

الدِّعَايَةُ فِي خِدْمَةِ الإِصْلَاحِ الاجْتِمَاعِيِّ

بقلم الأستاذ محمد زكي عبد القادر

تبدو في الحياة المصرية ظاهرة تدل على أن التفكير في الإصلاح الاجتماعي أخذ في الانتشار بين أفراد الشعب ، وأنه جاوز طبقة الخاصة والمشتغلين بالمسائل العامة إلى من عداهم من الطبقات . وهذه الظاهرة ينبغي أن تفرح كل الراغبين في الإصلاح الاجتماعي والداعين إليه . فإن انتشار الفكرة ، أو بتعبير آخر اعتناقها ، مرحلة ضرورية لكي تخرج هذه الفكرة إلى حيز التنفيذ . ومن ثم تستطيع أية حكومة أن تقدم على هذا الإصلاح وهي مطمئنة إلى وجود رأى عام قوى يسندها . وهذا الرأى يسدها من ناحيتين : الناحية المالية والناحية الأدبية . أما الناحية المالية فالمتصور منها واضح . ذلك أن بعض ضروب الإصلاح الاجتماعي يحتاج إلى المال بل يحتاج إلى عيادات ضخمة .

أما تأييد الرأى العام للإصلاح الاجتماعي من الناحية الأدبية فيبدو لدى النظر العميق أشد أثر من تأييده للاعتادات المالية . فإنا لا نعرف ناحية من نواحي الإصلاح تحتاج إلى التأييد الشعبي مثل الإصلاح الاجتماعي . وقد يستطيع المشرع بقانون يصدره أن يمنع البناء في جهة من الجهات . يستطيع أن يلزم كل صاحب سيارة أن يدفع ضريبة معينة ، وأن يستخرج رخصة . يستطيع أن يمنع الناس من رى الأرض الشراقى أو من زراعة صنف من الأصناف . كل هذا وأمثاله يستطيعه المشرع بقانون تسنده السلطة التنفيذية بما لها من جند وسلاح والسلطة القضائية بما تصدره من أحكام . أما في مشروع كإنشاء المراكز الاجتماعية مثلا فكيف يستطيع المشرع أن يكفل نجاحها ما لم تعتمد قبل كل شيء على الإحساس العام بفائدتها والشعور العميق بانها إجراء ضرورى لصيانة الصحة والمستوى الاجتماعي بين القرويين ؟ فإلى من يسند مثل هذا المشروع رأى مستنير مقتنع . ومن الإصلاح الاجتماعي فإن نجاحه يصبح أمرا مشكوكا فيه جدا .

وما يقال عن هذا المشروع يقال عن سائر المشاريع التي يقصد بها إلى الإصلاح الاجتماعي أو على الأقل عن السكثرة الغالبة في تلك المشاريع . ومن هنا تتبين لنا فائدة الدعاية للإصلاح الاجتماعي وفائدة الإلحاح في الكلام عنه ، وتلقين الشعب بكافة الوسائل أن لا سبيل إلى النهوض بالأمة ما لم نهض بمستواها الاجتماعي ، ما لم نجعل من الإصلاح الاجتماعي هدفا قوميا لا خلاف عليه بين أحد .

ثم هناك مسألة أخرى نبه اليها « الدومس هكسلي » في كتابه « الغايات والوسائل » فعنده أن الإصلاح الاجتماعى الذى يدوم أثره ، والذى يرجى أن يغير بعض طبائع الشعوب ويرتفع ستواها ، هو الإصلاح الذى يتم بغير العنف ، والتشريع الذى لا يتم بالطفرة . فلا بد أن يكون الإصلاح — إذا رأى المشرع أن يتدخل فيه — قائما بالفكرة من قبل . لا بد أن يكون تدخل المشرع إقرارا — مجرد إقرار — لآراء وأفكار ومذاهب واتجاهات استقرت في أذهان الشعب واعتنقها أفرادها .

ونحن نضيف الى قول « هكسلي » شيئا آخر . ذلك أن هناك قوانين عديدة ، صدرت وعليها طابع الدولة ويسندها سلطانها ، ومع ذلك فإن هذه القوانين تعد في حكم العدم لا لأن المشرع عدل عنها فهي لا تزال قائمة من الوجهة الفقهيّة — ولكن لأنها من حيث التنفيذ والتطبيق العمل تعدد قوانين ميتة . ولا تفسير لذلك إلا أن هذه القوانين لا تجد سندا من الرضاء الشعبى أو بتعبير آخر من حاجات الجماعة . وأوضح مثل لذلك قانون التسول الذى يكاد يكون معطل التنفيذ رغم أنه قائم من الوجهة القانونية . فنحن ما تزال نرى المتسولين يملأون كل مكان في أحياء القاهرة وفي أرق هذه الأحياء . ولا تفسير لذلك إلا أن القانون صدر دون أن تكون الجماعة بحالتها الثقافية والاقتصادية متهيئة لقبوله .

يتضح إذن أن الدعاية الاجتماعية ضرورية . وهي في مصر أكثر ضرورة منها في أى بلاد أخرى . فإن نسبة الأمية عندنا لا تزال كبيرة . وليست المسألة مسألة الأمية فقط ، بل إن العادات والتقاليد ونوع السلوك وفهم الأشياء في بعض البيئات والطبقات ، كل هذا يجعل الدعاية الاجتماعية في مصر تمهيدا ضروريا للإصلاح الاجتماعى بل إنها تبدو في بعض الأحيان وفي بعض الحالات نوعا من الإصلاح الاجتماعى ذاته .

ونحن في حاجة الى التكرار في هذه الدعاية ، وفي حاجة الى تنويع الأساليب فيها . ذلك لأن اختلاف مراتب الثقافة في مصر ، وتباين الطبقات التى يتألف منها المجتمع المصرى ، تجعل هذا التنويع في الدعاية أمرا لا بد منه . فبين أفراد الشعب المصرى من لا يفهمون اللغة العربية الفصحى ، وهؤلاء يجب أن نسلك الى نفوسهم سبيل اللغة التى يفهمونها . وبين أفراد الشعب المصرى من لا يقرأون ، وهؤلاء يجب أن نسلك الى نفوسهم سبيلا آخر غير القراءة . ومن الشعب المصرى أفراد كثيرون لا تؤثر فيهم الكلمة المطبوعة بمقدار ما تؤثر الصورة المتقنة . ومنهم من لا يلقون بالهم الى الكلام مهما يكن ورثه ومهما تكن قيمته ، بينما يتأثرون بالصوت أو المنظر أو الغناء أو الموسيقى .

ونحن في حاجة كما قدمنا الى أن نبذل كل جهد لبث الدعاية الاجتماعية في كل الطبقات ، فانه لا يكفى أن يقتنع الرأى الرسمى بأن الإصلاح الاجتماعى ضرورى ، ولكن

لا بد من تجديد الرأى العام لهذا الإصلاح ، فان هذا هو السبيل الأول لنجاحه . ونحن في تخير أساليب الدعاية ، لا ينبغي أن نقول إن هذا الأسلوب ينفع فليتبعه وذلك الأسلوب لا ينفع فلنمدل عنه ، فإنه لا توجد أساليب للدعاية نافعة وغير نافعة . بل كل أساليب الدعاية المعروفة تنفع من غير شك وإن يكن بعضها أعم نفعاً من بعضها الآخر . وليس معنى ذلك أن نعدل عن هذا البعض الأقل نفعاً إلى الأعم نفعاً ، بل لا بد من أن نأخذ بكل الأساليب ، وأن نسير بها جميعاً جنباً إلى جنب فتكون دعايتنا كالمنظر الذى يعم الأرض كلها .

لنضع نصب أعيننا اذن هذه الغاية . ولتؤمن بأن الإصلاح الاجتماعى فى حاجة الى الدعاية المنظمة القوية التى تشمل أفراد الشعب جميعاً . ولإصلاح الاجتماعى فى ذلك يساير غيره من فواحي الإصلاح . فالدعاية ضرورية مهما يكن أول الأمر من ضعف أثرها أو الشك فى فائدتها . والدعاية لا تنتج أثراً بين يوم وليلة وليست الشعوب حينما تريد أن تنقلها من رأى الى رأى ومن تفكير الى تفكير ومن اتجاه الى اتجاه بسهولة القيادة ولا ميسرة الأسباب . فهى تتألف كما قدمنا من خليط من الثقافات والاتجاهات تتباين مصالحها وتتقارب فى بعض الأحيان تقارباً شديداً ، فهمة الدعاية الاجتماعى دقيقة إذ عليه أن يصل الى إقتناع طام بين كل هذه الثقافات والاتجاهات بحاجة البلاد الى طائفة من الإصلاحات الاجتماعية . وهو إذا بلغ منها هذا الإقتناع ، لم يعد تحقيق الإصلاح الاجتماعى ذاته أمراً عسيراً .

محمد زكى عبد القادر

أعز ابى ينجى ربه

وإنى لأستحيى ، إلهى ، أن أرى

أسير وحبل ليس فيه بعير

وأن أسأل الوغد اللئيم بعيره

وعران ربى فى البلاد كثير