مصلحة الاجتماع والاتلاف مقدّمة على مصلحة البناء على قواعد إبراهيم، وقال ابن مسعود لما أكمل الصلاة خلف عثمان وأنكر عليه فقيل له في ذلك فقال: الخلاف شر. ولهذا نصّ الأئمة كأحمد وغيره على ذلك بالبسملة وفي وصل الوتر وغير ذلك مما فيه العدول عن الأفضل إلى الجائز المفضل مراعاة اتلاف المأمومين أو لتعريفهم السنة وأمثال ذلك (lviii).

وقال في موضع آخر: "والمسلم قد يترك المستحب إذا كان في فعله فساد راجح على مصلحته، كما

ترك النبي -صلى الله عليه وسلم- بناء البيت على قواعد إبراهيم .. فترك النبي -صلى الله عليه وسلم- هذا الأمر الذي كان عنده أفضل الأمرين للمعارض الراجح، وهو حدثان عهد قريش بالإسلام لما في ذلك من التنفير لهم، فكانت المفسدة راجحة على المصلحة (lix).

ومن تطبيقات هذا عند بعض أهل العلم، ما ذكره ابن العربي عن نفسه في قراءة سجدة سورة الانشقاق: "قال ابن العربي: لما أمتت بالناس تركت قراءتها، لأني إن سجدت أنكره، وإن تركتها كان تقصيراً مني، فاجتبتها إلا إذا صليت وحدي، وهذا تحقيق وعد الصادق بأن يكون المعروف منكراً والمنكر معروفاً، وقد قال -صلى الله عليه وسلم- لعائشة: (لولا حدثان قومك بالكفر لهدمت البيت، ولرددته على قواعد إبراهيم) (lx).

3. بث تعليم الناس وما يتعلق بالفتوى:

فيراعي العالم أثناء ظهوره في الإعلام لتعليم الناس وموعظتهم وتوجيههم وما يتعلق بمسائل فتواهم ألا يكون شيء من ذلك سبباً في تفتيرهم عن الدين، وفي إيقاع الشر في نفوسهم بما يضر دينهم، ولهذا نبه الصحابة لهذا المعنى، قال علي رضي الله عنه: "حدثوا الناس بما يعرفون، أتحبون أن يكذب الله ورسوله؟"^(lxi)، وقال عبد الله بن مسعود: "ما أنت بمحدث قومًا حديثًا لا تبلغه عقولهم إلا كان لبعضهم فتنة"^(lxii).

فقد تقتضي مراعاة هذا المعنى ترك تحديث بعض الناس بأحكام أو فتاوى معينة إن خشي وقوع ضرر على دينهم بسببه، يقول ابن القيم شارحاً هذا المعنى: "فإن كان فيها نص أو إجماع فعليه تبليغه بحسب الإمكان، فمن سئل عن علم فكتمه ألجمه الله يوم القيامة بلجام من نار، هذا إذا أمن المفتي غائلة الفتوى، فإن لم يأمن غائلتها وخاف من ترتب شر أكثر من الإمساك عنها أمسك عنها ترجيحاً لدفع أعلى المفسدتين باحتمال أدناهما، ... وكذلك إن كان عقل السائل لا يحتمل الجواب عما سأل عنه وخاف المسؤول أن يكون فتنة له أمسك عن جوابه، قال ابن عباس -رضي الله عنهما- لرجل سأله عن تفسير آية: وما يؤمنك أي لو أخبرتك بتفسيرها كفرت به، أي: جحدته وأنكرته وكفرت به، ولم يرد أنك تكفر بالله ورسوله"^(lxiii).

4. سدّ ذرائع النفور عن الدين، وفتح الذرائع لقبوله:

ترك النبي -صلى الله عليه وسلم- أمراً مشروعاً مراعاة لعدم تفتير الناس عن دينهم، فهذا يقتضي أن من المشروع والمعتبر شرعاً توظيف الإعلام لكل ما من شأنه تحقيق هذا المقصد من سد كل ذريعة تضر بالدين، وتجعل الناس يتساهلون بأحكامه، وهو معنى معمول به في صور كثيرة، ومن ذلك: النهي عن التشبه لما في موافقة الظاهر من التأثير على الباطن. وفي مقابل ذلك: فتح الذرائع لتحبيب الناس في دينهم، وتحقيق الأحكام الشرعية، وهو معنى معتبر شرعاً، وله صور عدة، كإعطاء الزكاة للمؤلفة قلوبهم.

هذه بعض المجالات المشروعة للإعلام في تشكيل الرأي العام:

وليس بالضرورة أن تكون مشروعة لمقاصد غيرية، فقد تكون مجالات مشروعة لذاتها كارتكاب أدنى المفسدتين لدفع أعلاهما، كما قد يكون فعلاً مشروعاً في ذاته ليس فيه ترك الشيء، وإنما هو من قبيل المصالح المعتبرة في تأليف المسلمين وتقريبهم لدينهم.

❖ الخاتمة:

أولاً: نتائج البحث: توصل البحث إلى جملة من النتائج أبرزها:

1. لا تتفك العلاقة بين الإعلام وتشكيل الرأي العام، وكذا تأثير الرأي العام في الأحكام، والمبادئ الأخلاقية والقيم الإسلامية العميقة.
 2. اعتبر الإسلام الرأي العام، وحقق من خلال مراعاة هذا الاعتبار الكثير من المقاصد الشرعية لاسيما إذا تحققنا من جعله فاصلاً في تغيير كثير من السياسات، ومن أبرز القضايا، التوقف عن هدم الكعبة، وبناءها على قواعد إبراهيم، وكذا التعايش مع المناقنين.
 3. استهداء الإعلام بروح المواقف السياسية النبوية في اعتبار مقصد الرأي العام.
 4. لم يعد تشكيل الرأي العام ذا بعد سياسي بل أصبح اليوم مؤثر في تنزيل الأحكام، ومؤثراً على الأخلاق والقيم، لأنه النبض للمجتمع، وقد يتبنى المجتمع قضايا فاسدة بناء على تزيين الإعلام وتأثيره فيها.
 5. يكتسب الرأي العام أهمية بالغة في توجيه المجتمع وتنقيته من اللوثات الفاسدة، وهذا عن طريق وعي الإعلام الذي يتبنى قضايا الأمة.
 6. الإعلام الإسلامي المقنن بأنظمة الشرع سيتصدى للسيول الكبيرة والجارفة من الشبهات والتشويهات المتعمدة وغير المتعمدة التي تستهدف الرأي العام لتعطيل الأحكام، واختراق الأخلاق الإسلامية والقيم الدينية.
 7. عناية الإعلام بسمعة الإسلام، من خلال تقديم الحجج والبراهين التي تشرح محاسنه، وتجلي فضائله، وبذل كافة الجهود لإزالة الشكوك والشبهات والتشويهات التي توجه لرسالة الإسلام.
 8. مراعاة الإعلام لأفهام المخاطبين، ومستوياتهم، واتخاذ الأسلوب المناسب لئلا يكون لطريقة الخطاب أو زمانه ومكانه ما يؤدي للنفور عن الأحكام الشرعية والتعاليم الإسلامية، والأخلاق الدينية.
 9. تجنب المتصدرون في الإعلام من الدعاة والمرشدين حديث الناس أو إفتاؤهم ببعض الأحكام حين يترتب عليها مفسدة ظاهرة تربو على مصلحة تعليمهم.
- ثانياً: التوصيات: يوصي الباحث بما يأتي:
1. إنشاء منظومة متكاملة من القيم الأخلاقية لتسيير عمل الأجهزة الإعلامية في الوطن العربي والإسلامي.
 2. السيطرة القانونية على نشاط وسائل الإعلام في إطار مقاصد الشريعة الإسلامية.
 3. قونة الإعلام الحديث، لكونه ضاراً عند استخدامه.
 4. العمل على استحداث تخصصات ومواد دراسية في الجامعات وكراسي الدراسات العليا ومفردات في المدارس تتعلق بما ينبغي أن يكون عليه الإعلام لتشكيل الرأي العام وفق المقاصد الشرعية، حفاظاً على الأخلاق الإسلامية والقيم الدينية.

المصادر والمراجع:

1. أحكام القرآن - ابن العربي، محمد بن عبد الله بن العربي، دار الكتب العلمية، بيروت، ط / 3، 1424هـ.
2. استطلاعات الرأي العام على الانترنت- عامر ، الدكتور فتحي حسين عامر ، العربي للنشر والتوزيع ، 2013م. (د . ن) (د . ط) .
3. إعلام الموقعين عن رب العالمين - ابن القيم، محمد بن أبي بكر بن أيوب ابن قيم الجوزية أبو عبد الله، تحقيق: مشهور بن حسن آل سلمان أبو عبيدة، (د.ت)(د.ن)(د.ن).
4. الإعلام والدعاية نظريات وتجارب. - حاتم ، الدكتور: محمد عبد القادر حاتم، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة، 1972م ط / 1.
5. الإعلام والدعاية: حمزة - عبد اللطيف حمزة، دار الفكر العربي، القاهرة، ط / 2 ، 1398هـ، 1978م،
6. التنمية المستدامة والأمن الاقتصادي في ظل الديمقراطية وحقوق الإنسان - الطويل ، رواء زكي الطويل ، دار زهران للنشر والتوزيع ، 2010 م ، ط / 1.
7. الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله صلى الله عليه وسلم وسننه وأيامه = صحيح البخاري تأليف: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي تحقيق : محمد زهير بن ناصر الناصر نشر : دار طوق النجاة (مصورة عن السلطانية بإضافة ترقيم محمد فؤاد عبد الباقي)، 1422هـ، ط / 1.
8. حاشية السندي على صحيح البخاري - السندي، محمد بن عبد الهادي (السندي)، المكتبة الأزهرية خاص (994) ، د:ت.
9. الرأي العام - التهامي ، الدكتور مختار التهامي والدكتور عاطف عدلي العبد ، كلية الإعلام جامعة القاهرة- مصر - ، 2016م، ط / 1.
10. سيكولوجية الشائعة - ، النابلسي، الدكتور محمد أحمد النابلسي. مركز الدراسات النفسية - لبنان، 2004م ، ط / 1.
11. الشائعات - الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم -كابفيرير ، للمؤلف الفرنسي جان نويل كابفيرير ، وترجمة تانيا ناجيا - دار الساقى بيروت، 2001م.
12. شرح صحيح البخاري (ابن بطلال) - ابن بطلال، أبو الحسن علي بن خلف بن عبد الملك بن بطلال القرطبي تحقيق: ياسر بن إبراهيم - إبراهيم الصبيحي، مفرس على العناوين الرئيسية، مكتبة الرشد.
13. شرح صحيح مسلم، - النووي ، محيي الدين يحيى بن شرف النووي ، دار إحياء التراث العربي، ط2، 1392هـ.

14. شرح مسند الشافعي - الرافعي، أبو القاسم عبد الكريم بن محمد الرافعي، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، قطر، ط1، 1428 هـ.
15. الصارم المسلول على شاتم الرسول (ت: عبد الحميد) - ابن تيمية، أحمد بن عبد الحلیم بن عبد السلام بن تيمية الحراني أبو العباس تقي الدين، تحقيق: محمد محي الدين عبد الحميد، الحرس الوطني السعودي، 1403 - 1983م.
16. العلاقات العامة- عبد الرحيم، لدكتور محمد عبد الله عبد الرحيم، دار التأليف، القاهرة، 1982م، ط / 1.
17. العلاقات العامة- المبادئ والتطبيق - خير الدين، حسن محمد خير الدين، مكتبة عين شمس، القاهرة، ط / 1973، 1م.
18. العلاقات العامة والمجتمع - إمام، الدكتور إبراهيم إمام، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1900م ط / 1م
19. فتح الباري شرح صحيح البخاري- ابن حجر، أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل العسقلاني الشافعي، دار المعرفة - بيروت، 1379، رقم كتبه وأبوابه وأحاديثه: محمد فؤاد عبد الباقي قام بإخراجه وصححه وأشرف على طبعه: محب الدين الخطيب، عليه تعليقات العلامة: عبد العزيز بن عبد الله بن باز.
20. كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب - الحضيف، للدكتور محمد عبد الرحمن الحضيف، مكتبة العبيكان، الرياض، 1998م، ط / 1.
21. مجلة "هدى الإسلام" بحث - يوسف، أ. محمد خير رمضان يوسف وزارة الأوقاف بالأردن، (1417 هـ)، وينظر <http://www.alukah.net/culture/0/77296>
22. مجموع فتاوى شيخ الإسلام أحمد بن تيمية (مجموع الفتاوى) - ابن تيمية، أحمد بن عبد الحلیم بن تيمية، وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد السعودية - مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، 1425 هـ - 2004م. ()
23. محاضرة تعاون الدعاة وأثره- ابن عثيمين، محمد بن صالح بن عثيمين، المكتبة الشاملة.
24. المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز (تفسير ابن عطية)- ابن عطية، عبد الحق بن غالب بن عطية الأندلسي أبو محمد، تحقيق: عبد السلام عبد الشافي محمد، دار الكتب العلمية، 1422 - 2001، ط / 1. تفسير التحرير والتنوير - ابن عاشور، محمد الطاهر بن عاشور، الدار التونسية للنشر، د: ت.
25. مدخل إلى الرأي العام - مراد، الدكتور كامل خورشيد مراد، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 201م0، ط / 1.

26. مدخل الى دراسة العلاقات العامة والإعلان - الشمري، الدكتور محمد مرضي الشمري، : مكتبة بغداد ، 2116م، ط/ 1.
27. المفهم لما أشكل من تلخيص كتاب مسلم -القرطبي، أبو العباس أحمد بن عمر بن إبراهيم القرطبي، تحقيق: محي الدين ديب مستو - أحمد محمد السيد - يوسف علي بديوي - محمود إبراهيم بزال، مفهرس على العناوين الرئيسية، دار ابن كثير 1417 هـ - 1996م ، ط/ 1 .
28. المنتقى شرح الموطأ - الباجي، أبو الوليد سليمان بن خلف الباجي، مطبعة السعادة، ط 1، 1432 هـ.
29. المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج - النووي، أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي (المتوفى: 676هـ)، دار إحياء التراث العربي - بيروت ط/ 2، 1392 هـ.
30. الموافقات - الشاطبي، إبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي الغرناطي الشهير بالشاطبي تحقيق: أبو عبيدة مشهور بن حسن آل سلمان، دار ابن عفان، 1417 هـ/ 1997م، ط / 1، 1 / 25.
31. نظرية الرأي العام - سميسم ، الدكتور حميدة سميسم: ، بغداد، دار الشؤون الثقافية، 2006م، ط/ .
- ينظر مقال : أبرز تعريفات الرأي العام بقلم حسني الخطيب. -<https://www.almjhar.com/ar/sy/ArtView/522/61831>

الحواشي:

- (i) الموافقات- الشاطبي، إبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي الغرناطي الشهير بالشاطبي تحقيق: أبو عبيدة مشهور بن حسن آل سلمان، دار ابن عفان، 1417هـ / 1997م، ط / 1، 1 / 25.
- (ii) إعلام الموقعين عن رب العالمين - ابن القيم، محمد بن أبي بكر بن أيوب ابن قيم الجوزية أبو عبد الله، تحقيق: مشهور بن حسن آل سلمان أبو عبيدة، (د. ت.) (د. ن.)، 1 / 219.
- (iii) فاطر : 10.
- (iv) الإعلام والدعاية؛ حمزة - عبداللطيف حمزة، دار الفكر العربي، القاهرة، ط / 2، 1398هـ، 1978م، (ص: 76).
- (v) كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب - الحضيف، للدكتور محمد عبد الرحمن الحضيف، مكتبة العبيكان، الرياض، 1998م، ط / 1 (ص32-33).
- (vi) الإعلام والدعاية نظريات وتجارب. - حاتم، الدكتور: محمد عبد القادر حاتم، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1972م ط / 1 (ص123).
- (vii) ينظر مقال: أبرز تعريفات الرأي العام بقلم حسني الخطيب، وقد أورد في المقال تسعة عشر تعريفاً.
- <https://www.almjhar.com/ar-sy/ArtView/522/61831>
- كما أورد ما حدده الدكتور سمير حسين من القواعد الأساسية المرتبطة بالرأي العام والمؤثرة فيه وهي:
- 1-الرأي العام هو مجموع آراء الناس ووجهة نظرهم في الحياة.
 - 2-الرأي العام فيه وجهات نظر وتيارات مختلفة وأفكار متعددة ولكل تيار حجته.
 - 3-الرأي العام له أثره في الحياة السياسية وهذا يؤدي لتطور الحياة الاجتماعية.
 - 4-يتمتع الرأي العام بحساسية عالية تجاه الأحداث العامة.
 - 5-الرأي العام يتأثر بالعوامل الاقتصادية والثقافية والتربوية وحياة الجماعة وموقف الفرد منها .
 - 6-الرأي العام ديناميكي أي دائم الحركة والتبدل والتطور.
 - 7-الرأي العام نتاج اجتماعي لعملية اتصال وتأثير متبادل بين الجماعات والأفراد.
- viii) (الرأي العام - التهامي، الدكتور مختار التهامي والدكتور عاطف عدلي العبد، كلية الإعلام جامعة القاهرة- مصر - ط/ 1، 2016م، (ص: 18).
- (ix) العلاقات العامة- المبادئ والتطبيق - خير الدين، حسن محمد خير الدين، مكتبة عين شمس، القاهرة، ط / 1973، 1م، (ص: 46).

- (x) العلاقات العامة والمجتمع - إمام ، الدكتور إبراهيم إمام، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1900م ، ط / 1م. (ص: 53).
- (xi) العلاقات العامة- عبد الرحيم ، لدكتور محمد عبد الله عبد الرحيم ، دار التأليف ، القاهرة ، 1982م ، ط / 1 (ص : 62).
- (xii) مدخل إلى الرأي العام - مراد ، الدكتور كامل خورشيد مراد ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان، 201م، ط / 1 (ص82-83).
- (xiii) مدخل الى دراسة العلاقات العامة والإعلان - الشمري، الدكتور محمد مرضي الشمري ، : مكتبة بغداد ، 2116م، ط / 1 (ص : 143).
- (xiv) استطلاعات الرأي العام على الانترنت- عامر ، الدكتور فتحي حسين عامر ، العربي للنشر والتوزيع ، 2013م. (د . ن) (د . ط) (ص : 85).
- (xv) التنمية المستدامة والأمن الاقتصادي في ظل الديمقراطية وحقوق الإنسان - الطويل ، رواء زكي الطويل ، دار زهران للنشر والتوزيع ، 2010 م ، ط / 1 - ، (ص : 241).
- (xvi) الشائعات - الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم - كافييرير ، للمؤلف الفرنسي جان نويل كافييرير ، وترجمة تانيا ناجيا - دار الساقى بيروت، 2001م، (ص : 143).
- (xvii) سيكولوجية الشائعات - ، النابلسي، الدكتور محمد أحمد النابلسي مركز الدراسات النفسية - لبنان، 2004م ، ط / 1 ، (ص : 52).
- (xviii) نظرية الرأي العام - سميسم ، الدكتور حميدة سميسم: ، بغداد، دار الشؤون الثقافية، 2006م، ط / 4 ، (ص : 60).
- (xix) أخرجه البخاري برقم (4905) (154/6) لجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله صلى الله عليه وسلم وسننه وأيامه = صحيح البخاري تأليف: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي تحقيق : محمد زهير بن ناصر الناصر نشر : دار طوق النجاة (مصورة عن السلطانية بإضافة ترقيم محمد فؤاد عبد الباقي) ط / 1 ، 1422هـ.
- (xx) أخرجه البخاري برقم (4905) ومسلم برقم (2584) ، واللفظ له من رواية جابر ابن عبد الله.
- (xxi) أخرجه مسلم برقم (1063) ، وأخرجه البخاري من دون هذه الزيادة برقم (3138) و(3610)
- (xxii) أخرجه البخاري برقم (3610) (200/4)
- (xxiii) أخرجه الطبراني برقم (8100) ، وأصله بدون هذه الزيادة في صحيح مسلم برقم (2779).
- (xxiv) المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز (تفسير ابن عطية)- ابن عطية ، عبد الحق بن غالب بن عطية الأندلسي أبو محمد ، تحقيق: عبد السلام عبد الشافي محمد، دار الكتب العلمية، 1422 - 2001م، ط / 1 ، 83/1.

- (xxv) تفسير التحرير والتنوير - ابن عاشور، محمد الطاهر بن عاشور، الدار التونسية للنشر، د: ت، 267/10.
- (xxvi) مجموع فتاوى شيخ الإسلام أحمد بن تيمية (مجموع الفتاوى) - ابن تيمية، أحمد بن عبد الحلیم بن تيمية، وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد السعودية - مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، 1425هـ - 2004م، 423/7.
- (xxvii) حاشية السندي على صحيح البخاري - السندي، محمد بن عبد الهادي السندي، المكتبة الأزهرية، (د:ت)، (د. ط) 28/3.
- (xxviii) الصارم المسلول على شاتم الرسول (ت: عبد الحميد) - ابن تيمية، أحمد بن عبد الحلیم بن عبد السلام بن تيمية الحراني أبو العباس تقي الدين، تحقيق: محمد محي الدين عبد الحميد، الحرس الوطني السعودي، 1403 - 1983م، 243/1.
- (xxix) نفسه: 362/1.
- (xxx) أخرجه البخاري، في باب ما يجوز من اللهو، برقم: ١٥٨٤، ومسلم، في باب جدر الكعبة وبابها، برقم: 401.
- (xxxi) أخرجه البخاري، باب من ترك بعض الاختيار مخافة أن يقصر فهم الناس عنه فيقعوا في أشد منه، برقم: 126.
- (xxxii) فتح الباري شرح صحيح البخاري - ابن حجر، أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل العسقلاني الشافعي، دار المعرفة - بيروت، 1379، رقم كتبه وأبوابه وأحاديثه: محمد فؤاد عبد الباقي قام بإخراجه وصححه وأشرف على طبعه: محب الدين الخطيب، عليه تعليقات العلامة: عبد العزيز بن عبد الله بن باز، (443/3).
- (xxxiii) المنتقى شرح الموطأ - الباجي، أبو الوليد سليمان بن خلف الباجي، مطبعة السعادة، ط 1، 1432 هـ، 282/2.
- (xxxiv) شرح صحيح مسلم - النووي، محيي الدين يحيى بن شرف النووي، دار إحياء التراث العربي، ط 2، 1392 هـ، 89/9.
- (xxxv) محاضرة تعاون الدعاة وأثره - ابن عثيمين، محمد بن صالح بن عثيمين، المكتبة الشاملة، ص 25.
- (xxxvi) شرح مسند الشافعي - الرافعي، أبو القاسم عبد الكريم بن محمد الرافعي، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، قطر، ط 1، 1428 هـ، 348/2.
- (xxxvii) شرح صحيح البخاري (ابن بطلال) - ابن بطلال، أبو الحسن علي بن خلف بن عبد الملك بن بطلال القرطبي تحقيق: ياسر بن إبراهيم - إبراهيم الصبيحي، فهرس على العناوين الرئيسية، مكتبة الرشد 205/1.

- (xxxviii) المفهم لما أشكل من تلخيص كتاب مسلم - القرطبي، أبو العباس أحمد بن عمر بن إبراهيم القرطبي، تحقيق: محي الدين ديب مستو - أحمد محمد السيد - يوسف علي بديوي - محمود إبراهيم بزال، مفهرس على العناوين الرئيسية، دار ابن كثير 1417 هـ - 1996 م، ط / 1، 438-437 / 3.
- (xxxix) المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج - النووي، أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي (المتوفى: 676هـ)، دار إحياء التراث العربي - بيروت ط / 2، 1392 هـ، 89/9.
- (xl) البرهان في أصول الفقه: الجويني (1 / 206).
- (xli) النحل: 9.
- (xlii) فاطر: 32.
- (xliii) لسان العرب - ابن منظور (3 / 96)، مختار الصحاح - الرازي، (2 / 24)، المصباح المنير - الفيومي (260).
- (xliv) لاجتهاد المقاصدي حجيته ضوابطه مجالاته - نور الدين بن مختار الخادمي - رئاسة المحاكم الشرعية والشؤون الدينية - في دولة قطر - 1419 هـ - 1998 م - (38).
- (xlv) النساء: 93
- (xlvi) أخرجه البخاري (فتح الباري 1 / 158) ومسلم (3 / 1305 - 1306) من حديث أبي بكر، واللفظ المذكور لمسلم ..
- (xlvii) المائة: 90.
- (xlviii) الإسراء: 23.
- (xlix) النساء: 92.
- (l) النحل: 90.
- (li) المائة: 2.
- (lii) آل عمران 104.
- (liii) أخرجه البخاري - كتاب الشركة - باب هل يقرع في القسمة والاستهام فيه - (3 / 139) - رقم 2493.
- (liv) النساء 83.
- (lv) مجلة "هدى الإسلام" بحث - يوسف، أ. محمد خير رمضان يوسف وزارة الأوقاف بالأردن، 40 / 7 (1417 هـ)، وينظر: <http://www.alukah.net/culture/0/77296>
- (lvi) مجلة "هدى الإسلام" بحث - يوسف، أ. محمد خير رمضان يوسف، وزارة الأوقاف بالأردن 40 / 7 (1417 هـ)

- (lvii) إعلام الموقعين عن رب العالمين – ابن القيم، محمد بن أبي بكر بن أيوب ابن قيم الجوزية أبو عبد الله، تحقيق: مشهور بن حسن آل سلمان أبو عبيدة، (د.ت)(د.ت)(د.ن) 3/3.
- (lviii) مجموع فتاوى شيخ الإسلام أحمد بن تيمية (مجموع الفتاوى) – ابن تيمية، أحمد بن عبد الحليم بن تيمية، وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد السعودية - مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، 1425هـ - 2004م،
166 / 2.
- (lix) نفسه ، 351/2.
- (lx) أحكام القرآن – ابن العربي، محمد بن عبد الله بن العربي، دار الكتب العلمية، بيروت، ط / 3، 1424هـ، 4 / 370-369.
- (lxi) أخرجه البخاري في الصحيح معلقاً، برقم: 127
- (lxii) أخرجه مسلم في مقدمة صحيح مسلم، 9 / 1
- (lxiii) إعلام الموقعين عن رب العالمين – ابن القيم، محمد بن أبي بكر بن أيوب ابن قيم الجوزية أبو عبد الله، تحقيق: مشهور بن حسن آل سلمان أبو عبيدة، (د.ت)(د.ت)(د.ن)، 4 / 120.