



مَجَلَّةُ الْعُلَمَاءِ وَالشَّعْرَةِ

مجلة علمية دورية محكمة

العدد الثاني والثمانون محرم 1448هـ يوليو 2026م
الجزء الثالث

الاحتجاج للقراءات الفرشية المتواترة بالقراءات الشاذة في كتاب الدرة الفريدة
في شرح القصيدة للمنتجب الهمداني (ت643هـ)
"من أول سورة الأحزاب إلى آخر القرآن"
د. عبد الله بن سلطان بن مسلط العصيمي

حديث: «أوتيت القرآن ومثله معه» رواية ودراية - دراسة تحليلية
د. منى بنت حسين بن أحمد آل ضيف الله الأنسي

واقعية ابن تيمية النقدية حول علاقة العقل بالنقل في سياق الجدل
التيمي الأشعري- قراءة تحليلية
د. عبد الله بن نافع الدعجاني

مسائل في مفهوم القلب
حمزة جاد الله عبد الله رجوب و أ. د. محمد مطلق محمد عساف

الهوية الوطنية بين عولمة الثقافة الاستهلاكية وقيم الإسلام
د. علي دخيل الله دخيل الصاعدي

أعضاء هيئة التحرير

أ. د. عادل بن مبارك المطيرات

الأستاذ في قسم الفقه المقارن والسياسة الشرعية بكلية
الشريعة والدراسات الإسلامية- جامعة الكويت

أ. د. علي ساموه

أستاذ الحديث - كلية العلوم الإسلامية
جامعة الأمير سونكلا - فطاني- تايلاند

أ. د. بكر زي عوض

الأستاذ في قسم الدعوة - جامعة الأزهر- القاهرة

أ. د. عبد العزيز بن ناصر التميمي

الأستاذ في قسم الفقه المقارن بالمعهد العالي للقضاء
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ. د. حسين عبد العال حسين محمد

أستاذ التفسير وعلوم القرآن - جامعة الأزهر- أسبوط

د. عبد الحميد عشاق

الأستاذ في قسم الفقه - جامعة القرويين - المغرب

أ. د. أحمد بن عبد العزيز السيد

أستاذ أصول الفقه - جامعة البحرين

أ. د. كنعان موستيش

الأستاذ في كلية الدراسات الإسلامية- جامعة سرايفو

د. حسام بن محمد الرثيع

أمين تحرير مجلة العلوم الشرعية- عمادة البحث العلمي
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المشرف العام:

الأستاذ الدكتور / أحمد بن سالم العامري

معالي رئيس الجامعة

نائب المشرف العام:

الدكتور / نايف بن محمد العتيبي

وكيل الجامعة للدراسات العليا والبحث العلمي

رئيس التحرير:

الأستاذ الدكتور / محمد بن حسن آل الشيخ

الأستاذ في قسم الفقه بكلية الشريعة

مدير التحرير:

الدكتور / محمد بن عبد الله المديميغ

الأستاذ المساعد في قسم الفقه بكلية الشريعة

♦♦ التعريف بالمجلة: ♦♦

مجلة علمية فصلية محكمة متخصصة، تصدر عن عمادة البحث العلمي بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، أربع مرات في السنة، وتعنى بنشر الدراسات والبحوث الأصيلة والرصينة التي تتوافر فيها مقومات البحث العلمي من حيث أصالة الفكر وجِدْته، ووضوح المنهجية وسلامتها، ودقة التوثيق والإحالات، المتعلقة بمجالات العلوم الشرعية من عقيدة وتفسير وحديث وفقه وأصول فقه وقواعد فقهية ودعوة وثقافة إسلامية وسياسة شرعية وما إلى ذلك مما يندرج تحت العلوم الشرعية.

الرؤية:

مجلة علمية رائدة تُعنى بنشر النتاج العلمي للباحثين والدارسين في شتى مجالات العلوم الشرعية.



الرسالة:

تسعى المجلة لتصبح مرجعاً علمياً للباحثين والدارسين في العلوم الشرعية، من خلال تحكيم البحوث العلمية ونشرها، ذات الأصالة والتميز والجِدَّة، وفق معايير مهنية عالية متميزة، وتحقيق التواصل العلمي لأعضاء هيئة التدريس والباحثين في علوم الشريعة.



الأهداف:

تتبنى مجلة العلوم الشرعية هدفاً عاماً هو: نشر البحوث الجيدة والمتميزة، والتي تعمل على إثراء علوم الشريعة والإسهام في النهوض بالبحث في العلوم الشرعية، وتحديدًا فإن المجلة تهدف إلى تحقيق ما يلي:

1. الإسهام في إثراء العلوم الشرعية والمكتبة الشرعية من خلال نشر البحوث والدراسات في شتى تخصصات علوم الشريعة.
2. إتاحة الفرصة للدارسين والباحثين والمفكرين في مجالات العلوم الشرعية بنشر نتائجهم العلمي والبحثي.
3. تبادل الإنتاج العلمي والمعرفي على المستوى الإقليمي والعالمي.
4. تسليط الضوء على النتاج العلمي المتميز وإبراز الاتجاهات البحثية الجديدة في مجالات العلوم الشرعية.
5. إدراج المجلة ضمن التصنيفات العالمية للمجلات.

قواعد النشر:

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

أولاً : يشترط في البحث ليقبل للنشر في المجلة:

- أن يتسم بالأصالة والابتكار، والجدة العلمية، والمنهجية، والسلامة من الاتجاهات والأفكار المنحرفة.
- أن لا يكون قد سبق نشره، وأن لا يكون مستلماً من بحث أو رسالة أو كتاب، سواء كان ذلك للباحث نفسه، أو لغيره .
- أن لا يقل متوسط درجة تحكيمه عن 80% وأن لا تقل درجة المحكم الواحد عن 75% .
- أن يتم تعديل الملحوظات الواردة من المحكمين في مدة لا تتجاوز (20) يوماً.
- أن يكون في تخصص المجلة.

ثانياً : يشترط عند تقديم البحث:

- تعبئة نموذج طلب النشر المتضمن لإقرار الباحث بامتلاكه لحقوق الملكية الفكرية للبحث كاملاً، والتزامه بعدم نشر البحث إلا بعد موافقة خطية من هيئة التحرير، أو مضي خمس سنوات على نشره. ألا تزيد صفحات البحث عن (50) صفحة مقاس (A4) .
- أن يكون بنط المتن (17) Traditional Arabic، والهوامش بنط (13) وأن يكون تباعد المسافات بين الأسطر (مفرد).
- يقدم الباحث نسخاً إلكترونية، مع ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية، لا تزيد كلماته عن مائتي كلمة، على أن يتضمن: عنوان البحث، واسم الباحث، والجامعة، والكلية، والقسم العلمي.
- أن تكون المراجع مرومنة.
- أن تكون الآيات القرآنية مكتوبة بخط المصحف النبوي الشريف من مصحف مجمع الملك فهد بالمدينة.
- تقديم البحث يتم عن طريق منصة المجلات العلمية على الرابط (<https://imamjournals.org>)

ثالثاً: التوثيق:

- توضع هوامش كل صفحة أسفلها على حدة.
- يُلحق بآخر البحث فهرس المصادر والمراجع باللغة العربية، ونسخة منها بالأحرف اللاتينية (الزئمنة).
- توضع نماذج من صور المخطوط المحقق في مكانها المناسب.
- ترفق جميع الصور والرسومات المتعلقة بالبحث، على أن تكون واضحة جلية .

رابعاً: 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 .

خامساً: تُحْكَم البحوث المقدمة للنشر في المجلة من قبل اثنين من المحكمين على الأقل.

سادساً: التحكيم في المجلة خاضع للسرية التامة

سابعاً: الآراء الواردة في البحوث المنشورة تعبر عن قناعة الباحث، ولا تعبر بالضرورة عن رأي المجلة.

سياسة النشر في مجلة العلوم الشرعية: —————

1. تُستقبل المجلةُ البحوثُ في التخصصات التي تنتمي إليها، على مدار العام، من خلال منصة المجلات العلمية imamjournals.org ما عدا إجازة الصيف.
2. يجبُ على الباحث الإقراؤُ بأن العمل العلميُّ المقدمُ أصيلاً، ولم يتقدم به إلى أي وعاء نشرٍ آخر؛ إذ يُعدُّ تقديم البحث إلى أكثر من وعاء نشر في وقت واحد سلوكاً منافياً لأخلاقيات البحث العلمي.
3. يخضع البحثُ للفحص الأولي من خلال لجنةٍ من هيئة التحرير للتأكد من استيفائه للمتطلبات، والتزامه بأخلاقيات البحث العلمي، وأهليته للتحكيم، وقد ترى اللجنةُ صلاحيته للتحكيم وقد ترى رفضه، دون التزام بإبداء مسوغات لذلك.
4. يُبلِّغ الباحثُ بصلاحية بحثه للتحكيم أو عدم صلاحيته في مدة لا تزيد عن أسبوع غالباً منذ وصول بحثه.
5. يحال البحثُ لمحكمين اثنين من ذوي الاختصاص العلمي والمهارة البحثية، فإن قبل الباحثُ أجزراً، وإن اختلفا في الحكم؛ يرسل البحثُ إلى محكم ثالث مرَّجَّح، أو تفصيلُ فيه الهيئة بما تراه مناسباً.
6. تحكيم البحوث خاضع للسرية التامة، بعدم الإفصاح عن أسماء الباحثين أو المحكمين.
7. يُطلب من المحكم إبداء رأيه في البحث كتابةً وفق عناصر محددة، منها: وضوح أهداف البحث، مطابقة العنوان للمضمون، استيفاء المادة العلمية، العمق العلمي للبحث، الإضافة العلمية في مجال التخصص، الأمانة العلمية.
8. يلتزم المحكم بالاعتذار عن التحكيم إذا رأى أن البحث لا يناسب تخصصه الدقيق، أو أن وقته لا يتسع للتحكيم.
9. يستغرق تحكيم البحث من تاريخ وروده مدة لا تزيد غالباً عن شهر.
10. يلتزم المحكم بأن تكون ملاحظاته موجهة إلى البحث لا إلى شخصية الباحث، وأن يذكر فيها نقاط قوة البحث ونقاط ضعفه، والملاحظات التفصيلية، وفق نموذج التحكيم المعتمد.
11. تحتفظ هيئة التحرير بأسباب الرفض أحياناً في حال تم رفض البحث.
12. لا يحق لصاحب البحث المرفوض أن يتقدم به مرة أخرى إلى المجلة ولو أجرى عليه تعديلات.
13. الأولوية في النشر للبحوث وفق تاريخ قبولها في المجلة، ولهيئة التحرير الحق في الاستثناء من ذلك.
14. يحق لهيئة التحرير إجراء تعديلات شكلية على البحث بما يتناسب مع نمط النشر في المجلة.
15. البحوث المنشورة في المجلة تمثل رأي الباحث ولا تمثل رأي الجامعة، ولا هيئة التحرير، ولا يتحملان أي مسؤولية قانونية ترد على هذه البحوث.
16. تؤوّل كل حقوق النشر للمجلة لمدة خمس سنوات من تاريخ قبول البحث، ولا يجوز للباحث نشر البحث قبل مضي هذه المدة في أي منفذٍ نشرٍ آخر ورقياً أو إلكترونياً دون موافقة رئيس هيئة التحرير.
17. تُنشُر المجلةُ رقمياً عبر منصة المجلات العلمية لجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
18. تلتزم المجلة باحترام حقوق الملكية الفكرية للباحثين، وبما يمنع الاعتداء على أفكار الآخرين بأي شكل من الأشكال.
19. لهيئة تحرير المجلة الحق في حذف البحث أو جزء منه بعد نشره، إذا وجدت فيه ما يستدعي ذلك.
20. تتيح المجلة الوصول المجاني لكافة البحوث المقبولة لديها بعد نشرها على منصة المجلات العلمية، مساهمة منها في نشر العلم وتعزيز التواصل البحثي مع المهتمين.

الهوية الوطنية بين عولمة الثقافة الاستهلاكية وقيم الإسلام

إعداد:

د. علي دخيل الله دخيل الصاعدي

الأستاذ المشارك بقسم الدعوة والثقافة الإسلامية في كلية العقيدة والدعوة

الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة - المملكة العربية السعودية

National Identity between Globalized Consumer Culture and Islamic Values

Prepared by:

Dr. Ali Dakhil Allah Dakhil Al-Saedi

Associate Professor, Department of Da'wah and Islamic Culture,

College of Creed and, Da'wah, Islamic University of Madinah

Madinah - Kingdom of Saudi Arabia

aalsaedi@ut.edu.sa

تاريخ قبول البحث

٢٠٢٦/٢/٤ - ١٤٤٧/٨/١٦ هـ

تاريخ ورود البحث

٢٠٢٦/١/١٩ - ١٤٤٧/٧/٣٠ هـ

ملخص البحث:

تناولت هذه الدراسة الهوية الوطنية بين عولمة الثقافة الاستهلاكية وقيم الإسلام، وهدف إلى تحليل أثر الثقافة الاستهلاكية على الهوية الوطنية، ودراسة العلاقة بين الهوية الوطنية وثقافة الاستهلاك العولمية، وإبراز دور القيم الإسلامية في مواجهة النزعة الاستهلاكية وحماية الوعي الوطني، واستخدم الباحث فيها المنهج التحليلي الوصفي والمنهج الاستقرائي، وتوصل إلى نتائج التي من أبرزها: تستمد الهوية الوطنية قيمتها وشرعيتها من الإسلام، فهو الأساس المعرفي والأخلاقي والاجتماعي للهوية، وأي مشروع وطني يتجاهل البعد الإسلامي هو مشروع ناقص وغير منسجم مع طبيعة المجتمع. كما أن الثقافة الاستهلاكية العالمية تضغط على الهويات الضعيفة، وتستقوي عليها، لكنها لا تؤثر في الهويات الراسخة، أما الهوية الإسلامية فالأمر فيها مختلف بناءً على تميزها وقوتها وأصالتها؛ فإنها تمنح الفرد المسلم والمجتمع المسلم مناعة قيمة أمام الغزو الثقافي. ويكاد التصدير لثقافة الاستهلاك أن يسلب ثقافات بعض بلدان المسلمين خصائصها ومميزاتها، ويضعف ممانعتها الثقافية بهوية الوطن ذاته، وأصبحت تنسخ الثقافات والأنماط الغربية بشعاراتها، وهذه تمثل ضغوطاً عميقة على هوية الشخصية المسلمة، حتى يجد نفسه متأثراً معها، ويقلد العادات الغربية. وأوصى الباحث المهتمين والباحثين بدراسات متفرقة تتناول جزئيات محددة من تأثير وأثر ثقافة الاستهلاك على فئات محددة في المجتمع، مثل المرأة، وأصحاب الدخل المحدود، والمثقفين في المجتمع.

كلمات مفتاحية: الهوية، الوطنية، العولمة، الثقافة، الاستهلاك، القيم.

Abstract

This study examines national identity in the context of globalized consumer culture and Islamic values. It aims to analyse the impact of consumer culture on national identity, explore the relationship between national identity and global consumer culture, and highlight the role of Islamic values in countering consumerist tendencies and safeguarding national awareness. The study adopts both the descriptive-analytical and inductive approaches.

The findings reveal that national identity derives its value and legitimacy from Islam, which serves as its epistemological, ethical, and social foundation. Any national project that overlooks the Islamic dimension remains incomplete and inconsistent with the nature of Muslim societies. The study also finds that global consumer culture exerts pressure on weaker identities, while firmly rooted identities remain resilient. Islamic identity possesses distinctive strength and authenticity that provide both individuals and societies with value-based immunity against cultural invasion.

Furthermore, the promotion of consumer culture has, in some Muslim societies, contributed to the erosion of cultural specificity and weakened cultural resistance, leading to the imitation of Western lifestyles and patterns. This, in turn, imposes profound pressures on the identity of Muslim individuals, often resulting in the adoption of foreign cultural norms.

The study recommends that researchers conduct specialized studies addressing the specific effects of consumer culture on particular social groups, such as women, low-income populations, and intellectuals within society.

Keywords: Identity; National Identity; Globalization; Culture; Consumerism; Values.

مُقَدِّمَةٌ

إِنَّ الحمد لله نحمده ونستعينه، ونستغفره، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا، من يهده الله فلا مضلَّ له، ومن يُضلل فلا هادي له، وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له، وأشهد أنَّ محمدًا عبده ورسوله. قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ تُقَاتِهِ وَلَا تَمُوتُنَّ إِلَّا وَأَنتُمْ مُسْلِمُونَ﴾ [آل عمران: ١٠٢] ثم أما بعد:

في ظل التغيرات المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم، ثقافيًا، واجتماعيًا، واقتصاديًا، وسياسيًا، برزت قضية الهوية والانتماء كأحد أبرز التحديات التي تواجه المجتمعات المعاصرة، لا سيما المجتمع المسلم. فقد أصبحت مفاهيم الهوية الوطنية أمام اختباراتٍ غير عادية، لا سيما مقابل العولمة الثقافية والاقتصادية، والتي تستهدف الهوية الوطنية من خلال تحدياتٍ عديدة، يأتي في مقدمتها ثقافة الاستهلاك.

ومن جهةٍ أخرى؛ فإن الهوية الوطنية تُعدُّ إحدى الركائز الأساسية التي تتشكل منها شخصية الفرد وكيان المجتمع؛ إذ تُمثل الإطار الذي تنتظم فيه منظومة القيم والسلوكيات والانتماءات المشتركة، التي تحفظ للأمة تماسكها وتوازنها الحضاري.

وفي ظل التحولات العالمية المتسارعة، برزت العولمة الثقافية بوصفها ظاهرة عميقة التأثير في بنية المجتمعات، لاسيما حين تتجلى في صورتها الاستهلاكية التي تسعى لصناعة أنماط موحَّدة من السلوك والذوق والقيم، تُفرض غالبًا إلى إضعاف الانتماء الوطني، وتفكيك الروابط الثقافية الأصيلة، وإعادة تشكيل الفرد والمجتمع وفق منطق السوق، لا وفق منطق القيم.

وقد أسهم اتساع المجال الرقمي، وانفتاح المجتمعات على تدفقات هائلة من المنتجات الرمزية والإعلامية، في تعميق تحديات الثقافة الاستهلاكية، التي باتت تمثل أحد أخطر التحديات التي تواجه الهوية الوطنية في الدول الإسلامية. فهذه الثقافة لا تكتفي بتغيير سلوك المستهلك ونمط حياته، بل تتجاوز ذلك إلى التأثير في منظومة إدراكه للعالم، ومعايير الأخلاقية، وتفضيلاته، ودرجة التزامه بقيم الانتماء والولاء للوطن.

في المقابل، تمتلك المجتمعات الإسلامية رصيداً ثرياً من القيم الإسلامية التي تشكل مرجعاً أصيلاً وحصناً منيعاً في مواجهة التحديات الثقافية الوافدة. فالإسلام بمنظومته العقدية والخلقية والاجتماعية يُرسّخ قيم الوسطية، والاعتدال، والعمل، والإنتاج، والتكافل، والتوازن بين حاجات الجسد والروح، وهو ما يمنح الهوية الوطنية قدرةً أكبر على الصمود أمام ضغوط العولمة الاستهلاكية. وتُعد هذه القيم إطاراً فاعلاً في توجيه اختيارات الفرد، وترشيد استهلاكه، وتعزيز وعيه النقدي تجاه الثقافة الاستهلاكية الوافدة.

وتأتي القيم الإسلامية -باعتبارها مرجعاً حضارياً راسخاً- لتشكيل سداً منيعاً أمام هذا التحدي. فهي قيم تُعلي من شأن الإنسان، وترسّخ وعيه بذاته، وبمصالحه الفردية والجماعية، وتضع العلاقة بين الإنسان والكون والحياة ضمن إطار منضبط يمنحه التوازن، ويحرره من الاستلاب الثقافي، كما أنّ هذه القيم تؤصل للوسطية والاعتدال، وتضبط النزعة الاستهلاكية بنظام أخلاقي يحقق التوازن بين احتياجات الإنسان ومتطلبات روحه.

وبناءً على ما سبق؛ فقد رأى الباحث الكتابة في هذا الموضوع المهم وفق العنوان الآتي: (الهوية الوطنية بين عولمة الثقافة الاستهلاكية وقيم الإسلام) والله الموفق والهادي إلى سواء السبيل.

مشكلة البحث وأسئلته:

تواجه الهوية الوطنية في المجتمعات الإسلامية اليوم تحولات عميقة فرضتها موجات العولمة المتسارعة، وخاصة في بعدها الثقافي الاستهلاكي الذي يعمل على إعادة تشكيل الوعي الجمعي، وإضعاف الروابط التي تجمع الإنسان بوطنه وقيمه وأصالته. فالهوية ليست مجرد انتماء جغرافي أو قانوني، بل هي بناء مركب يتداخل فيه التاريخ، والقيم، واللغة، والرموز، والسلوك، والانتماء الواعي، وتضرب جذورها في الذاكرة الحضارية للأمة. إلا أنَّ الثقافة الاستهلاكية المعولمة لا تتعامل مع الإنسان بوصفه كائنًا ذا قيمٍ وذاكرة وانتماء، بل تتعامل معه بوصفه "مستهلكًا" ينبغي تشكيل احتياجاته ورغباته، وإعادة بناء تصورات وسلوكه بما يخدم السوق، وهنا تكمن الخطورة؛ إذ تتحول الثقافة الاستهلاكية إلى قوة ناعمة تعمل على تآكل الهوية، وتبديل الذوق العام، وإشاعة نزعة الفردانية المنفلتة، وتعزيز نمط الحياة الفاقد للمعنى، المتمركز حول المادة والرغبة والمتعة.

ومن هنا تتحدد مشكلة هذا البحث في دراسة طبيعة العلاقة بين الهوية الوطنية والثقافة الاستهلاكية، وتحليل أثر العولمة الاستهلاكية على بناء الوعي الوطني، مع بيان كيفية توظيف القيم الإسلامية في تعزيز صمود الهوية الوطنية، حيث تتمحور مشكلة هذا البحث حول التساؤل الرئيس الآتي:

كيف تؤثر العولمة الاستهلاكية في الهوية الوطنية، وما مدى قدرة القيم الإسلامية على ممانعة هذا التأثير وإعادة التوازن للوعي الوطني؟
ويتفرع عن هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

- ١- ما مفهوم الهوية الوطنية وما خصائصها في ضوء القيم الإسلامية؟
- ٢- ما أبرز مظاهر الثقافة الاستهلاكية وأثرها على الهوية الوطنية؟
- ٣- كيف يمكن للقيم الإسلامية أن تعزز ممانعة المجتمع لثقافة الاستهلاك؟

٤- ما أثر القيم الإسلامية في ممانعة ثقافة الاستهلاك العولمية؟

٥- ما الحدود التي يمكن أن تقف عندها الهوية الوطنية في مواجهة ضغط العولمة؟

أهمية البحث:

أولاً: تنبع أهمية هذا البحث من أهمية الهوية الوطنية بوصفها أساس التماسك المجتمعي التي ينبغي مقاومة كل ما يؤثر عليها سلباً، مما استدعى دراسة تأثير ثقافة الاستهلاك العولمية عليها.

ثانياً: يسعى هذا البحث إلى تحليل ظاهرة العولمة وعلاقتها بتعميم النمط الاستهلاكي وتوسيعه، وفرض حياة الاستهلاك بسياسات التبعية والهيمنة على الأوطان، ومدى خلق الأزمات بالترف أو الإفقار، وتوسيع الهوة بين الأغنياء والفقراء، وفشو البطالة والجشع، مما يخلق عوامل الفشل التنموي.

ثالثاً: إن تحليل مشكلة الثقافة الاستهلاكية، وأنشطتها، التي تركز على إثارة الشرّ بإشباع الذات والرغبات، على حساب اهتمام المواطنين بمصالح الحياة والتنمية، وهو الأمر الذي يتطلب النقد الفكري لحالة التغيّر الثقافي على السلوك الإنساني - الفردي والجماعي، والتغيير الإدراكي للوجدان الوطني حول مفاهيم الحياة، ومعنى الإنسان وجوهره.

رابعاً: قيمة هذا البحث في إيضاح مظاهر التأثير لثقافة الاستهلاك على الهوية الوطنية، وتغيير خصائصها وقيمها، وتفكيك الوعي الجمعي لقواعد الروح التكافلية بين المسلمين، وعدم ترشيد الإنفاق في وجوهه المشروعة، وتغليب الفردية والمادية في الحسّ المجتمعي، واختلال بوصلة التنمية والإثراء، لأنها تعمل على إحلال عادات وسلوكيات جديدة، وإشاعة الحاجات غير الأساسية.

خامساً: يركز البحث على إيجاد آليات فاعلة لحماية الهوية الوطنية، من آثار الثقافة الاستهلاكية، وإحياء قيم الترشيد التنموي والعمراني، وقواعد التوازن المادي

والروحي للمجتمع المسلم، وتأسيس استراتيجية تنمية تقضي على اللامعيارية، وتُعَلِّي من شأن المصلحة، وتحافظ على الاستدامة في مقومات الحياة، وحماية الإنسان من أسباب الاغتراب الديني والقيمي.

أسباب اختيار البحث:

أولاً: أراد الباحث أن يعزّز فكرة الحاجة إلى استثمار القيم الإسلامية كوسيلة فعّالة لممانعة التأثيرات السلبية للعولمة، لا سيما ما تروج له من ثقافة الاستهلاك.

ثانياً: يحاول الباحث وضع اليد على ما تمثله الثقافة الاستهلاكية من خطورة على منظومة القيم والانتماء الوطني.

ثالثاً: يسعى الباحث إلى المساهمة في صياغة رؤية ثقافية وتربوية لتعزيز الهوية الوطنية من خلال ما سيتم سرده من نتائج وتوصيات.

رابعاً: لفت نظر الباحث في السنوات الأخيرة مدى التغير الحاصل في ثقافة الاستهلاك بفعل العولمة، مما انعكس سلباً على الهوية الوطنية، فوجد نفسه متحمساً للكتابة في هذا الموضوع والإفادة فيه.

أهداف البحث:

يسعى هذا البحث إلى الآتي:

- ١- تحديد مفهوم الهوية الوطنية وخصائصها وصلتها بالقيم الإسلامية.
- ٢- تحليل أثر الثقافة الاستهلاكية على الهوية الوطنية.
- ٣- دراسة العلاقة بين الهوية الوطنية وثقافة الاستهلاك العولمية.
- ٤- إبراز دور القيم الإسلامية في مواجهة النزعة الاستهلاكية وحماية الوعي الوطني.
- ٥- استجلاء أثر القيم الإسلامية في ممانعة هذا النمط الثقافي.

حدود البحث:

الحدود الموضوعية: دراسة الهوية الوطنية في ضوء الثقافة الاستهلاكية والقيم الإسلامية، في المجتمع العربي المسلم.

منهج البحث:

اعتمد البحث على المنهجين العلميين الآتين:

المنهج التحليلي الوصفي باعتباره أفضل المناهج وأنسبها لطبيعة البحث، والمنهج الوصفي التحليلي يمكن من خلاله الاستنتاج والاستنباط، ويعرف بأنه: "الجمع المتأني والدقيق للسجلات والوثائق المتوفرة ذات العلاقة بموضوع البحث من أدلة وبراهين تبرهن على إجابة أسئلة البحث"^(١)، وبهذا المنهج قام الباحث بوصف وتحليل دور العولمة في الترويج لثقافة الاستهلاك وأثرها على الهوية الوطنية.

وكذلك **المنهج الاستقرائي**، والذي يعرف "بتتبع الجزيئات للوصول منها إلى حكم كلي، وهو من المناهج التي كان لعلماء المسلمين السبق إليها وتطويرها بما تلبي حاجاتهم في الأمور التي لا يمكن القطع بثبوتها"^(٢). وبهذا المنهج قام الباحث باستقراء دور القيم الإسلامية في ممانعة الثقافة الاستهلاكية من خلال النصوص الشرعية والواقع الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

بعد الاستقراء والتتبع وقف الباحث على دراسات أغلبها دراسات متعلقة بجزيئات محددة ومحور محدد بدقة من عموم موضوع هذه الدراسة، وهذه أبرز

(١) انظر: صالح العساف، "المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية"، ص: ٢٠٦.

(٢) انظر: البحوث الإعلامية: أسسها - أساليبها - مجالاتها، د. محمد عبد العزيز الحيزان، ص ٧.

الدراسات التي وجد الباحث أهمية الإشارة إليها لقربها من عموم موضوع الدراسة:

١- الثقافة الاستهلاكية وعلاقتها بالهوية الفردية: دراسة ميدانية على طلبة الجامعة الأردنية، مجد صبحي عبد القادر أبو زغلان، رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية، ٢٠٢٠م.

أوجه الاتفاق:

تتقاطع هذه الدراسة مع البحث الحالي في تناول أثر الثقافة الاستهلاكية على تشكيل الهوية، وفي التركيز على فئة الشباب الجامعي بوصفها الفئة الأكثر تأثراً بمنتجات العولمة الثقافية.

أوجه الاختلاف:

تنحصر الدراسة في مفهوم الهوية الفردية دون التطرق إلى الهوية الوطنية، كما تعتمد مقارنة اجتماعية ميدانية خالصة، وتخلو من أي تأصيل قيمى أو مرجعية إسلامية، بخلاف الدراسة الحالية التي تعالج الهوية الوطنية في بعدها القيمى الإسلامى ضمن إطار تحليلى فكرى حضارى.

٢- ثقافة الاستهلاك ومخاطر تدمير الهوية الوطنية في زمن العولمة الثقافية، رحيمة الطيب عيساني، مجلة الإحياء، جامعة باتنه، كلية العلوم الإسلامية، الجزائر، العدد ١٠، ١٤٢٧هـ - ٢٠٠٦م.

أوجه الاتفاق:

تلتقي هذه الدراسة مع البحث الحالي في ربط ثقافة الاستهلاك بالعولمة الثقافية، وفي اعتبارها عاملاً مهدداً للهوية الوطنية.

أوجه الاختلاف:

ركزت الدراسة على المخاطر العامة لثقافة الاستهلاك دون تحليل عميق لبنيتها

القيمية، كما عاجلت الهوية الوطنية من منظور ثقافي عام، دون إدماج القيم الإسلامية بوصفها محددًا ناظمًا للهوية، وهو ما تشكّل محورًا رئيسًا في الدراسة الحالية.

٣- العولمة وشيوع ثقافة الاستهلاك، أحمد أنور محمد، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، مصر، المجلد ٢٠، العدد ١، ٢٠١٤م.

أوجه الاتفاق:

تتفق هذه الدراسة مع البحث الحالي في تناول ظاهرة شيوع ثقافة الاستهلاك بوصفها مظهرًا من مظاهر العولمة الثقافية المعاصرة.

أوجه الاختلاف:

اتسمت الدراسة بطابع وصفي تحليلي عام لظاهرة العولمة الاستهلاكية دون ربط مباشر بالهوية الوطنية أو القيم الدينية، بينما تنطلق الدراسة الحالية من تحليل الأثر القيمي والحضاري لهذه الثقافة على الهوية الوطنية في السياق الإسلامي.

٤- العولمة وثقافة الاستهلاك دراسة ميدانية في قرية مصرية، محمد ياسر شبل الخواجة، المجلة العلمية بكلية الآداب، جامعة طنطا، مصر، العدد ١٣، ٢٠٠٠م.

أوجه الاتفاق:

تتشارك مع الدراسة الحالية في بحث العلاقة بين العولمة وثقافة الاستهلاك وتأثيرها في البنية الاجتماعية.

أوجه الاختلاف:

اقتصرت الدراسة على بيئة محلية محدودة ومنهج ميداني اجتماعي، دون تناول مسألة الهوية الوطنية أو المرجعية القيمية الإسلامية، في حين تتجاوز الدراسة الحالية

الإطار المحلي لتقديم معالجة فكرية قيمة شاملة.

٥- إيديولوجية العولمة وثقافة الاستهلاك: دراسة ميدانية على عينة مختارة من الشباب العراقي، محمود كطاع عبد الله الدليمي، مجلة آداب المستنصرية، الجامعة المستنصرية، العراق، العدد ٧٢، ٢٠١٦م.

أوجه الاتفاق:

تلتقي الدراستان في التركيز على فئة الشباب، وفي تحليل العلاقة بين العولمة وثقافة الاستهلاك بوصفها حاملة لنسق فكري وقيمي.

أوجه الاختلاف:

عالجت الدراسة السابقة ثقافة الاستهلاك من زاوية إيديولوجية اجتماعية، دون ربطها المباشر بمفهوم الهوية الوطنية أو القيم الإسلامية، بينما تقوم الدراسة الحالية على الربط المنهجي بين هذه الأبعاد الثلاثة في إطار واحد.

٦- العولمة وثقافة الاستهلاك لدى الشباب الجامعي: دراسة اجتماعية ميدانية، مصطفى مرتضى، حوليات آداب عين شمس، جامعة عين شمس، كلية الآداب، عدد خاص، ٢٠١١م.

أوجه الاتفاق:

تتفق مع البحث الحالي في رصد تأثير العولمة الاستهلاكية على الشباب الجامعي.

أوجه الاختلاف:

ظلت الدراسة في حدود التحليل الاجتماعي السلوكي، دون التطرق لمسألة الهوية الوطنية بوصفها قضية مركزية، ودون اعتماد منظور قيم إسلامي، بخلاف الدراسة الحالية التي تعالج الظاهرة في بعدها الهوياتي والقيمي الحضاري.

تعليق على الدراسات السابقة:

يتضح من هذا العرض التحليلي أن الدراسات السابقة -على تنوعها- عاجلت ثنائية العولمة وثقافة الاستهلاك أو العولمة والهوية أو الاستهلاك والهوية الفردية، لكنها لم تجمع بين عولمة ثقافة الاستهلاك، والهوية الوطنية، والقيم الإسلامية في إطار تحليلي واحد؛ وهو ما تنفرد به هذه الدراسة، ويشكل إضافة علمية نوعية في مجال الدراسات القيمية والحضارية.

تقسيمات خطة البحث:

المقدمة.

تمهيد: التعريف بمصطلحات البحث:

الهوية الوطنية، العولمة الثقافية، الثقافة الاستهلاكية، القيم الإسلامية.

المبحث الأول: خصائص الهوية الوطنية، وخصائص القيم في الإسلام

المطلب الأول: خصائص الهوية الوطنية.

المطلب الثاني: خصائص القيم في الإسلام.

المبحث الثاني: مشكلات الثقافة الاستهلاكية على الهوية الوطنية

المطلب الأول: التأثير في تغيير الوعي الاستهلاكي.

المطلب الثاني: تذويب الخصائص الثقافية والحضارية.

المطلب الثالث: التأثير على قيم المثالية الاستهلاكية.

المطلب الرابع: التأثير على قيم الحرية.

المطلب الخامس: التأثير على قيم الرفاهية.

المطلب السادس: التأثير على الذوق العام.

المطلب السابع: تغييب الوعي عن المعنى.

المبحث الثالث: دور القيم الإسلامية في ممانعة ثقافة الاستهلاك

المطلب الأول: قيمة الرشد الاستهلاكي.

المطلب الثاني: قيمة اقتصاد الحاجة.

المطلب الثالث: قيمة الخير.

المطلب الرابع: قيمة التراحم.

المطلب الخامس: قيمة العدل وحفظ الكرامة.

الخاتمة، وتشتمل على:

- أبرز النتائج

- التوصيات.

قائمة المصادر والمراجع.

تمهيد

التعريف بمصطلحات عنوان البحث

أولاً: الهوية الوطنية:

أ- الهوية: في اللغة: مفرد وهي مصدر صناعي من "هو" بمعنى حقيقة الشيء أو الشخص التي تميزه عن غيره، وهوية تصغير هوة، وقيل: الهوية بئر بعيدة المهواة، وعرشها سقفها المغمى عليها بالتراب فيغتر به واطئه فيقع فيها ويهلك^(١).

أما في الاصطلاح: فالهوية: تُعرّف بأنها "مجموعة من السمات الثقافية التي تتصف بها جماعة من الناس في فترة زمنية معينة، والتي تولد الإحساس لدى الأفراد بالانتماء لشعب معين، والارتباط بوطن معين، والتعبير عن مشاعر الاعتزاز، والفخر بالشعب الذي ينتمي إليه هؤلاء الأفراد"^(٢).

وإذا ما أوجزنا التعريف الإجرائي، فهي القيمة العليا الذاتية الموجهة لقيم الشعب ومسؤولياته تجاه نفسه وغيره بإرادته وإيمانه.

ب- الوطنية: في اللغة: الوطنية مشتقة من مادة (وطن) التي تدلّ على الإقامة في المكان واتخاذ موطنًا يألفه الإنسان وينتسب إليه، بما يحمله ذلك من معاني الاستقرار والارتباط بالمحلّ الذي يعيش فيه^(٣).

أما في الاصطلاح: فالوطنية هي مجموعة من المشاعر والقيم والسلوكيات التي

(١) ينظر: ابن منظور، لسان العرب، (٣٧٤/١٥)، أحمد مختار، معجم اللغة العربية المعاصرة، (٢٣٧٢/٣).

(٢) إسماعيل الفقي، مفهوم العولمة وعلاقته بالهوية، (ص ٢٠٥).

(٣) ينظر: ابن منظور، لسان العرب، (٤٥١/١٣)، الفيروز آبادي، القاموس المحيط، (ص ١٢٣٨).

تعبّر عن محبة الوطن والانتماء إليه، والالتزام بحمايته، والولاء لرموزه وثوابته، والمشاركة في تنميته وتقدمه، بما يجعلها إطاراً جامعاً لهوية الفرد وشعوره بالمسؤولية تجاه مجتمعه^(١).

أما التعريف الشامل والجامع للهوية الوطنية، فهي: "منظومة متكاملة من القيم والعقائد والرموز والتقاليد والعناصر التاريخية والثقافية والاجتماعية التي تميز مجتمعاً من المجتمعات، وتُكسب أفرادَه شعوراً عميقاً بالانتماء للوطن والولاء له، وتحدد علاقتهم بماضيه وتراثه، وتوجّه سلوكهم نحو المحافظة على وحدته ورموزه ومقدراته والعمل على تنميته واستقراره"^(٢).

ومن منظور رسمي فإن الهوية الوطنية: منظومة راسخة من القيم الوطنية والثقافية والتاريخية واللغوية المستمدة من العقيدة الإسلامية، وتراث الدولة السعودية، ومكتسباتها الحضارية، وتعمل هذه المنظومة على تعزيز الانتماء للوطن والولاء لقيادته ورموزه، وترسيخ الوحدة الوطنية، وتوجيه سلوك الأفراد نحو المحافظة على الأمن والاستقرار والمشاركة الفاعلة في تنمية المجتمع تحقيقاً لرؤية المملكة وأهدافها المستقبلية^(٣).

ثانياً: مفهوم العولمة:

في اللغة: العولمة لفظ مأخوذ من عالم، و"العالم" الخلق كُلُّه، وقيل هو ما احتواه بطن الفلك، ولا مفرد لكلمة العالم من لفظه، لأنّ عالم جمع أشياء مختلفة؛ فإن جعل عالم اسماً لواحد صار جمعاً لأشياء متفقة، وجمع عالمون، ولا يجمع شيء

(١) ينظر: عبد الله بن ناصر السدحان، الوطنية والانتماء في الفكر الإسلامي، (ص ٢٥).

(٢) عبد الله المطيري، الوطنية والمواطنة: دراسة في المفهوم والنشأة والتطور، (ص ٤١).

(٣) ينظر: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني، موسوعة القيم والسلوكيات الوطنية، (ص ٢٢-٢٧).

على فاعل بالواو والنون إلا هذا، وقيل: جمع العالم الخلق العوالم^(١)، "ويؤخذ من عالم الفعل عَوَّمَ على وزن فَوَعَلَ، وهو من أوزان الرباعي المجرد ملحق بالوزن الأصلي فَعَّلَ"^(٢).

وفي الاصطلاح: استخدمَ هذا المصطلح لوصف بعض الأوجه الرئيسة للتَّحوُّل الحديث في النشاط الاقتصادي العالمي فَعرفت على أنَّها "حرِيَّةُ حركة السلع والخدمات والأيدي العاملة ورأس المال والمعلومات عبر الحدود الوطنية والإقليمية"^(٣).

أما **العولمة الثقافية** فهي عملية تاريخية واتصالية واسعة تسهم في انتقال الأفكار والقيم والرموز والمنتجات الثقافية عبر الحدود الجغرافية، بما يؤدي إلى تزايد التشابه بين أنماط الحياة والثقافات، وهيمنة ثقافات قوية أو مؤثرة على الثقافات المحلية، مع ما ينتج عن ذلك من تفاعلٍ وتلاقحٍ أو طمسٍ وتهميشٍ للهويات والثقافات الوطنية^(٤).

ثالثاً: الثقافة:

في اللغة: أصل اشتقاق هذا المصطلح هو حروف الثاء والقاف والفاء، ومادة (تَقَفَ) في لغة العرب تطلق على معان متعددة ترجع في مجملها إلى أمور معنوية، وأخرى حسية وإن كانت دلالتها على الأمور المعنوية أكثر. يقول ابن منظور: تَقَفَ الشيءَ تَقْفًا وَتَقَفًا وَتُقُوفَةً حَدَقَهُ وَرَجَلَ تَقْفًا لَقَفَ، إذا كان ضابطاً لما

(١) ينظر: ابن منظور، لسان العرب، (١٢/٤٢٠).

(٢) عبده الراجحي، التطبيق الصرفي، (ص ٢٩).

(٣) لجنة إدارة شؤون المجتمع الدولي: جيران في عالم واحد، ترجمة: مجموعة من المترجمين. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب؛ سلسلة عالم المعرفة، الكويت، العدد ٢٠١، ١٩٩٥م، (ص ٣٠).

(٤) ينظر: عبد الله بن ناصر السدحان، العولمة وأثرها على الهوية الثقافية، (ص ١٩).

يحويه قائما به، والتَّقَافُ حديدية تكون مع القواس والرماح يقوم بها الشيء المعوج وثقفته إذا ظفرت به، قال تعالى: ﴿فَإِمَّا تَثَقَّفَنَّهْمُ فِي الْحَرْبِ فَشَرِّ بِهِمْ مَنْ خَلَفَهُمْ لَعَلَّهُمْ يَذْكُرُونَ﴾ [الأنفال: ٥٧]^(١).

ويقال ثَقِفْتُ به إذا ظَفَرْتُ به:

فَإِمَّا تَثَقَّفُونِي فاقْتُلُونِي *** وَإِنْ أَثَقَّفْتُ فَسُوفَ تَرَوُنَّ بَالِي

ومنها التَّثَقُّيفُ: التأديب والتَّهْذِيبُ، يقال: لو لا تثقيفك وتوقيفك ما كنت شيئاً، وهل تهذبت وتثقت إلا على يدك كما في الأساس، تقول العرب: قلب ثقف أي سريع التعلم والفهم^(٢).

هذه مجمل إطلاقات واستعمالات العرب لكلمة ثقف، ونلاحظ في هذه الاستعمالات أنها قريبة من بعضها، فسرعة التعلم، والفهم، والفطنة، والحدق، وضبط الأمور، والظفر والإدراك، كلها معاني متقاربة ومتشابهة.

الثقافة في الاصطلاح: تعددت التعاريف الاصطلاحية للثقافة، وربما رجع ذلك التعدد إلى اختلاف نظرة كل واحد إلى الثقافة تبعاً لمجاله وتخصسه الفكري، لكنها في العموم متقاربة ومتداخلة:

- الثقافة هي "العلوم والمعارف والفنون التي يُطلَبُ الحدق فيها"^(٣).

- الثقافة هي "كل ما فيه استنارة للذهن، وتهذيب للذوق وتنمية لملكة النقد والحكم لدى الأفراد أو في المجتمع، وتشتمل على المعارف والمعتقدات، والفن والأخلاق، وجميع القدرات التي يسهم فيها الفرد في مجتمعه"^(٤).

(١) ينظر: ابن منظور، لسان العرب، (١٩/٩).

(٢) ينظر: ابن فارس، معجم مقاييس اللغة، (٣٨٣/١).

(٣) إبراهيم مصطفى، وآخرون، المعجم الوسيط، (ص ٩٨).

(٤) جميل صليبا، المعجم الفلسفي، (ص ٥٨).

والثقافة الإسلامية في الاصطلاح: "هي طريقة الحياة التي يعيشها المسلمون في جميع مجالات الحياة، وفقاً لوجهة نظر الإسلام وتصوراتها، سواء في المجال المادي الذي سميناه بالمادية، أو في المجال الروحي والفكري الذي سميناه بالحضارة"^(١).
وقيل: "هي العلم الذي يبحث في المراكز الأساسية للفكر الإسلامي لبناء الذات ومواجهة التحديات المعاصرة"^(٢).

يتضح مما سبق من التعريفات للثقافة أن معناها الاصطلاحي واسع الدلالة يشمل الفرد والمجتمع والأمة والمعارف وغير ذلك.

رابعاً: الاستهلاك:

لغة: أهلك الشيء أي استهلكه، والفعل هلك على وزن فَعَلَ، وأهلك الشيء واستهلكه، وهلكه، ويهلكه لازماً ومتعدّ، واستهلك المال أنفقه، وأنفده وأهلكه، والاهتلاك والاستهلاك رميك نفسك في تهلكة، واستهلك المال أنفقه، أو أهلكه ويقال: استهلك ما عنده من الطعام والشراب^(٣).

اصطلاحاً: "اتخاذ الشيء، أو إفنائه، أو انتقال المال من صفة إلى صفة"^(٤).

خامساً: القيم:

لغة: جمع قيمة، وهي مشتقة من الفعل الثلاثي قَوَمَ، ولفظ القيمة اسم هيئة من قام يقوم. وفي القاموس: "القيمة بالكسرة واحدة: القيم، وقَوَمَتِ السلعة واستقامتها: ثمنها، وقَوَمَتِه: عدلته فهو قويم ومستقيم، وما أقومه شاذ، والقوام

(١) صالح ذياب هندي، دراسات في الثقافة الإسلامية، ص ١٥.

(٢) أحمد العبادي، المراكز الأساسية في الثقافة الإسلامية، ص ٢٠.

(٣) ينظر: ابن منظور، لسان العرب، (٥٠٥/١٠)، والفيروز آبادي، القاموس المحيط، (١٢٣٧/١)،

الزبيدي، تاج العروس، (٤٠٦/٢٧).

(٤) السرخسي، المبسوط، (٥٨/١١).

كحساب: العدل وما يعاش به، وبالضم: داء قوائم الشاء، وبالكسر: نظام الأمر وعماده وملاكه^(١).

اصطلاحاً: هي مجموعة معايير، واتجاهات، ومُثُل عليا تتوافق مع عقيدة الفرد، التي يؤمن بها عن قناعة بما لا يتعارض مع السلوك الاجتماعي، وتُصبح تلك المعايير خُلُقاً للفرد تتضح في سلوكه ونشاطه^(٢).

وعرفت بإنها: "مجموعة من المعايير والمبادئ التي ارتضاها الشرع، فحكم من خلالها على السلوكات من حيث الرغبة بها أو عنها"^(٣).

والقيم الإسلامية: مجموعة النسق القيمي الأخلاقي التي حددها القرآن الكريم كمعايير للسلوك الإنساني في إطار الخير أو الشر، أي تحديد قرب هذا السلوك أو بعده عن المثل العليا التي تمثل المحكات الأساسية للأخلاق في المجتمع الإسلامي^(٤).

(١) الفيروز أبادي: القاموس المحيط، (١٦٥/٤).

(٢) ينظر: عبد الكريم على اليماني، القيم في الفكر التربوي والإسلامي، ص ٦٢.

(٣) السيد الشحات، الصراع القيمي لدى الشباب ومواجهته من منظور التربية الإسلامية، (ص ٦٨).

(٤) محمد الخوالدة، التقييم الذاتي لدرجة الاعتقاد والممارسة لمنظومة القيم الأخلاقية الإسلامية لدى الطلبة في جامعة اليرموك، مجلة دراسات العلوم التربوية، مجلد ٣٠، العدد ١، الأردن، ٢٠٠٣، ص ١٠٨.

المبحث الأول

خصائص الهوية الوطنية، وخصائص القيم في الإسلام

المطلب الأول: خصائص الهوية الوطنية.

للهوية الوطنية خصائص تتميز بها، وتُبرز حيويتها وقدرتها على التعامل مع المتغيرات ومواجهة التحديات، وتُعد عولمة الثقافة الاستهلاكية أبرز تحديات الهوية الوطنية المعاصرة، مما يستلزم البدء بتحديد نقاط القوة والتميز في الهوية الوطنية من خلال خصائصها، ويمكن تحديد أبرز هذه الخصائص في الآتي:

١. جوهر الثبات الديني للهوية.

تتكوّن الهوية الوطنية من مجموعة من الثوابت الجوهرية، في الدين، والمعرفة، والاجتماع، والتي تُشكّل البنية العميقة للوطن، مثل: اللغة، والدين، والعادات الكريمة المتوارثة، والقيم الكبرى، والانتماء التاريخي. وهذه العناصر تمتاز بالثبات المعرفي، أي أنها راسخة في الوعي عبر الزمن ولا تتغير بسهولة، وصارت قابلة للتكيف الحضاري مع التطورات والتحوّلات، لثبات مرونتها وفعاليتها عبر التاريخ، ويشير العلامة ابن خلدون إلى هذا المعنى بوضوح، إذ يقرر أن العوائد إذا ترسّخت غدت طبائع وخصائص للأمم^(١).

وهذا يدل على أن الهوية أكسبت الأوطان خبرة متراكمة حتى تصبح جزءاً من شخصية الأمة، لكنها تستوعب التحوّلات الاجتماعية دون أن تفقد جوهرها، ويتيح هذا الثبات المتوازن للمجتمعات أن تحافظ على خصوصيتها مع الانفتاح المنضبط على العالم، والثبات هنا يعني الحفاظ على الأصول الدينية

(١) ينظر: مقدمة ابن خلدون، ص ٧٤.

والثقافية، والتطور يتوافق مع قابلية الوسائل والأساليب للتغير حسب العصر.

٢. مركزية الهوية الإسلامية.

ترتبط الهوية الوطنية في المجتمعات الإسلامية بالإسلام باعتباره المكوّن المحوري الذي يحكم القيم والأخلاق وسلوك الفرد والمجتمع، فالإسلام ليس جزءًا من الثقافة فحسب، بل هو إطار ناظم لها، وقد أشار القرآن الكريم إلى الهوية الجامعة للمسلمين بقوله تعالى: ﴿هُوَ سَمَنَكُمُ الْمُسْلِمِينَ﴾ [الحج: ٧٨]، فهذا التميز يعبر عن الهوية الإسلامية الأصيلة التي يركز عليها وعي المجتمع المسلم ووجدانه، وفي دراسة حديث افتراق الأمم يقول شيخ الإسلام ابن تيمية: "فَعَلِمَ بخبره الصدق أنه في أمته قومٌ مستمسكون بهديه الذي هو دين الإسلام محضًا"^(١)، أي يكون الدين عامل القوة ببقائهم، فالإسلام هو الأساس المعرفي والأخلاقي والاجتماعي، والهوية الوطنية تستمد قيمتها وشرعيتها من هذا الأساس، ولذلك فإن أي مشروع وطني يتجاهل البعد الإسلامي هو مشروع ناقص وغير منسجم مع طبيعة المجتمع.

٣. الشمول والتكامل في الهوية.

الهوية الوطنية ليست قناعة فردية، أو حالة فئوية في المجتمع، بل هي مجموع القيم المشتركة للجميع، مثل: اللغة، الثقافة، الدين، التاريخ، الجغرافيا، والعلاقات الاجتماعية، وهذا التكامل يجعل الهوية انتماءً يحتضن جميع الأفراد، فالهوية علاقة لذلك كله وتكامل، وهذا التكامل يمنح المجتمع القدرة على البقاء والقوة.

٤. التماسك الاجتماعي والوحدة الوطنية.

تؤدي الهوية الوطنية دورًا محوريًا في تعزيز الوحدة بين أبناء المجتمع، مهما

(١) ابن تيمية، مجموع الفتاوى، (٢٨/٥٣٠).

اختلفت انتماءاتهم المناطقية أو العرقية أو الفكرية. وقد نبّه الإمام الشاطبي رحمه الله إلى أهمية هذا المبدأ مبيناً أن الاجتماع مقصد شرعي أصيل، وأن التفرق من قبيل المفاسد^(١)، فالهوية المشتركة تقلّل النزاعات، وتزيد الوعي الاجتماعي، وتربط المواطنين بعلاقة واسعة شاملة جامعة موحدة، لا مُفرقة، ولا مُمزقة.

٥. مقاومة الاستلاب الثقافي والذوبان.

كلما كانت الهوية قوية وواعية، صارت أكثر قدرة على مواجهة التأثيرات الخارجية غير المنضبطة، ومن أجل ذلك جاء النهي عن التشبه بالكفار فقال تعالى: ﴿ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ﴾ [الجاثية: ١٨]، قال القرطبي رحمه الله: "يعني المشركين، وقال ابن عباس رضي الله عنهما: قريظة والنضير"^(٢)، وقال تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾ [يوسف: ١٠٨]، كما جاء في الحديث المتفق عليه عن أبي هريرة رضي الله عنه، أن النبي ﷺ قال: "إن اليهود والنصارى لا يصبغون، فخالفهم"^(٣).

ويقرر شيخ الإسلام ابن تيمية أن من أصول الشريعة تميّز المسلمين عن غيرهم في الهدى الظاهر، وأن التشبه بالكفار منهي عنه، بل قد انعقد الإجماع على تركه، فقال: "وهذا كما أنهم مجمعون على اتباع الكتاب والسنة وإن كان قد يختلف في بعض أعيان المسائل لتأويل، فعلم اتفاقهم على كراهة التشبه بالكفار"^(٤).

(١) ينظر: الشاطبي، الاعتصام، (١/٣٦٤).

(٢) القرطبي، أحكام القرآن، (١٦/١٦٤).

(٣) صحيح البخاري، كتاب أحاديث الأنبياء، باب ما ذكر عن بني إسرائيل، (٤/١٧٠)، رقم (٣٤٦٢)، صحيح مسلم، كتاب اللباس والزينة، باب في مخالفة اليهود في الصبغ، (٣/١٦٦٣)، رقم (٢١٠٣).

(٤) ابن تيمية، اقتضاء الصراط المستقيم لمخالفة أصحاب الجحيم، (١٣٣).

فهذا تميز في الهوية الأصيلة، حيث إن من المعلوم إن الهوية الرخوة هي التي تُستَلَب، أما الهوية الواعية فتُعيد تكييف الوافد. بمعنى أن الهوية الواعية لا ترفض الثقافات الأخرى رفضاً مُطلقاً، بل تختار منها ما يناسبها ويوافقها، ومع أن الثقافة الاستهلاكية العالمية تضغط على الهويات الضعيفة، وتستقوي عليها، لكنها لا تؤثر في الهويات الراسخة، أما الهوية الإسلامية فالأمر فيها مختلف بناءً على تميزها وقوتها وأصالتها؛ فإنها تمنح الفرد المسلم والمجتمع المسلم مناعة قيمية أمام الغزو الثقافي.

٦. الاستمرارية التاريخية.

تحافظ الهوية الوطنية على الذاكرة الجماعية للمجتمع، بحيث لا تنفصل الأجيال المعاصرة عن جذورها، ويشير المسعودي إلى أن التاريخ ضرورة لبقاء الأمم وصلاح شؤونها؛ إذ يقرر أن "معرفة الأخبار والآثار سببٌ لاعتبار الأمم وقيام شؤونها ... وأن في أخبار الماضين عبرةً وصلاً للحاضر"^(١)، فالتاريخ هو الذاكرة التي تمنح الأمة بقاءها، عندما تتقطع صلة المجتمع بتاريخه، تضعف بوصلته وهويته، والاستمرارية التاريخية تولّد شعور الاعتزاز بالماضي وتحفز لبناء المستقبل.

٧. الارتباط بالقيم العليا.

الهوية الوطنية ليست شكلاً أو لباساً أو لغة فقط، وإنما هي مجموعة قيم تشكّل جوهر الشخصية الوطنية، مثل: العدل، الأمانة، الإحسان، المسؤولية، احترام النظام، العمل، الإلتقان، ويرى الإمام ابن القيم رحمه الله أن الأخلاق هي حقيقة الإنسان، وبها قوام الأمم والدول، حيث يقول: "صلاح العبد في قيامه على كل خلق جميل"^(٢)، ويضيف أيضاً: "والأخلاق أمورٌ هي حياة القلوب

(١) المسعودي، مروج الذهب، (٥/١).

(٢) ابن القيم، مفتاح دار السعادة، (٩٦/١).

وغذاؤها، وبها صلاح الدنيا والآخرة"^(١).

فالقيم هي محركات السلوك عند الفرد والمجتمع على حد سواء، والمجتمع الذي بلا قيم مما لا شك فيه أنه سيفقد بوصلته الأخلاقية والثقافية، بينما نجد أن الهوية الإسلامية تربط المواطن بسلوك نابع من إيمانه ومعتقداته، وتعزز من انتمائه الوطني، وتمنحه سياجاً حصيناً أمام مهددات الهوية.

المطلب الثاني: خصائص القيم في الإسلام.

تتسم القيم في الإسلام بجملة من الخصائص التي تجعلها إطاراً معيارياً قادراً على حماية الهوية الوطنية من الدوبان في عولمة الثقافة الاستهلاكية، ومن أبرز الخصائص ما يلي:

١. ربانية المصدر.

فهي قيم صادرة عن الوحي الإلهي المتمثل في القرآن الكريم والسنة النبوية، مما يمنحها ثباتاً وموضوعيةً تتجاوز التأثيرات البشرية وموجات العلمنة المادية. وقد أشار الإمام ابن القيم إلى هذا الأصل بقوله: "الدين كله خُلُق، فمن زاد عليك في الخُلُق زاد عليك في الدين"^(٢)، الأمر الذي يجعل هذه القيم غير قابلة للتبديل أو التفرغ من محتواها، كما يحدث في القيم الاستهلاكية المتغيرة.

٢. ثبات الأصول ومرونة الفروع.

كما تمتاز القيم الإسلامية بثبات أصولها ومرونة فروعها؛ فالأصول الكبرى كالعدل والإحسان والصدق ثابتة لا تتغير، بينما تختلف تطبيقاتها بحسب الزمان والمكان، على نحو يدل عليه قول الإمام الشاطبي رحمه الله أنه: "نوع من اللطف

(١) ابن القيم، إغاثة اللهفان من مصائد الشيطان، (٧١/١).

(٢) ابن القيم، مدارج السالكين، (٢٩٤/٢).

بالعبد والشرعية لم ترد بقصد مشاق العباد، بل بتحصيل المصالح، وأنت تعلم بما تقدم في هذا الكلام؛ لأن الحنيفية السمحة إنما أتى فيها السماح مقيداً بما هو جار على أصولها"^(١)، وهو ما يجعل القيم الإسلامية منظومة صالحة للتفاعل مع التحولات الاجتماعية دون أن تفقد روحها وتوازنها.

٣. الشمولية.

وتتسم القيم الإسلامية كذلك بالشمولية، إذ تمتد إلى حياة الإنسان كلها: الروحية والعقلية والمادية والاجتماعية، وترتبط سلوك الفرد بمقاصد عليا تعود بالنفع عليه وعلى المجتمع والدولة، كما يشير قوله تعالى: ﴿قُلْ إِن صَلَاحِي وَدُسْكِ وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾ [الأنعام: ١٦٢]، وقد أكد شيخ الإسلام ابن تيمية رحمه الله هذه الشمولية بأن الدين جاء لمصلحة العباد في المعاش والمعاد فقال: "فإن الشريعة إنما جاءت بتحصيل المصالح وتكميلها، وتعطيل المفاسد وتقليلها، في مصالح العباد في المعاش والمعاد"^(٢)، وهذا يجعل القيم الإسلامية قادرة على مواجهة التجزئة التي تفرضها الثقافة الاستهلاكية على شخصية الفرد حين تحصره في دوره كمستهلك.

٤. الواقعية والعملية.

ومن خصائص القيم الإسلامية أيضاً واقعيتها وعمليتها؛ فهي ليست مثالية معلقة، بل مرتبطة بتشريعات وأحكام قابلة للتطبيق، مثل الزكاة لتقوية التكافل، وتحريم الربا لحماية المال، والنهي عن الإسراف لحماية موارد المجتمع؛ قال تعالى: ﴿وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾ [الأعراف: ٣١]، ويُقرّر ابن القيم أن

(١) الشاطبي، الموافقات، (٩٩/٥).

(٢) ابن تيمية، مجموع الفتاوى، (١١/٢٨).

الشهوات تُفسد القلب وتُضعف نوره، ولا يزيل هذا الظلام إلا نور الإيمان، حيث قال رحمه الله: "فإن القلب إذا استولت عليه الشهوة أظلم، وإذا أظلم اشتد طيشه، وهاجت عليه رياحُ البلاء"^(١)، وقال أيضاً: "والشهوة نارٌ تحرق القلوب والبدن، ولا يطفئها إلا متابعة الرسول ﷺ"^(٢)؛ مما يدل على قدرة القيم الإسلامية على ضبط السلوك الاستهلاكي وتعزيز الوعي الاقتصادي الرشيد.

٥. التوازن بين الفرد والمجتمع.

تحقيق التوازن بين الفرد والمجتمع؛ بما لا تُقَدِّم مصلحة الفرد على حساب الجماعة كما في النزعات الليبرالية الاستهلاكية، ولا تُلغى شخصية الفرد في سبيل الجماعة كما في النظم الشمولية؛ بل تجمع بينهما جمعاً مترناً ينسجم مع قوله تعالى: ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى﴾ [المائدة: ٢]، وقوله: ﴿وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ﴾ [البقرة: ١٨٨]، وقد قرر الإمام الشاطبي رحمه الله هذا الأصل، مبيناً أن التكليف إنما شرع لتحقيق مصالح العباد العامة والخاصة، إذ يقول: التكليف موضوع لمصالح العباد في دنياهم وأخراهم، كما قرر أن مقاصد التكليف راجعة إلى حفظ مصالح العباد^(٣)، ويجعل هذا التوازن القيم الإسلامية عامل حماية للهوية الوطنية من الفردانية المفرطة التي تُنتجها الثقافة الاستهلاكية.

٦. الارتباط بالمقاصد الشرعية.

تتسم القيم الإسلامية بارتباطها بالمقاصد الشرعية، إذ تهدف إلى حفظ الضروريات الخمس: الدين، النفس، العقل، العرض، المال، وقد قرر الإمام الشاطبي رحمه الله أنه لا قيام للدين والدنيا إلا بها، إذ يقول: "إذا فُقدت لم تقم

(١) ابن القيم، إغاثة اللهفان من مصايد الشيطان، (١/٧٠).

(٢) ابن القيم، الفوائد، ص ٥٨.

(٣) ينظر: الشاطبي، الموافقات، (٢/٣٠٢).

مصلحة الدين والدنيا"^(١)، مؤكِّدًا أن رعايتها في مرتبة الضرورة.

ويُعد هذا الارتباط المقاصدي من أهم عوامل بناء الهوية الوطنية، لأنه يجعل القيم ليست مجرد توجيهات أخلاقية، بل منظومة ذات أهداف واضحة تُوجِّه سلوك الفرد والمجتمع والدولة.

(١) المصدر السابق، (٨/٢).

المبحث الثاني

مشكلات الثقافة الاستهلاكية على الهوية الوطنية

ثقافة الاستهلاك تتمثل في: خلق الحاجات، والإغراء بكافة الوسائل على الاستهلاك المعترف وغير المعترف، عبر تسهيل تدفق السلع والخدمات والأموال والأفكار بين البشر؛ لإخضاع الاقتصاد العالمي لصالح الدول الكبرى بفكرها المادي من خلال تعميم نظامها الرأسمالي، وفرض نظرتها للكون والوجود والإنسان على الآخرين.

وتظهر تأثيرات ثقافة الاستهلاك على الهوية من خلال التالي:

المطلب الأول: التأثير في تغيير الوعي الاستهلاكي.

هذا التأثير يشمل التغيير في الوعي الاستهلاكي من خلال المفاهيم الآتية:

(أ) السلوك الاستهلاكي: وهو يعني مجموعة الأنشطة والتصرفات التي يبذلها الفرد لإشباع رغباته التي يشعر بها وذلك بالبحث عن السلعة، أو الخدمة، أو الفكرة، أو الخبرة، ومن ثم استخدامها حسب الإمكانيات المتاحة^(١).

(ب) المعرفة الاستهلاكية: ويمكن أن يُعرّف بأنه: مدى المعرفة والإلمام بالمعلومات والمفاهيم الاستهلاكية، وهو ما يمثل الحاجز الذي يمنع الإنسان عن كل رذيلة استهلاكية بحيث يعتبر بمثابة الميزان الذي توزن به الأفعال والأقوال^(٢).

(ج) التدبير والترشيد الاستهلاكي: اتباع المنهج السوي في التعامل مع

(١) ينظر: محمد عبيدات، سلوك المستهلك، ص ٤.

(٢) ينظر: حصة الهدلق، العلاقة بين عمل الأم وترشيد السلوك الاستهلاكي للطفل، ص ٣٧.

المستهلكات بما يؤدي إلى حسن تدبير مواردها والاقتصاد في استعمالها^(١).

وسواء انصرف الوعي إلى فعل الاستهلاك ذاته من حيث تجنب الإسراف والمبالغة، أم توجه إلى المستهلك نفسه عبر إرشاده لاقتناء الأنسب وتحقيق أفضل منفعة بأقل كلفة ممكنة، فهو في السياق العولي مرتبط بمفاهيم الإنفاق، والشراء، والأكل والشراب، والإتلاف، والإشباع، والإهلاك، والإسراف، والتبذير، والترف، ... على الإطلاق، بل ويحفز على ذلك.

وفلسفة العولمة تقوم على تمجيد ثقافة الاستهلاك التي شوهت التقاليد والأعراف السائدة، وساهمت في "تراجع القيم الأخلاقية، وتنامي قيم عادية مبتذلة كقيم اللذة"^(٢).

واشتهرت العقلية الاستهلاكية في العولمة؛ بأنها عقلية تافهة قاصرة عن التفكير والابتكار، وتتبنى آراء الآخرين دون تمحيص^(٣).

المطلب الثاني: تذويب الخصائص الثقافية والحضارية.

تشتهر ثقافة الاستهلاك بتعميم السلوك الواحد بين الناس سواء في اللباس، أو الأكل، أو طريقة العيش، حتى يتحول "أسلوباً في الحياة وفي السلوك والتفكير، في الرغبات وفي التحكم في الأذواق، وفي الاستهلاك، وفي اللباس، وفي تكوين الاتجاهات الفنية والقيم الأخلاقية وهذه الثقافة تؤدي إلى تذويب الخصائص الثقافية بين الهويات المتناقضة؛ لأن المجتمع الغربي مندفع بالرغبة في المعاصرة والمخاطرة خلف الأذواق واللذات المادية، وبالتالي لابد أن يعمل الفرد جاهداً

(١) ينظر: عمر أبو رزينة، مفهوم الترشيد أسباب فشله وعوامل نجاحه، ص ٧.

(٢) أسعد وطفة، التربية العربية إزاء تحديات العولمة: آراء عينة من أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة الكويت، مجلة رسالة الخليج، مكتب التربية العربي لدول الخليج، العدد ٩٠، عام ٢٠٠٤ م.

(٣) أحمد مختار عبد الحميد، معجم اللغة العربية المعاصرة، (٣/٢٣٥٩).

للاستمتاع بها والاستفادة منها^(١).

هذا جانب من تأثير صناعة الأذواق على شخصية المسلم، حيث لم تعد مقولة "صناعة الذات" سوى مقولة جوفاء في زمن العولمة، وتغيير الواقع الثقافي للعالم، سيما العالم الإسلامي المتأثر بثقافة الاستهلاك التي تركز تبعيتها للسوق الغربي؛ فضلاً عن ذوبان لغاتها وثقافتها الإسلامية.

فالتصدير لثقافة الاستهلاك السائد يكاد يقضي على خصائص ثقافات بعض بلدان المسلمين وميزاتها، ولم تقو على الممانعة الثقافية بهوية الوطن ذاته، وأصبحت تنسخ الثقافات والأنماط الغربية بشعاراتها، من خلال الأسواق والأنشطة العامة في العالم الإسلامي، فإنها تحمل ثقافة الأسواق الغربية، وهذه تمثل ضغوطاً عميقة على هوية الشخصية المسلمة، حتى يجد نفسه متأثراً معها، ويقلد العادات الغربية.

المطلب الثالث: التأثير على قيم المثالية الاستهلاكية.

تُعَدُّ الموضة إحدى أبرز سمات المجتمع الاستهلاكي المعاصر؛ فهي لا تكتفي بتوجيه الأذواق وتغييرها على نحوٍ متسارع، بل تُسهم أيضاً في إشاعة نمط من الانشغال الدائم بالمظهر والشكل المثالي المتحوّل الذي لا يكاد يستقر. وهذا التبدّل المستمر يجعل الموضة ظاهرة جذابة لكنها مؤقتة، تحمل في طياتها رسائل ثقافية وعولمية تتعارض في بعض مضامينها مع القيم الأصيلة للمجتمع الإسلامي، ومع قوة الحضور الإعلامي والزخم العالمي للأذواق، أضحت الموضة مغرية لكثيرين، بل غدت عند البعض طموحاً يسعون إليه ويربطون به شعورهم بالقبول والانتماء.

وفي المقابل، تُغرق الأسواق بكميات كبيرة من السلع الرديئة سريعة التلف

(١) مايك فيذرستون، الثقافة الاستهلاكية والاتجاهات الحديثة، ترجمة عبد الله المطوع، ص ١١٣.

الموجهة لذوي الدخل المحدود، في حين تُطرح المنتجات ذات الطابع الحديث والموضة الجديدة لتستقطب الفئات الميسورة، وهكذا يجد الأثرياء أنفسهم مدفوعين إلى مواكبة هذا النسق المتغيّر باستمرار، بما تفرضه منظومة الاستهلاك من معايير وتوقعات تجعل تبديل المقتنيات جزءًا من نمط الحياة لا مفرّ منه.

وفي سوق خاضع لآلية إنتاج الموضات ستكون الضحية الأولى هي الحرية، لكي تكون الشعوب متابعة للموضة، وتنشط الدعاية على صعيد الثقافة والإعلام، وسوق السلع والأزياء، وفق تغيير قيم الهوية الدينية، ويتأثر معها بعض المسلمين.

يقول بعض المفكرين الغربيين: "نحن بصراحة نوع من البشر نعمل في مجال سري وقذر، نسمى بالفاظ لطيفة لتقبل أنفسنا ويتقبلنا الناس، حيث نقوم باختلاق مبررات للقروض الدولية والعمل على إفلاس تلك البلاد بحيث تبقى مدينة لمدينيتها إلى الأبد وتصبح أهدافاً سهلة لهم، وإن الدهاء الذي تتسم به إمبراطوريتنا الحديثة يتجاوز كل ما صنعه الرومان والغزاة الأسبان وقوى الاستعمار الأوربي في القرنين الثامن عشر والتاسع عشر، فنحن قراصنة الاقتصاد على درجة عالية من الاحتراف، لا نحمل سيوفاً ولا نرتدي دروعاً، نزرور مواقع المشروعات الإنسانية التي نؤديها، نتظاهر بإنكار الذات، وتحدث الصحف اليومية عن إنجازاتنا، نغطي طاولات مؤتمرات اللجان الحكومية بأوراق مشاريعنا المالية، ولكن النظام نفسه مبني على الخدعة حتى لو وصف بأنه قانوني"^(١).

المطلب الرابع: التأثير على قيم الحرية.

لقد تحكمت عولمة الاستهلاك على حرية الفرد والإنسان، وأصبحت متعددة الجنسيات هي من تخلق للفرد أذواقه، وقيمه، وتفرض له احتياجاته، وذلك ليمتلي

(١) جون بيركنز، الاغتيال الاقتصادي للأمم، ترجمة مصطفى الطنطاني، ص ٢٧.

بالشعور الوهمي بالحرية، كما قيل إنه "يُشبه قيادة قطع ضخم مفتوح العيون على الألوان والمذاقات والروائح التي تثيرها تلك الاستهلاكية، مما هو بعيد كل البعد عن صورة المجتمع الحر الذي لا تسوقه تلك الشركات"^(١).

فعلاقة ثقافة الاستهلاك بالحریات هي علاقة ربحية، ولا علاقة لها بمصلحة المجتمع أو الإنسانية، وهي في الواقع ليست أكثر من خطة عبر صناعة الأذواق التي صنعتها العولمة، أو تسويق ليستمر المستهلك في شره الاستهلاك لإقناعه بأنه حصل على حرياته.

إن المجتمع مع هذا يصعب أن يحتفظ بمقومات ويحافظ على هويته الوطنية، بعيداً عن أرباح المنتجات الكبيرة التي تريد ضمان أكبر نفع من وراء إغراءاته؛ والترويج للثقافة الاستهلاكية، وتشجيع النجومية الفنية، لغرض تحويل المنتجات إلى سلع رائجة، ولقد ذكرت الوثائق التي تكشف النقاب عنها أن دوائر الاستخبارات العالمية ذات صلة مباشرة بإبراز بعض الظواهر النجومية العالمية، وإخفاء بعضها الآخر لمصالح الشركات الاحتكارية العالمية^(٢).

إن المجتمع الإسلامي الذي يحتقر أوهام الحرية، ويرى في ثقافة الاستهلاك خطراً على هويته العليا، ويجسد الحياة الكريمة في ترشيد الإنفاق والأموال، ويحترمون الذوق العام بقيم حضارتهم الإسلامية، والهوية الإسلامية، فهو حقاً يرى أن هذه الحرية التي لم تضبط بضوابط الشرع هي حرية مرفوضة؛ لأن ذلك ضد عولمة الثقافة الاستهلاكية، وموجهاتها الغربية.

(١) نوره الهدلق، مفهوم الاستهلاك في العولمة دراسة نقدية في ضوء الإسلام، ص ٣٨.

(٢) ينظر: مايك فيذرستون، المقدمة التي كتبها مسعود ظاهر لترجمة محمد المطوع لكتاب الثقافة الاستهلاكية والاتجاهات الحديثة، ص ٧.

المطلب الخامس: التأثير على قيم الرفاهية.

قيام الرأسمالية والثورة الصناعية أعطى القدرة على نمو ثقافة الاستهلاك، وارتبطت بتوجيه الأبحاث العلمية نحو إنتاج سلع جديدة، والترويج لها بأذواق مغرية، وعولمتها بانقلاب على القيم الدينية للمستهلك، وأخطر نتائج صناعة الأذواق أن تسعى إلى قلب النظرية التي تقول: الطلب يخلق العرض؛ فصار العرض يخلق الطلب، وأصبحت صناعة الأذواق في المنتج هي من تسيطر على وعي المستهلكين^(١)، إذ يصعب رفضها، وتزدهر بالإنتاج المحلي الذي يهمله المستهلكون جرياً مع زيف الأذواق العولمية، حتى صارت الشركات المحلية تقلد ثقافة العولمة الاستهلاكية، وتقلد الأذواق الغربية، حتى بأسماء المطاعم والمستهلكات الغربية، وتدعي الهوية الوطنية .

وقد تأثر المجتمع الإسلامي كثيراً بثقافة الاستهلاك الترفيهي، والمنافسة بالذوق المسيطر عليه، متجاوزاً قيم الهوية الوطنية الأصلية، ومتأثراً بثقافة الترفيه المعاصر، بدوافع الإغراء الغربي في صناعة الأذواق ويمكن التمثيل على ذلك بما يلي:

أ: التوسع في قروض التقسيط.

خلق التنافس في الشراء والاستهلاك والترفيه، حالة التوسع بالقروض، التي لم يكن يلجئ إليها المجتمع الإسلامي، ولم تكن بوعيه سابقاً إلا للضرورة، حيث صار الفرد يقترض لتوفير الهدايا الثمينة، أو يقترض لأجل وليمة كبيرة ليس مضطراً لإقامتها، بل شملت القروض بعض أنواع البيوع والمراجحات، كالبيع بالتقسيط الذي أقبل عليه الكثير، وصار الفرد يطلب القرض برغبته لإشباع حاجاته، ومن جهات رسمية، مثل البنوك والشركات الاقتصادية، إلا أن أضرار القروض قد طغت على

(١) ينظر: حسن الزبيدي، الاقتصاد السياسي للعولمة، ص ٢٠.

واقع مجتمعات المسلمين، بسبب عدم مقاومة المقترض لإغراءات عولمة الأذواق، وزخم الدعايات الربحية والنفعية، واشتهرت بعض الشركات تعلن جوائز على هذه القروض^(١).

فالانتشار لهذه الظاهرة أوقع الكثير ضحية للإعلانات من شركات الإقراض الوهمية وغير المرخصة، التي تكسب فوائد باهضة للغاية وتستغل حاجة الناس، ويعجزون على السداد، وهو ما يتسبب في مشكلات استهلاكية، وشيكات بدون رصيد، وغيرها.

ب: الشراهة وطغيان الرفاهية.

الجري خلف الأذواق يُعد إفساداً للمال، لعدم تقدير جدوى الإنفاق عليها؛ لأن العقلانية تعني "الحصول على أكبر إشباع ممكن بتناول الطيبات، وتحمل أقل النفقات"^(٢).

وهذا ما يكتوي بناره بعض الأفراد المولعين بالأذواق السطحية، وشراء السلع الرمزية، والمتفاوتة في تقدير مصلحتها بين مستهلك وآخر، مما لا يمكن تبريره على وفق فرضية المنفعة أو ذوق المستهلك، فأصبح الكثير من الأفراد في المجتمع الإسلامي يخوض واقع الاستهلاك بسذاجة، ولم يعد يعقل قيمة الإنفاق بين قيم الاستعمال وقيم الحاجة، ليكون ضحية للشركات النفعية، التي تصنع أوهام الأذواق لاستشارة غرائز الإنسان^(٣) حتى صارت بعض المجتمعات أسيرة للدعايات. وتأثرت الشركات المحلية بالمشكلة نفسها في البلاد المسلمة، لتعرض العديد

(١) ينظر: نوره الهدلق، مفهوم الاستهلاك في العولمة دراسة نقدية في ضوء الإسلام، ص ٤٢.
(٢) عبد الواحد مصطفى، الاستهلاك الاقتصادي في القرآن الكريم، مجلة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، العدد ١٣، سنة ١٤٢٧هـ، ص ٢٢٧.
(٣) ينظر: حسن الزبيدي، الاقتصاد السياسي للعولمة، ص ٢٠.

من سلع الانتاج المحلي بعلامة الجودة لماركة عالمية مشهورة، أو تحت شعار بلد شرقي أو غربي؛ كون هذه الدعاية مغرية للأذواق السائدة، وتُضيف للشركة الأرباح في ميزانيتها؛ حيث يرون أنفسهم قد وافقوا الذوق العالي، كما أن هذا التعميم للعمولة استطاع أن يشكل سلوكيات المجتمع المسلم.

يؤيد ذلك نتائج بعض الدراسات العلمية للاستهلاك في بعض المجتمعات الخليجية؛ والتي تفيد أن الاستهلاك لم يعد لغرض إشباع الحاجة المادية؛ بل إنه ارتبط بجوانب ثقافية؛ كارتباطه بأنماط سلع معينة، وعلامات ورموز مشهورة في أذهان الناس، تغريهم بمعنويات اجتماعية ينشدونها، كما أكدت الدراسة أن بواعث اختيار السلع لا تتم في كثير من الأحيان في ضوء العقلانية والرشد، أو في ضوء الحاجة للسلعة بقدر ما هي ثقافة استهلاكية، وتعميم قيم مادية^(١).

المطلب السادس: التأثير على الذوق العام.

عملت ظاهرة العمولة على صناعة الأذواق المادية، وإشاعة أنماط سلوكيات غريبة، تتعارض مع أنماط الحياة التقليدية الشائعة في المجتمعات الأخرى، وهي تستهدف الثوابت في القيم الاجتماعية للشعوب الأخرى لاسيما العربية والإسلامية^(٢).

ويبدو أنه في عصر العمولة قد عمد الجيل الجديد من المراهقين والشباب المسلمين إلى تغيير الأذواق بتقليد شباب الدول الغربية؛ فأدخلتهم الثقافة الاستهلاكية في دوامة البحث عن أذواق المشاهير، حتى صار بعض الأفراد يشعر بأنه يُحترم لملابسه ومنزله وأثاثه وسيارته، وغيرها من الأنشطة والخبرات التي يمارسها في هذا العالم الجديد، وهي ثقافة مرتبطة تاريخياً بنمط المجتمع الرأسمالي الغربي

(١) ينظر: أحمد زايد، الاستهلاك في المجتمع القطري أنماطه وثقافته، ص ٣٤٣.

(٢) رجائي حرب، العمولة بين رفاهية الإنسان واحتكار القوة، ص ١٣٥.

كوسيلة استلابية واستهلاكية لصنع الفرد المهووس باستهلاك الجديد ونبد القديم، وذلك لكي لا تتوقف المعامل ودورة التسويق عن مضاعفة المنتجات إلى ما لا نهاية^(١).

فالعولمة لا تُصدّر فقط الانتاج أو السلع، بل حتى نماذج الاستهلاك من خلال انفتاح الإعلام والأسواق، وخلق الحاجات والأذواق لدى المستهلك.

المطلب السابع: تغييب الوعي عن المعنى.

عولمة الاستهلاك مفروغة من معنى المصلحة الإنسانية؛ فهي تستهدف المستهلك الذي يندفع خلف السلع والخدمات المتجددة بلا توقف، بوصفه المحرك الأساسي للدورة الاقتصادية، من غير التفاتٍ إلى حقيقة الاستهلاك أو منظومته القيمة، ولذلك تُغذّي هذا النموذجُ نزعة الاستهلاك المفتوح، حتى وإن تعلّق الأمر بسلع ضارة كالتبغ والخمور، أو بممارسات غير أخلاقية أو محرّمة، ما دامت توفر الإشباع النفسي والشعور بالمتعة والرفاه. كما يشير أحد الباحثين إلى أن العولمة لا تُدين إلا بالولاء للأرباح^(٢).

لقد استطاعت خطط العولمة في تغيير وعي الإنسان على ألا يهتم بالمعنى للكون والحياة. لأنه حينما يجد هذا المعنى يرون أنه لا يستمر في الإنتاج المادي، وإنما يرون أنه فاعل عندما يتفسخ ويصبح مادياً، ويتعاطى المخدرات، ويرتكب الجرائم دون أي معنى واضح، وإلا فإن قضية المعنى ستتحكم بإشباع الجانب المادي في الإنسان، فكأن إنسانية الإنسان هي المعنى غير المادي، ويبحث عن

(١) ينظر: مريم ملام، تكنولوجيا الاتصال وثقافة الشباب: الأنترنت نموذجاً، مجلة إنسانيات الالكترونية، ص ١٢٠.

(٢) ينظر: أحمد الراغب، الإنفاق الاستهلاكي في الشريعة الإسلامية والاقتصاد الرأسمالي، ص ٧٨.

المعنى في نفسه على هيئة فنون وعقائد ترتبط بالهوية الوطنية^(١).

ومن أهم مظاهر فقدان المعنى ما يلي:

١. فقدان المصلحة الاجتماعية.

حيث يرى بعض الباحثين "أن من نتائج ومظاهر تغير القيم سيادة اللامعيارية، وهي حالة فقدان المعايير الاجتماعية؛ التي تحكم السلوك وينتشر بموجبها الاضطراب، والشك، وفقدان القواعد، وتشجيع الفرد على تحقيق النجاح المادي أو العلمي بأي طريقة كانت"^(٢)، إذ تغدو المنفعة القيمة المحورية التي توجه اهتمام الفرد أو الجماعة، الناشئة غالبًا من دافع حماية الذات. وبناءً على ذلك، تُتخذ القرارات تحت تأثير ما تُعدُّ به من مكاسب مادية ونتائج نفعية مباشرة.

وهكذا توصل بعض فلاسفة النهضة والحداثة، حيث أحالت الإنسان إلى المنظور المادي، ونفوا غاية وجوده المعنوي الروحي، واقتصرت حياته على المنفعة الذاتية واللذات، فيتعاطى مع الآخر في المجتمع على أساس هذه القيم، بحيث تقوده الرغبة في استهلاك سلعة معينة إلى استهلاك سلعة أخرى مرتبطة بها مما يستنزف المال إذ يرتبط بسلسلة لا تكاد تنتهي من السلع، وبهذا يتحقق جزء من أهداف العولمة للاستحواذ على الإنسان، ويصبح المرء متابعاً للعولمة لاهناً وراءها خالي العقل، منشغلاً بذلك عن الأهداف الأسمى.

٢. الخلط بين قيم الهوية، والمنفعة الشهوانية.

من المسلمين من وقع في فخ شبكة الاستهلاك اللامنضبط في زمن العولمة،

(١) ينظر: محمد العربي، العلم ضد العالم الثالث: الشركات المتعددة الجنسيات وأوهام التطور، ص ١٠٦.

(٢) أمين عثمان علي، الغش في الامتحانات كمظهر من مظاهر انتشار اللامعيارية في المجتمع، مجلة الفكر العربي، العدد ٧٦، ١٩٩٩ م.

ويخلط الحق بالباطل فأخذ يُنظرُ لفقدان المعنى في الأشياء، وذلك بحجة أنه ليس من شأن أحد أن يملّي على الآخرين وعيه الخاص، فكلّ فرد يحدد استهلاكه تبعاً لرغباته، وأنه قلّما تُرى مواد إعلاميّة تدعو لترشيد الاستهلاك خارج الدول الشموليّة^(١)، وهذه ثقافة تقضي على قيم الهوية الوطنية.

ومع هذه الرؤية القاصرة يستدعي الأمر موقفاً عقلياً وشرعياً من المسلم الواعي؛ وقد بدت المجتمعات مهياةً للتأثير العاطفي أكثر من الاستجابة المنقعة، حين تأثرت أساساً بالعلاقات العاطفية المادية، وربما صار اهتمامها بدعايات الجسد الأنثوي خاصة، حيث بدت النساء يظهرن بصور متزايدة في الإعلانات، واستمرت تلك السياسة حتى اليوم بشكل لم يسبق إليه.

وهذا التباين الذي يقرره الباحثون في تاريخ الاستهلاك، كان من شأنه أن ينتج تفاعلاً متميزاً بين القيم الروحية القوية وبين إغراءات المفهوم، التي لا شك بأنّها قد تنوعت بتنوع الجماعات والبلدان الشرق أوسطية، لكنها بالجملة لم تكن لتقارن بما عليه غيرها من الأقطار ذات الاعتقادات الأخرى، وكان المبتعثون من الطلاب غالباً ما يأتون للتعلم التقني في الغرب ثم يعودون به وبما تعلموا من مفهوم النزعة الاستهلاكية الغربية.

٣. انهيار مناعة التحوّط القيمي.

لم يعد للعقل إدراك بالتحوّط القيمي إزاء عولمة ثقافة الاستهلاك، الذي أغرقته الثقافة الإعلامية بكل أنواع الاختراق، وإذا أخذنا في الحسبان أن هجوم ثقافة الصورة على الوعي يجري في امتداد التراجع المروع لمعدلات القراءة في العالم تبينت لنا معالم النفق المظلم الذي تدخل إليه الثقافة والوعي في عصر الصورة والإعلام السمعي والبصري.

(١) ينظر: حسن حنفي، العولمة بين الحقيقة والوهم، ص ٢٧.

ومن مظاهره تشكيل منظومة قيمية تحل النفعية والفردانية والأنانية والغرائزية المجردة من المحتوى الإنساني، كونها تشبع الجسد لكن على حساب خوائه الروحي والأخلاقي؛ بحيث يتحول الإنسان من قارئ ومفكر، ومبدع ومنتج، إلى إنسان مُتلهي مستهلك عاجز عن التفكير والإبداع^(١).

فهي في مضمونها ثقافة الكسب السريع، والتأثر السريع، والتسلية الوقتية، وإدخال السرور على النفس، وملذات الحس، وإثارة الغرائز، هي ثقافة الجري وراء والجماليات، بل إنها اختراق لخصائص الهوية الوطنية، وهذا الاختراق إنما يستهدف العقل والنفس ووسيلتهما في التعامل مع القيم الإنسانية المكتسبة دينياً وحضارياً^(٢).

٤. إحلal المادية بدلاً من كرامة الإنسان.

المجتمعات اللاهثة في الاستهلاك المطلق دون تيار نقدي نافذ للوصول إلى المستهلكين تصنع إنساناً ومجتمعاً براجماتياً^(٣) فيه من الشهوانية اللحظية ما يركز على المتعة واللذة الفردية المرتبطة بالبعد المادي للجسد الإنساني بالدرجة الأولى. وكأن العولمة صنعت نموذجاً جديداً للشخصية بسماتٍ استهلاكية مغايرة لسمات القيم والمبادئ الفاضلة.

وفي ضوء هذا النموذج الاستهلاكي يمكن أن يتحول الأب في نظر الشاب إلى مجرد مصدر للتمويل المالي، وتتحول الأم في نظره إلى مصدر للخدمة المنزلية، وتتحول الزوجة إلى وسيلة للذة الجنسية، أما الأبناء فيكونون بنظره ناتج عرضي،

(١) المصدر السابق، ص ٢٨.

(٢) سمير أمين، ثقافة العولمة وعولمة الثقافة، ص ١٩.

(٣) المقصود بها هنا أنها وصف يطلق على: كل ما يهدف إلى منفعة خاصة. ينظر: المعجم

الفلسفي، مجمع اللغة العربية، ص ٣٢.

إن قَبِلَ تحمل مسؤولية إعالته مالياً فلن يفكر في تحمل مسؤولية التواصل معهم عاطفياً وتربوياً.

٥. افتقاد الإنسان معناه.

عند هذه النقطة يجد الإنسان نفسه شيئاً في عالم الأشياء، ويقابل غياب هذا المعنى انحصار دائرة القيم الدينية والأخلاقية والإنسانية، في نطاق ضيق، وتحل قيم السوق والسلع والاستهلاك محلها، ويتحول الإنسان إلى شيء تتمركز أحلامه حول الأشياء، كما يتحول فكره وفنونه، بل والدين أيضاً إلى مجرد سلعة.

ففي عالم العولمة نرى الفرد أصبح ينظر إلى ذاته على حسب ما يمتلك من أشياء، وقيم العلاقات مع غيره على حسب ما يمتلك هذا الغير من أشياء. وفي دراسة ميدانية ترى أن الشباب ممن يعانون من فقدان المعنى للحياة؛ "لا يشعرون بالانسجام مع عالمهم الكلاسيكي ولا يتقبلون قيمه وأنماطه السائدة، فهناك عوامل نفسية واجتماعية تجعلهم يعيشون حالة صراع دائم مع أسرهم ومجتمعهم وحتى مع أنفسهم، فهم يقرون أنهم مضطهدون، ومسحوقو الشخصية نتيجة لما تنطوي عليه إملاءات الأسرة والمجتمع"^(١).

(١) شفيق ليكوفان، الأثر السوسيو ثقافي للانترنت على الطفل الجزائري، دراسة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والاعلام، ٢٠٠٨. ٢٠٠٩م، ص ٦١.

المبحث الثالث

دور القيم الإسلامية في معالجة ثقافة الاستهلاك

المطلب الأول: قيمة الرشد الاستهلاكي.

أولاً: مفهوم الرشد:

الرشد الاستهلاكي يعني: "إعادة تنظيم الحياة الاقتصادية على أساس رشيد لما يُملّي عليه العقل"^(١)، ويطلق عليه الرشد العقلي، والرشد الفعلي، ويشمل تصرفات المستهلك، وتصرفات المنتج، وتصرفات مالكي عناصر الإنتاج. ويمكن النظر إلى الرشد الاقتصادي من وجهتين^(٢):

الأولى: الرشد بالطريقة والمنهج المتبع، يعني: اختيار الشيء تبعاً لبناء منطقي معين.

الثانية: الرشد بالغرض والهدف من الاستهلاك، يعني: اختيار الشيء لغرض محدد.

ويعرفه الفقه الإسلامي بأنه: "إصلاح المال وتثميّره، وصونه من المعاصي"^(٣)، و"صلاح المال في الانتفاع به في المنفعة الشرعية بسلوك عقلاني وواقعي"^(٤). وأما الفكر الإسلامي فيرى أن الرشد الاقتصادي يعني المبدأ وأسلوب السلوك

(١) عبد الغني سعيد، نحو الرشد الاقتصادي، ص ٣.

(٢) ينظر: ماجد المنيف، مبادئ الاقتصاد، ص ١٦٠.

(٣) علاء الدين الكاساني، بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، (٧/١٧٠).

(٤) حسين الجبوري، عوارض الأهلية عند الأصوليين، ص ٤١٦.

الاستهلاكي في المفاضلة والموازنة بين أفضل المنافع المشروعة في دنياه وآخرته، وهذا المفهوم للرشد مرتبط بالمصلحة والمنفعة لسلوك المستهلك من خلال تصرفاته، وحاجاته، ومقاصدها، من خلال أمرين:

أولاً: الاختيار الراشد للاستهلاك، حيث يميز الفرد منفعته الحقيقية منها وفق المصلحة الشرعية، ولا يتصرف بأنانية، ولا يهدر المال في غير استحقاقه، ولا يتأثر بالكذب والإغراء^(١).

ثانياً: التفضيل بين المصالح والمنافع، وضبط التصرف الاستهلاكي على نحو المصلحة الفردية والجماعية والمصلحة الأخروية، حتى لا يكون التفضيل باعثه اللذة والنزوات المطلقة؛ لأن قصد الثواب والجزاء مطلوب في الإنفاق الاستهلاكي^(٢).

ثانياً: البعد القيمي للرشد في الإسلام:

المسلم الغني يمارس دور الإنفاق حسب ما يملكه الفقه الإسلامي، مع ثقافة التطورات المعاصرة، إما بالاستهلاك الخيري، أو الإنفاق المعيشي الضروري والحاجي والتحسيني.

ويتنوع الاستهلاك على النحو الآتي:

١: الاستهلاك المعيشي:

استهلاك الفرد على نفسه وعلى أهله مطلوب لإشباع حاجاتهم وفق الشريعة. قال تعالى: ﴿لِيُنْفِقَ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا ءَاتَاهُ اللَّهُ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَّا ءَاتَاهَا سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا﴾

(١) ينظر: محمد الزرقا، صياغة إسلامية لجوانب من دالة المصلحة الاجتماعية ونظرية سلوك المستهلك، ص ١٦٧.

(٢) محمد عللوه، الدنيا والآخرة في ميزان الإسلام، ص ٧٥.

[الطلاق: ٧]، "فجعل الفرد مسؤولاً عن نفسه، وألزمه بإصلاحها وتركيتها؛ لحاجتها وميولها الفطري، وحاجة الفرد للتمتع في مستويات المعيشة"^(١).

٢: الاستهلاك الخيري:

يشرع قيام الأفراد الأغنياء بسد حاجات الفقراء أرحاماً أو جيراناً أو غيرهم؛ لقول الله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ يَوْمٌ لَا بَيْعَ فِيهِ وَلَا خُلَّةٌ وَلَا شَفِيعَةٌ ۖ وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ﴾ [البقرة: ٢٥٤].

والاستهلاك الخيري في سبيل الله ينقسم إلى نوعين: الواجب، والمندوب، كما قال الله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ فِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ مَعْلُومٌ ۖ لِّلسَّائِلِ ۖ وَالْمَحْرُومِ﴾ [الماعز: ٢٤-٢٥].

فالعدل يعني أن الأفراد يحققون ما يشاؤون من المصالح تبعاً لتقدير الشارع الحكيم؛ وليس لمطلق الأهواء والشهوات. ولمعالجة مشكلة الاستهلاك وأثارها على اقتصاد الأسر المسلمة الفقيرة، فقد نهى النبي ﷺ عن منافسة الأغنياء، مثلما نهى الأغنياء من المباهاة والتفاخر؛ ليعيش الجميع على صفتي القناعة والرضا بما قسم الله من الرزق^(٢)، وقد صح عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال النبي ﷺ: "انظروا إلى من هو أسفل منكم ولا إلى من هو فوقكم؛ فإنه أجدر أن لا تزدروا نعمة الله عليكم"^(٣).

كما أن استهلاك الأسرة الغنية مرتبط بمصلحة المجتمع وظروفه، يستمتعون عندما يتوفر قدر كبير من الضروريات للناس، وإلا فإنه يتوجب عليهم مساعدة

(١) يوسف اليوسف، القيم الدينية والتربوية والاجتماعية المتعلقة بالسلوك الاستهلاكي في التراث العربي الإسلامي، ص ١٨.

(٢) ينظر: عبد العزيز الحمد، الاستهلاك في الإسلام، ص ٩٤.

(٣) صحيح مسلم، كتاب الزهد، (٤/٢٢٧٥)، رقم (٢٩٦٣).

المحتاجين في الضروريات خيرٌ من الاستهلاك للكماليات؛ وبذلك يحافظ المجتمع على العدالة الاجتماعية^(١).

المطلب الثاني: قيمة اقتصاد الحاجة.

أولاً: مفهوم الحاجة:

استعمل الفكر الإسلامي مفهوم اقتصاد الحاجة استعمالاً قيمياً في سياق الأخلاق الإسلامية، كما يتضح في الآتي:

إذا كان مطلق الحاجة في ثقافة الاستهلاك العولمي، هي: "كل شيء يرغب الفرد أن يحصل عليه، بصرف النظر إذا كان هذا الشيء ضاراً أو نافعاً أو ممنوعاً من وجهة النظر الصحية أو الأخلاقية أو سواها"^(٢)، فهذا يعني أنَّ الحاجة هي حالة نفسية شهوانية طاغية.

أما الاقتصاد الإسلامي فيرى أن اقتصاد الحاجة هو "ما يكفي الإنسان مطعماً وملبساً وغيرها مما لا بد منه على ما يليق بحاله وحال من تلزمه نفقته من غير إسراف ولا تبذير"^(٣).

وأما الأصوليون فيرون أن الحاجة: "ما يفتقر الإنسان إليه مع إمكان بقائه بدونه"^(٤).

إذن هي شعور الإنفاق على القسط الكافي من المصلحة المعقولة، أو شعوره بالامتناع عن الإنفاق في خدمةٍ لا قيمة لها بوجه الاعتدال والتوازن والتوسط مع ظروف الحياة، بمقتضى قيم الإسلام الرفيعة.

(١) ينظر: عبد العزيز الحمد، الاستهلاك في الإسلام، ص ٩٩.

(٢) خالد الحامض، مدخل الاقتصاد، ص ٢٩.

(٣) عبد السلام العبادي، المفهوم الإسلامي للحاجات الأساسية للإنسان وارتباطها بالأوضاع المعاصرة، ص ٣٢٥.

(٤) أحمد كافي، الحاجة الشرعية حدودها وقواعدها، ص ٢٨.

ثانياً: البعد القيمي في اقتصاد الحاجة.

يقرر الإمام الشاطبي رحمه الله أن مبادئ اقتصاد الحاجة منوطة بالقيم الإيمانية؛ وأن الفرد "قد يكون ساعياً في مصلحة نفسه من وجه لا يوصله إليها، أو يوصله إليها ناقصة لا كاملة، أو يكون فيها مفسدة تربو في الموازنة على المصلحة فلا يقوم خيرها بشرها...؛ فإذا كان فلا. كذلك فالرجوع على الوجه الذي وضعه الشارع رجوع إلى وجه المصلحة على الكمال بخلاف الرجوع إلى ما خالفه"^(١).

لم تقتصر نظرة الإسلام إلى الحاجات على المادية دون غيرها، وإنما نظر إلى ارتباط تلك الحاجات بالجوانب الروحية والاجتماعية والفطرية منها، ويروى أن عمر بن الخطاب رضي الله عنه "دخل على ابنه، وعنده لحم غريض، فقال له: ما هذا قال: قرمنا إلى اللحم فاشترينا منه بدرهم، قال: وكلما اشتهيت اللحم اشتريته، كفى بالمرء سرفاً أن يأكل كلما اشتهى"^(٢)؛ لأن توفر المنفعة والمصلحة لا تناط بالاشتواء.

المطلب الثالث: قيمة الخير.

القيمة الخيرية أساس تكوين الشخصية الفردية والجماعية في الحضارية الإسلامية، باعتبار الخير مقصد عام وثابت، في فهمه، وتطبيقاته، وأبعاده النفسية، والاجتماعية، والاقتصادية.

فالمستهلك المسلم هو الإنسان الذي يلتزم بالدين الإسلامي في حساباته؛ لأنه يحترم قيمة الخير في سلوك الاستهلاك، من خلال القيم والخصائص الآتية:

١. النية الصالحة.

(١) الشاطبي، الموافقات، ١/٣٤٩.

(٢) أخرجه ابن أبي الدنيا، إصلاح المال، ص ٣٨٩.

٢. المشروعية بالحلال والإباحة.

٣. ثواب الآخرة.

ولقد جمع علماء الاقتصاد المسلمون أهم القواعد الأخلاقية لحفظ المال وصونه؛ فتتمثل في القناعة، وشهامة النفس القوية، وفي طلب العلم، وجمع المال، كما يقول لقمان الحكيم لابنه: "يا بُني شيئان إن حفظتهما لا تبالي ما صنعت بعدهما: ابدأ بدينك لمعادك، ودرهمك لمعاشك"^(١)، فالاختيار في التصور الإسلامي منضبطٌ بقيمة العبودية لله تعالى، بينما يستند في غيره من الأديان والثقافات إلى أهواء الأفراد الخاصة ورغباتهم الذاتية ونزواتهم الشخصية.

فالمستهلك في الإسلام يجد سعادة ومنتعة عندما يعطي أخاه المسلم من ماله الذي أعطاه الله؛ لأنَّه يثق بأنَّ الله سوف يعطيه في الدنيا والآخرة، وأنَّه سيجد العائد في الآخرة أضعافاً مضاعفة، كما قال الله تعالى: ﴿الَّذِينَ يَنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ثُمَّ لَا يَتَذَكَّرُونَ مَا أَنْفَقُوا مَنًّا وَلَا أَذًى لَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ﴾ [البقرة: ٢٦٢]. فهذه الآية عظيمة في مراعاة الحالة النفسية ومحاسبتها عند الإنفاق؛ لأنَّ المنفق في سبيل الله إنما يكون على أحد ثلاثة أوجه:

الأول: أن يريد وجه الله تعالى ويرجو ثوابه، فهذا لا يرجو من المنفق عليه شيئاً، وإنما يراعي استحقاقه.

الثاني: أن يريد من المنفق عليه جزاءً بوجه من الوجوه، فهذا لم يرد وجه الله وهذا من بئفائه لأجل المن.

(١) أخرجه ابن أبي الدنيا، إصلاح المال، ص ٤١.

الثالث: أن ينفق مضطراً لذلك، فهذا ليس لوجه الله، وهذا من الإيذاء^(١).

ورود في حديث عمرو بن العاص رضي الله عنه، قال: قال رسول الله ﷺ: "كلوا واشربوا والبسوا وتصدقوا في غير إسراف ولا مخيلة، وقال ابن عباس كل ما شئت والبس واشرب ما شئت ما أخطأتك اثنتان سرف أو مخيلة"^(٢)، وعن عبد الله بن عمر رضي الله عنه قال: إن رسول الله ﷺ قال، وهو على المنبر، وهو يذكر الصدقة والتعفف عن المسألة: (اليد العليا خير من اليد السفلى، واليد العليا المنفقة، والسفلى السائلة)^(٣)، وفيه دليل لمذهب الجمهور أن اليد العليا هي المنفقة^(٤).

العادة أن الأغنياء ينفقون على الفقراء والمحتاجين الذين يسألونهم، ولكن لا يغفلون عن المتعطفين؛ ممن وصفهم الله تعالى بأنهم: (أُحْصِرُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ)، في قوله تعالى: ﴿لِلْفُقَرَاءِ الَّذِينَ أُحْصِرُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ لَا يَسْتَطِيعُونَ ضَرْبًا فِي الْأَرْضِ يَحْسَبُهُمُ الْجَاهِلُ أَغْنِيَاءَ مِنَ التَّعَفُّفِ تَعْرِفُهُمْ بِسِيمَاهُمْ لَا يَسْأَلُونَ النَّاسَ إِلْحَافًا وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ﴾ [البقرة: ٢٧٣].

فوصف الله المستحقين بست صفات^(٥):

إحداها: الفقر.

(١) ينظر: ابن عطية، المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز، (٣٥٦/١).

(٢) أخرجه البخاري، كتاب اللباس، باب قوله تعالى: (قل من حرم زينة الله التي أخرج لعباده)، (١٨٢/٧)، رقم (٥٧٨٣).

(٣) أخرجه مسلم، كتاب الزكاة، باب بيان أن اليد العليا خير من اليد السفلى، (٧١٧/٢)، رقم (١٠٢٣).

(٤) شرح النووي على مسلم، (١٢٥/٧).

(٥) ينظر: ابن القيم، التفسير القيم، ص ١٧٤.

- الثانية: حبسهم أنفسهم في سبيله تعالى، وجهاد أعدائه، ونصر دينه.
- الثالثة: عجزهم عن الأسفار للتكسب، والضرب في الأرض: هو السفر.
- الرابعة: شدة تعففهم. وهو حسن صبرهم، وإظهارهم الغنى. يحسبهم الجاهل أغنياء من تعففهم، وعدم تعرضهم وكتماهم حاجتهم.
- الخامسة: أنهم يعرفون بسيماهم. وهي العلامة الدالة على حالتهم التي وصفهم الله بها.
- السادسة: تركهم مسألة الناس، فلا يسألونهم إلحافاً، والإلحاف: هو الإلحاح.
- المطلب الرابع: قيمة التراحم.**

التآلف والتراحم في الإسلام هو تكاتف المسلمين وتضامنهم باحتياجاتهم ومنافعهم ومصالحهم الفردية والجماعية، على أساس: "لا ضرر ولا ضرار"، فمنع الإسلام من دفع زيادة الفائدة بتأخير السلفة، والوصية فوق الثلث، والتبرع بما يزيد عن المملوك، واكتناز البضاعة حين ارتفاع ثمنها ... وغيرها مما يشمل التضييق بالمال، كما أن الإسلام يصون حق الفقير والمسكين من التضييق؛ بما سنّ له بحق التعويض، والإرجاع بالعيب الظاهر في السلعة، وحرم الغرر والخداع والجهالة وغيرها من المعاملات التي حرمت في الشريعة الإسلامية.

فالاقتصاد الإسلامي هو المجال الذي يتمتع فيه المجتمع بالمتاع الروحي والمادي، بسمات الرحمة، خلاف اقتصاد العولمة الذي لا يراعي جانبه الروحي، ويقطع صلته بالأبوة والأمومة والبنوة والزوجة؛ فيستنزف إنسانيته من كيانه، ولهذا جاء مفهوم التكافل الاجتماعي في العولمة مختلفاً عما يقرره النظام الإسلامي؛ لأن سياق العولمة يركز على الترابط المادي الاستثماري^(١)، بينما الإسلام يركز على

(١) المصدر السابق، ص ٣٢٤.

فضيلة الإحسان الطوعي وكفاية الفقراء بمعيشتهم، حيث شرع الإسلام في اقتصاد الأغنياء التشارك بالأموال في القرابة بين الأغنياء والفقراء، وجعله أساساً لقيمة الإنفاق الاستهلاكي بمبدأ القرابة، وقد امتن الله تعالى على المؤمنين بتلك القرابة، كما قال الله تعالى في الأوس والخزرج: ﴿وَأَذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ فُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا﴾ [سورة آل عمران: ١٠٣]، يقول ابن كثير رحمه الله: "جاء الله بالإسلام، فدخل فيه من دخل منهم صاروا إخواناً متحابين بجلال الله، متواصلين في ذات الله، متعاونين على البر والتقوى"^(١)، ذلك أن التراحم والأخوة ضرورة حياتية، وسُنَّة كونية.

فالإسلام ضبط علاقة الفرد بمن حوله، قال تعالى: ﴿وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ﴾ [البقرة: ٢١٩]، قال أبو هريرة رضي الله عنه: "أمر رسول الله ﷺ بالصدقة يوماً، فقال رجل: يا رسول الله عندي دينار فقال: تصدَّق به على نفسك، قال: عندي آخر قال: تصدق به على ولدك، قال: عندي آخر قال: تصدق به على خادمك، قال: عندي آخر قال: أنت أبصر"^(٢).

وثمت قيم عظيمة في الإسلام، ومنها الإنفاق لواجب العلاقة الاجتماعية المشتركة، وإحياء المجتمع العمراني، من خلال الأوقاف أو غيرها، والتي مؤلت مؤسسات العلم والثقافة، وصار الذين تلقوا تعليمهم في تلك المؤسسات الخيرية رواداً في مجالات علمية، شملت الطب، والهندسة، والكيمياء، والزراعة، والصناعة، والفلك، والصيدلة. فتحول الاستهلاك إلى إنتاج اقتصادي كبير.

(١) ابن كثير، تفسير القرآن العظيم، (٩٠/٢).

(٢) أخرجه أبو داود في السنن، كتاب الزكاة، باب في صلة الرحم، (١١٨/٣)، رقم (١٦٩١). وقال عنه الألباني حسن وصححه ابن حبان والحاكم والذهبي، صحيح أبي داود، (٣٧٥/٥)، رقم (١٤٨٤).

وأعلن عمر بن الخطاب رضي الله عنه قاعدة عامة في التكافل الاجتماعي فقال: " ما أنا بأحق، بهذا الفيء منكم، وما أحد منا بأحق به من أحد، إلا أنا على منازلنا من كتاب الله عز وجل، وقسم رسول الله صلى الله عليه وسلم، فالرجل وقدمه، والرجل وبلاؤه، والرجل وعياله، والرجل وحاجته "(١).

ولمّا فُتحت مصر قام الزبير رضي الله عنه فطلب من عمرو بن العاص رضي الله عنه قسمتها، فقال عمرو رضي الله عنه: " لا أقسمها حتى أكتب إلى أمير المؤمنين. فكتب إلى عمر رضي الله عنه. فأجابه: دعها حتى يغزو منها حبل الحبل؛ أي: تكون فيئاً موقوفاً للمسلمين ما تناسلوا"(٢)، وهذه السياسة لغرض أن يطول استثمار الأرض لينتفع به فقراء المسلمين باستمرار.

المطلب الخامس: قيمة العدل وحفظ الكرامة.

الإنسان مكرم من عند الله، ومأمور بالعدل والإحسان في كل شيء؛ لأن الله كرمه في كتابه فقال: ﴿وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْوَلَدِ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِّنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَىٰ كَثِيرٍ مِّمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا﴾ [الإسراء: ٧٠]، ومهمته عمارة الأرض، وله قدرٌ من الحريات الأساسية في إطار العبودية لله تعالى، قال الله تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾ [النحل: ٩٠]. والعدل: "إعطاء الحق إلى صاحبه، وهو الأصل

(١) أخرجه أبو داود في السنن، كتاب الخراج، باب فيما يلزم الإمام من أمر الرعية والحجبة عنه، (١٣٦/٣)، رقم (٢٩٥٠). وقال عنه الألباني حسن وصححه ابن حبان والحاكم والذهبي، صحيح أبي داود، (٣٧٥/٥)، رقم (١٤٨٤). ابن تيمية، السياسة الشرعية، ص ٥٦.
(٢) ينظر: مسند الشاشي، مسند الزبير بن العوام رضي الله عنه، ما روي عن سفيان بن وهب، (١٠٢/١)، ورقمه ((٤٣))، القاسم بن سلام، الأموال، ص ٧٣.

الجامع للحقوق الراجعة إلى الضروري والحاجي من الحقوق الذاتية وحقوق المعاملات" (١).

وأما الكرامة فهي جوهر الإنسان، حَصَّ الله بها بني آدم. وجعله نفيساً غير مبذول، ولا ذليل في صورته، ولا في حركة مشيه وفي بشرته، وهدهد لأزكى الطعام والشراب (٢).

فالإسلام أباح الملكية الفردية من حيث المبدأ، لكنه وضع لهذه الملكية حدوداً وقيوداً تمنع اتخاذها للضرر، وذلك حماية للمصالح الأساسية التي شرع الله من أجلها الحقوق، وكان هذا التوازن الاقتصادي بين مصلحتي الفرد والجماعة على أسس من العدل، وحسبما تقتضي المصلحة خلافاً لما عليه الرأسمالية الحديثة التي لا تراعي ذلك.

ومن العدل في حفظ الكرامة أن تشريعات الإسلام في الاستهلاك تتفق مع أمزجة الإنسان وتُرْضي كل الطبائع السليمة، فمن الناس من يؤثر التقشف وخشونة العيش، وإذا كان من النصوص ما يمتدح التقشف وخشونة العيش، فإن منها ما يمتدح التمتع بالطيبات وظهور أثر النعمة، وكل سلوك ممدوح في ظروفه، وفي جميع حالات الدخل وشتى مستويات المعيشة (٣).

وهذا التوازن ورد في القرآن الكريم بمعنى القوام الاقتصادي للإنسان، كما قال الله تعالى: ﴿وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا﴾ [النساء: ٥]. لما أقر الإسلام حق التملك

(١) ابن عاشور، التحرير والتنوير، (٢٥٦/١٤).

(٢) ينظر: ابن عاشور، التحرير والتنوير، (١٦٥/١٥).

(٣) يوسف اليوسف، القيم الدينية والتربوية والاجتماعية المتعلقة بالسلوك الاستهلاكي في التراث العربي الإسلامي، ص ١٨.

الفردى بوصفه استجابةً لفطرة الإنسان وحاجته الطبيعية إلى الامتلاك، وضع في الوقت نفسه تشريعاتٍ دقيقة توازن بين إشباع حاجاته المعيشية وصون كرامته من الاستغراق في الماديات أو الوقوع تحت عبث السفهاء. ومن ثمّ جاء تنظيم السعي إلى الثروة وحيازتها على نحوٍ يضمن تلبية الضرورات الأساسية لجميع أفراد المجتمع، مع مراعاة اختلاف قدراتهم وتنوّع حاجاتهم.

وأما التوازن الاستهلاكي في حيازة الدولة فالإسلام منح الدولة حماية مطلقةً للمال، وجعلها وظيفة شرعية في الاستخلاف العمراني؛ وفرض على الدولة عدم تمكين السفهاء والمبذرين من هذا المال؛ لأن قوام التوازن الاستهلاكي سيختل في المجتمع، فقال الله تعالى: ﴿وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا﴾ [النساء: ٥]، أي "ولا تؤتوا السفهاء أموالكم التي تصلح بها أموركم فيقوموا بها قياماً"^(١).

ومن أهم جوانب العدل في سلوك الاستهلاك الاقتصادي في الإسلام ما يأتي:

أولاً: العدل في توزيع الحقوق:

حرص الإسلام على تحقيق العدل في توزيع المال بين الفئات والأفراد، فلا يحتكر أحد به دون غيره، وأعطى فرصاً متكافئة للجميع، لينال حظّه من نعم الله، وقد أثبت القرآن أن تحقيق العدل مقصدٌ وهدفٌ من أهداف الإسلام، كما قال سبحانه: ﴿لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ﴾ [الحديد: ٢٥]، والقسط هو العدل. وورد الأمر بالعدل والقسط بصيغ شتى: ﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَى وَيَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾

(١) القرطبي، أحكام القرآن، (٣١/٥).

[النحل: ٩٠].

فهذه قاعدة الإسلام، حيث أولى عناية خاصة بالفقراء والمعوذين في المجتمع، وأشار إلى أهمية رعايتهم في المجتمع في السلم والحرب، فقال النبي ﷺ: "أبغوني في ضعفائكم؛ إنما تُرزقون وتُنصرون بضعفائكم" (١).

ثانياً: العدل في مراعاة الأولوية:

حتى يكون الاستهلاك في حقه المشروع، ولا يحصل التقصير في الأحق بقرابته، والأشد حاجة من غيرهم، وأرشد الرسول ﷺ إلى تعاون المسلمين فيما بينهم فقال: "ليس المؤمن الذي يشبع وجاره جائع" (٢)، وروى أبو عبيد: أن الخليفة الراشد عمر بن عبد العزيز رضي الله عنه كتب في خلافته إلى ولاته أن اقضوا عن الغارمين. فكتب إليه بعضهم يقول: إنا نجد الرجل له المسكن، وال خادم، والفرس، والأثاث. أي: وهو مع ذلك هو غارم، فكتب عمر: إنه لا بد للمرء المسلم من سكن يسكنه، ومن خادم يكفيه مهنته، وفرس يجاهد عليه عدوه، ومن أن يكون له الأثاث في بيته. نعم، فاقضوا عنه؛ فإنه غارم (٣).

وقد أجمع علماء الإسلام على تحريم استهلاك المال في العمل بالسحر (٤)؛ لما فيه من تسليط الشياطين والأرواح الشريرة على الإنسان، التي تهلك الأفراد

(١) أخرجه الترمذي في السنن، كتاب الجهاد، باب ما جاء في الاستفتاح بصعاليك المسلمين، (٢٤٩/٣)، رقم (١٧٠٢)، وقال الترمذي: هذا حديث حسن صحيح. وصححه الألباني في صحيح سنن الترمذي، حديث رقم (٣٢٠٦).

(٢) أخرجه البخاري في الأدب المفرد، (٥٢/١)، رقم ١١٢، وصححه الألباني في صحيح الترغيب والترهيب، (٦٨٣/٢)، رقم (٢٥٦٢).

(٣) القاسم بن سلام، الأموال، (٦٦٦/١).

(٤) ابن تيمية، الفتاوى الكبرى، (٥٣٦/٥).

والجماعات، ومن صور حفظ كرامة الإنسان بالمال، وجوب إنقاذ المضطر من الهلاك. صوناً لكرامة المضطر، وحفاظاً على نفسه من الهلاك والموت؛ فإن امتنع الناس ولم يدفعوا له حتى مات ضَمَنُوهُ^(١).

قال الإمام القرطبي رحمه الله: "ولا خلاف بين أهل العلم في وجوب رد مهجة المسلم عند خوف الذهاب والتلف بالشيء اليسير الذي لا مضرة فيه على صاحبه، وفيه البلغة"^(٢).

(١) ينظر: النووي، المجموع، (٤٥/٩)، وابن قدامة، المغني، (٣٣٩/١٣).

(٢) القرطبي، أحكام القرآن، (٢٦٦/٢).

الخاتمة:

أختم البحث بأبرز النتائج والتوصيات كما يأتي:

أولاً: أبرز النتائج:

- ١- تستمد الهوية الوطنية أساسها المعرفي والأخلاقي والاجتماعي من الإسلام، ولا يكتمل أي مشروع وطني يتجاهل البعد الإسلامي أو يتجاوز دوره في تشكيل الوعي الجمعي.
- ٢- تؤثر الثقافة الاستهلاكية العالمية في الهويات الضعيفة وتضعفها، بينما تمنح الهوية الإسلامية بما تمتاز به من أصالة وقوة مناعة قيمية تحمي الأفراد والمجتمع من الاختراق الثقافي.
- ٣- أدى انتشار ثقافة الاستهلاك إلى تآكل الخصوصيات الثقافية في بعض المجتمعات المسلمة وازدياد تقليد الأنماط الغربية، مما أحدث ضغطاً عميقاً على هوية الفرد المسلم وسلوكه.
- ٤- تأثر المجتمع المسلم بثقافة الترفيه الاستهلاكية التي أعادت تشكيل الذوق العام على حساب القيم الأصيلة للهوية الوطنية.
- ٥- تجاوزت تحولات الاستهلاك في ظل الرأسمالية حدود السلوك المادي لتطال عناصر أساسية كالغذاء، بفعل تغليب الربح على الاعتبارات الإنسانية والأخلاقية.
- ٦- استجابت كثير من الشركات المحلية لضغط السوق العالمي عبر محاكاة العلامات التجارية الأجنبية لجذب المستهلك وضمان زيادة الأرباح.
- ٧- ينظر الإسلام إلى الحاجات البشرية نظرة شمولية تجمع بين المادي والروحي والاجتماعي، وقد أسهمت منظومة القيم -كالإنفاق والأوقاف- في بناء

مجتمع عمراني وثقافي مزدهر.

٨- يمثل الاستهلاك في المنظور الإسلامي قيمة منضبطة بمعايير أخلاقية ثابتة، خلافاً للمنظومات المادية التي تحكمها فلسفات مدنية متغيرة.

٩- رغم قوة العولمة، فإنها غير قادرة على صهر الهويات الثقافية كلياً؛ إذ تبقى هذه الهويات حصناً أمام الدوبان، وإن كانت قابلة للاستهداف والتشويه.

١٠- يستمد الإنفاق والاستهلاك في الإسلام قوته من الأساس الأخلاقي والديني الذي يجعله أكثر ثباتاً وفاعلية من الأخلاق المدنية المادية، لكون العنصر الديني يمنح الفكرة تأثيراً يتجاوز المعيار النفعي المجرد.

ثانياً: التوصيات:

١- يوصي الباحث المهتمين والباحثين بدراسات متفرقة تتناول جزئيات محددة من تأثير وأثر ثقافة الاستهلاك على فئات محددة المجتمع، مثل المرأة، وأصحاب الدخل المحدود، والمثقفين في المجتمع.

٢- يوصي الباحث المؤسسات التربوية والثقافية والاجتماعية والإعلامية؛ بالقيام بدور فاعل في تعزيز القيم الإسلامية والوطنية لا سيما القيم الاقتصادية، مع التوعية بخطورة ثقافة الاستهلاك على الفرد والمجتمع.

قائمة المصادر والمراجع

القرآن الكريم.

- ١- إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية بالقاهرة، دار الدعوة.
- ٢- ابن أبي الدنيا، إصلاح المال، دار الوفاء، المنصورة، ١٤١٠هـ.
- ٣- ابن القيم، محمد بن أبي بكر، إغاثة اللفهان من مصائد الشيطان. تحقيق محمد حامد الفقي. القاهرة: مكتبة السنة، د.ت.
- ٤- ابن القيم، محمد بن أبي بكر، الفوائد، بيروت: دار الكتب العلمية، ط ١، ١٩٩٩م.
- ٥- ابن تيمية، أحمد بن عبد الحلیم، السياسة الشرعية في إصلاح الراعي والرعية، وزارة الشؤون الإسلامية - المملكة العربية السعودية، ط ١، ١٤١٨هـ.
- ٦- ابن تيمية، مجموع الفتاوى، جمع وترتيب: عبد الرحمن قاسم، مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، المدينة المنورة، ١٤٢٥هـ.
- ٧- ابن خلدون، عبد الرحمن بن محمد، مقدمة ابن خلدون، ت: عبد الله محمد الدرويش، دار يعرب، دمشق، ط ١، عام ١٤٢٧هـ.
- ٨- ابن عاشور، محمد الطاهر، تحرير المعنى السديد وتنوير العقل الجديد من تفسير الكتاب المجيد، الدار التونسية للنشر، تونس، ١٩٨٤هـ.
- ٩- ابن عطية، عبد الحق الأندلسي، المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز، دار الكتب العلمية، بيروت، ط ١، ١٤٢٢هـ.
- ١٠- ابن قدامة المقدسي، المغني، تحقيق: عبد الله التركي، دار عالم الكتب،

- الرياض، ط ٣، ١٩٩٧ م.
- ١١- ابن كثير، إسماعيل بن كثير، تفسير القرآن العظيم، دار المعرفة، بيروت، ١٤١٢ هـ.
- ١٢- ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط ١، د. ت.
- ١٣- أبو داود، سليمان بن الأشعث، سنن أبو داود، تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد، المكتبة العصرية، صيدا، بيروت، د. ط، د. ت.
- ١٤- أحمد إسماعيل الراغب، الإنفاق الاستهلاكي في الشريعة الإسلامية والاقتصاد الرأسمالي، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، منيسوتا، ١٤٤١ هـ.
- ١٥- أحمد العيادي، المراكز الأساسية في الثقافة الإسلامية، دار الكتاب الجامعي بالعين، ط ٢، ١٤٢٤ هـ.
- ١٦- أحمد زايد وآخرون، الاستهلاك في المجتمع القطري أنماطه وثقافته، جامعة قطر، ط ١، ١٤١٢ هـ.
- ١٧- أحمد كافي أحمد، الحاجة الشرعية حدودها وقواعدها، دار الكتب العلمية، بيروت، ط ١، ٢٠٠٤ م.
- ١٨- أحمد مختار عبد الحميد، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب، ط ١، ١٤٢٩ هـ.
- ١٩- الألباني، محمد ناصر الدين، صحيح الترغيب والترهيب، مكتبة المعارف للنشر والتوزيع، الرياض ط ١، ١٤٢١ هـ.
- ٢٠- الألباني، صحيح وضعيف سنن الترمذي، مصدر الكتاب: برنامج منظومة التحقيقات الحديثية، من إنتاج مركز نور الإسلام لأبحاث القرآن والسنة بالإسكندرية.

- ٢١- أمين عثمان علي، الغش في الامتحانات كمظهر من مظاهر انتشار
اللامعيارية في المجتمع، مجلة الفكر العربي، العدد ٧٦، ١٩٩٩م.
- ٢٢- البخاري، محمد بن إسماعيل، الأدب المفرد، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي،
دار البشائر الإسلامية، بيروت، ط ٢، ١٤٠٩ هـ.
- ٢٣- بوتقرايت رشيد، ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي، رسالة
ماجستير من جامعة الجزائر/ كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، ٢٠٠٧م-
٢٠٠٨م.
- ٢٤- الترمذي، محمد بن عيسى، الجامع الكبير (سنن الترمذي)، تحقيق: بشار
عواد معروف، دار الغرب الإسلامي، بيروت ط ١، ١٩٩٦م.
- ٢٥- جعفر عباس حاجي، المذهب الاقتصادي في الإسلام، مكتبة الألفين،
الكويت، ١٤٠٨هـ.
- ٢٦- جون بيركنز، الاغتيال الاقتصادي للأمم، ترجمة مصطفى الطنطاوي،
وعاطف، دار الطنطاوي، القاهرة، ط ١، ٢٠٠٨م.
- ٢٧- حرب رجائي، العولمة بين رفاهية الإنسان واحتكار القوة، بحث دكتوراه،
كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، عام ٢٠١٣م.
- ٢٨- حسن الزبيدي، الاقتصاد السياسي للعولمة، منشور في مجلة العلوم
الاقتصادية والإدارية، جامعة البصرة، عدد ١٨، ٢٠٠٦م.
- ٢٩- حسن الكرمي، قاموس المغني الأكبر، مكتبة لبنان، بيروت، عام ١٩٨٧م.
- ٣٠- حسن حنفي، العولمة بين الحقيقة والوهم، دار الفكر دمشق، ط ١٩٩٩م.
- ٣١- حسين خلف الجبوري، عوارض الأهلية عند الأصوليين، مركز بحوث
الدراسات الإسلامية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، ١٤٠٨هـ.
- ٣٢- خالد الحامض، محمد كامل ريجان: مدخل الاقتصاد، مطابع العين،

١٩٨١م.

- ٣٣- السرخسي، أبو بكر محمد، المبسوط، دار المعرفة، بيروت، ١٤١٤هـ.
- ٣٤- الشاطبي، إبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي الغرناطي، الموافقات، دار ابن عفان، ط١، ١٤١٧هـ.
- ٣٥- شفيق ليكوفان، الأثر السوسيو ثقافي للانترنت على الطفل الجزائري، دراسة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والاعلام، ٢٠٠٨ م.
- ٣٦- صالح ذياب هندي، دراسات في الثقافة الإسلامية، جمعية عمال المطابع التعاونية بالأردن، ط٥، ١٩٨٤م.
- ٣٧- عبد العزيز الحمد، الاستهلاك في الإسلام، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة أم القرى، ١٤٠٢هـ.
- ٣٨- عبد العزيز بن عبد الرحمن الثنيان، مفهوم الوطنية في ضوء الكتاب والسنة، مجلة جامعة الملك سعود، م ١٣، عدد ٢، ٢٠٠١م.
- ٣٩- عبد الغني سعيد، نحو الرشد الاقتصادي، دار النيل للطباعة، القاهرة، ١٩٥٠م.
- ٤٠- عبد الله المطيري، الوطنية والمواطنة: دراسة في المفهوم والنشأة والتطور، مركز البحوث، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ٢٠١٥م.
- ٤١- عبد الله بن ناصر السدحان، العولمة وأثرها على الهوية الثقافية، مكتبة العبيكان، الرياض، ٢٠٠٣م.
- ٤٢- السدحان، الوطنية والانتماء في الفكر الإسلامي، مكتبة العبيكان، الرياض، ٢٠١٠م.
- ٤٣- عبد الواحد مصطفى، الاستهلاك الاقتصادي في القرآن الكريم، مجلة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، العدد ١٣، سنة ١٤٢٧هـ.

- ٤٤ - عبده الراجحي، التطبيق الصرفي، دار النهضة العربية، بيروت، ١٩٨٤م.
- ٤٥ - علاء الدين الكاساني، بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، مطبعة الجمالية، مصر، ١٩١٠م.
- ٤٦ - الفيروز آبادي، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط ٨، ٢٠٠٥م.
- ٤٧ - القاسم بن سلام، الأموال، دار الفكر، بيروت، بدون طبعة وتاريخ.
- ٤٨ - ماجد عبد الله المنيف، مبادئ الاقتصاد، عمادة شؤون المكتبات، جامعة الملك سعود، الرياض، ١٤١٠هـ.
- ٤٩ - مايك فيذرستون، الثقافة الاستهلاكية والاتجاهات الحديثة، ترجمة محمد عبد الله المطوع، دار الفارابي، بيروت، ١٩٩١م.
- ٥٠ - محمد العربي بوقرة، العلم ضد العالم الثالث: الشركات المتعددة الجنسيات وأوهام التطور، دار الفارابي، بيروت، ٢٠٠١.
- ٥١ - محمد عبد المنعم غفر، النظرية الاقتصادية، بنك فيصل الإسلامي، نيقوسيا، قبرص، ط ١، ١٤٠٨هـ.
- ٥٢ - محمد عبيدات، سلوك المستهلك، مركز البحوث، معهد الإدارة العامة، ١٤٢١هـ.
- ٥٣ - محمد عللوه، الدنيا والآخرة في ميزان الإسلام، دار قتيبة، بيروت، ١٤١١هـ.
- ٥٤ - مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني، موسوعة القيم والسلوكيات الوطنية، الرياض، ٢٠١٨م.
- ٥٥ - المعجم الفلسفي، مجمع اللغة العربية، بيروت: عالم الكتب، ط ١، ١٣٩٩هـ.

- ٥٦- النوي، المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج، دار إحياء التراث العربي، بيروت، ط٢، ١٣٩٢هـ.
- ٥٧- هامن نخليون، وسمير أمين، ثقافة العملة وعملة الثقافة، دار الفكر، بيروت.
- ٥٨- الهروي، عبيد القاسم بن سلام، كتاب الأموال دار الفكر، بيروت.
- ٥٩- يوسف الزمل وبوعلام جيلالي، النظرية الاقتصادية الإسلامية، دار عالم الكتب، الرياض، ط١، ١٤١٧هـ.

References

alqran alkrym.

1. ebrahym mstfa wakhrwn, alm'ejm alwsyt, mjm'e allghh al'erbyh balqahrh, dar ald'ewh.
2. abn aby aldnya, eslah almal, dar alwfa', almnswrh, 1410h.
3. abn alqym, mhmd bn aby bkr, eghathh allhfan mn msayd alshytan. thqyq mhmd hamd alfgy. alqahrh: mktbh alsnh, d.t.
4. abn alqym, mhmd bn aby bkr, alfwa'ed, byrwt: dar alktb al'elmyh, t1, 1999m.
5. abn tymyh, ahmd bn 'ebd alhlym, alsyash alshr'eyh fy eslah alra'ey walr'eyh, wzarh alsh'ewn aleslamy - almmkh al'erbyh als'ewdyh, t 1, 1418h.
6. abn tymyh, mjmw'e alftawa, jm'e wtrtyb: 'ebd alrhmn qasm, mjm'e almlk fhd ltba'eh almshf alshryf, almdynh almnwrh, 1425h.
7. abn khldwn, 'ebd alrhmn bn mhmd, mqdmh abn khldwn, t: 'ebd allh mhmd aldrwysh, dar y'erb, dmshq, t 1, 'eam 1427h.
8. abn 'eashwr, mhmd altahr, thryr alm'ena alsdyd wtnwyr al'eq aljdyd mn tfsyr alktab almjyd, aldar altwnsyh llshr, twns, 1984h.
9. abn 'etyh, 'ebd alhq alandlsy, almhr alwjyz fy tfsyr alktab al'ezyz, thqyq: 'ebd alsalam 'ebd alshafy mhmd, dar alktb al'elmyh, byrwt, t 1, 1422h.
10. abn qdamh almqdsy, almgyny, thqyq: 'ebd allh altrky, dar 'ealm alktb, alryad, t3, 1997m.

11. abn kthyr, esma'eyl bn kthyr, tfsyr alqran al'ezym, dar alm'erfh, byrwt, 1412h.
12. abn mnzwr, lsan al'erb, dar sadr, byrwt, t1, d.t.
13. abw dawd, slyman bn alash'eth, snn abw dawd, thqyq: mhmd mhyy aldyn 'ebd alhmyd, almktbh al'esryh, syda, byrwt, d.t, d.t.
14. ahmd esma'eyl alraghb, alanfaq alasthlaky fy alshry'eh aleslamyih walaqtsad alrasmalyh, rsalh majstyr, aljam'eh aleslamyih, mnyswta, 1441h.
15. ahmd al'eyady, almrtkzat alasasyh fy althqafh aleslamyih, dar alktab aljam'ey bal'eyn, t 2, 1424h.
16. ahmd zayd wakhrwn, alasthlak fy almjtm'e alqtry anmath wthqafh, jam'eh qtr, t1, 1412h.
17. ahmd kafy ahmd, alhajh alshr'eyh hdwdha wqwa'edha, dar alktb al'elmyh, byrwt, t1, 2004m.
18. ahmd mkhtar 'ebd alhmyd, m'ejm allghh al'erbyh alm'easrh, 'ealm alktb, t 1, 1429 h.
19. alalbany, mhmd nasr aldyn, shyh altrghyb waltrhyb, mktbh alm'earf llnsr waltwzy'e, alryad t1, 1421h.
20. alalbany, shyh wd'eyf snn altrmdy, msdr alktab: brnamj mnzwmh althqyqat alhdythyh, mn entaj mrkz nwr aleslam labhath alqran walsnh baleskndryh.
21. amyn 'ethman 'ely, alghsh fy alamthanat kmzhr mn mzahr antshar allam'eyaryh fy almjtm'e, mjlh alfkr al'erby, al'edd 76, 1999m.

22. albkhary, mhmd bn esma'eyl, aladb almfrd, thqyq: mhmd f'ead 'ebd albaqy, dar albsha'er aleslamy, byrwt, t 2, 1409 h.
23. bwtqrabt rshyd, zahrh alahtmam ballbas 'end alshbab aljam'ey, rsalh majstyr mn jam'eh, aljza'er/klyh al'elwm alajtma'eyh walensanyh, 2007m/ 2008.
24. altrmdy, mhmd bn 'eysa, aljam'e alkbyr (snn altrmdy), thqyq: bshar 'ewad m'erwaf, dar alghrb aleslamy, byrwt t1, 1996m.
25. j'efr 'ebas hajy, almdhb alaqtasady fy aleslam, mktbh alalfyn, alkwyf, 1408h.
26. jwn byrknz, alaghtyal alaqtasady lamm, trjmh mstfa altntany, w'eatf, dar altntany, alqahrh, t1, 2008m.
27. hrb rja'ey, al'ewlmh byn rfahyh alensan wahtkar alqwh, bhth dktwrah, klyh aldrasat al'elya, aljam'eh alardnyh, 'eam 2013m.
28. hsn alzbydy, alaqtasady alsyasy ll'ewlmh, mnshwr fy mjllh al'elwm alaqtasadyh waledaryh, jam'eh albsrh, 'edd 18, 2006.
29. hsn alkrmly, qamws almghny alakbr, mktbh lbnan, byrwt, 'eam 1987m.
30. hsn hnfy, al'ewlmh byn alhqyqh walwhm, dar alfkr, dmshq, t 1999m.
31. hsyn khlf aljwbry, 'eward alahlyh 'end alaswlyyn, mrkz bhwth aldrasat aleslamy, jam'eh am alqra, mkh almkrmh, 1408h.
32. khald alhamd, mhmd kaml ryhan: mdkhl alaqtasady, mtab'e al'eyn, 1981m.

33. alsrkhsy, abw bkr mhmd, almbswt, dar alm'erfh, byrwt, 1414h.
34. alshatby, ebrahym bn mwsa bn mhmd allkhmy alghrnaty, almwfqat, thqyq: abw 'ebydh mshhwr bn hsn al slman, dar abn 'efan, t1, 1417h.
35. shfyq lykwfan, alathr alswsyw thqafy llantrnt 'ela altfl aljza'ery, drash majstyr, jam'eh aljza'er, klyh al'elwm alsyasyh wala'elam, 2008 m.
36. salh dyab hndy, drasat fy althqafh aleslamy, jm'eyh 'emal almtab'e alt'eawnyh balardn, t5, 1984m.
37. 'ebd al'ezyz alhmd, alasthlak fy aleslam, klyh alshry'eh waldrasat aleslamy, jam'eh am alqra, 1402h.
38. 'ebd al'ezyz bn 'ebd alrhmn althnyan, mfhwm alwtnyh fy dw' alktab walsnh, mjhl jam'eh almlk s'ewd, m 13, 'edd 2, 2001m.
39. 'ebd alghny s'eyd, nhw alrshd alaqsady, dar alnyl lltba'eh, alqahrh, 1950m.
40. 'ebd allh almtiry, alwtnyh walmwatnh: drash fy almfhwm walnshah walttwr, mrkz albhwh, jam'eh alemam mhmd bn s'ewd aleslamy, 2015m.
41. 'ebd allh bn nasr alsdhan, al'ewlmh wathrha 'ela alhwyh althqafyh, mktbh al'ebykan, alryad, 2003m.
42. alsdhan, alwtnyh walantma' fy alfkr aleslamy, mktbh al'ebykan, alryad, 2010m.
43. 'ebd alwahd mstfa, alasthlak alaqsady fy alqran alkrym, mjhl jam'eh alqran alkrym wal'elwm aleslamy, al'edd 13, snh 1427h.

44. 'ebdh alrajhy, alttbyq alsrfy, dar alnhdh al'erbyh, byrwt, 1984m.
45. 'ela' aldyn alkasany, bda'e'e alsna'e'e fy trtyb alshra'e'e, mtb'eh aljmalyh, msr, 1910m.
46. alfyrrwz abady, alqamws almhyt, m'essh alrsalh, byrwt, t8, 2005m.
47. alqasm bn slam, alamwal, thqyq: ahmd khlyl hras, dar alfkr, byrwt, bdwn tb'eh wtarykh.
48. majd 'ebd allh almnyf, mbad'e alaqtasad, 'emadh sh'ewn almkbat, jam'eh almlk s'ewd, alryad, 1410h.
49. mayk fydrstwn, althqafh alasthlakyh walatjahat alhdythh, trjmh mhmd 'ebd allh almtw'e, dar alfaraby, byrwt, 1991m.
50. mhmd al'erby bwqrh, al'elm dd al'ealm althalth: alshkrat almt'eddh aljnsyat wawham alttwr, dar alfaraby, byrwt, 2001.
51. mhmd 'ebd almn'em 'efr, alnzryh alaqtasadyh, bnk fysl aleslamy, nyqwsya, qbrs, t1, 1408h.
52. mhmd 'ebydat, slwk almsthlk, mrkz albhwh, m'ehd aledarh al'eamh, 1421h.
53. mhmd 'ellwh, aldnya walakhrh fy myzan aleslam, dar qtybh, byrwt, 1411h.
54. mrkz almlk 'ebd al'ezyz llhwar alwtny, mwswh alqym walslwkyat alwtnyh, alryad, 2018m.
55. alm'ejm alflsfy, mjm'e allghh al'erbyh, byrwt: 'ealm alktb, t1, 1399h.

56. alnwyy, almnhaj shrh shyh mslm bn alhjaj, dar ehya' altrath al'erby, byrwt, t2, 1392h.
57. hamn nhlywn, wsmr amyn, thqafh al'ewlmh w'ewlmh althqafh, dar alfkr, byrwt.
58. alhrwy, 'eubyd alqasm bn slam, ktab alamwal thqyq: khlyl mhmd hras, dar alfkr, byrwt.
59. ywsf alzml bbw'elam jylaly, alnzryh alaqsadyh aleslamy, dar 'ealm alktb, alryad, t1, 1417h.