

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İSLAM İKTİSADI VE HUKUKU ANABİLİM DALI
İSLAM İKTİSADI VE HUKUKU BİLİM DALI

GÖRSEL MEDYA VE ÜLKE EKONOMİSİ ARASINDAKİ
İLİŞKİ
(MISIR ÖRNEĞİ)

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mohamed Gamal Elsaid HELAL

İstanbul

Temmuz, 2019

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İSLAM İKTİSADI VE HUKUKU ANABİLİM DALI
İSLAM İKTİSADI VE HUKUKU BİLİM DALI

GÖRSEL MEDYA VE ÜLKE EKONOMİSİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

(MISIR ÖRNEĞİ)

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mohamed Gamal Elsaid HELAL

Tez Danışmanı:

Dr.Öğr.Üyesi. Mohamad Adnan Darwich

İstanbul

Temmuz, 2019

Bu çalışma, jürimiz tarafından İslam İktisadı ve Hukuku Anabilim Dalında
YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman Dr.Öğr.Üyesi. Mohamad Adnan DARWICH



Dr.Öğr.Üyesi. Gamal Fathy Mohamed Nassar



Dr.Öğr.Üyesi. Mohamad Anas Sarmini



Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.



Prof. Dr. ÖMER ÇAHA
Enstitü Müdürü

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım “ **GÖRSEL MEDYA VE ÜLKE EKONOMİSİ ARASINDAKİ İLİŞKİ MİSİR ÖRNEĞİ** ” adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

Mohamed Gamal Elsaid HELAL

إشعار أخلاقيات كتابة الرسالة

لقد التزمت خلال الفترة من مرحلة اقتراح الرسالة باسم علاقة الإعلام المرئي بالاقتصاد القومي "نموذج الحالة المصرية" وحتى نهاية إعدادي لهذه الرسالة بالقواعد الأخلاقية العلمية. وأقر بأنني قمت بإعداد جميع المعلومات وفقاً لقواعد كتابة الرسالة التي حصلت عليها في إطار الأخلاقيات العلمية والتقاليد، وأن جميع الاقتباسات التي استخدمتها في رسالتي بشكل مباشر أو غير مباشر هي كما وثقتها وأثبتتها في قائمة المراجع.

محمد جمال السعيد هلال

شكر وتقدير

أمة الحمد.. ولوؤها يوم القيامة لواء الحمد.. وتسمى أمة المحمدين.. ونيها محمد ومن
أسمائه أحمد.. ومقامه المحمود الذي وعد.. وشفاعته تبدأ بحمد تحت العرش يفتح الله به
عليه من المحامد ما لم يفتحه من قبل.. وفاتحة كتابها الحمد لله رب العالمين.. وصلاتنا
حمد وتسبيح.. وديننا الحمد لله في السراء والضراء.. فالحمد لله على نعمه، والحمد لله
محموداً في ثنائه على نفسه لا يحمد على مكروهه سواه، وبحمده تتم الصالحات، فاللهم
لك الحمد حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه، ملء السموات وملء الأرض، وملء ما شئت من
شيء بعد، أهل الثناء والمجد، أحق ما قال العبد، وكلنا لك عبد. أشكرك ربي على
نعمك التي لا تعد، وآلائك التي لا تحد. أحمدك ربي وأشكرك على أن يسرت لي إتمام
هذا البحث على الوجه الذي أرجو أن ترضى به عني.

ثم أتوجه بالشكر إلى أستاذي ومشرقي الفاضل الدكتور: **محمد عدنان درويش**، الذي له
الفضل - بعد الله تعالى - على البحث والباحث..

فله مني الشكر كله والتقدير والعرفان.

وأتوجه بالشكر الجزيل إلى جميع أساتذتي الفضلاء في الاقتصاد الإسلامي بجامعة
إسطنبول صباح الدين زعيم، الذين لم يألوا جهداً في توجيهي.

وأقدم بشكري الجزيل إلى أساتذتي الموقرين في لجنة المناقشة رئاسة وأعضاء لتفضلهم
على بقبول مناقشة هذه الرسالة، وأخص بالذكر الدكتور جمال نصار، والدكتور أنس
سرميني، سائلاً الله الكريم أن يثيبهم عني خيراً، وأن يتقبل منهم الجهد والعلم.
أخيراً.. يقول القاضي عبد الرحيم البيساني في رسالته إلى العماد الأصفهاني:
"إِنِّي رَأَيْتُ أَنَّهُ مَا كَتَبَ أَحَدُهُمْ فِي يَوْمِهِ كِتَابًا إِلَّا قَالَ فِي غَدِهِ، لَوْ غُيِّرَ هَذَا لَكَانَ
أَحْسَنَ، وَلَوْ زُيِّدَ ذَلِكَ لَكَانَ يُسْتَحْسَنُ، وَلَوْ قُدِّمَ هَذَا لَكَانَ أَفْضَلَ، وَلَوْ تُرِكَ ذَلِكَ لَكَانَ
أَجْمَلَ، وَهَذَا مِنْ أَعْظَمِ الْعِبَرِ، وَهُوَ دَلِيلٌ عَلَى اسْتِيْلَاءِ النَّفْسِ عَلَى جُمْلَةِ الْبَشَرِ".

ÖZET

GÖRSEL MEDYA VE ÜLKE EKONOMİSİ ARASINDAKİ İLİŞKİ (MISIR ÖRNEĞİ)

Mohamed Gamal Elsaid HELAL

Yüksek Lisans, İslam İktisadı ve Hukuku

Tez Danışmanı: Dr. Mohamed Adnan Derwish

Haziran, 2019 -168 Sayfa+ XV

Bu çalışma görsel medyanın ülke ekonomisi ile ne ölçüde ilişkili olduğunu amaçlamaktadır. Ve topluluğun ekonomik davranışı Bu, Temmuz 2013 sonrası Mısır'daki örnek olay modeli tarafından pratikte gösterilmiştir. Ve Mısır'da, bu dönemden sonra rakamlarında radikal değişiklikler gören Mısır ekonomisinin ilişkisi ve ekonomik alanların medya çeşitliliği konusunda netlik vardı. Bu da beni, diğer yazılı ve sesli medyanın özetlerinde ilk hedefi temsil eden görsel medya arasındaki ilişkinin doğasını, Ve Mısır ulusal ekonomisi ile olan ilişkisi ve daha sonra görsel medyanın yasal muamele yöntemi ve ekonomi ile ilişkilerini İslami bir bakış açısıyla incelememi sağladı. Çünkü İslam hukuku hayat ve ekonomik, politik ve sosyal işleri için bir müfredat haline geldi. Mısır Merkez Bankası tarafından yayınlanan bilgi programları ve resmi raporların takibi ile, Görsel medyanın Mısır ekonomisi üzerindeki etkisi ortaya çıkmış olup, 2013 sonrası dönemde ortaya çıkan amaç ve hedefler anlaşıldı. Mısır'ın şimdiye kadar yaşadığı ekonomik krizden çıkma konusunda net bir vizyon olmadığı için vatandaşların yaşadığı ekonomik yaşamın zorluğu, Ve ülkenin ekonomik politikalarını kontrol eden, yozlaşmış ve uygun olmayan bu güç krizinden Mısır'ı kurtarmak için çalışma gereği, İnsanların birbirleriyle günlük ilişkilerinde ahlaki yolsuzluklar, ekonomik durumun düşüşüyle devlet ve toplum üzerindeki etkisinde güçlü bir ilişki içindedir.

Ve İslam'ın yasal metinlerinden ve bilim adamlarının geliştirdiği içtihat kurallarından, seçkin bir medyaya duyulan ihtiyaç olması Yolsuz Batı medyasının karşısına çıkmak için gereklidir.

Araştırmacı, görsel medya uygulamasının bilimsel yönünü aktive etmeyi ve basmakalıp yönünden çıkmayı ve en son ekonomik durumların sürekli değerlendirilmesini ve İslam hukukunun öğretileriyle tutarlı olan

cümlelerin, kuralların ve kanunların çıkarılmasını, görsel medya ve ekonomi ile ilgili bilimsel çabaları birleştirme, araştırma ve çalışmaları daha doğru bir şekilde tahsis etme, sorunları anlama ve sağlam İslami hükümler oluşturma ihtiyacını önermektedir.

Anahtar Kelimeler: görsel medya, ulusal ekonomi, toplumun ekonomik davranışı, ekonomik krizler.



Abstract

THE RELATIONSHIP OF VISUAL MEDIA TO THE NATIONAL ECONOMY EGYPTIAN CASE STUDY

Mohamed Gamal Elsaid HELAL

Master, Islamic Economics And Law

Thesis Supervisor Dr. Mohamed Adnan DERWISH

Mart-2019, 168 Pages+ XV

This study aimed at the extent to which the visual media is related to the national economy, And the economic behavior of the community. This has been demonstrated in practice by the Egyptian case model in the post-July 2013 period, And what happened in Egypt about the relationship of the Egyptian economy, which saw radical changes in its figures after this period and the media diversity of economic spaces was clear, Which led me to study the nature of the relationship between the visual media, which represents the first target in the abstracts of other written and audio media, And Egypt's relationship with the national economy, and then the legal treatment of visual media and their relationship with the economy, helped me to examine from an Islamic point of view, Islamic law came to be a curriculum for life and its economic, political and social affairs, Through follow-up of information programs and official reports issued by the Central Bank of Egypt, The impact of the visual media on the Egyptian economy is evident, The goals and objectives that emerged in the post-2013 period were understood, And the difficulty of economic life experienced by citizens because of the lack of a clear vision to get out of the economic crisis experienced by Egypt to the present time, And to the need to work to rid Egypt of this crisis of power, which controls the economic policies of the country, which corrupt and unfit, And moral corruption in the daily dealings of people with each other have a strong relationship in the

decline of the economic situation and its impact on the state and society. And the need for a distinguished media to take from the legal texts of Islam and the jurisprudence rules developed by scientists In order to confront the corrupt Western media. The researcher recommends the need to activate the scientific aspect of the application of visual media and exit from the stereotypical aspect and the continuous consideration of the latest economic situations and the extraction of sentences and rules and laws that are consistent with the teachings of Islamic law, The researcher recommends the need to unify the scientific efforts related to visual media and economics, to allocate research and studies more accurately, to understand the issues and to devise sound Islamic rulings .

Keywords: visual media, national economy, economic behavior of society, economic crises.

ملخص الدراسة علاقة الإعلام المرئي بالاقتصاد القومي

"نموذج الحالة المصرية"

محمد جمال السعيد هلال

إشراف الدكتور / محمد عدنان درويش

يونيو-2019، 168 صفحة + XV

هدفت هذه الدراسة إلى مدى علاقة الإعلام المرئي بالاقتصاد القومي، والسلوك الاقتصادي للمجتمع، وتم التأكيد على ذلك عملياً بـ "نموذج الحالة المصرية" في فترة ما بعد أحداث يوليو عام 2013م وما حدث في مصر، لنبحث عن علاقة الاقتصاد المصري الذي شهد تحولات جذرية في أرقامه بعد هذه الحقبة، وكان التناول الإعلامي للمساحات الاقتصادية واضحاً مما دفعني لدراسة طبيعة العلاقة بين الإعلام المرئي الذي يمثل المستهدف الأول في مصر دون غيره من الإعلام المكتوب والمسموع وعلاقته بالاقتصاد القومي المصري، ثم تم التعرف على زاوية المعالجة الشرعية للإعلام المرئي وعلاقته بالاقتصاد من منظور إسلامي للظاهرة وطبيعتها إن وجدت، فالشرع الإسلامي جاء ليكون منهاجاً للحياة الدنيا وشؤونها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية.

وقد توصلت من خلال رصد خطاب عينة من البرامج الإعلامية في مصر، وكذلك التقارير الرسمية التي صدرت من البنك المركزي، إضافة إلى استبيان لعينة عشوائية رصدت من الشارع المصري؛ إلى مدى تأثير الإعلام المرئي على الاقتصاد المصري، وتم فهم الغايات والأهداف التي تبناها في فترة ما بعد عام 2013م، وأيضاً صعوبة الحياة الاقتصادية التي يعيشها المواطن بسبب عدم وجود رؤية واضحة للخروج من الأزمة الاقتصادية التي تعيشها مصر إلى الوقت الحاضر، وإلى ضرورة العمل على تخليص مصر من منظومة الفساد الموجودة على رأس السلطة والمتحكمة في السياسات الاقتصادية للبلاد التي تفسد ولا تصلح، خاصة بعدما سيطرت المؤسسة العسكرية على المنظومة الاقتصادية في مصر خلال السنوات الأخيرة،

بالإضافة إلى البعد الأخلاقي في معاملات الناس اليومية والسلوكية الذي له علاقة وطيدة من تدني الحالة الاقتصادية، وأثر ذلك على الدولة والمجتمع، وإلى ضرورة وجود إعلام متميز يأخذ من النصوص الشرعية للإسلام، والقواعد الفقهية التي وضعها العلماء، لمواجهة القيم الخاطئة للإعلام الدخيل أو المستورد من الخارج بأفكار وقيم مختلفة وغايات وأهداف مضادة تعصف بالعقل الجمعي والقيم الراسخة لثقافة الأمة في عالم أصبح اليوم أكثر تجدداً وانفتاحاً يطلقون عليه "القرية الصغيرة"، تواجهه تحديات اللا حدود واللا جغرافيا في الإعلام الفضائي والشبكات العنكبوتية ليل نهار.

ويوصي الباحث بضرورة تفعيل الجانب العملي التطبيقي للإعلام المرئي والخروج من الجانب النمطي، والنظر المستمر في مستجدات الحالات الاقتصادية المعاصرة، واستخلاص الأحكام والقواعد والضوابط لتتماشى مع تعاليم الشريعة الإسلامية، ويوصي أيضاً بضرورة توحيد الجهود العلمية المتعلقة بالإعلام المرئي والاقتصاد، وتخصيص الأبحاث والدراسات بشكل أدق، وفهم المسائل واستنباط الأحكام الشرعية السليمة.

الكلمات المفتاحية: الإعلام المرئي، الاقتصاد القومي، السلوك الاقتصادي للمجتمع، والأزمات الاقتصادية.

فهرس المحتويات

ERROR! BOOKMARK NOT إشعار أخلاقيات كتابة الرسالة

DEFINED.

II شكر وتقدير

V ÖZET

VII ABSTRACT

IX ملخص الدراسة

XI فهرس المحتويات

1 الفصل الأول: مقدمة تمهيدية

1 1.1 مقدمة الدراسة:

3 2.1 مشكلة الدراسة:

4 3.1 أهداف الدراسة:

4 4.1 أهمية الدراسة:

6 5.1 حدود الدراسة:

6 6.1 منهجية الدراسة:

6 7.1 الدراسات السابقة:

7 8.1 هيكل الدراسة:

الفصل الأول: مفهوم كل من "الإعلام المرئي، الرأي العام، السلوكيات الاقتصادية،

9 الاقتصاد القومي"

12	2.1: تعريف الإعلام المرئي، أهميته وأنواعه ووظائفه وخصائصه
12	2.1.1: تعريف الإعلام المرئي لغة واصطلاحاً
14	2.1.2: أهمية الإعلام المرئي
17	2.1.3: أنواع الإعلام المرئي:
19	2.1.4: وظائف الإعلام المرئي:
24	2.1.5: خصائص الإعلام المرئي
26	2.2: مفاهيم أساسية عن الرأي العام
26	2.2.1: تعريفات الرأي العام
28	2.2.2: نشأة الرأي العام وتطوره
31	2.2.3: أنواع الرأي العام وأقسامه
34	2.3: السلوكيات الاقتصادية، أنواعها، خصائصها
34	2.3.1: تعريف السلوك الاقتصادي
37	2.3.2: أنواع السلوكيات الاقتصادية:
49	2.4: الاقتصاد الوطني، خصائصه، وملاحظه، وطرق قياسه
49	2.4.1: تعريف الاقتصاد الوطني أو القومي
53	2.4.2: خصائص الاقتصاد الوطني
55	2.4.3: ملامح الاقتصاد الوطني
56	2.4.4: طرق قياس الاقتصاد القومي
58	الفصل الثالث: الإسلام وإدارة الأزمات الاقتصادية إعلامياً

3.1: علاقة الإعلام بالأزمات الاقتصادية.....	59
3.2: الإسلام وعلاقته بالخبر والإعلام.....	59
3.1: علاقة الإعلام بالأزمات الاقتصادية.....	59
3.1.1: تعريف الأزمة لغة واصطلاحاً.....	60
3.1.2: الإعلام والأزمات الاقتصادية.....	64
3.2: الإسلام وعلاقته بالخبر والإعلام.....	66
3.2.1: علاقة الإسلام بالخبر الصادق.....	67
3.2.2: علاقة الإسلام بالخبر الكاذب "الإشاعات".....	71
الفصل الرابع:.....	80
علاقة الإعلام المرئي في مصر بالاقتصاد وتوجيه الرأي العام.....	80
4.1: الخطاب الإعلامي المصري بعد تعويم الجنيه سنة ٢٠١٦م وأثره في الرأي العام...83	83
4.1.1: التعويم وتاريخه في الدولة المصرية.....	83
4.1.2: الخطاب الإعلامي بعد قرار التعويم للجنيه المصري.....	88
4.1.3: قياس وتحليل الرأي العام حول تعويم الجنيه وتأثره بالخطاب الإعلامي.....	93
أسئلة موضوع الخطاب الإعلامي المصري بعد تعويم الجنيه.....	95
السؤال الثاني:.....	97
4.2: الخطاب الإعلامي المصري بعد الموافقة من صندوق النقد الدولي وقرارات رفع الدعم.....	101
4.2.1: نبذة عن صندوق النقد الدولي واتفاقية قرض مصر لعام 2016م.....	101

4.2.2: الشروط التي وضعها صندوق النقد الدولي لحصول مصر على القرض ونتائجها	105
4.2.4: قياس وتحليل الرأي العام حول قرض صندوق النقد الدولي	113
أولاً: الاستبيان الخاص به	113
ثانياً: أسئلته	113
ثالثاً: نتائجه	114
كانت نتائج الأسئلة على النحو التالي:	114
4.3: الخطاب الإعلامي المصري بعد إعلان الاستثمار في مشروع قناة السويس الجديدة	119
4.3.2: الخطاب الإعلامي المصري حول مشروع قناة السويس الجديدة الفريق الأول:	121
4.3.3: قياس وتحليل الرأي العام حول مشروع قناة السويس الجديدة	123
4.1: الخطاب الإعلامي بعد المؤتمر الاقتصادي الأول في شرم الشيخ	128
4.1.1: الإعلان عن المؤتمر وأبرز المشاريع من قبل الحكومة المصرية	128
4.1.2: الخطاب الإعلامي حول المؤتمر الاقتصادي الأول في شرم الشيخ	129
4.1.3: قياس وتحليل الرأي العام حول المؤتمر الاقتصادي الأول في شرم الشيخ	132
الفصل الخامس: المعالجة الشرعية من المنظور الإسلامي تجاه الإعلام الاقتصادي الإسلامي	138
5.1: الإعلام في الإسلام	139

141	5.1.1: مفهوم الإعلام الإسلامي
142	5.1.2: خصائص الإعلام الإسلامي
149	5.2: تأثير الإعلام المرئي بالقواعد الشرعية
150	5.2.1: القواعد والضوابط الشرعية لرسالة الإعلام
151	5.2.2: القواعد والضوابط الشرعية للإعلامي
152	5.3: الإعلام المرئي الإسلامي بين الواقع والمأمول
153	5.3.1: واقع الإعلام المرئي الإسلامي
155	5.3.2: تطوير آليات الإعلام المرئي الإسلامي
159	الفصل السادس: النتائج والتوصيات
159	الخاتمة:
159	أولاً: النتائج:
160	ثانياً: التوصيات:
162	الفهارس
163	فهرس الآيات القرآنية
169	فهرس الأحاديث
176	المراجع والمصادر



الفصل الأول: مقدمة تمهيدية

1.1 مقدمة الدراسة:

إن الحمد لله نحمده ونستعينه ونستغفره ونستهديه، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا، من يهده الله فهو المهتد، ومن يضلل فلا هادي له، أما بعد:

شهدت مصر مؤخراً تغيرات وتقلبات على الصعيد السياسي والاقتصادي، بداية من ثورة يناير لعام 2011م حتى وقت صدور هذا البحث، وصاحب أيضاً تلك المتغيرات غموض شديد لبعض التوجهات الإعلامية المؤيدة لبعض القوى السياسية.

حيث تم كشف العديد من الحقائق التي كانت غائبة عن المجتمع المصري لتكتلات وقوى لأطراف ذي توجه مدبر محاولاً إبقاء التوعية المجتمعية بعيداً عن المجتمع المصري، ويبرز حجم تلك الغموض وقت ظهور الإعلام الحر المحايد في فترة ما بين 2012م حتى وقت البحث.

كانت وما زالت تلك القوى تسعى جاهدةً إلى تغييب الحقائق وتوجيه الرأي العام لمسارات ضيقة الأفق وغير مجدوية، لأنها مملوكة بالفعل لرجال أعمال ورؤساء أحزاب مشاركين في المشهد السياسي بالفعل، كما تدخلت المؤسسة العسكرية لتلعب دوراً بارزاً في المشهدين الإعلامي والاقتصادي، حيث أصبح الإعلام في مصر دائرة مغلقة بين:

-الإعلام الحكومي الرسمي بالإضافة ل (إعلام الأجهزة السيادية والأمنية).

-الإعلام الخاص (رجال الأعمال).

-الإعلام المجتمعي والثقافي (وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها).

-الإعلام المملوك للأحزاب والسياسيين.

ويستثنى من الدائرة بعض وسائل الإعلام في الخارج.

أصبحت تلك القوى تعمل على تقسيم ونشر التفرقة بين أطراف المجتمع المصري من خلال نشر فكر واحد لكن بأساليب مختلفة، ومما لا شك فيه استخدام الإعلام المرئي "الموجه" كأداة فاعلة جداً في تحقيق تلك الأهداف.

يتم استخدام الإعلام المرئي خاصة برامج "التوك شو" لتغطية الفشل المستمر على الصعيد السياسي والاقتصادي، بل أصبح يؤثر في السلوكيات الاقتصادية للمجتمع المصري، بل ونظرتة تجاه الأوضاع الاقتصادية الراهنة وكيفية التعامل أو التأقلم معها.. بدلاً من تناول موضوعات تنموية من شأنها زيادة التوعية المجتمعية تجاه النمو والتدابير الاقتصادية.

حيث نجد في فترة من عام 2013م حتى وقت صدور البحث، أن الإعلام بات يضخ في صناعة شرعية للسلطة الحاكمة والحشد وتعبئة الرأي العام، على حساب المواضيع الاجتماعية والاقتصادية.

ومن هنا ظهر إعلام مرئي "معارض" يتناول كافة ومختلف الموضوعات الاقتصادية بشكل محايد، والتي من شأنها زيادة التوعية المجتمعية تجاه الأوضاع الاقتصادية، فأصبح محاولاً كشف الغطاء عن العديد من قضايا الفساد الاقتصادي القومي.

ولذلك؛ رأى الباحث أن يسهم في دراسة هذا الموضوع وبجته من خلال هذه الدراسة؛ للوقوف على مدى العلاقة بين الإعلام المرئي والاقتصاد، في إطار الرجوع للمنظومة الشرعية للإسلام التي نستقي منها كل ما يصلحنا في ديننا ودينانا، مع التطبيق العملي للحالة المصرية فيما بعد 2013م إلى وقت صدور البحث - بإذن الله.

وقد قابلت وأنا أعدّ هذه الدراسة بعض الصعوبات، لعل أهمها: قلة المراجع والدراسات في هذا البحث؛ لأنه ما زال الإعلام المرئي، وبخاصة العربي، الصادق في مرحلة النضوج، مقابلة بالإعلام الغربي العميل الذي يضحج بالأكاذيب والإشاعات والتدليس على الحقائق ليل نهار.

وآمل من الله أن يوفقي لإضافة علمية نوعية يستفيد منها أصحاب القرار في القنوات الإعلامية وغيرها من المؤسسات الإعلامية الإسلامية، والعمل على تطوير الإعلام المرئي، وتقديم خدمات أفضل تحقق المنافسة الشريفة لإعلامنا المرئي، وتنال رضا الله أولاً ثم رضا الجمهور المشاهد، وأسأل الله أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم، وأن يكتب بذلك الخير والسداد والرشاد.

والله الموفق

2.1 مشكلة الدراسة:

في وقتنا المعاصر أصبحت العلاقة بين الإعلام المرئي والاقتصاد القومي مرنة جداً يوتر كل منهما في الآخر، ولا يعلم المجتمع أن السلوك وسياسات الإعلام المرئي المؤيد للسلطة قد يضر بالاقتصاد القومي من عدمه، حتى أيهما يؤثر في الآخر الإعلام المرئي أم النشاط الاقتصادي، وهل أصبح الإعلام المرئي هو رد فعل للأنشطة الاقتصادية أم العكس؟

الغموض المتواجد بين علاقة الإعلام المرئي وتأثيره على القطاعات الاقتصادية؟

وأين موقع الإعلام المرئي من كل ذلك؟ وهو الذي يضع جميع إمكانياته لخدمة الأنظمة الحاكمة، وعرض سياساتها على أنها الأفضل، وهي الأنظمة الأكفأ لخدمة القضايا العربية على حد وصفهم في معظم الأحيان. وهل المصلحة الشخصية والحزبية باتت أهم من مصلحة الاقتصاد القومي؟

ازدواجية الفكر في محاولات جذب الاستثمار الأجنبي واتهام الآخرين بقضايا التمويل من جانب.

وما السياسات المتبعة في مجال الخصخصة، والاستثمار الوطني والأجنبي، وعلاقة ذلك بالقدرة على تعميق مسار التنمية؟ لا سيما أن مصر مؤخراً أصبحت من الدول الطاردة للاستثمارات الأجنبية على الرغم من أهميتها في أي نهوض اقتصادي مأمول.

وأين هو الإعلام المرئي ودوره في تحقيق التكامل بين الناس ودفعهم للمشاركة في مشروعات التنمية الاقتصادية والقومية من الجانب الآخر.

التشكيك المتصاعد من بعض فئات المجتمع تجاه نوعية الإعلام المرئي، ومحاولة إصااق وتوجيه التهم تجاه المنابر الإعلامية التي تتناول الشأن المصري، خاصة الأجنبية منها، حيث ينقسم الإعلام المرئي إلى:

- حكومي رسمي (وفي مصر تتدخل المؤسسات السيادية والأمنية).
- الإعلام الخاص (دولي - محلي).
- رجال الأعمال والأحزاب غير الداعمين للنظام.

- رجال الأعمال والأحزاب الداعمون للنظام.

إشكالية ولبس في التعامل مع الإعلام المرئي ذي التوجهات أو المرجعية الدينية، وهل في الشريعة الإسلامية ما ينظم بين الإعلام المرئي كوسيلة تؤثر في المجتمع، وبين الأنشطة الاقتصادية (الاقتصاد القومي)؟

3.1 أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- 1- التعرف إلى مفهوم الإعلام المرئي الرشيد والصادق الذي دعا إليه الإسلام، وهو بكل بساطة تبيان الحق للناس وتطبيقه أمامهم ومخاطبة عقولهم وجلبهم إليه وترغيبهم فيه، وتبصيرهم بالباطل وإبعادهم عنه وتنفيرهم منه بمختلف الأساليب الإعلامية المشروعة التي تستجيب معها النفوس ولا تنفض من حولها، وذلك لأجل تحقيق الهدف الإعلامي، وهو إسعاد الإنسان وإخراجه من الظلمات إلى النور.
- 2- بيان أهمية العلاقة بين الإعلام المرئي وإعادة توجيه الرأي العام (القرار الاستثماري، القرار الاستهلاكي).
- 3- التعرف إلى مدى العلاقة بين الاقتصاد القومي وقراري الاستثمار والاستهلاك.
- 4- بيان أثر الإعلام المرئي المصري في الحالة الاقتصادية والقرارات الكبرى التي اتخذتها السلطة فيما بعد عام 2013م إلى وقت صدور البحث.

4.1 أهمية الدراسة:

- محاولة سد ثغرة بحثية تهتم بدراسة دور الإعلام المرئي في التأثير على الاقتصاد القومي المصري، وتوفير دراسة قائمة على نتائج توضح مدى ارتباط المحتوى الإعلامي بالتمويل ومدى تأثيره في القرارات الاقتصادية العامة.
- تسليط الضوء على العلاقة الكامنة بين استغلال الإعلام الانتماء والتبني الفكري للنظم الحاكمة ومدى توصيل صورة ملائمة ومرضية للأداء الاقتصادي.

-التوعية العامة للمجتمع من ممارسات الإعلام المرئي تجاه الأوضاع الاقتصادية ومرونة الدور الإعلامي، حيث تكمن مهمة الإعلام في التغيير الدائم بالتكوين الفكري والمعتقدي لدى المجتمع، بل صناعة وتوجيه الرأي العام تجاه منظور فكري، سواء كان بالافتناع أو الإرغام، وهي المهمة الكامنة في دور الإعلام المرئي، خاصة "البرامج الحوارية Talk shows".
-يساعد هذا البحث قارئه على الإجابة عن بعض التساؤلات الفرعية التي تكمن بشكل ضمني في علاقة الإعلام المرئي بالاقتصاد القومي، وهي:

- أ- هل فعلاً يتأثر المجتمع بالتوجه الإعلامي نحو قضية ما؟
- ب- مدى الترابط بين كل من التمويل الإعلاني والإعلامي وتأثيره على المحتوى الإعلامي؟
- ت- هل يتأثر صنّاع ومتخذو القرارات الخاصة بالتشريعات الاقتصادية بما يتناوله الإعلام المرئي، أم العكس؟
- ث- هل تتأثر كل من القوة الشرائية والمبادرات الاستثمارية بقضايا الرأي العام الذي يثار من قبل الإعلام؟
- ج- هل يتم استخدام الإعلام كأداة لتغطية الفشل الاقتصادي، والعكس؟
- ح- هل يشعر المجتمع بمرونة الإعلام تجاه مؤشرات أداء الاقتصاد القومي المصري؟
- خ- هل يتسم الإعلام المصري بأنه إعلام تنموي، أو هل له صلة بالإعلام الاقتصادي؟

5.1 حدود الدراسة:

الحدود المعرفية: تطرقت الدراسة - من حيث الإطار النظري - إلى الإعلام المرئي من منظور إسلامي، وذلك من خلال دراسة أجراها الباحث معتمداً بدرجة أولى على أحدث الأبحاث والدراسات التي حصل عليها من مصادر مختلفة.

الحدود الزمنية: تطرقت الدراسة إلى نموذج الحالة المصرية، من خلال دراسة أجراها الباحث على نماذج من الإعلام المصري في الفترة من 2013م إلى وقت صدور البحث.

6.1 منهجية الدراسة:

تقوم الدراسة على المنهج الاستقرائي، وذلك من خلال دراسة الإعلام المرئي والرجوع إلى ما أتيح من بحوث ودراسات إسلامية حول هذا الموضوع، وكتابة المعلومات من مصادرها الرئيسية.

وكذلك تقوم الدراسة على المنهج التحليلي والاستنباطي، حيث قام الباحث في الجانب العملي من الرسالة - نموذج الحالة المصرية - بعرض أمثلة من الإعلام المصري وتحليلها واستنباط الإطار العام لها التي تكاد لا تخرج عنه، كما سنقدم استبياناً لعينة عشوائية للمجتمع المصري وستقوم بتحليل النتائج لقياس الرأي العام تجاه قضايا اقتصادية تناولها الإعلام المرئي.

7.1 الدراسات السابقة:

من خلال تفحص ومطالعة قائمة الدراسات الأكاديمية تبين لنا النقص الكبير في الدراسات الخاصة التي تغطي وتتناول تأثير الإعلام المرئي على الاقتصاد القومي، إن لم نقل ندرتها، وقد اجتهدنا في نسخ عدد من الدراسات غير المنشورة من كلية الإعلام جامعة القاهرة مع صعوبة ذلك تنفيذياً.

وقد تركزت أغلب الدراسات على جميع المستويات الأكاديمية في معظم المسارات البحثية، على دراسة العوامل المؤثرة في المحتويات الإعلامية، وعلاقة الإعلام بالتوعية السياسية من عدمها وربط الإعلام بمسيرة العولمة، على عكس المواضيع الاقتصادية.

ومن هنا، فلم نعثر على دراسة تبحث في "تأثير أو علاقة الإعلام المرئي على الاقتصاد القومي في مصر". لذا ستتجه القراءات المتعلقة بشقي العنوان إلى قسمين: قسم يبحث تأثير الإعلام المرئي على التغيير المجتمعي والسلوكيات العامة (التأثير النفسي المجتمعي social psychology-). والقسم الآخر يبحث تأثير التغييرات المجتمعية على أداء الاقتصاد القومي.

8.1 هيكل الدراسة:

الفصل الأول: مفهوم كل من "الإعلام المرئي، السلوك المجتمعي، السلوكيات الاقتصادية، الاقتصاد القومي"

(الإعلام المرئي وعلاقته بالسلوكيات الاقتصادية وتوجيه الرأي العام)

- المبحث الأول: تعريف الإعلام المرئي، أهميته وأنواعه ووظائفه وخصائصه.
- المبحث الثاني: مفاهيم أساسية عن الرأي العام.
- المبحث الثالث: تعريف السلوكيات الاقتصادية وأنواعها، خصائصها ومشتقاتها.
- المبحث الرابع: تعريف الاقتصاد القومي، عناصره، ملامحه، ومؤشرات قياسه.

الفصل الثاني: الإسلام وإدارة الأزمات الاقتصادية إعلامياً

- المبحث الأول: علاقة الإعلام بالأزمات الاقتصادية.
- المبحث الثاني: الإسلام وعلاقته بالخبر والإعلام.

الفصل الثالث: نماذج لأحداث اقتصادية في مصر وتناول الإعلام المرئي لها

- المبحث الأول: الخطاب الإعلامي المصري بعد تعويم الجنيه المصري سنة ٢٠١٦م وأثره في الرأي العام.
- المبحث الثاني: الخطاب الإعلامي المصري بعد الموافقة من صندوق النقد الدولي وقرارات رفع الدعم.
- المبحث الثالث: الخطاب الإعلامي المصري بعد إعلان الاستثمار في مشروع قناة السويس الجديدة.

-المبحث الرابع: الخطاب الإعلامي المصري بعد المؤتمر الاقتصادي الأول في شرم الشيخ.

الفصل الرابع: المعالجة الشرعية من المنظور الإسلامي تجاه الإعلام الاقتصادي

- المبحث الأول: الإعلام في الإسلام.
- المبحث الثاني: كيف يتأثر الإعلام المرئي بالقواعد الشرعية.
- المبحث الثالث: مدى استجابة مختلف شرائح المجتمع بالتوجه الإعلامي ذي الإطار الإسلامي.



الفصل الأول: مفهوم كل من "الإعلام المرئي، الرأي العام، السلوكيات الاقتصادية، الاقتصادية، الاقتصاد القومي"

تمهيد:

ازداد الاهتمام بوسائل الإعلام بشكل لافت للنظر في الآونة الأخيرة، نظرًا لما يمر به العالم بصورة عامة من أحداث سياسية واجتماعية واقتصادية تستوجب التوقف عندها ومتابعة المجريات السياسية خطوة بخطوة للوقوف على المجريات والأحداث التي تمر بها.

ويأتي الإعلام بوسائله المتعددة والمختلفة لينقل أهم المجريات على الساحة العربية والعالمية، حيث تبرز أهمية الإعلام وفاعليته بارتباطه بالأحداث والظروف القائمة في وقت معين، حيث يشتمل الإعلام على عدد من وسائل الاتصال التي لها تأثيرها المباشر على المستقبل.

فمنها وسائل مقروءة عن طريق الكلمة المكتوبة كالجرائد والمجلات والدوريات وغيرها، وهناك وسائل اتصال مسموعة عن طريق الكلمة المسموعة كالراديو والمذياع والكاست، وهناك وسائل مرئية عن طريق الكلمة المصورة كالتلفزيون والإنترنت وغيره، وأيضاً هناك ما يعرف باللغة الصامتة في الاتصال.

لكن الوسائل المهمة التي يركز عليها الإعلام كوسيلة مهمة هذه الأيام هي الإذاعة والتلفزيون والصحف اليومية، بالإضافة إلى الإنترنت ووسائله الحديثة.

وتعتبر الصحف اليومية ووسائل اتصال مقروءة لها أهميتها في مجال الإعلام، سواء كانت على شكل خبر أو تحليل عن شيء معين أو في شكل إعلان أو مقال... إلخ.

كما تتميز الصحف بأنها وسيلة إعلامية رخيصة الثمن ويمكن الحصول عليها ببساطة، كذلك فهي وسيلة توفر فرص الاتصال اليومي المتكرر، كما أنها تصل إلى عدد كبير، خاصة في البلدان التي يرتفع فيها المستوى الثقافي للأشخاص، حيث تصبح الصحيفة

اليومية ضرورة حياة الشخص المتعلم. علاوة على ذلك، فإن الصحف وسيلة تواصل مناسبة لمجموعات مختلفة من الجماهير.. هناك الصحف المنشورة باللغة العربية وغيرها في اللغات الأجنبية.

تعد الإذاعة والتلفزيون من وسائل الاتصال العامة التي لها تأثير فوري ومباشر ولديها خصائص الثقة والمصداقية؛ فالراديو هو وسيلة مهمة للاتصال أو الوسائط الصوتية، والتي لها تأثير كبير في قلوب المستمعين من مختلف الفئات كضرورة للحياة في المجتمع.

يستخدم الراديو كوسيلة جماهيرية، ويقوم بنقل المعلومات بسرعة وفي أوقات مختلفة إلى الجماهير في المواقع القريبة أو البعيدة، حيث يمكن الوصول إلى الأشخاص في أي مكان بأقل تكلفة.

نظرًا لأن الكلمة المنطوقة لها تأثير في قلوب المستمعين، خاصة أنه يمكن بث الوسائط أكثر من مرة واحدة يوميًا لضمان سماع مختلف المجموعات في أوقات مختلفة، حيث لا يمكننا ضمان سماع أفراد المجتمع المواد الإعلامية في الوقت نفسه.

من الممكن أيضًا بث المواد الإعلامية في أكثر من برنامج إذاعي واحد وعلى أكثر من موجة حتى تصل المواد إلى غالبية جماهير التلفزيون، بما في ذلك مختلف قنوات الاتصال أو الوسائط الصوتية والمرئية، يجمع بين الصورة والصوت والحركة، وبالتالي فإن تأثيره على المشاهدين والمستمعين أقوى من تأثير الراديو، إلى جانب صوت التلفزيون الذي يوفر صورة حية من الرسوم المتحركة وكذلك الألوان.

التلفزيون موثوق به للغاية، ويرجع السبب الرئيسي في ذلك إلى أن فكرة "الكاميرا لا تكذب" تعرض الحقائق بصدق. علاوة على ذلك، فإن تأثير الصوت والصورة والحركة يتيح الفرصة أو إمكانية أكبر لتذكر المواد الإعلامية أو الأخبار التي تبث على شاشات التلفزيون.

وبالتالي، في عصر التنمية والمعلوماتية، نحتاج إلى وسائل الإعلام، خاصةً في الظروف الحالية، حيث يكون الاستماع إلى الأخبار بمثابة أحد الاهتمامات الأولى للفرد لمعرفة التطورات المختلفة التي تحدث في أعباء مختلفة، بحيث لا تزال وسائل الإعلام ملاذاً آمناً لمواكبة الحدث لحظة بلحظة. وسيتم تناول هذا الفصل في المباحث التالية:

2.1: تعريف الإعلام المرئي، أهميته وأنواعه ووظائفه وخصائصه.

2.2: مفاهيم أساسية عن الرأي العام.

2.3: تعريف السلوكيات الاقتصادية وأنواعها، خصائصها ومشتقاتها.

2.4: تعريف الاقتصاد القومي، عناصره، ملامحه، ومؤشرات قياسه.

2.1: تعريف الإعلام المرئي، أهميته وأنواعه ووظائفه وخصائصه

2.1.1: تعريف الإعلام المرئي لغة واصطلاحاً

تعريف الإعلام لغةً:

"مشتق من أعلم يعلم إعلماً؛ أي: قام بالتعريف والإخبار لغيره وأعلم، أي: أخبر، لذلك تقول العرب: أعلم فلاناً الخبر، أي: أخبره به"⁽¹⁾.

والإعلام والتبليغ، "يقال: بلغت القوم بلاغاً، والإبلاغ: الإيصال، وكذلك التبليغ، فأبلغ وبين وأوصل تعني إشاعة المعلومات وبثها وتعميمها ونشرها وإذاعتها على الناس"⁽²⁾.

وفرق أهل اللغة بين عِلْمٍ وَعَلِمَ، "فعلِمه كسمعه علماً بالكسر عَرَفَهُ، وَعِلِمَ هو في نفسه، ورجل عالم وعليم...، وَعَلَّمَهُ العِلْمَ تعليمًا...، وَأَعْلَمَهُ إِيَاهُ فَتَعَلَّمَهُ، والإعلام غير التعليم"⁽³⁾.

فالإعلام لغة ليس فقط بين طرفين أحدهما يعلم شيئاً ما سواءً كان خبراً أو تعريفاً أو رأياً، والثاني يتلقى ما لدى الآخر؛ بل يتخطاه إلى شيوخ الحدث وإعلان الناس بالأوقات كالأذان للصلاة فهو إعلام بدخول وقتها، والدعوات العامة ومنتديات الشعر والأسواق وما يشاع فيها. إلا أن وسائل الإعلام في زمننا تختلف في تميزها وشيوعها ومؤسساتها. وفي أحد المعاني يعرف الإعلام ببساطة بأنه "هو نقل المعرفة والمعلومات من المرسل - رجل الإعلام أو المعلم - إلى المستقبل وهو المتلقي للرسالة الإعلامية أو المتعلم"⁽⁴⁾.

(1) إبراهيم أنيس وآخرون، المعجم الوسيط، الناشر مجمع اللغة العربية، ط4 (مكتبة الشروق الدولية، 2004) ص 624.

(2) محمد بن يعقوب الفيروز آبادي مجد الدين، القاموس المحيط، باب الغين فصل الباء، ط 8 (دار الرسالة 2005) ص 780.

(3) المصدر السابق، ص 1140.

(4) محمد الغلابي، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، ط1، (دار المنارة للنشر والتوزيع 1985)، ص 40.

تعريف الإعلام المرئي اصطلاحاً:

جاء في قاموس أكسفورد وكاسل تعريف الإعلام بأنه: "انتقال معلومة بين الأفراد بواسطة فرد أو جماعة بحيث تنتشر فتصبح لهم لغة للتفاهم واصطلاحاً للتعامل ووسيلة للمشاركة"⁽⁵⁾.

ويعرفه الألماني أوتوجروت باختصار: "هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها النفسية في الوقت نفسه"⁽⁶⁾.

ويعرفه هادي نعمان الهيتي بأنه: "عملية تزويد الناس بالأخبار، والحقائق، والمعلومات الصادقة، عن طريق وسائل"⁽⁷⁾.

ويعرفه الدكتور عبد اللطيف حمزة بأنه: "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السلمية والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاههم وميولهم"⁽⁸⁾.

ويعرفه الدكتور إبراهيم إمام بأنه: "نشر الأخبار والمعلومات والآراء على الجماهير"⁽⁹⁾.

أو هو: "نقل المعلومات والحاجات والمشاعر والمعرفة والتجارب بشكل شفوي أو باستخدام وسائل أخرى بغرض الإقناع أو التأثير على السلوك"⁽¹⁰⁾.

ويعرفه حسين عبد الحميد بأنه: "هو عملية ديناميكية تهدف إلى توعية وتثقيف وتعليم واقتناع مختلف فئات الجمهور التي تستقبل المواد المختلفة وتتابع برامجها وفقراته، فهو العملية التي يترتب

(5) المرجع السابق، ص 40.

(6) عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، ط1، الناشر الهيئة المصرية العامة للكتاب عام 2000 (من قاموس أكسفورد وكاسل) مترجم، ص 27.

(7) هادي الهيتي، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري، ط1 بغداد (دار السامر للطباعة 1997)، ص 7.

(8) عبد اللطيف حمزة الإعلام له تاريخه ومذاهبه، ط1، (الناشر الهيئة المصرية العامة للكتاب عام 2002) ص 75.

(9) إبراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع، ط1، (الناشر مكتبة الأنجلو المصرية 1976)، ص 216.

(10) فؤاد الساري، وسائل الإعلام النشأة والتطور، ط1، (دار أسامة للنشر والتوزيع 2005)، ص 16.

عنها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم⁽¹¹⁾.

ومن هذا، فقد خلصت إلى تعريف الإعلام عموماً وفق ما يعرفه الاصطلاحيون وعلماء اللغة على أنه كل معنى تام، منطوقاً كان أو مكتوباً، موصوفاً أو منقولاً باللغة أو الإشارة، صريحاً كان أو تلميحاً أو مشفراً، شاهده جماعات من الناس أو لم يشهده، جرى بين عموم الناس أو كان سراً بين اثنين أو أكثر، قصد به الإخطار ورفع الجهل عن حدث أو زمانٍ أو مكانٍ أو معلومةٍ، صادقاً كان أو كاذباً؛ سمي ذلك إعلاماً، فاللغة بين الناس في التواصل هو إعلام بينهم بالأحوال، فالتحية مثلاً بين الناس هي إعلام بالترحيب والقدوم وتفشي السلام بين الناس وإعلام بالأمن والاطمئنان بينهم.

أما وسائل الإعلام في زمننا فهي كل وسيلة من وسائل الاتصال يستطيع الإنسان امتلاكها لإخطار جماعات أو فئات من الناس في محيطه بالأخبار أو الأحداث التي يعرفها أياً كانت مصادره أو طريقته، يدخل في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية.

أما المؤسسات الإعلامية فتعريفها يختلف عن الوسائل، فهي تقوم على الاحتراف وامتلاك المهنة ومبادئها ومواهبها، وليس فقط امتلاك الوسيلة.

2.1.2: أهمية الإعلام المرئي:

يعتبر الإعلام المرئي إحدى أهم وسائل الإعلام في تلقي الأخبار والأحداث ومتابعة المجريات وكذلك هو من وسائل الترفيه والإثارة والتلقي لما يحتويه وبميزه من جذب للحواس جميعها (السمع والبصر والعقل والمشاعر)، فهو يتميز عن الإعلام المسموع بالبعد البصري، وعن الإعلام المقروء بالبعد السمعي، وبالتالي فهو من وسائل الإعلام الجذابة والأكثر شهرة وتداولاً. ويمكن تلخيص أهمية الإعلام المرئي في عناصر عدة:

1- الوسائط المرئية هي واحدة من أهم جوانب حياتنا اليومية. إنه أهم شيء يتفاعل معه الناس على مدار الساعة.

(11) حسين عبد الحميد وأحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، الإسكندرية،

(المكتب الجامعي الحديث، 2003)، ص 50.

2- تنمية المفاهيم والقيم والاتجاهات من المهمات للإعلام المرئي "حيث إنها تنقل إلى الناس معتقداتهم ومواقفهم وقيمهم في شكل قصة أو في شكل أنماط سلوك مقبولة ومرفوضة. من خلال هذه الوسائط يتلقى الناس تلك المعتقدات والمواقف والقيم التي من المفترض أن تكون متوافقة معاً وتعكس المثل العليا للمجتمع وتعكس أهداف المجتمع على الإنسان والحياة، وهذا يعني العمل على منع مظاهر الانحراف عن المعايير والقيم لإعادة تثبيت ودعم وتطبيق وجعلها محور الوعي الاجتماعي ولب اهتماماته"⁽¹²⁾.

3- وصل المواطن بكل ما يعنيه في المجالات التي تتصل باهتماماته المختلفة.

4- نقل (على سبيل المثال الصحة والتعليم والإنتاج، وما إلى ذلك) المعلومات له دور في تشجيع الأفراد على العمل وحث المؤسسات المختلفة على الوصول إلى المناطق النائية عن طريق انتقاد مسؤوليها. "ويؤكد الإعلام المرئي دور المواطن في خدمة بيئته إلى جانب جهود القطاعات الحكومية. ويشيد بالجهود المبذولة في هذا الصدد، وكذلك توجيه الانتباه إلى الحفاظ على الخدمات التي تقدمها الهيئات والموارد البلدية. المياه والبستنة والحدائق والشواطئ وتنمية الموارد المائية، وانتقاد البلدية المقصّرة في عملها، وتعريف المواطنين على حقوقهم المشروعة والتي من المفترض على البلدية تأمينها"⁽¹³⁾.

5- الإسهام في حل مشاكل المجتمع من خلال مناقشتها وتسهيل الحديث حولها، وزيادة الوعي بها، واقتراح الحلول لعلاجها. "تلعب الوسائط المرئية دورها الوظيفي في تشكيل قيم الأسرة من خلال مقاربات مختلفة (القصد والنية والهدف). نشاط هادف يسعى إلى تحقيق هدف أو مجموعة من الأغراض على الأقل. يجب أن تكون المعادلة المنطقية التي تخضع من خلالها وسائل الإعلام لمبادئ الخير وخدمة الاتجاه الإنساني والاتجاه الصحيح هي إدخال مواد

(12) رمزي السعيد الخميس، دور الإعلام في حياتنا، جريدة الشرق القطرية، بتاريخ (2015/02/12).

تاريخ الدخول على الرابط (2019-8-12)

<https://www.al-sharq.com/opinion/12/02/2015/%D8%AF%D9%88%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%81%D9%8A-%D8%AD%D9%8A%D8%A7%D8%AA%D9%86%D8%A7>

(13) ميسم حمزة، الإعلام: دور محوري في العمل البلدي، موقع بلديات لبنان، بتاريخ 29 مايو 2012م.

تاريخ الدخول <http://www.baladiyat.org/?p=6255> (2019-8-12)

إعلامية في دائرة الوعي بظاهرة الإعلام وتأثيراتها على القيام بدورها الصحيح، عن طريق إيجاد أرضية للتفاعل بينهما وبين العقل والأخلاق من جهة، وبين المسؤولية الاجتماعية من جهة أخرى⁽¹⁴⁾.

6- رفع مستوى الثقافة وتنمية الفكر وترسيخ المبادئ الإنسانية لدى المجتمع، فيما يطلق عليه (ديمقراطية الثقافة)، " حيث تمثل الكثير من الناس الوسائل الصحيحة لتعليم وتنمية الفكر والتكرير الذاتي، وهي الذاكرة المرئية التي يمكن تسميتها في كل وقت، ودور وسائل الإعلام، لجعل الثقافة الشخصية المميّزة لنفسها هي الثقافة الجماهيرية، من خلال التوليف بين ثقافة النخبة المسجلة في الأعمال الأدبية والفنية للنخبة، والثقافة الشعبية التي تحظى بها الجماهير للتعبير عن أنفسهم بسهولة ويسر⁽¹⁵⁾.

7- تشكيل الرأي العام الحر والقوي والمستنير حول القضايا الداخلية والخارجية للمجتمع من خلال توفير المعلومات الصحيحة والصادقة والشفافة، وتقديم وجهات نظر مختلفة (الرأي والرأي الآخر)، "فوسائل الإعلام البصرية لديها وسيلة فاعلة تعمل في تضافر وتناسق وتكامل لتشكيل الرأي العام حول مختلف المواضيع والظروف والمواقف والمشاكل التي تنشأ والتي تتعلق بجوانب سياسية أو اجتماعية أو ثقافية أو اقتصادية مختلفة"⁽¹⁶⁾.

خلاصة القول: إن وسائل الإعلام - بالنسبة للمجتمع الإنساني المعاصر - تشبه جامعة كبيرة مفتوحة لمناهجها اليومية، ومتجددة ومتغيرة مع الظروف والأحداث، وتتطور مع تطور الاحتياجات والاهتمامات، وتتوسع مع توسيع الوعي العام والنشاط العام للمجتمع.

تمثل وسائل الإعلام ساحة كبيرة يلتقي فيها أفراد المجتمع نفسه في فئات مختلفة. يجتمعون في قصة واحدة وحدث واحد. يجتمعون على مستوى واحد، على الرغم من اهتماماتهم وثقافتهم

14) محمد خليل الرفاعي، دور الإعلام في العصر الرقمي، مجلة جامعة دمشق - المجلد 27 - العدد الأول والثاني، ص 719.

15) خالد الحاجة، جدلية العلاقة بين الثقافة والإعلام، جريدة البيان، بتاريخ (28 أكتوبر 2014).
تاريخ الدخول على الرابط (2019-8-12)

<https://www.albayan.ae/opinions/articles/2014-10-28-1.2230610>

16) محمد صلاح أبو رجب، تأثير الإعلام على الرأي العام وانعكاس ذلك على السياسة الأمنية، جريدة الوغد، بتاريخ (26 أبريل 2012).

المختلفة، لكنهم يعرفون مع ذلك الاهتمامات الأساسية والمشاركة بينهم، والتي تعنيهم كأفراد في مجتمع واحد، ثم يشعرون بالارتباك - كل ما يهتم به وما يعنيه في تلك الحياة اليومية المتجددة.

كما أن وسائل الإعلام وخاصة المرئية هي مرآة المجتمع الأكبر، حيث يتطلع الجميع إلى معرفة أخبار المجتمع، ويتطلع المواطن إلى رؤية الآخرين وسماعهم في الحياة اليومية ليحس بأنه في مجتمع به أحداث ومجريات وليس معزولاً عن بيئته ومجتمعه.

ومن الواضح لنا أن دور وسائل الإعلام في أي مجتمع بشري هو دور عظيم وخطير، وهو في المجتمعات الحديثة أكثر أهمية وأكثر خطورة، حيث توجد اهتمامات وتناقضات متعددة واتجاهات مختلفة، وتلعب وسائل الإعلام في بناء وحماية ومنع الغزو الفكري الخارجي.

ويعتمد المجتمع العربي على الإعلام المرئي باعتباره أمة تفضل التلقي عن القراءة، فنسبة القراءة للصحف والكتب متدنية عن باقي المجتمعات والأمم، ونجد ذلك لأمر في بنية المجتمع العربي والأمة العربية، حيث إنها موصوفة بأنها أمة أمية، ليس لعدم إجادة القراءة والكتابة، وإنما لاعتمادها على التلقي أكثر من أي وسيلة أخرى.

2.1.3: أنواع الإعلام المرئي:

يعتمد الإعلام المرئي على "الصوت والصورة والحركة، ويشتمل على أنواع ووسائل منها السينما والتلفزيون (الإذاعة المرئية) والتسجيلات المرئية المسموعة (أشرطة الفيديو والأقراص المدججة cd والأفلام السينمائية)"⁽¹⁷⁾.

وتتميز هذه الأنواع بوسائل وأشكال متعددة للسماح باختيار أو استخدام الوسائل المناسبة، وتعمل على زيادة الاهتمام والإثارة، وتوفر أساساً لأن الجمهور يريد التعرف عليه أو دراسته وفهمه.

(17) عبد العزيز شرف، الأسس الفنية في التحرير الصحفي، ط 1988م، عمان (دار الفرقان للنشر والتوزيع)

بتصرف، ص 35.

فمن بين وسائل الإعلام السمعية البصرية نجد:

التلفزيون: "وسيلة من أهم وسائل الاتصال الحديثة، حيث ينقل الصوت والصورة والحركة من جميع أرجاء العالم إلى ملايين الناس في منازلهم، فهو يتميز بنقل الوقائع والأحداث في صورتها الفعلية الواقعية التي لا تحتمل التكذيب"⁽¹⁸⁾.

السينما: وقبل تعريف السينما نعرف الفيلم على أنه سلسلة من الصور الثابتة حول موضوع أو مشكلة أو ظاهرة مطبوعة على شريط ملفوف على بكره تراوح من 10 دقائق إلى ساعتين حسب موضوعه والظروف التي يحتاج إليها، أما السينما (أو السينما) فهي "صناعة التصوير المتحرك وعرضه للجمهور عبر شاشات كبيرة في دور العرض، أو على شاشات أصغر (التلفاز والحواسيب).

يعدّ الفن السينمائي وتوابعه من إخراج وتمثيل واحداً من أكثر أنواع الفن شعبية. ويسميه البعض الفن السابع، مشيرين بذلك لفن استخدام الصوت والصورة معاً من أجل إعادة بناء الأحداث على شريط خلوي (الفلم).

وهناك أنواع من الفن السينمائي، فمنها ما هو أقرب للمسرح، ويشمل أفلام الحركة والدراما وغيرها من الأفلام التي تصور أحداثاً خيالية، أو تعيد أحداثاً حدثت بالفعل في الماضي، تعيدها عن طريق التقليد بأشخاص مختلفين وظروف مصطنعة.

وهناك الفن السينمائي الوثائقي، الذي يحاول إيصال حقائق ووقائع تحدث بالفعل بشكل يهدف إلى جذب المشاهد، أو إيصال فكرة أو معلومة بشكل واضح وسلس أو مثير للإعجاب"⁽¹⁹⁾.

(18) صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط5، عمان (دار مجدلاوي للنشر، 2004)، ص 38.

(19) جهود مجمع العراق في التعريب، صوت العربية (نسخة محفوظة 08 مارس 2018) على موقع واي باك مشين. الرابط:

https://www.voiceofarabic.net/index.php?option=com_content&view=article&id=170:34&Itemid=368

تاريخ الدخول : 2019-8-14

وتعتبر السينما وسيلة إعلام مرئية مهمة تستخدمها الشعوب بعناية ويمكن الوصول من خلالها إلى شريحة من المشاهدين من جمهور ذي صفات معينة، كما يمكن استخدام فيلم سينمائي في العروض التجارية والزراعية والندوات الثقافية والقضايا السياسية والفكرية والدينية.

الإنترنت: الإنترنت عبارة عن "شبكة عالمية تضم ملايين أجهزة الكمبيوتر من أكثر من 190 دولة، متصلة ببعضها البعض، بغرض مشاركة البيانات والأخبار والآراء"⁽²⁰⁾.

والإنترنت هو أكبر شبكة كمبيوتر في العالم "نظراً للعدد الهائل من أجهزة الكمبيوتر والخوادم المتصلة ببعضها البعض في جميع أنحاء العالم بواسطة أجهزة التوجيه والمحولات باللغة الإنجليزية، فهي تشبه آلية العمل على الشبكات المنزلية أو تلك الموجودة في الشركات، ولكن عدد الأجهزة المتصلة فيها أكبر بكثير"⁽²¹⁾.

فالوسائل السمعية والبصرية تعطي قدراً عالياً وكبيراً من الواقعية والوضوح، فهي "تستخدم لجذب انتباه الجماهير وذات تأثير قوي وأكثر فاعلية من الكلمات المسموعة أو المكتوبة وتلصق بذاكرة المشاهدة، وإذا ما استخدمت مع الكلمة المسموعة فهي تعطي ثقة كبيرة للمتحدث"⁽²²⁾.

2.1.4: وظائف الإعلام المرئي:

لقد أفرد منظرو الإعلام اهتماماً واسعاً عند الحديث عن الوظائف التي يمكن أن يؤديها الإعلام ويمكن أن نعرض أهمها وهي:

(20) بسيوني إبراهيم حماده، الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال

الجماهيرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة كلية الإعلام 2002، ص 311.

21)Vangie Beal, "Internet", Webopedia, Retrieved 25-8-2017. Edited. "Internet", ComputerHope16-6-2017, Retrieved 25-8-2017. Edited.

(22) المرجع السابق ص 40.

- حدد هارولد لاسويل⁽²³⁾ في دراسته هيكل ووظيفة الاتصال في المجتمع "ثلاث وظائف للعملية الاتصالية في المجتمع، وهي: (مراقبة البيئة والترابط ونقل التراث الاجتماعي). وقد فصل شرحها وترجمها د. محمود عودة بالتعريفات التالية:

1- **مراقبة البيئة:** وتعني تجميع وتوزيع المعلومات المتعلقة بالبيئة، سواء خارج المجتمع أو داخله، وتقديم إنذارات حول المخاطر والتهديدات الوشيكة على قيام نظام الجماعة أو أقسامها، وهي تسمى وظيفة الإخبار.

2- **الترابط:** وتعني التفسير والتحليل والتعليق على الأحداث في البيئة وتوجيه السلوك كرد فعل لهذه الأحداث، وربط أقسام المجتمع وفق متطلبات البيئة المحيطة به، وهو ما يعني إيجاد الرأي العام.

3- **نقل التراث الاجتماعي:** إذ يعتمد التراث الثقافي أساساً على توصيل المعلومات والقيم والمعايير الاجتماعية من جيل إلى آخر⁽²⁴⁾.

- ويرى دينيس ماكويل (D. Macquial)⁽²⁵⁾ "أن الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام توجد حاجات ودوافع لم تكن موجودة من قبل، تدفع الجمهور إلى وسائل الإعلام فيسعى إلى إشباع تلك الحاجات من خلال التعرض لوسائل الإعلام، وهذه الوظائف هي:

1- وظيفة الإخبار: وهي رغبة الفرد في معرفة ما يدور حوله من أحداث في المجتمع والعالم.
2- وظيفة تحديد الهوية: وتمثل في حاجة الفرد إلى دعم القيم الشخصية، والتوحد مع الآخرين في قيمهم.

(23) هارولد دوايت لاسويل بالإنجليزية Harold Dwight Lasswell: عالم اجتماعي أمريكي 13 ولد في فبراير 18-1902 وتوفي في ديسمبر 1978 درس تأثير أجهزة الإعلام على تكوين الرأي العام، وهو صاحب صيغة لاسويل الشهيرة في تصميم الرسائل الإعلامية المستنبطة من طرح الأسئلة التالية، (من يقول؟ ماذا يقول؟ بأية وسيلة؟ لمن؟ وبأي قصد؟) Harold D. Lasswell The. structure and function of communication in society (216) رابط: <https://pracownik.kul.pl/files/37108/public/Lasswell.pdf> تاريخ الدخول (1-8-2019)
(24) محمود عودة، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، ط1، (دار النهضة العربية 1998)، ص 46.
(25) دينيس ماكويل من منظري الاتصالات البريطانيين، وأستاذ فخري بجامعة أمستردام، يُعتبر واحداً من أكثر العلماء نفوذاً في مجال دراسات الاتصال الجماهيري مولود في 12 أبريل 1935 لندن والمتوفى سنة 2017.

3- وظيفة التفاعل الاجتماعي: وتتركز هذه الوظيفة في حاجة الفرد إلى الانتماء والحوار، والتواصل مع الآخرين.

4- وظيفة الترفيه: وهي رغبة الفرد في الهروب من المشكلات، والخلود إلى الراحة وملء الفراغ⁽²⁶⁾.

- وحدد إيهو كاتز (Elihu Katz)⁽²⁷⁾، وبلملر (Blumler)⁽²⁸⁾ الوظائف

الأربع الأساس التي يمكن أن تخدم فيها وسائل الإعلام الفرد وتؤثر في سلوكه، وهي:

1- وظيفة المنفعة: تعرف بأنها اتجاه الفرد إلى وسيلة معينة أو مضمون معين يتحدد في ضوء النفع العائد عليه من هذه الوسيلة أو هذا المضمون.

2- وظيفة الدفاع عن الذات: وتعكس هذه الوظيفة رأي الفرد في الصورة التي شكلها عن نفسه ورفض ما عداها.

3- وظيفة التعبير عن القيم: فكلما دعمت وسائل الإعلام القيم السائدة في المجتمع كلما شعر الفرد بالرضا عن هذه الوسائل، وهذا يفسر قدرة وسائل الإعلام على دعم القيم السائدة في مقابل ضعف قدرتها على تغيير الاتجاهات السائدة.

4- الوظيفة المعرفية: وتتمثل في حاجة الفرد إلى المعرفة التي تساعد على بناء إدراكه⁽²⁹⁾.

(26) المرجع سابق، ص 47.

(27) إيهو كاتز Elihu Katz عالم اجتماع واتصال أمريكي ولد عام 1926 في نيويورك، وضع مع زميله (لازرزفيلد) نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين.

(28) جاي بلوملر، أستاذ في العلوم السياسية، 18 فبراير 1924 (العمر 94 سنة)، نيويورك، الولايات المتحدة.

(29) إيهو كاتز (Elihu Katz) وبلملر (Blumler)، استخدام وسائل الاتصال الجماهيري عام 1974م. انظر المرجع السابق ص 48.

ومما سبق يمكن حصر الوظائف التي يمكن أن يؤديها الإعلام المرئي في التالي:

1-التوجيه:

حيث تستطيع وسائل الإعلام المرئي إكساب الجماهير اتجاهات جديدة أو تعديل القديم منها، لكن هذا التعديل في ظل شروط معينة، وهي حسن اختيار المادة الإعلامية وملاءمتها للجمهور المستقبل، وتقديمها في ظروف مناسبة⁽³⁰⁾.

2-الدعاية:

تهتم الحكومات المختلفة باستخدام وسائل الإعلام في الدعاية، ويأتي اهتمام الحكومات من جانبها لتعريف الدول الأخرى بفلسفتها ووجهة نظرها في النواحي الداخلية والخارجية، ويرافق ذلك اهتمام بما تطرحه الدول الأخرى لكي تتفادى خطر وصول شيء لشعبها يشوش الأفكار ويعيق تنمية مواردها الموجهة على وفق أيديولوجيتها النابعة من ظروفها الخاصة⁽³¹⁾.

3-التثقيف:

هو زيادة المعرفة بغير الأسلوب الأكاديمي المتبع في المدارس، خاصة فيما يتعلق بنواحي الحياة العامة، والتثقيف عن طريق وسائل الإعلام بدون قصد أو تخطيط سابق، إما عارضاً أو مقصوداً، فهو حصيلة اتجاه الفرد لوسائل الإعلام وتفاعله معها بهدف معين وبخطة مسبقة ويكون باتجاهين موجه من قبل مرشد، أو اتجاه حر من خلال رغبة ذاتية لدى الأفراد⁽³²⁾.

(30) إسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، ط1 الأردن (دار أسامة للنشر 2012

بتصرف)، ص 109، وانظر عبد الله حمد الحقييل، قوة وسائل الإعلام، ط 1 (دار قافلة الزيت 1402هـ)، ص 40 بتصرف.

(31) عبد الله حمد الحقييل، قوة وسائل الإعلام، ط 1 (قافلة الزيت 1402هـ، بتصرف)، ص 40.

32) Jim Macnamara, "Media content analysis: Its uses; benefits and best practice methodology " amecorg.com, Retrieved 18-3-2018.

Edited18. "The Importance of Media in the Classroom",

www.sagepub.com, Retrieved 18-3-2018. Edited1,2..بتصرف

4-التعارف الاجتماعي:

فوسائل الإعلام تقوي الصلة الاجتماعية بين الأفراد عن طريق إظهار تعاطفهم في أسلوب رقيق يعبر عن مشاعرهم أو تقديم الشخصيات الشهيرة المحببة إلى نفوس الناس.

5-الترفيه:

وهو استخدام وسائل الإعلام المختلفة في تسلية الناس، لكن ينبغي أن يكون لهذا الترفيه بُعد يتجاوز التسلية إلى التأثير في اتجاه فلسفة مرسومة للمجتمع.

6-الإعلان:

ومهمة وسائل الإعلام المرئي هنا تعريف الناس بالسلع المختلفة، ومكانها، وكذلك حثهم على تجربتها وشرائها⁽³³⁾.

7-التفتيت: (Demystification) النظر إلى الجمهور ليس بوصفه كتلة)

وتعني تعدد الرسائل التي يمكن الاختيار من بينها لتلائم الأفراد أو الجماعات الصغيرة المتجانسة بدلاً من توحيد الرسائل لتلائم الجماهير العريضة.

8-اللاتزامنية: Asynchronization

وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في الوقت المناسب للفرد المستخدم للاتصال، ففي حالة البريد الإلكتروني يمكن توجيه الرسائل في أي وقت بغض النظر عن وجود متلقي الرسالة في وقت معين⁽³⁴⁾.

9-عمومية المعرفة: اختزل الإعلام والاتصال الانعزال العقلي المعرفي للناس إلى الحد الأدنى،

وأدت الوسائل الحديثة للاتصال إلى الإسراع بنشر المعلومات إلى الحد الذي نستطيع معه في

(33) عبد الفتاح كنعان، الإعلام والمجتمع، ط1 (دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع 2014)، ص 5-6.

(34) محمد خليل الرفاعي، دور الإعلام في العصر الرقمي، مجلة جامعة دمشق-المجلد 27-العدد الأول والثاني،

المستقبل البعيد أن نتوقع أنه لن يوجد فرد أو جماعة سوف يكون في مقدورها الهرب من تلك التأثيرات⁽³⁵⁾.

10-هيمنة طابع الإثارة: لجذب أكبر قاعدة عريضة من الجماهير، فالإثارة مدخل خصب من المداخل التي تضمن استمرار المنتج الإعلامي⁽³⁶⁾.

11-قابلية التحويل:

حيث أتاح الاتصال الرقمي إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصورة والعكس⁽³⁷⁾.

2.1.5: خصائص الإعلام المرئي

مع تطور الزمن ووتيرة الحياة أصبح لا بد من مواكبة العصر وذلك بالاستفادة من التكنولوجيا وتوظيفها لخدمة الإعلام المرئي، كون الإعلام التقليدي لا يستطيع المجاراة مع انتشار الوسائل الحديثة.

ومن الخصائص التي تميز الإعلام المرئي المعاصر:

- 1- القدرة على توصيل الرسالة إلى الجمهور، وهذا يتوقف على محتوى الرسالة واستراتيجيات الإقناع⁽³⁸⁾.
- 2- إيصال الرسالة في نفس اللحظة وبسرعة فائقة عبر أنحاء العالم.
- 3- محتوى وسائل الإعلام يروج اهتمامات الجماعات المهنية في المجتمع⁽³⁹⁾.

(35) طلعت منصور: سيكولوجية الاتصال، مرجع سابق، ص 103.

(36) محمد شكري سلام: ثورة الاتصال والإعلام، من الإيديولوجيا إلى الميديولوجيا "نحو رؤية نقدية"، مجلة عالم الفكر، العدد 1، المجلد 32 يوليو / سبتمبر 2003، ص 89 وما بعدها.

(37) محمد خليل الرفاعي، دور الإعلام في العصر الرقمي، مرجع سابق، ص 712.

(38) علي حجازي إبراهيم، الحملات الإعلامية فن مخاطبة الجمهور، ط 1 (دار المعتر للنشر والتوزيع 2017)، ص 78.

(39) مجد هاشم الهاشمي، العولمة الدبلوماسية والنظام العالمي الجديد، ط 1 (دار أسامة للنشر والتوزيع 2003)، ص 39.

- 4- لوسائل الإعلام القدرة على دعم المواقف أو التأثير فيها.
- 5- خلق الدوافع وتشجيع التطلعات الفردية والجماعية⁽⁴⁰⁾.
- 6- التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين⁽⁴¹⁾.
- 7- المشاركة والانتشار: يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته إلى الآخرين.
- 8- الحركة والمرونة: حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الإنترنت، والهاتف الجوال، والأجهزة الكفية، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية⁽⁴²⁾.
- 9- الكونية: حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.
- 10- اندماج الوسائط: في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد... إلخ.
- 11- الانتباه والتركيز: نظراً لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادةً سلبياً وسطحياً.
- 12- التخزين والحفظ: حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها⁽⁴³⁾.

(40) حسين عبد الحميد وأحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، الإسكندرية

(المكتب الجامعي الحديث، 2003)، ص 32.

(41) محمد خليل الرفاعي، دور الإعلام في العصر الرقمي، مرجع سابق، ص 711.

(42) المرجع نفسه، ص 712.

(43) الشميمري فهد، التربية الإعلامية، ط1، مصر (دار اقرأ الدولية، 2011)، ص 25.

2.2: مفاهيم أساسية عن الرأي العام

2.2.1: تعريفات الرأي العام

أكدت الموسوعة الدولية للعلوم الاجتماعية عام 1968م أنه: "لا يوجد تعريف عام متفق عليه للرأي العام، ومع ذلك فيزداد استخدام هذا التعبير"⁽⁴⁴⁾.

الرأي في اللغة:

الرأي: الاعتقاد والعقل والتدبير والنظر والتأمل، ويقال رأيته رأي العين حيث يقع عليه البصر، والرأي عند الأصوليين: استنباط الأحكام الشرعية في ضوء قواعد مقررة⁽⁴⁵⁾.

أهم تعريفات الرأي العام عند أهل التخصص (الاصطلاح):

يعرف ليم البيج الرأيا العام على أنه: "تعبير عن موضوع معين يكون محل مناقشة من جماعة ما"⁽⁴⁶⁾.

ويعرفه لينارد دوب بأنه: "موقف جماعة من الناس نحو مشكلة معينة أو حادث معين"⁽⁴⁷⁾.

ويرى كلوريدج كنج أن الرأي العام هو: "الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار مهم، بعد مناقشات علنية وافية"⁽⁴⁸⁾.

(44) محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، سلسلة دراسات وبحوث إعلامية، العدد 81، (دار الفجر، 1998) ص 12.

(45) المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، ط 4، دار الشروق (2004)، ص 320.

(46) خليل إبراهيم رسول، سايكولوجية الرأي العام وطرق قياسه، بغداد، (دار الحرية 1986)، ص 19.

(47) المرجع نفسه، ص 20.

(48) أحمد بوزيد، سيكولوجية الرأي العام ورسالته الديمقراطية، القاهرة (عالم الكتاب 1968)، ص 39.

أما هينيسي فيرى أن الرأي العام هو: "مجموع وجهات النظر القابلة للقياس لدى الأفراد الذين لهم مصلحة في قضية أو موضوع ما محل هذا الرأي"⁽⁴⁹⁾.

وقد عرف الرأي العام كذلك بأنه: "مجموعة آراء الأفراد حول موضوع ذي أهمية عامة؛ أي الآراء التي في مقدورها ممارسة التأثير على مواقف الأفراد والجماعات وعلى سياسات الحكومات"⁽⁵⁰⁾.

يرى أحمد بدر أن الرأي العام هو: "اتفاق ضمني أو توافق قسط معين من المجتمع يمثل درجة من الهيمنة على مواجهة مشكلة معينة بطريقة معينة"⁽⁵¹⁾.

وقد حدد الدكتور سمير حسين مجموعة من القواعد الأساسية المرتبطة بالرأي العام والمؤثرة فيه، وهي:

- 1- الرأي العام هو مجموع آراء الناس ووجهة نظرهم في الحياة.
- 2- الرأي العام فيه وجهات نظر وتيارات مختلفة وأفكار متعددة ولكل تيار حجته.
- 3- الرأي العام له أثره في الحياة السياسية، وهذا يؤدي لتطور الحياة الاجتماعية.
- 4- يتمتع الرأي العام بحساسية عالية تجاه الأحداث العامة.
- 5- الرأي العام يتأثر بالعوامل الاقتصادية والثقافية والتربوية وحياة الجماعة وموقف الفرد منها.
- 6- الرأي العام ديناميكي أي دائم الحركة والتبدل والتطور.
- 7- الرأي العام "نتاج اجتماعي لعملية اتصال وتأثير متبادل بين الجماعات والأفراد"⁽⁵²⁾.

(49) سمير محمد حسين، الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية، القاهرة (علم الكتب 2000)، ص 18.

50) Pierre Albert, Lexique de la presse écrite, Daloz, Paris, 1989, P132.

(51) أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه، ط2، القاهرة، (مكتبة الأنجلو المصرية 1987)، ص 27.

(52) سمير محمد حسين، الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية، مرجع سابق، ص 20.

2.2.2: نشأة الرأي العام وتطوره

يجمع الباحثون في مجال الرأي العام على أن ظهور هذا التعبير بمدلوله الحاضر كان في خضم الثورة الفرنسية (53)، التي اعتبرت كغيرها من الثورات شكلاً من أشكال التعبير عن الرأي العام، والتي كانت المنطلق لإعلان حقوق المواطن الفرنسي في أواخر القرن 18 بعد تحرره من هيمنة قوى الإقطاع (54).

إلا أن هذا لا ينفي وجود رأي عام في المجتمعات القديمة بصورة أو بأخرى؛ فالرأي العام مصطلح مرتبط بالمجتمع الإنساني أينما وجد، وهو - الرأي العام - الذي كان العامل الحاسم في حدوث أضخم الأحداث التاريخية في حياة البشرية.

الرأي العام في المجتمعات القديمة:

كان الرأي العام في المجتمعات القديمة هو الحاكم الفعلي والمسيطر المطلق على كل أوجه النشاط في مدن اليونان المستقلة، فقد عرفته قرناً عديدة قبل ميلاد المسيح؛ حيث كانت السيادة المطلقة لهيئة المواطنين مجتمعين، أي لكافة سكان المدينة والريف المحيط بها، ما عدا العبيد والأطفال والنساء، فالواضح أن الرأي العام في تلك الفترة كان يخص الرجال فقط.

وقد مثلت هيئة المواطنين المكونة من رجال المدينة والريف المحيط بها ما نعرفه في وقتنا الحاضر بالبرلمان والحكومة والقضاء، ومارست السلطات الثالث: التشريعية، القضائية والتنفيذية؛ حيث كانت تتخذ القرارات في اجتماع جمعية المواطنين بأغلبية أصوات الحاضرين في اجتماع تلك الجمعية. وعن المواضيع التي كانت تناقشها جمعية المواطنين، فقد كانت تتطرق لكل مجالات الحياة العامة في المدينة والريف المحيط بها، ففي المجال الحربي والعسكري كانت تختار

(53) قامت هذه الثورة سنة 1789، حيث دخل الشعب الفرنسي طرفاً في تقرير مصيره لأول مرة في التاريخ،

بعد تحرره من هيمنة قوى الإقطاع. ولفهم عوامل وظروف قيام الثورة الفرنسية، وتناجها على المجتمع الفرنسي خاصة والأوروبي عامة - راجع: لويس عوض، الثورة الفرنسية، مصر (الهيئة المصرية العامة للكتاب 1992).

(54) مختار التهامي وعاطف عدلي العبد، الرأي العام، القاهرة (مركز بحوث الرأي العام 2005)، ص 15 -

ص 17 بتصرف، أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، ط1 القاهرة، مكتبة غريب، ص 31، بتصرف.

قادة الجيش وتعلن الحروب وتتعقد المعاهدات، وفي مجال العمل كانت تختار الموظفين وتسن قوانين العمل وتفرض الضرائب، وفي المجال الديني والثقافي كانت تأمر بإقامة الاحتفالات الدينية والعامية، كما حكمت تلك الجمعية في القضايا المدنية والجنائية دون معقب لحكمها.

ولم تكن الديمقراطية اليونانية تعرف الأحزاب، وإنما كان من حق كل مواطن أن يبدي رأيه، حتى ظهرت طائفة الخطباء الذين مثلوا طائفة من بلغاء القوم يكرسون حياتهم للسياسة؛ إما رغبة منهم في خدمة العامة، وإما إرضاءً لطموحهم وسعياً وراء منافع ومصالح شخصية، وقد وقع عليهم العبء الأكبر في الكلام والمناقشة.

وقد كان كل خطيب من هذه الطائفة يدافع عن وجهة نظره ويحاول إقناع العامة والحصول على موافقتهم بخصوص قضية أو موضوع محدد. وللوصول إلى ذلك، كان يقف في الساحة العمومية، في الهواء الطلق، في الصباح الباكر، ليجري اجتماعاً مع مواطني المدينة الذين جاوز تعدادهم أربعين ألفاً - خاصة مدينة أثينا - وكان يحضر اجتماعاتهم التي يميزها النظام، الذي لا يخلو من احتدام الآراء والعواطف، ما لا يقل عن خمسة أو ستة آلاف مواطن.

وأدى اتساع الإمبراطورية الرومانية إلى ظهور ما يعرف بالمنشورات، فازدادت الثقافة وكثرت المناقشات حول المواضيع المختلفة، فنشط الرأي العام وازداد نضجاً وتبلوراً.

ومما ساعد على قيام الرأي العام بعدها، ظهور الديانات السماوية، حيث عرف العالم المسيحي عبارة الإجماع أو الاتفاق، كما أدرك العالم الإسلامي أهمية الرأي العام، وذلك بالاهتمام بمعرفة آراء الرعية واتجاهات الرأي في المجتمع الإسلامي.

ومع اختراع الطباعة في القرن الخامس عشر في إنجلترا، ازداد حجم الجماهير القارئة، وساعدت حركة الإصلاح الديني (البروتستنت) على كسر احتكار الكنيسة الكاثوليكية الرومانية للأفكار الدينية، كما أسهمت التحولات الاقتصادية المصاحبة للثورة الصناعية في تشجيع الأفكار الجديدة وانتشارها، وتكونت فئات جديدة من الجماهير، الذين ازداد وعيهم بمضاعفة الإنتاج الطباعي وانتشار الكتب في القرنين السادس عشر والسابع عشر، وهو ما جعل الرأي العام الجماهيري قوة لها وزنها، وتحظى بالاهتمام والاحترام، وهو ما جسده كتابات بسكال، فولتر، هوبس، لوك... حيث اهتم لوك على سبيل المثال بدراسة الأسس

القانونية والأخلاقية للرأي العام في مقال له سنة 1690 بعنوان: "الفهم الإنساني"، وانتقل المفهوم من إنجلترا إلى فرنسا عبر الفلاسفة الفرنسيين، الذين عبروا عن الرأي العام بمصطلحات مختلفة، كالروح العامة عند مونتسكيو، الإدارة العامة عند جون عب جاك روسو، واستخدم الألمان تعبير روح الشعب.

وقد شق الرأي العام طريقه إلى فرنسا في خضم الثورة الفرنسية - كما سلف الذكر - وكان يتكرر بين فلاسفة العصر ورجال السياسة وخاصة بين أتباع الوزير Neker، ومنها انتشر في أوروبا كلها⁽⁵⁵⁾.

الرأي العام في العصر الحديث:

إن الرأي العام والتعبير عنه، ما هو إلا ثمار الإعلام بوسائله المختلفة، التي جسدها الميثاق العالمي لحقوق الإنسان؛ حيث عني هذا الميثاق الذي أصدرته الأمم المتحدة بموجب قرار الجمعية العامة 217 ألف د3 المؤرخ في 10 كانون الأول/ ديسمبر 1948م، بتأكيد حق كل إنسان في حرية التفكير، ونصت المادة 19 منه على حرية الرأي والتعبير "لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل، واستقاء وتلقي وإذاعة الأنباء والأفكار دون تقييد بالحدود الجغرافية وبأية وسيلة كانت"⁽⁵⁶⁾.

وبذلك صار الرأي العام قوة كبيرة في المجتمع الدولي الحديث، وهو ما نجم عنه الأوضاع السياسية والاجتماعية والثقافية الدولية، ونظراً لتطور التكنولوجيا، خاصة ما تعلق بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، فصارت وسائل الإعلام تؤثر على الرأي العام، بل وتتحكم فيه، ولم يعد باستطاعة الحكومات أن تتخذ قراراتها ولا أن تستمر في ممارسة مهامها دون أحياناً موافقة الجماهير على ذلك، وصارت الحكومات الذكية هي تلك الحكومات التي تحاول أن توحّد الرغبة بين أفراد الشعب وجماعاته⁽⁵⁷⁾.

(55) أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، ط1 القاهرة، (مكتبة

غريب 1977)، ص 31، بتصرف.

56) <http://www.bibalex.org/ar/ar/files/whrs.pdf>. 31/10/2015 13:14h

(57) مختار التهامي وعاطف عدلي العبد، الرأي العام، مرجع سابق، ص 18.

ولقد زاد انتشار التعليم، وظهور وتطور وسائل الإعلام الجماهيرية من صحف وسينما وتلفاز متعدد القنوات وإنترنت، من وعي الجماهير بحقوقها في (إبداء الرأي، والتحرر، والانتخاب)، وبقدرتها على التغيير مجتمعة بعدما تبلور لديها وعي عام على المستوى المحلي والوطني والعالمي⁽⁵⁸⁾.

ولقد أصدرت البلدان المتقدمة قوانين لضمان حرية الرأي العام، فعلى سبيل المثال: جرى إقرار حرية الرأي العام في السويد سنة 1991، وصارت السويد تؤمن بأن حرية التعبير عن الرأي العام هي ضرورة أخلاقية وأداة عملية تساعد في النضال من أجل حقوق الإنسان⁽⁵⁹⁾.

2.2.3: أنواع الرأي العام وأقسامه

قسم الباحثون الرأي العام حسب معايير عدة نذكر منها⁽⁶⁰⁾:

أولاً: حسب المعيار الثقافي أو قوة التأثير:

- 1- رأي عام قائد: ويمثله قادة الرأي في المجتمع ممن يتحملون مسؤولية اتخاذ القرار.
- 2- رأي عام منقاد: وتمثله الأغلبية الساحقة من الجماهير، وهو يخضع لسيطرة وسائل الإعلام والرأي العام القائد.
- 3- الرأي العام المستنير أو المتعلم: ويمثله المثقفون، ويتكون من الفئة التي تقرأ وتستوعب المعلومات، وهي فئة وسط قد تتأثر بآراء القادة وتنقلها للمناقدين.

ثانياً: حسب النظم السياسية المسيطرة على المجتمع:

- 1- رأي عام ظاهر ومعبر عنه: ويسود الدول التي تمارس الديمقراطية على الوجه السليم، وهي بلدان يتوافر فيها جو من الحرية السياسية والاجتماعية، مما يسمح للناس بالتعبير عن آرائهم تجاه المواضيع المختلفة، كما تمتاز شعوبها بالوعي بحقوقهم وبطريقة المطالبة بها.

(58) المرجع السابق، ص 18.

59) www.swiden.se/ar.02/11/2015.

(60) سالم خطاب أسعد، الإعلام وصناعة الرأي العام، دراسة وصفية لأساليب ومسالك صناعة الرأي العام، مجلة آداب الفراهيدي، ع 17، كانون الأول، 2013، ص 385 (بتصرف)، ومختار تهامي وعاطف عدلي العبد، مرجع سبق ذكره، ص: 19 - 20 بتصرف.

2- رأي عام كامن وخفي: وهو على عكس الرأي المعلن. ويكون في الدول ذات الأنظمة الدكتاتورية والقمعية التي يخشى فيها الناس التعبير عن آرائهم.

ثالثاً: حسب الاستمرارية أو الديمومة:

1- الرأي العام الدائم أو المستمر: وهو الرأي الذي يستند عادة إلى تقاليد التراث والدين والعادات والتقاليد، لذلك يصفه بعض خبراء الرأي العام بالرأي السائد أو الاتجاه العام، ولا يعتبرونه عاماً لعدم وجود حوار أو نقاش حول أمور الدين.

2- الرأي العام المؤقت: ويتشكل بعد حوار ونقاش بين الجماهير بخصوص قضية أو حدث مؤقت، ثم يزول ذلك الرأي بزوال القضية محل الاجماع، ومثال ذلك الرأي العام المتشكل لدى الجماهير بخصوص عقد انتخابات تشريعية، فيزول ذلك الرأي العام بعد إجراء الانتخابات⁽⁶¹⁾.

رابعاً: حسب معيار الانتشار:

1- الرأي العام المحلي: وهو خاص بمنطقة معينة داخل البلاد، والمجتمعات المحلية هي مجتمعات صغيرة، تربط بين أفرادها مصالح مشتركة، وتوحد بينهم اللغة والعادات والتقاليد والتاريخ والمصير المشترك، كما تتشابه أوضاعه الاقتصادية والثقافية والسياسية، مما يزيد من شعور الأفراد بالانتماء له، مقارنة بالمجتمع القومي أو الدولي.

2- الرأي العام الوطني: ويكون ضمن حدود بلد معين، في الغالب، يدور هذا الرأي العام حول المشاكل والقضايا الوطنية، بعيداً عن معالجته للقضايا العالمية. ويمكن القول إن الرأي العام الوطني يمتاز بعدة خصائص، أهمها:

- أنه لا يخرج عن العادات والتقاليد الوطنية، مما يعطيه خاصية التجانس. وهذا لا ينفي وجود خلافات بين أفراده.

- ومن هذا المنطلق يكتسب الرأي العام خاصية أخرى وهي إمكانية التنبؤ به وبسلوكيات أفراده، كونها لا تخرج عن إطار السلوكيات المقبولة في المجتمع الوطني.

(61) سالم خطاب أسعد، الإعلام وصناعة الرأي العام، دراسة وصفية لأساليب ومسالك صناعة الرأي العام،

مرجع سابق، ص 385 (بتصرف).

- 3- الرأي العام الإقليمي: ويتمثل برأي عدة أقاليم جغرافية تشترك في اللغة، أو تجمعها أعراف وتقاليد دينية أو ثقافية واحدة، مثل الرأي العام العربي، الإفريقي
- 4- الرأي العام النوعي: ويتشكل على أساس المصالح الفئوية أو المسائل الدينية، كالرأي العام عند المسلمين أو اليهود، الرأي العام عند المسيحيين
- 5- الرأي العام العالمي: ويتشكل عالمياً حول قضايا مصيرية كالإرهاب وحقوق الإنسان⁽⁶²⁾.



(62) المرجع السابق، ص 386.

2.3: السلوكيات الاقتصادية، أنواعها، خصائصها

2.3.1: تعريف السلوك الاقتصادي

تعريف السلوك:

كلمة "سلوك" كلمة أكاديمية تستخدم من قبل النخبة وليست كلمة دارجة يستخدمها عوام الناس وإنما ينتشر بين الناس استخدام مصطلح تصرفات أو أفعال. والحقيقة أن مصطلح سلوك يفهم من خلال استخدامه كمصطلح علمي وحقيقته أنه لا يشير فقط إلى السلوك البشري، وإنما للدلالة على سلوك أنواع مختلفة من الكائنات الحية وكذلك المجمدات. قد يفحص عالم النبات سلوك النبات أثناء التعرض لأشعة الشمس أو البرد الشديد، بالإضافة إلى التحقيق الكيميائي في كيفية تصرف المادة، مثل الماء عند التعرض لدرجة الغليان، والتغيرات التي تحدث على النبات، والكيميائية هي تغيرات سلوكية وبالتالي يمكن تعريف السلوك بأنه استجابة للتغيير (أو رد فعل على التأثيرات التي قد تكون خارجية أو داخلية). وفيما يلي التعريفات اللغوية والاصطلاحية لمفهوم السلوك ومنها نخرج على السلوكيات الاقتصادية:

السلوك في اللغة:

"سَلَكَ المكان، وبه، وفيه، سَلَكًا، وسَلُوكًا، دخل ونفذ، والشيء في الشيء وبه: أدخله.

والسُّلُوك: سيرة الإنسان ومذهبه واتجاهه، يقال: فلان حسن السلوك.

وفي علم النفس: الاستجابة الكلية التي يبديها كائن حيٌّ تجاه أي موقف يُوجَّه⁽⁶³⁾.

أما تعريف السلوك في الاصطلاح:

"هو ذلك النشاط الذي يصدر من الكائن الحي كنتيجة لعلاقته بظروف بيئة معينة، والذي يتمثل بالتالي في محاولاته المتكررة للتعديل والتغيير في هذه الظروف، حتى يتناسب مع مقتضيات حياته، وحتى يتبقى له البقاء ولجنسه الاستمرار"⁽⁶⁴⁾.

(63) المعجم الوجيز، حرف السين، ط1 وزارة التربية والتعليم (1994)، ص 318-319.

ومن هذا التعريف الاصطلاحي الذي خص الكائن الحي في بداية التعريف وحصره في سلوك البقاء والاستمرار في الحياة ليجعلنا نبحت اصطلاحاً في سلوك البشر والذي يعرفه البعض "على أنه سلسلة من الإجراءات وردود الأفعال التي يقوم بها الإنسان في محاولاته المستمرة لتحقيق أهدافه وتلبية رغباته المتغيرة والغير المتغيرة. ويعرف أيضاً على أنه الأفعال والردود التي يعبر بها الإنسان عن قبوله أو رفضه لمحاولات التأثير عليه من عناصر البيئة المحيطة، البشرية أو المادية. ويمكن تعريفه أيضاً على أنه سلسلة من الاختيارات التي يتخذها الفرد من بين الاستجابات المحتملة. الردات الممكنة عند الانتقال من موقف إلى وضع آخر، يكون السلوك هو كل ما يصدر عن الفرد، وهو مشابه جداً للقرارات"⁽⁶⁵⁾.

ويمكن القول بملخصة التعريفات الكثيرة للسلوك البشري بأنه أي نشاط يقوم به الإنسان للحفاظ على حياته وأمنه واستقراره وتقدمه. ويشكل السلوك البشري جميع الأعمال البشرية من القيام والقول والتفكير مع الآخرين أو بين الإنسان ونفسه وضميره.

تعريف الاقتصاد:

بات مصطلح الاقتصاد أحد أبرز المصطلحات استخداماً في حياة الناس، لا سيما أنه أصبح يعبر عن أي سلوك مادي في التعاملات وتنوعها من تجارة وزراعة وصناعة وتعليم وصحة، فكل الأنشطة المادية والتعاملية التي يمارسها الناس في مجتمعاتهم وخارجها في محيط الدول والعالم دخلت تحت مسمى الاقتصاد. وقد عُرف الاقتصاد لغة بالآتي:

(64) محمد إسماعيل، المنهج العلمي وتفسير السلوك، ط1، الكويت، (دار القلم 1989) ص 162، انتصار

يونس، السلوك الإنساني، ط1، مصر دار المعارف (1993)، ص 22.

(65) عبد الله بن عبد الغني الطجم وطلق بن عوض الله السواط: السلوك التنظيمي، ط 4، المملكة العربية

السعودية (دار حافظ للنشر والتوزيع 2003)، ص 15، ومحمد إسماعيل بلال: السلوك التنظيمي بين

النظرية والتطبيق، ط 1، مصر (دار الجامعة الجديدة 2005)، ص 8.

القصد: الوسط بين الطرفين، والقصد: إتيان الشيء، والقصد: في الشيء خلاف الإفراط، وهو ما بين الإسراف والتقتير، والقصد في المعيشة أن لا يسرف ولا يُقتَر، يُقال: فلان مقتصدٌ في النفقة⁽⁶⁶⁾.

الاقتصاد اصطلاحاً:

تعددت التعريفات الاصطلاحية للاقتصاد مع تنوع مجالاته ومن أوفى وأدق وأوجز التعريفات الاصطلاحية هو:

"دراسة سلوك الإنسان في إدارة الموارد النادرة وتنميتها لإشباع حاجاته"⁽⁶⁷⁾.

تعريف السلوك الاقتصادي:

السلوك الاقتصادي: "نشاط الأفراد لتحقيق رفاههم البدني بشكل فردي وجماعي. وفقاً لهذه الطريقة، يتطلع الرجال الاقتصاديون إلى جلب الموارد المتاحة لهم بأقل جهد ممكن وإعادة توزيعها بأقصى درجات الرضا، والسلوك الاقتصادي هو ممارسة الاختيار. ومع ذلك، تتم ممارسة هذه العملية عادةً بهوامش الإنفاق. بمعنى آخر، يصل الفرد إلى وضع التوازن عندما لا يستطيع إيجاد طريقة أخرى يمكن أن يتحول بها الإنفاق من شيء إلى ما يساهم بالتالي في تحسين رفاهيته المادية"⁽⁶⁸⁾.

(66) ابن منظور، محمد بن مكرم الإفريقي المصري، (ت 71هـ/ 1291م)، لسان العرب، بيروت، دار صادر،

[1- 15]، 3، باب الدال، فصل القاف، 353.

(67) رفيق يونس المصري، أصول الاقتصاد الإسلامي، دمشق، دار القلم، بيروت، الدار الشامية،

1413هـ/1993م، 12.

(68) مركز معلومات البنوك الإسلامية، ينظر الموسوعة الاقتصادية، الموقع الإلكتروني:

(<http://www.ibisonline.net>) تاريخ الدخول 16-8-2019م.

(69) محمد حامد، النظم الاقتصادية المعاصرة، ط1، السعودية، (دار جامعة الملك سعود للنشر) (1987)،

ص 16.

2.3.2: أنواع السلوكيات الاقتصادية:

أولاً: النظام الاقتصادي الرأسمالي:

أ- تعريفه:

"النظام الاقتصادي الذي يتمتع فيه الأفراد أو مجموعات الموارد الإنتاجية بملكية خاصة، ولهم الحق في استخدام مواردهم بأي طريقة يرونها مناسبة"⁽⁶⁹⁾.

وفي هذا التعريف نجد استخدم تعبير "الموارد الإنتاجية" بدلاً من رأس المال، وذلك لشموليته، "فالموارد الإنتاجية تشمل كل ما ينتجه الإنسان من أدوات ومعدات ومبان استثمارية، كما تشمل كل ما هو موجود في الطبيعة من أراض ومعادن وغيرها. كما أنه من خلال هذا التعريف نستشف أن الملكية الخاصة والحرية في النشاط الاقتصادي من أهم أسس النظام الرأسمالي"⁽⁷⁰⁾.

ب- أسس وخصائص النظام الاقتصادي الرأسمالي:

تعتبر الحرية الاقتصادية والملكية الفردية وحافز الربح من أبرز أسس وخصائص النظام الرأسمالي، وفيما يلي نناقش ذلك بشيء من التفصيل:

1- الحرية الاقتصادية:

"يضمن النظام الرأسمالي الحرية الاقتصادية للفرد، سواء من حيث النشاط الاقتصادي الذي يرغب فيه، أو من حيث الإنفاق أو الاستثمار الذي يناسبه. في المجتمع الرأسمالي، لا يحق للدولة التدخل، من الإجراءات السابقة، والقرارات المتعلقة بالعمل والإنتاج والاستهلاك والمدخرات والاستثمار التي اتخذها الفرد نفسه، وعلى ضوء ما يراه مناسباً له"⁽⁷¹⁾.

(70) المرجع نفسه، ص 17.

(71) محمد حمدي النشار، النظم الاقتصادية، شركة النشر المصرية - كتاب جامعي - الناشر جامعة أسيوط،

1965م، ص 33.

2- الملكية الخاصة:

الملكية الخاصة هي حجر الزاوية في النظام الرأسمالي، الذي يمنح الفرد الحق في امتلاك أموال الاستهلاك والإنتاج، وأي شيء ذي أهمية اقتصادية، والوسائل القانونية، بحيث تكون المشاريع السائدة في النظام الرأسمالي هي مؤسسات خاصة.

"لا ينسى أن الملكية الخاصة للنظام الرأسمالي ساهمت في زيادة الإنتاج وتعزيز الثروة وتراكمها. ومع ذلك، فإن الملكية الخاصة المطلقة لها عيوبها. إنه يؤدي إلى تفاوت كبير في الثروة والدخل بين أفراد المجتمع، كما في النظام الرأسمالي"⁽⁷²⁾.

"مما يجعل الحياة الرأسمالية ميدان سباق، مجنون ومحموم، بين فئمة حيازة أدوات الإنتاج، ولا يهتم إلا بجمع الأموال من جميع النواحي، حتى لو أضرت بالآخرين وغيرهم من المحرومين، لا تملك.

بل تظل تبحث عن المقومات الأساسية لحياتها، دون أن يشملها شيء من التراحم، والتكافل، والتعاطف المتبادل، ولا يعني هذا أن الاقتصاد الإسلامي ينكر مبدأ الملكية الخاصة والتفاوت في الدخل الفردية، بل إنه يقر هذا المبدأ، طالما أنه تم بالطرق المشروعة والمباحة التي لا تضر بالآخرين، لقوله تعالى: **أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ**"⁽⁷³⁾.

ومع ذلك، فإن الاقتصاد الإسلامي يعترف بهذا التباين ولا ينكره. في الوقت نفسه، يسعى إلى تضيقه وعدم توسيعه، لأن هذا التفاوت، إذا ترك وحيداً، دون إضعاف توسعه ووحدته، أصبح من عوامل الهدم ووسائل التدمير في الرأسمالية"⁽⁷⁴⁾.

وهذا ما أدركه التشريع الإسلامي منذ أربعة عشر قرناً من الزمان، فعندما اعترف بالملكية الفردية جعل فيها وظيفة اجتماعية. بمعنى آخر: "الالتزامات والالتزامات المفروضة، لصالح

(72) محمد حامد، النظم الاقتصادية المعاصرة، مرجع سابق، ص 22.

(73) الزخرف، آية (32).

(74) عمر المرزوقي، اقتصاديات الغنى في الإسلام، ط1، دار الرشد الرياض (2007)، ص 58.

المحرومين أو الفقراء في المجتمع، والتي تسهم في نهاية المطاف في التقارب بين الاثنين، لا توجد ثروة لا تغتفر أو فقراً منسياً، في المجتمع الذي يتبع قانون الإسلام⁽⁷⁵⁾.

3- حافز الربح:

إن البحث عن أكبر ربح ممكن هو هدف النظام الرأسمالي، لأنه المحرك الرئيسي لأي نشاط اقتصادي، إلى الحد الذي يميل فيه الفرد في ظل النظام الرأسمالي إلى الإنتاج، مسترشداً باعتبارات أعظم ربح ممكن، وليس تلبية الاحتياجات الأساسية أو الضرورية للبشرية؛ الحركة هي فقط أسعار السوق والاعتبارات الاقتصادية البحتة، وإذا كان هذا يؤدي إلى هدر القيم الروحية أو الأخلاقية في المجتمع، حيث لا يزال يخضع لقرار السوق وحجم الطلب. إذا كان هناك طلب على نادي المقامرة، على سبيل المثال، فهو سريع الإنشاء، كما أنه يتسارع لإنشاء أشربة، واستخدام الأموال في إنتاجه وتسويقه. إلى درجة أن البحث عن الربح بشتى الطرق والأساليب يجعل المنتج أو المستثمر في ظل النظام الرأسمالي لا يميز بين السلع الطيبة والسلع الخبيثة⁽⁷⁶⁾.

هذا لا يعني أن الاقتصاد الإسلامي ينكر مبدأ دافع الربح، أو يتجاهل آلة السعر، ولكنه ينفي استخدام الوسائل الضارة لتحقيق هذا الربح. كما أنه ينكر إنتاج البضائع الضارة التي لا يكون لها فائدة حقيقية للمجتمع، بالنظر إلى أن النشاط الاقتصادي في الإسلام يحكمه حكم الحلال والحرام. "وهي القاعدة التي تسد كل منافذ الشهوات، وأنواع السلوك غير السوي أو الضارة التي تبدد جانباً مهماً من موارد المجتمع"⁽⁷⁷⁾، فقد قال الله - تعالى - : "يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ"⁽⁷⁸⁾.

(75) محمد أبو زهرة، تنظيم الإسلام للمجتمع، ط1، دار الفكر العربي القاهرة (1999)، ص 4.

(76) الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية (1978)، ج 6، ص 95.

(77) شوقي دنيا، تمويل التنمية في الاقتصاد الإسلامي، ط1، مؤسسة دار الرسالة (1984)، ص 94.

(78) البقرة، آية (168).

ج- مساوى النظام الاقتصادي الرأسمالي:

على الرغم من أن النظام الرأسمالي يشتمل على مجموعة من الأسس والخصائص التي تبدو جذابة للطبيعة البشرية، مثل الملكية الفردية والحرية الاقتصادية ودافع الربح، إلا أن له العديد من المساوى للاقتصاد الرأسمالي، منها ما يلي:

1- "إهمال الجوانب الأخلاقية والدينية والإنسانية في النظام الرأسمالي، إلى درجة أنه يؤثر في الكسب الاقتصادي ولو على حساب الأخلاق ومقتضيات الإيمان وحياة الإنسان.

2- يؤدي إلى التفاوت الكبير في الدخل والثروة وتركزها في يد فئة قليلة، وهذا يظهر جلياً في عدم وضع نظم وقوانين تحافظ على الطبقات الدنيا في المجتمع والتي تعصف بها رياح السوق الحر دون مراعاة لأوضاعهم المالية، فأصحاب رؤوس الأموال يمتلكون كل شيء مع قلة عددهم وهم من يتحكمون في السوق مع وجود الغالبية من الفقراء.

3- يؤدي إلى فرض السيطرة الاحتكارية في السوق إلى الحد الذي يهيمن عليه الإنتاج في المجتمعات الرأسمالية عدد محدود من الشركات الاحتكارية الكبيرة، مما يمنحها القدرة على فرض الأسعار والسيطرة على الاقتصاد"⁽⁷⁹⁾.

ومن الانتقادات الرئيسة لهذا النظام أنه دائم التعرض للتقلبات الاقتصادية الحادة، وظهور مشكلات البطالة والتضخم والمديونية، الأمر الذي يؤثر بشكل مباشر على العديد من أفراد المجتمع خاصة أولئك الذين لا يملكون إلا خدمة العمل.

ثانياً: السلوكيات الاقتصادية في النظام الاشتراكي

أ- تعريفه:

مصطلح الاشتراكية يعني العديد من المعاني المختلفة، فقد يطلق عليه أحياناً مجرد تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي، لذا فإن الاشتراكية تتناقض مع سياسة الحرية الاقتصادية.

كما أنه يستخدم أحياناً للدلالة على تدخل الدولة لتحسين وضع العمال والطبقات الأكثر فقراً في المجتمع من خلال سن تشريعات تعفيهم من أعباء الحياة وتمنحهم بعض المزايا.

(79) خالد المقرن، الأسس النظرية للاقتصاد الإسلامي، ط1، دار المتنبى للطباعة والنشر الأردن (2011)،

بهذا المعنى "تصبح الاشتراكية شكلاً من أشكال الإصلاح في النظام الرأسمالي. بشكل عام، يمكن تعريف النظام الاقتصادي الاشتراكي بأنه: النظام الذي يتميز بملكية الدولة لعوامل الإنتاج (أي الملكية الجماعية)، مثل الأراضي والآلات والمصانع. يتم اتخاذ جميع القرارات الاقتصادية من خلال جهاز التخطيط، قم بتسمية هذا النظام بنظام الرسوم البيانية المركزي"⁽⁸⁰⁾.

وهو بذلك يختلف كل الاختلاف عن النظام الرأسمالي، الذي يعتمد على مبدأ حرية تملك الأفراد لكافة عناصر الإنتاج.

ب- أسس وخصائص النظام الاقتصادي الاشتراكي:

يقوم النظام الاشتراكي على أسس وخصائص كثيرة لعل أهمها ما يلي:

1- الملكية العامة لوسائل الإنتاج:

الملكية العامة لوسائل الإنتاج هي الأساس الاقتصادي للنظام الاشتراكي. وهذا يعني "أن جميع أفراد المجتمع متساوون في ملكية وسائل الإنتاج، بحيث إن معظم الموارد الاقتصادية تنتمي إلى المجتمع، بما في ذلك الأراضي والصناعات والبنوك والتمويل والتجارة"⁽⁸¹⁾. تجدر الإشارة إلى أن وجود الملكية العامة في النظام الاشتراكي لا ينفي وجود ملكية فردية محدودة، حيث يُسمح للأفراد بامتلاك سلع للاستخدام الشخصي والاستهلاك، ضمن حدود معينة، لا يمكن تجاوزها، ولا يجوز تجاوزها أن تستخدم لاستغلال الآخرين، والعمل.

(80) لبيب شقير، تاريخ الفكر الاقتصادي، ط1، دار النهضة للطباعة والنشر والتوزيع مصر (1988)، ص

27، وانظر محمد حامد، النظم الاقتصادية المعاصرة، مرجع سابق، ص 73.

• تجدر الإشارة لكتاب يحمل نفس الاسم "تاريخ الفكر الاقتصادي الماضي صورة للحاضر"،

تأليف/ جون كينيث جالبريث ترجمة/ أحمد فؤاد بليغ - كتاب عالم المعرفة - 261،

الناشر/ المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب - الكويت - تاريخ الإصدار/ سبتمبر 2000 يستفيض في هذه النقطة.

(81) أحمد زايد وآخرون، علم الاقتصاد والمذاهب الاقتصادية، ط1، عمان، دار الميسرة (2013)، ص 268.

2- إشباع الحاجات الجماعية:

حدد النظام الاشتراكي أولويات لاحتياجات المجتمع من السلع والخدمات المختلفة، "بحيث يتم إعطاء الأولوية للسلع التي تلبي احتياجات الغالبية العظمى من أفراد المجتمع، مما يترك تلك السلع التي تلبي احتياجات المجتمع كمالية"⁽⁸²⁾.

3- التخطيط المركزي:

يعتمد النظام الاشتراكي على جهاز التخطيط المركزي، وليس على نظام الأسعار الذي تعتمد عليه الرأسمالية، والتخطيط المركزي للبلدان الاشتراكية يعني تنظيم النشاط المتعلق بعملية الإنتاج والتبادل والتوزيع والاستهلاك.

على سبيل المثال، يتم تنظيم الإنتاج في النظام الاشتراكي من حيث كمية السلع المراد إنتاجها، والأنواع والموارد التي يستخدمها جهاز التخطيط المركزي، وهو الهيئة الوحيدة التي تحدد العرض والطلب بموجب هذا النظام.

ج - مساوى النظام الاقتصادي الاشتراكي:

إذا كان النظام الاشتراكي يزعم أنه يهدف إلى إشباع الحاجات العامة، ورعاية مصلحة الأغلبية، ومعالجة سوء توزيع الثروة، إلا أن له مساوى عديدة، أهمها ما يلي:

(1) تقييد حريات الأفراد الاقتصادية، وقتل الحافز الفردي، الذي له دور أساسي في إثارة ضروب النشاط الاقتصادي.

(2) إلغاء الملكية الفردية لوسائل الإنتاج، الأمر الذي جعله يصطدم مع الفطرة البشرية التي جبلت على حب التملك.

(3) اتهامه بمحاربه للأديان السماوية، باعتبارها في نظره أفيون الشعوب، وذلك عند غلاة الاشتراكية ومن ثم سعيهم الحثيث نحو محو مشاعر الإخاء في النفوس البشرية، وإثارة فكرة الصراع الطبقي بين الفقراء والأغنياء وكأن الأديان لا تدعو لذلك.

(82) د. محمد برعي وعبد الهادي السويبي، أصول علم الاقتصاد، ط1، بيروت، دار المشرق (1986)، ص

وقد اتخذ النظام الاشتراكي من الشيوعية منهجاً متطرفاً حل محل الاستبداد الذي كان ينتقد في حقبة الكهنوت وحكم الفرد وهيمنة الكنيسة على الناس وأموالهم.

(4) "فتور بواعث العمل فيه عند معتنقيه من أجل إغلاق باب الطموحات أمامهم، مما يؤثر على إنتاج النقص الشديد، وينتقل بين الموارد الاقتصادية ويصل إلى أقصى الأهداف، وهذه الأسباب والاشتراكية الماركسية الأخرى لم تستطع تحقيق أهدافها ومبادئها، لكنها فشلت في المنزل بعد تمجيد وتطبيق فترة من الزمن، المريرة أنها لا تنطبق على التطبيق كنظام اقتصادي قادر على مواكبة غريزة الإنسان ومعالجة المشاكل الاقتصادية التي تواجه البشرية المعاصرة"⁽⁸³⁾.

ثالثاً: السلوكيات الاقتصادية في النظام المختلط:

الواقع أن النظام الاقتصادي المختلط ليس له هوية ذاتية قائمة بذاتها عن هوية النظم الوضعية الأخرى التي تولد عنها، بل هو نظام يجمع بين بعض سمات النظام الرأسمالي وبعض سمات النظام الاشتراكي، مع احتفاظه بالخصائص الأساسية المميزة للنظام الاقتصادي الذي انتقل منه أو تحول عنه.

على سبيل المثال، تحتفظ الدول الرأسمالية التي تحولت إلى نظام رأسمالي مختلط بنظام خاص للسوق والملكية، بينما حافظت الدول الاشتراكية التي أصبحت نظاماً اشتراكياً بملكية الدولة لوسائل الإنتاج، بشكل ضيق للغاية.

على سبيل المثال: "عندما شعرت بعض الدول الأوروبية التي طبقت النظام الرأسمالي على الكساد العظيم في ثلاثينيات القرن العشرين وبعد نهاية الحرب العالمية الثانية في عام 1945، كان عليها أن تتدخل في الاقتصاد لإنقاذها دون تقييد حرية الأفراد في اتخاذ القرارات الاقتصادية لأنهم شعروا أن القطاع الخاص ونظام السوق الآلي غير قادرين وحدهما وبالسرعة اللازمة لتحسين مستويات معيشة الفقراء وإعادة بناء المرافق والمؤسسات التي دمرت خلال

(83) المرجع السابق ص 130 .

الحرب، وبالتالي تدخلت بتجاوز النظام الرأسمالي بسياسات الضمان الاقتصادي والنقدي والاجتماعي فيما عرف بالاقتصاد الرأسمالي المختلط⁽⁸⁴⁾.

2.3.2: خصائص السلوكيات الاقتصادية في النظام الإسلامي

مما لا شك فيه عند المسلمين أن الإسلام دين جامع للحياة ومخلص ويهدي للآخرة، فالإسلام دين ودولة وأمة جاء بتعاليم دنيوية تخص المعاملات كما تخص العبادات، فوضع نظاماً وتشريعات تنظم المعاملات البشرية في المجتمعات التي تنشأ التقدم والحياة الكريمة، ووضع التشريع الإسلامي في أحكامه ما ينفع الناس بكافة طبقاتهم. ومن ضمن ما شرعه الإسلام الأحكام الاقتصادية في البيع والشراء والتجارة والاستثمار وكافة مناحي الحياة، ولأنه تشريع رب العالمين وهدى نبيه الكريم فهو أحكم وأعلم وأسلم للبشرية من تلك الأنظمة الوضعية التي يأتيها الباطل من بين يديها ومن خلفها، لذا يتصف النظام الاقتصادي الإسلامي بخصائص تميزه عن غيره من النظم الاقتصادية الأخرى، وهذه الخصائص نسوقها فيما يلي:

أ- النظام الاقتصادي الإسلامي رباني لا وضعي:

إذا كانت النظم الاقتصادية الوضعية رأسمالية كانت أو اشتراكية أو مختلطة، فهي بالطبع في أغلبها منفصلة تماماً عن الدين والقيم الأخلاقية الإنسانية، لا سيما أن مصدرها البشر ولا شك أن البشر مختلفون في أنماطهم وتفكيرهم ومعتقداتهم وهم يؤمنون كبشر بأنهم يصيبون ويخطئون ويعتليهم العيب والذلل والنقص فلا يستقيم لهم ادعاء العصمة المطلقة، وعلى العكس، فإن أهم سمة للنظام الاقتصادي الإسلامي هي ارتباطه التام بدين الإسلام والعقيدة الخالصة والقانون الإلهي.

والذي يجعل النشاط الاقتصادي في الإسلام - على عكس النشاط الاقتصادي في الأنظمة البشرية الوضعية -، فالمعاملات الاقتصادية للمسلم تفرض عليه جانباً تعديلاً، فهو بتعاملاته وفق القانون الإسلامي يتعبد لله ويحركه الضمير والإخلاص في تجنب أي منكر أو محرم، ولذا فالنشاط الاقتصادي في الإسلام مصان على ما "أكده الإسلام من كرامة العمل، ورفع من

(84) محمد حامد، النظم الاقتصادية، مرجع سابق، ص 111.

قدره وارتقى به إلى درجة العبادة، طالما اقترن بالنية الصالحة والتزم بالأحكام الشرعية. وتكفل الإسلام بوحىيه بضمان الرزق لكل كائن حي كلما جد واجتهد⁽⁸⁵⁾، يؤكد ذلك حديث كعب بن عُجرة، قال: "مر رجل على النبي صلى الله عليه وسلم فرأى أصحاب رسول الله صلى الله عليه وسلم من جلده ونشاطه، فقالوا: يا رسول الله، لو كان هذا في سبيل الله، فقال صلى الله عليه وسلم: "إذا كان خرج يسعى على ولده صغاراً فهو في سبيل الله، وإن كان خرج يسعى على أبوين شيخين كبيرين فهو في سبيل الله، وإن كان خرج يسعى على نفسه يعفها فهو في سبيل الله، وإن كان خرج رياءً ومفاخرةً فهو في سبيل الشيطان"⁽⁸⁶⁾.

إذا انتهى المسلم من نيته ونيته الطيبة في نشاطه الاقتصادي، فإن إنتاجه واستهلاكه يكون في العبادة بالمعنى العام، لأن العبادة في الإسلام لا تقتصر على طقوس العبادة المعروفة بالصلاة والصوم، بل تشمل "كل ما يحبه الله ويرضاه قولاً وعملاً"⁽⁸⁷⁾.

انطلاقاً من فكرة أو نموذج الإنسان الاقتصادي، الذي لا تحركه سوى الدوافع الاقتصادية المادية البحتة، التي يستند إليها الاقتصاد الرأسمالي، مقارنة بالاشتراكية - البائدة - التي جعلت الإنسان كالترس في الآلة لا حرية له ولا اختيار⁽⁸⁸⁾.

ليس هناك شك في أن هذا العبادة في حد ذاتها هي حافز قوي للعمل والإنتاج، مما يسهم في زيادة عرض العمل في الاقتصاد الإسلامي، وبالتالي زيادة إنتاج السلع والخدمات. الحافز الاقتصادي ليس الدافع الوحيد أو الهدف من النشاط الاقتصادي الإسلامي، كما هو الحال في الوضع الاقتصادي، الذي يعتبر المعاش الهدف الإنساني الأساسي، حتى من خلال الربا والاحتكار والشخصنة.

(85) د. يوسف القرضاوي، دور القيم والأخلاق في الاقتصاد الإسلامي، مكتبة وهبة، القاهرة، (1995)، ط

1، ص 142، بتصرف.

(86) الطبراني، المعجم الكبير، تحقيق حمدي عبد المجيد، ج 19، ص 282.

(87) ابن تيمية، العبودية، دار الكتب العلمية، بيروت (1997)، ص 5، بتصرف.

(88) د. عبد الحميد الغزالي، الإنسان أساس المنهج الإسلامي في التنمية الاقتصادية، المصرف الإسلامي الدولي

للاستثمار، مصر، (1997)، ص 8.

ولكن هناك هدف آخر هو كسب رضا الله، وهو ما يرغب فيه المسلم وراء نشاطه وعمله الاقتصادي، والذي يتميز بالإيمان بالآخرة، التي لم تعد تقتصر على الجانب المادي، أو الحياة فقط، وإنما تمتد إلى مكافأته وحسابه عند الرجوع إلى دار القرار، لقوله تعالى: "أَفَحَسِبْتُمْ أَنَّمَا خَلَقْنَاكُمْ عَبَثًا وَأَنَّكُمْ إِلَيْنَا لَا تُرْجَعُونَ"⁽⁸⁹⁾.

ولذا، فإن ملخص حياة المسلم يخلص في هذه الآية الكريمة: "قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ"⁽⁹⁰⁾. ومن الخصائص أيضاً:

ب- ذاتية الرقابة وضمير المسلم الحي، وذلك على ممارسة النشاط الاقتصادي في الإسلام:

والحقيقة المسلم بها أن أغلب الأنظمة الاقتصادية الوضعية قد انفكت تماماً عن الدين، وعزلته عن لعب أي دور إيجابي في نظامها الاقتصادي، لأسباب بشرية تخص مطامع وأغراض وطموحات أصحاب هذه النظم، ونتيجة لذلك فقد مارست بشكل مباشر أو غير مباشر السيطرة على النشاط الاقتصادي بموجب هذه الأنظمة الموكلة إلى السلطة العامة، وفقاً للقانون الذي يجعلها في النهاية غير قادرة على تحقيق جميع أهدافه، لعدم وجود سيطرة أخرى على الآخرين.

"وهذا هو ما تراه هذه الأنظمة الوضعية في التهرب من العديد من التزاماتها والقيود المفروضة عليها لصالح المجتمع، مثل الضرائب، وعندما تغيب الدولة، أو عدم قدرة أجهزتها عن ملاحقتهم"⁽⁹¹⁾.

أما في ظل نظام الاقتصاد الإسلامي فإنه يوجد إلى جوار الرقابة الرسمية التي تمارسها الدولة رقابة أخرى، أشد وأكثر فاعلية، هي رقابة الضمير المسلم، القائمة على الإيمان بالله وعلى

(89) المؤمنون، آية (115).

(90) الأنعام، آية (162).

(91) أحمد عسال وفتحي عبد الكريم، النظام الاقتصادي في الإسلام، مكتبة وهبة القاهرة، ط 10، ص 20

بتصرف.

الحساب في اليوم الآخر، قال الله تعالى: "إِنَّ اللَّهَ لَا يَخْفَىٰ عَلَيْهِ شَيْءٌ فِي الْأَرْضِ وَلَا فِي السَّمَاءِ"⁽⁹²⁾.

وهذا في حد ذاته فيه أكبر ضمان لسلامة النشاط الاقتصادي المتصف بالإنسانية والرحمة والعدل والأمن والأمان وحفظ الحقوق والواجبات.

لنتنقل إلى خاصية مادية ملموسة بعدما تحدثنا عن العقيدة والضمير والدافع التعبدي لنجد خاصية مهمة ترد عملياً على الأنظمة الوضعية.

ج- التوازن في رعاية المصلحة الاقتصادية لكل الطبقات وللأفراد والهيئات والمجتمع:

الإسلام دين العدل والمساواة وقد ميز الإسلام بين العدل وهو إعطاء كل ذي حق حقه وبين المساواة في عدم التفرقة لمن له حق، فهناك فارق كبير بين المصطلحين، فالإسلام لا يسخر الفرد في المجموعة كما تفعل الاشتراكية عندما تنكر الفرد وتدمر حرته ومصالحه، فالدولة تتدخل إلى حد التفرد بعناصر الإنتاج، وحرمان الفرد من ثمار جهده وثنائه ولا مصالح الفرد تسود على مصلحة المجموعة، كما في الرأسمالية، التي أعطت الفرد حرية واسعة لإرضاء رغباته وممارسة نشاطه الاقتصادي.

وذلك لأن الاقتصاد الإسلامي لديه سياسته لتحقيق التوازن بين رفاهية المصالح الاقتصادية للجهات الفاعلة الإنسانية والأفراد والجماعات الإنسانية الأخرى. الفرد والمجتمع ليسا متنافسين، كما هو مذكور في النظم الوضعية، ولكن يكمل كل منهما الآخر.

فلا ضرر في الإسلام ولا ضرار، ومن الأمثلة على ذلك ما يلي⁽⁹³⁾:

قد شرع الإسلام الزكاة لتكفل الدولة الفقراء ولتساعد على الاستثمار وحرّم كرز المال دون زكاة ووضع قواعد لكسر الاحتكار، وحافظ على أن لا يقع الضرر كما في قوله صلى الله

(92) آل عمران:5.

(93) أحمد عسال وفتحى عبد الكريم، النظام الاقتصادي في الإسلام، مرجع سابق ص 32، عبد الله الطريقي، الاقتصاد الإسلامي أسس ومبادئ وأهداف، ط 11، السعودية، مؤسسة الجريسي (2009)، ص 26.

عليه وسلم: "لا تلقوا الركبان ولا يبيع حاضر لباد"⁽⁹⁴⁾ في الحظر على بيع الهدى إلى البادي لتوفير المصلحة العامة، وهي مصلحة أهل الحضر، إذا فاتته مصلحة البادي لإسداء المشورة له والحاضر إذا كان البيع عن طريق الوكالة يدفع.

"كما أجاز بعض الفقهاء أخذ الطعام من يد محتكره وبيعه على الناس بسعر السوق، مراعاة للمصلحة العامة التي قد تقف في وجهها المصلحة الخاصة للمحتكر"⁽⁹⁵⁾.

د- النظام الاقتصادي الإسلامي متوازن بين المادية والعقائدية:

يصالح الاقتصاد الإسلامي بين عنصري الإنسان: المادية والروح، ويعطي كل واحد منهما الرعاية والعناية التي يستحقونها. إنه يدعو الرجل للعمل والربح في هذا العالم.

في الوقت نفسه، يدعو للعمل من أجل الآخرة، قال تعالى: "وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ"⁽⁹⁶⁾.

وفي آية أخرى قال تعالى: "فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ"⁽⁹⁷⁾، فالآية الكريمة رغم ما فيها من أمر إلهي بالانتشار في الأرض ليمارس المسلم نشاطه الاقتصادي، "فإنها في الوقت نفسه استهدفت حفظ التوازن المطلوب بين الجانب المادي والجانب الروحي، حينما مزجت العمل الاقتصادي الدنيوي بذكر الله كثيراً"⁽⁹⁸⁾، حتى لا يقع الرجل في حماسة الرهبانية أو في الرغبات المادية.

على عكس النظم الاقتصادية التي ركزت على الجانب المادي، حتى أصبحت الهدف الوحيد للنشاط الاقتصادي للإنسان المعاصر، دون مراعاة أو مراعاة القيم الأخلاقية والروحية.

(94) أخرجه البخاري في كتاب البيوع، باب هل يبيع حاضر لباد برقم 2013، ومسلم في كتاب البيوع برقم 2798.

(95) عبدالله الطريقي، الاقتصاد الإسلامي أسس ومبادئ وأهداف، مرجع سابق، ص 27.

(96) القصص: 77.

(97) الجمعة: 10.

(98) عبد الرحمن يسري، التنمية الاقتصادية في الإسلام، مصر، مؤسسة شباب الجامعة (2005)، ص 28.

هذا وقد أنكرت السنة النبوية على من يترك العمل ويترهبين بنية التفرغ للعبادة، كما في قصة الرجل العابد الذي قال فيه الرسول صلى الله عليه وسلم: "أيكم كان يكفيه علف ناقته وصنع طعامه؟ قالوا كلنا يا رسول الله، قال: كلكم خير منه"⁽⁹⁹⁾.

هـ - الاقتصاد الإسلامي أخلاقي وقيمي:

"إذا كانت النظم الاقتصادية الوضعية قد استبعدت العنصر الأخلاقي والقيمي، فإن النظام الاقتصادي الإسلامي لم يفصل بين الاقتصاد والأخلاق، كما يتضح من السنة النبوية التي رفعت درجة التاجر الذي يتعامل وفق الأمانة والأخلاق والقيم والتشريع الإسلامي، فرفعته إلى درجة مع الأنبياء والأصدقاء، إذا التزم بأخلاقيات الصدق والأمانة، حيث يقول النبي صلى الله عليه وسلم: "التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء والصالحين يوم القيامة"⁽¹⁰⁰⁾.

"وهذا الاقتران بين الاقتصاد والأخلاق يولد في النفس البشرية شعوراً بالمسؤولية أمام الله تعالى، فيعمل المسلم على سلامة ونقاء المعاملات الاقتصادية في المجتمع المسلم"⁽¹⁰¹⁾.

2.4: الاقتصاد الوطني، خصائصه، وملامحه، وطرق قياسه.

2.4.1: تعريف الاقتصاد الوطني أو القومي:

الاقتصاد الوطني أو الاقتصاد القومي ذو دلالة واحدة، والذي تنبثق منه دراسة مؤشرات الدخل الوطني التي تعتبر من أهم المؤشرات التي تعطي صورة رقمية للنشاط الاقتصادي في مجتمع ما، بشكل يظهر هيكل التدفقات والمعاملات الاقتصادية التي تتم بين الوحدات الاقتصادية التي تتخذ قرارات الإنتاج والاستثمار، والاستهلاك والادخار في المجتمع أو الدولة أو القطر الواحد، وقد انفرد ليصبح علماً مستقلاً.

(99) أخرجه عبد الرزاق المصنف، تحقيق الأعظمي، ج 11، باب خدمة الرجل صاحبه.

(100) أخرجه عبد بن حميد في "مسنده" (967 - منتخب)، والدارمي في "مسنده" (2735)، والترمذي

في "جامعه" (1209 و 1209 م)، والطبري في "تهذيب الآثار" (101 - مسند علي)، والدارقطني في

"السنن" (2813)، والحاكم في "المستدرک" (2196)، قال الترمذي: هذا حديث حسن.

(101) خالد المقرن، الأسس النظرية للنظام الاقتصادي الإسلامي، مرجع سابق، ص 35.

ويعرف الاقتصاد القومي:

أو (National Economy)، وهو "مصطلح يطلق على مجموعة من السياسات التي تؤكد فكرة السيطرة المحلية على الاقتصاد والعمل وتكوين رأس المال، حتى لو تطلب ذلك فرض الرسوم الجمركية وغيرها من القيود على حركة العمالة والبضائع ورؤوس الأموال. في كثير من الأحوال، يعارض خبراء الاقتصاد القوميون العولمة ويتساءلون عن فوائد التجارة الحرة غير المقيدة. كما ومن الممكن أن يشمل الاقتصاد القومي مصطلحات اقتصادية كالسياسة الحمائية وإحلال الواردات"⁽¹⁰²⁾. وهذا تعريف رسمي لحكومة نيوزيلاندا على موقعها الرسمي فيما لا تعرف كثير من الدول اقتصادها القومي وما يضم من أنشطة.

فالاقتصاد القومي National Economy أصبح علماً مهماً للشعوب والدول، ويعرف على أنه "علم الاقتصاد الذي يدرس ناتج كل أمة من وجهة النظر الاقتصادية باعتبارها كائن اقتصادي له بيئته وظروفه الخاصة. وبالرغم من أن إجراءات الدول قد تختلف وتباين فيما بينها من حيث تخصصها الزراعي أو الصناعي، إلا أن وحدة اللغة والتعامل في الدولة الواحدة تعطي صفة الشمول لوحدة النظام الاقتصادي فيها"⁽¹⁰³⁾.

فالاقتصاد الوطني بالإنجليزية (National Income) هو مجموع قيمة الدخل المتراكم أثناء مُدَّة مُعينة لمواطني دولة ما داخل الدول وخارجها، وغالباً يُشكّل هذا الدّخل كُلاًّ من الرواتب، والأرباح، والفوائد الماليّة، والأجور التقاعدية⁽¹⁰⁴⁾.

(102) موقع حكومة نيوزيلاندا الرسمي . New Zealand Government website. 11 April 2008. مؤرشف من الأصل في 21 أكتوبر 2016. اطلع عليه بتاريخ 20 أكتوبر 2016.

(103) حسن النجفي، القاموس الاقتصادي، مطبعة الإدارة المحلية - بغداد 1977م.
104) "National Income" The Free Dictionary, Retrieved 19-7-2017, Edited.

ويعرف أيضاً الاقتصاد الوطني - الدخل القومي - بأنه هو "مجموع دخول عناصر الإنتاج التي ساهمت في العملة الإنتاجية خلال فترة زمنية معينة عادة سنة"⁽¹⁰⁵⁾.

ويعرف أيضاً "بأنه قيمة كل السلع والخدمات التي تم إنتاجها بواسطة استخدام الموارد المحلية المتاحة خلال فترة زمنية معينة، ويمكن تقديره من حيث المبدأ عن طريق تجميع أوجه الإنفاق الأربعة على السلع والخدمات المحلية، وهي: الإنفاق الاستهلاكي على السلع والخدمات المنتجة محلياً، الإنفاق الاستثماري على شراء خدمات عوامل الإنتاج المحلية، الإنفاق الحكومي على شراء السلع والخدمات الاستهلاكية وعلى شراء خدمات عوامل الإنتاج المحلية، وأخيراً قيمة صادرات الدولة من السلع والخدمات المنتجة أيضاً محلياً"⁽¹⁰⁶⁾.

كما يعرف "بأنه قيمة السلع والخدمات التي تم إنتاجها خلال فترة زمنية معينة، هذا من الناحية القيمية، أما من الناحية الكمية فالدخل القومي يعبر عن كمية السلع والخدمات المتاحة لأفراد هذا المجتمع لإشباع حاجاتهم خلال فترة زمنية معينة. كما يمثل أيضاً ناتج النشاط الاقتصادي الذي قام به هؤلاء الأفراد الذين يكونون هذا المجتمع خلال الفترة الزمنية نفسها وهي عادة سنة"⁽¹⁰⁷⁾.

وخلاصة القول أن الاقتصاد القومي هو ذلك الاقتصاد الذي يدرس ناتج كل أمة من وجهة النظر الاقتصادية باعتبارها كائناً اقتصادياً له بيئته وظروفه الخاصة، وبالرغم من أن إجراءات الدول قد تختلف وتباين فيما بينها من حيث تخصصها الزراعي أو الصناعي أو التجاري أو الإنتاجي أو الاستثماري، إلا أنها تعطي صفة الشمول لوحدة النظام الاقتصادي بالوحدة السياسية للقطر ووحدة العملة للبلد رغم تنوعها، وأن هذه القطاعات تتأثر جميعها ببعضها على طريقة الأواني المستطرقة.

(105) محمد خطيب النمر ومسعود صديقي، التحليل الاقتصادي الكلي بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 15.

(106) نعمة الله نجيب إبراهيم وآخرون، أسس الاقتصاد الكلي، مصر، جامعة الإسكندرية (1988م)، ص 103.

(107) عبد المطلب عبد الحميد، الاقتصاد الكلي.. النظرية والسياسات، مصر، الإسكندرية (2010م)، الدار الجامعية، ط1، ص 45.

تقسيم الاقتصاد الوطني إلى قطاعين، هما:

أ- "القطاع الاستهلاكي (العائلي)": وهم المستهلكون الذين يقومون بشراء السلع والخدمات المختلفة من القطاعات الأخرى. وفي نفس الوقت، فإن القطاع العائلي هو القطاع الذي يمتلك عناصر الإنتاج المختلفة، يحصل القطاع العائلي على الدخل الذي يمكنه من شراء هذه السلع والخدمات عن طريق مساهمتهم بعناصر الإنتاج (العمل، الأرض، رأس المال والتنظيم) في العملية الإنتاجية، ويسمى الإنفاق الذي يقوم به القطاع العائلي بالإنفاق الاستهلاكي.

ب- قطاع الأعمال أو الإنتاج: ويتألف هذا القطاع من المنتجين الذين يقومون بعملية إنتاج السلع والخدمات المختلفة، وذلك عن طريق استخدام عناصر الإنتاج المتوفرة التي يتم الحصول عليها من القطاع العائلي. يقوم قطاع الإنتاج بدفع أجور ورواتب وفوائد إلى القطاع العائلي، ويسمى الإنفاق الذي يقوم به هذا القطاع بالإنفاق الاستثماري.

كما أن القطاعين السابقين يتفاعلان في نوعين من الأسواق، هما:

أ- أسواق الإنتاج: (السلع والخدمات) والذي يشتري منه المستهلكون السلع والخدمات التي يبيعها القطاع الإنتاجي.

ب- أسواق الموارد: (عوامل الإنتاج) والذي يشتري منه قطاع الأعمال عوامل الإنتاج التي يبيعها القطاع العائلي.

يتضح أننا نعمل في اقتصاد بسيط مكون من قطاعين (الإنتاج، العائلي) وليس للحكومة دور في النشاط الاقتصادي.

1- تستخدم النقود كوسيلة للتبادل ومعيار للقيمة في سوقي عوامل الإنتاج والسلع والخدمات.

2- افترض أن كل الدخل الذي يحصل عليه القطاع العائلي ينفق على السلع الاستهلاكية والخدمات، أي أن الادخار يساوي الصفر⁽¹⁰⁸⁾.

(108) محمد خطيب النمر ومسعود صديقي، التحليل الاقتصادي الكلي بين النظرية والتطبيق، جامعة

قصادي مرباح 2008-2009، ص 13-14.

2.4.2: خصائص الاقتصاد الوطني

الاقتصاد الوطني أو القومي لأي دولة يعني قوتها وأمنها ونظامها ومستقبلها، وبقياس هذا الاقتصاد يتبين للدولة خططها ومستقبلها وتعرف أمنها وسلمها وحررها. وتهتم الدولة المتقدمة والدول الصاعدة بدراسة الاقتصاد الوطني وقياسه والاهتمام بخصائصه، وخاصة الدخل القومي الذي هو إحدى أبرز خصائص الاقتصاد القومي وتُولى الكثير من الأهمية لدراسة الدخل القومي، وذلك من أجل الأمور الآتية:

تقدير مستوى التنمية الاقتصادية. معرفة مدى تحقيق الأهداف التنموية. معرفة مدى مساهمة مختلف القطاعات في الدخل القومي.

طرق قياس الدخل القومي

يمكن قياس الدخل القومي عن طريق:

معرفة المستوى الإجمالي للإنفاق على السلع والخدمات التي تنتجها الشركات، ويشمل ذلك الإنفاق الاستهلاكي، ونفقات الاستثمار، والنفقات الحكومية، وصافي الإنفاق على الصادرات.

معرفة مستوى الدخل الإجمالي، وهذا يشمل جميع عوامل الدخل، وهي: الأجور، والربح، والإيجارات، والفوائد.

قياس المستوى الكلي للإنتاج الذي تحققه الشركات. يجب أن تعطي كل من هذه الطرق النتيجة ذاتها، لأن كلاً منها يقيس الشيء نفسه وهو الدخل القومي، والمنطق من هذه القياسات مهم بالنسبة للاقتصاد الإجمالي، لأن القيمة الإجمالية للإنتاج تساوي ما ينفق عليه، وهذه النفقات تصبح دخلاً لأولئك الذين أنتجوا المخرجات، وعليه، فإن الدخل القومي = الناتج القومي = الإنفاق الوطني⁽¹⁰⁹⁾.

(109) الموقع البريطاني <http://www.triplelearning.co.uk> مجلة رحلة التعلم الأجنبي

رابط التعريف :

http://www.sanandres.esc.edu.ar/secondary/economics%20packs/macroeconomics/page_10.htm تاريخ الدخول : 2019-5-15.

يُحسب الاقتصاد الوطني بالقيمة النقدية:

"تعد النفود عصب الحياة الاقتصادية الحديثة وعنصراً فعالاً ضمن مجموع المتغيرات الاقتصادية بالغة التأثير في النشاط الاقتصادي، إذ لا يمكن لأحد أن ينكر أهميتها ابتداءً من أثرها في التعامل اليومي حتى آثارها المباشرة وغير المباشرة"⁽¹¹⁰⁾ على أبرز المؤشرات الاقتصادية الكلية كالناتج الوطني والدخل القومي الإجمالي.

فرغيف الخبز بالخبز، واللبن باللتر، والقماش بالمتر، نلاحظ أن كلاً من هذه السلع لها مقياس مختلف عن الآخر؛ لذلك لا يحسب الاقتصاد الوطني بالكمية، بل نضرب كمية كل سلعة في سعر بيعها، ثم نجمع النواتج لنحصل على القيمة النقدية لاقتصاد المجتمع خلال مدة زمنية محددة عام تقريباً.

يدخل في حساب الاقتصاد الوطني السلع والخدمات النهائية فقط..

"فهو لا يشتمل على السلع والخدمات الوسيطة، فعلى سبيل المثال إذا احتسبنا قيمة السيارة كاملة ضمن الناتج القومي الإجمالي كسلعة نهائية، لا يجب احتساب مكوناتها مرة أخرى، والهدف من استبعاد السلع والخدمات الوسيطة - أي التي تجري عليها عمليات إنتاجية أخرى - تفادي مشكلة الازدواج الحسابي، أي حساب نفس السلعة والخدمة أكثر من مرة"⁽¹¹¹⁾.

ومن هنا نستطيع الحديث عن اقتصاد دولة ضخمة يدرس ويعالج المؤثرات التي تلحق بكافة القطاعات الاقتصادية المؤثرة في قياس الدخل القومي والناتج الإجمالي المحلي، لا سيما القطاعات الرئيسية التي تؤثر في الاستهلاك والقوة الشرائية وتنعكس على الاستثمارات وتعمل كالأواني المستطرقة في باقي القطاعات، فالسياحة مثلاً تؤثر في الاستثمار الذي يؤثر في احتياطي العملة الأجنبية الذي يؤثر في الاستيراد والتصدير والذي يؤثر ويتأثر بالإنتاج الزراعي والصناعي، وهذا كله يؤثر في العموم على الإنتاج والقوة الشرائية، ويعطي أرقاماً واضحة في معدلات دخل الفرد ومعدلات التضخم وغيره.

(110) محاضرات في الاقتصاد النقدي ورؤوس الأموال، الجزائر، جامعة باتنة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية

وأسواق رؤوس الأموال، مطبوعة دراسية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ص7.

(111) حسين مجيد، مبادئ علم الاقتصاد، عمان، دار زهران (2008)، ط1، ص202.

يتعلق الاقتصاد الوطني بكل ما ينتجه مواطنو الدولة في داخل أراضيها وخارجها.

"وهذا الناتج قد يكون نقدياً أو معنوياً، وأيضاً يقصد جميع الأفراد الأشخاص الطبيعيين والمعنويين، مثل الشركات الخاصة والعامة، ويراد بمواطني الدولة الذين لديهم انتماء إلى مجتمع معين من واقع الجنسية التي يحملها هؤلاء"⁽¹¹²⁾.

2.4.3: ملامح الاقتصاد الوطني:

في هذا المطلب نوجز ملامح الاقتصاد الوطني أو الاقتصاد القومي والذي يتم بناء على المعطيات الاقتصادية الأساسية للدولة من خلاله. ويعتبر الاقتصاد القومي بمعرفة ملامحه هو الأساس الذي يقوم عليه جميع ملامح وشكل الدولة وقوتها ومعدل أمنها وتقدمها، وأي تأثير ينجم من خلال هذه الملامح يؤثر سلباً وإيجاباً في الاقتصاد القومي والأمن القومي لهذه الدولة.

وبالتركيز على الاقتصاد الوطني ككل، "يمكننا تلخيص ميزات الاقتصاد الكلي للدولة في النقاط التالية:

-دراسة وتحليل متغيرات الاقتصاد الكلي مثل الناتج الإجمالي في الدولة والدخل القومي والعمالة والمستوى العام للأسعار والمستوى العام للأجور.

-يتناول إجمالي الطلب في المجتمع وإجمالي الإنفاق، ويتعامل مع إجمالي العرض وإجمالي الناتج من السلع والخدمات، وبالتالي كيفية تحديد الدخل المتوازن.

-تحليل ودراسة المشكلات المتعلقة بالتضخم والبطالة ومحاولة تقديم حلول خاصة بهم، ويدرس المشكلات المتعلقة بالنمو الاقتصادي وميزان المدفوعات"⁽¹¹³⁾.

-دراسة دور الدولة في النشاط الاقتصادي عن طريق السياسات النقدية والمالية المتعلقة بتحقيق الاستقرار الاقتصادي.

(112) بشير محمد الويفاتي "مقدمة في علم الاقتصاد الجزئي والكلي" الطبعة الثالثة دار الكتب الوطنية،

طرابلس، 2000، ص 276.

(113) المرجع السابق، ص 283.

2.4.4: طرق قياس الاقتصاد القومي

هناك ثلاث طرق لقياس الدخل القومي، حيث يمكن تقديره على أساس إحصاء قيم ما تنتجه المشروعات المختلفة، أو على أساس حصر ما يتقاضاه أصحاب عناصر الإنتاج من دخول، أو على أساس تقويم استهلاك واستثمار المجتمع والتقدير في الطرق الثلاث، ومع بعض التعديلات الخفيفة في نتائج كل طريقة تحصل على القيم نفسها للدخل القومي، حيث إن التقديرات في هذه الطرق تؤدي إلى نتائج واحدة. وفيما يلي نعرض لهذه الطرق⁽¹¹⁴⁾.

- "طريقة الناتج القومي الإجمالي: ويطلق عليها أيضاً طريقة القيمة المضافة، وبمقتضى هذه الطريقة يمكن تقسيم النشاط الاقتصادي أو الإنتاجي في المجتمع إلى قطاعات (زراعة، صناعة، ... إلخ)، ثم يعمل على تقدير الناتج في كل قطاع من هذه القطاعات خلال سنة معينة، وأخيراً تضاف كل هذه القيم للحصول على الناتج القومي (الدخل القومي).

- طريقة عوائد عناصر الإنتاج والدخول المكتسبة لقياس الدخل القومي: هذه الطريقة تشير إلى حساب قيمة السلعة عن طريق حساب تكلفة كل عامل من عوامل الإنتاج المشتركة في إنتاج السلعة.

حيث إن تكلفة السلعة ترجع في مجموعها إلى الأجور المدفوعة للعمال وفوائد رأس المال وربح الأرض وربح المنظمين. وإذا أردنا أن نحسب قيمة الدخل القومي فإننا نحسب قيمة عوائد كل عناصر الإنتاج لأنها تمثل في مجموعها قيمة السلع والخدمات التي تم إنتاجها بواسطتها. ويلاحظ من حساب قيمة الدخل القومي أننا نقيس قيمة دخول الأفراد قبل خصم الضرائب المستحقة عليها، ويطلق على طريقة عوائد عناصر الإنتاج طريقة الدخول".

نظراً لأنها تعمل على تجميع الدخول المكتسبة التي يحصل عليها أصحاب خدمات عناصر الإنتاج.

- طريقة الإنفاق ومعادلة الدخل لقياس الدخل القومي: تتيح لنا الطريقة السابقة أن نفكر في طريقة ثالثة لحساب الدخل القومي، حيث إن حصول الأفراد على نصيبهم في الدخل القومي لا بد أن يكون عن طريق إنفاق المجتمع على السلع والخدمات.

(114) عمر صخري، التحليل الاقتصادي الكلي، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 5 (2005)، ص

هذا الإنفاق لا بد بطريقة أو بأخرى أن يعادل تماماً قيمة الدخل التي يحصل عليها أصحاب عناصر الإنتاج. ويقسم الإنفاق الذي يحدث في المجتمع إلى عدة أنواع، وتلك الأنواع تنقسم إلى الإنفاق على الاستهلاك والإنفاق على الاستثمار والإنفاق الحكومي وصافي الصادرات، وهو الفرق بين الصادرات والواردات⁽¹¹⁵⁾.

وبهذا ننهي الفصل الأول وقد اكتمل لدينا تعريف سائر المصطلحات الخاصة بموضوع وعنوان البحث من الإعلام المرئي والرأي العام والسلوكيات الاقتصادية. وعرفنا أن السلوكيات الاقتصادية تؤثر في الاقتصاد القومي للدولة، وأن الإعلام المرئي يؤثر هو الآخر بقوة في صناعة الرأي العام، إذ إنه أحد صانعيه، وأن الرأي العام قد يتأثر أيضاً برسالة معينة يقدمها الإعلام المرئي، وأن هناك علاقة نحتاج لإثباتها بين تأثير الرأي العام بقضية ما قد تكون القضية اقتصادية ومدى استمرار التأثير وعلاقته بالمصدقية، وكذلك أثرها في السلوك الاقتصادي للمجتمع الذي قد يؤثر هو الآخر في الاقتصاد القومي للدولة، وهو ما سنعمل عليه في الفصول القادمة بعد تناول إدارة الأزمات الاقتصادية إعلامياً. وكما تناولنا مفاهيم الاقتصاد في هذا الفصل وطرحنا الاقتصاد الإسلامي ضمن التعريف، فإن بحثنا سيتناول كافة العلاقات مناط الدراسة والبحث وكافة القضايا المطروحة للمعالجة البحثية من منظور إسلامي، كما سيكون نموذج الحالة المصرية خلال السنوات الخمس الأخيرة هو المنظور التطبيقي العملي في الدراسة.

(115) عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص (51، 54 / 16 3).

الفصل الثالث: الإسلام وإدارة الأزمات الاقتصادية إعلامياً

تمهيد:

إن الحديث عن الأزمات الآن هو حديث الماضي والحاضر والمستقبل، فلقد كانت الأزمات مصاحبة للإنسان منذ بدء خلقه، فتارة يدخل في أزمة اعتقادية، وأخرى اقتصادية، وأخرى اجتماعية.

وهذه الأزمات مرتبطة ببعضها البعض، وتكاد تكون اللاحقة مكتملة للسابقة، وهنا دائماً ما يعيش الإنسان مع الأزمات فقيراً كان أو غنياً، صحيحاً كان أو سقيماً، صالحاً كان أو فاسقاً، مؤمناً كان أو كافراً، براً كان أو فاجراً، أفراداً أو جماعات، شعوباً أو دولاً.

ويمكن رصد كلمة الأزمات في القرآن الكريم في إطلاق المصطلح القرآني على هذه الأزمات التي لا تنفك عن الإنسان - بالفتن - التي لا تنقطع عن بني آدم بداية من أبيهم حتى آخر نسلٍ له على الأرض.

لذلك حذر الحق - سبحانه - بني آدم قائلاً: "يَا بَنِي آدَمَ لَا يَفْتِنَنَّكُمُ الشَّيْطَانُ كَمَا أَخْرَجَ أَبَوَيْكُم مِّنَ الْجَنَّةِ يَنزِعُ عَنْهُمَا لِبَاسَهُمَا لِيُرِيَهُمَا سَوْآتَهُمَا ۗ إِنَّهُ يَرَакُمْ هُوَ وَقَبِيلُهُ مِمَّنْ حَيْثُ لَا تَرَوْنَهُمْ" (116).

والمؤمنون خاطبهم الله - جل وعلا - بقوله: "أَحْسِبِ النَّاسُ أَنْ يُتْرَكُوا أَنْ يَقُولُوا آمَنَّا وَهُمْ لَا يُفْتَنُونَ (2) وَلَقَدْ فَتَنَّا الَّذِينَ مِن قَبْلِهِمْ ۗ فَلْيَعْلَمَنَّ اللَّهُ الَّذِينَ صَدَقُوا وَلْيَعْلَمَنَّ الْكَاذِبِينَ" (117)، بل إن الأنبياء - صلوات الله عليهم - الذين هم أعلى مكانة من المؤمنين وأرفع قدراً ومنزلة يتعرضون للفتن والابتلاءات، قال تعالى في حق نبيه سليمان صلى الله عليه وسلم: "وَلَقَدْ فَتَنَّا سُلَيْمَانَ وَأَلْقَيْنَا عَلَى كُرْسِيِّهِ جَسَداً ثُمَّ أَنَابَ" (118).

(116) الأعراف، آية (27) .

(117) العنكبوت، آية (3/2) .

(118) ص، آية (34) .

والطغاة والمستبدون الذين لا يتركون للحق فرصة يصدع بها، أو مكاناً ينفس فيه أصحابه، أيضاً يتعرضون للفتن، قال الحق - عزوجل - : "وَلَقَدْ فَتَنَّا قَبْلَهُمْ قَوْمَ فِرْعَوْنَ وَجَاءَهُمْ رَسُولٌ كَرِيمٌ"⁽¹¹⁹⁾.

فالأزمات ملاصقة للإنسان في كل أحواله وأطواره الخلقية والخلقية، وبالطبع ينعكس ذلك على المجتمعات والأمم، والإعلام بوصفه وصفته ووسيلته القديمة (رجل يصيح، شعر، حمام زاجل... إلخ)، والحديثة (صحافة-راديو-تلفزيون-مواقع تواصل... إلخ)، هو العامل الرئيسي والفعال وقت الأزمات.

أسوأ كان دوراً إيجابياً له أم سلبياً، فبه تُقام أمم وحضارات وتزول أخرى، وتستقر به أنظمة حكم وتزول أخرى، بل به تدرس قيم وأخلاق وتوجد أخرى مكانه.

ولقد اهتم الإسلام أشد اهتمامٍ بالإعلام منذ بزوغ فجر دعوته، وراعى قواعد وأسس التعامل مع الأزمات المختلفة إعلامياً بالذات، بالإضافة إلى الأساليب الأخرى، وسيتم تناول المنطقة الإعلامية من حيث أنها ساعة الذروة في حياة الأمم وقت الأزمات، عبر مبحثين هما كالآتي:

3.1: علاقة الإعلام بالأزمات الاقتصادية

3.2: الإسلام وعلاقته بالخبر والإعلام

3.1: علاقة الإعلام بالأزمات الاقتصادية

يعد مفهوم الأزمة أحد أكثر المفاهيم انتشاراً في المجتمع المعاصر، حيث يؤثر في جميع جوانب الحياة، من الأزمات التي تواجه الفرد إلى الأزمات التي تمر بها المجموعات والحكومات والمؤسسات إلى الأزمات الدولية.

مصطلح الأزمة هو أحد المصطلحات الأكثر استخداماً على جميع المستويات وعلى مختلف مستويات المجتمع. عالم الأزمة هو عالم حي وتفاعلي، عالم بمراحله وخصائصه وأسبابه. تتأثر الولاية أو الحكومة بأصغر كائن موجود في المجتمع البشري.

الأهمية الكبرى للأزمة والمواجهة تتطلب المواجهة والمعاملة من منظور إسلامي...

(119) الصفات، آية (17) .

وسنشرح مفهوم الأزمة الاقتصادية، وعلاقتها مع وسائل الإعلام، وسنحاول قدر الإمكان الخروج عن المؤلف في طريقة البحث.

حيث سيتم إسقاط الجانب النظري للدراسة في هذا المبحث خصوصاً والفصل عموماً على الطريقة العملية في دراسة نموذج الحالة المصرية في الفصل التالي إن شاء الله؛ لنصل إلى نتائج مرضية لتحقيق الهدف من الدراسة، وهي أخذ الدروس والعبر المستفادة كلما أمكن، حتى نستطيع تدبر الأمور وحلها بطريقة علمية وموضوعية.

3.1.1: تعريف الأزمة لغة واصطلاحاً

أولاً: تعريف الأزمة لغة:

"الأزمة في لغة المعجم هي الشدة"⁽¹²⁰⁾، يقال: "أزم العام اشتد قحطه"⁽¹²¹⁾، "وتطلق الأزمة على فترات القحط وشح الموارد كما تطلق على المصائب والابتلاءات.

ومن ذلك قولهم: "وعلى قدر الأزمات يأتي الفرج"⁽¹²²⁾، وقال صاحب مختار الصحاح: أزم عن الشيء أمسك عنه وبابه ضرب، وفي الحديث أن عمر رضي الله عنه سأل الحارث بن كلدة: ما الدواء فقال الأزم، يعني الحمية، وكان طبيب العرب".

"والمأزم المضيق: وكل طريق ضيق بين جبلين مأزم، وموضع الحرب أيضاً مأزم، ومنه سمي الموضع الذي بين المشعر وبين عرفة مأزمين"⁽¹²³⁾.

ثانياً: استعمالات القرآن للفظ الأزمة: ومع أنها كلمة عربية كما أوضحنا إلا أن كلمة أزمة ليست كلمة دارجة عند العرب قديماً ولم تكن مستخدمة بشكل كبير، فقد "عبر القرآن الكريم عن الأزمة بلفظ "الفتنة"، ولفتنة بعض خصائص الأزمة.

(120) ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، 1: 213، مادة: أزم.

(121) الفيروزآبادي، القاموس المحيط، 1: 1390.

(122) أبو الحسن، علي بن أحمد السبتي الأموي، تنزيه الأنبياء عما نسب إليهم حثالة الأغبياء، دار الفكر المعاصر، لبنان، 1990، ص: 126.

(123) الرازي، محمد بن أبي بكر، مختار الصحاح، مكتبة ناشرون، بيروت، 1415هـ 1995، 6/1.

فهي تعصف بالمؤسسة وتهدد القيم، كما في قول الحق - تعالى - : "وَاتَّقُوا فِتْنَةً لَا تُصِيبَنَّ الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْكُمْ خَاصَّةً وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ" (124).

وهنا ترى القرآن يشير إلى خصائص الأزمة وأنها لا تقتصر على الذين ظلموا، بل تعصف بالجميع، وهذا مقارب لما يعبر عنه علماء الإدارة بأن الأزمة تشكل تهديداً لقيم المؤسسة وممتلكاتها" (125).

كما تكشف الآية الكريمة أن الأزمات تنشأ عن خلل في النظام؛ إذ سياق الآية جاء ضمن الدعوة للاستجابة لله والرسول والتحذير من سلوك الذين ينقضون عهدهم في كل مرة، قال الله - تعالى - : "إِنَّ شَرَّ الدَّوَابِّ عِنْدَ اللَّهِ الصُّمُّ الْبُكْمُ الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ (22) وَلَوْ عَلِمَ اللَّهُ فِيهِمْ خَيْرًا لَأَسْمَعَهُمْ وَلَوْ أَسْمَعَهُمْ لَتَوَلَّوْا وَهُمْ مُعْرِضُونَ (23) يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَجِيبُوا لِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمْ لِمَا يُحْيِيكُمْ وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ يَحُولُ بَيْنَ الْمَرْءِ وَقَلْبِهِ وَأَنَّهُ إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ (24) وَاتَّقُوا فِتْنَةً... " (126).

وفي هذا إيماء جلي وواضح إلى ارتباط الفتن بما حذر منه القرآن الكريم من نقض العهود والمواثيق التي أخذت على الإنسان من قبل خالقه جل وعلا.

"كما عبر القرآن عن الأزمة بلفظ "المصيبة" فمن ذلك قوله تعالى: "أَوْلَمَّا أَصَابَتْكُمْ مُصِيبَةٌ قَدْ أَصَبْتُمْ مِثْلَيْهَا قُلْتُمْ أَنَّى هَذَا قُلْ هُوَ مِنْ عِنْدِ أَنْفُسِكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ" (127)، فالهزيمة في المعركة هي أزمة تحتاج إلى إدارة لتجاوز آثارها، وأول خطوات المعالجة الصحيحة الاعتراف بالخطأ وعدم إلقاء اللوم على الآخرين، وهذا ما توجه إليه الآية الكريمة" (128).

124) الأنفال، آية (25).

125) عبدالله الكيلاني، إدارة الأزمة مقارنة التراث.. والآخر، سلسلة كتاب الأمة، قطر، العدد 31، ط 1، (2009 م)، ص 40.

126) الأنفال، آية (25/24/23/22).

127) آل عمران، آية (165).

128) عبدالله الكيلاني، إدارة الأزمة مقارنة التراث.. والآخر، مرجع سابق، ص 41.

ومن استعمالات القرآن الكريمة للفظ المصيبة بمعنى مرادف للأزمة اصطلاحاً قوله تعالى: "وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ (155) الَّذِينَ إِذَا أَصَابَتْهُمُ مُصِيبَةٌ قَالُوا إِنَّا لِلَّهِ وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ" (129)، وهو توجيه مهم لمواجهة الأزمة أثناء حدوثها لنتمكن من الخروج منها واحتواء الضرر، والسيطرة على آثار الأزمة بعد حدوثها، واستعادة النشاط والفاعلية للحياة من جديد.

ثالثاً: استعمال لفظ الأزمة في كتب السنة النبوية:

استعملت كلمة الأزمة في السنة النبوية بمعنى "الشدة"، وهي تطلق على سنوات القحط والجوع والضائقة المالية، ومن استعمالاتها أيضاً لفظ الأزمة والفتنة في السنة النبوية، ومنها على سبيل المثال:

كلمة الأزمة في سيرة الرسول صلى الله عليه وسلم جاءت من ذلك.

1. ما روي أن رجلاً من جهينة لم ير أطول منه "جاء إلى النبي صلى الله عليه وسلم في أزمة أو ضربت الزعابه من الناس". قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: لقد أخذ النبي صلى الله عليه وسلم يدي إلى بيته، فأعطاني خرافاً، وشربت الحليب إلى حلب، ثم أحضرت لي آخر، وشربت حليبها، ثم أحلبتني أخرى، وشربت حليبها، حتى حلب لي السبعة، قال: ذهبت عندما كان غداً واعتنقت الإسلام، ثم أتيت إلى رسول الله. وقلت: والله يا رسول الله ما لم أبيع من قبل، فقال: المؤمن يشرب معي والكافر يشرب في سبعة أمعاء" (130).

2. وفي الحديث القدسي الشريف استعملت لفظة الفتنة للتعبير عن الأزمة بالمعنى الإداري كما بين الحديث ما في الفتنة من تشويش للذهن وهو أحد خصائص الأزمة: "عن كعبٍ قال إني لأجدُ نعتَ قومٍ يتعلَّمونَ بغيرِ العَمَلِ ويتفَقَّهونَ لغيرِ العِبَادَةِ وَيَطْلُبُونَ الدُّنْيَا بِعَمَلِ الآخِرَةِ وَيَلْبَسُونَ جُلُودَ الضَّانِ وَقُلُوبُهُمْ أَمْرٌ مِنَ الصَّبْرِ فيقول الله تعالى: فِي يَوْمٍ يَغْتَرُونَ أَوْ إِيَّايَ يُخَادِعُونَ فَحَلَفْتُ بِئِي لِأُتِيحَنَّ لَهُمْ فِتْنَةٌ تَتْرُكُ الحُلِيمَ فِيهَا حيراناً" (131). فترك الحليم

(129) البقرة، آية (155/156) .

(130) الأحاد والمثاني، حمد بن عمرو أبو بكر الشيباني، دار الراجعية، الرياض، 1411، 1991، تحقيق:

باسم الجوابرة، 5: 57.

(131) سنن الدارمي، دار الكتاب العربي بيروت، 1407هـ، 1: 102. وانظر تفسير ابن أبي حاتم، المكتبة

العصرية، صيدا، 2: 364.

حيران هو بمعنى تشويش الذهن، "وهو مطابق لما يذكره الإداريون في وصف آثار الأزمة بأنها حدث غير متوقع يشوش الذهن"⁽¹³²⁾. وتعد الأوصاف التي ذكرها راوي الحديث من قسوة القلب، وطلب الدنيا بعمل الآخرة، بمثابة إشارات إنذار مبكر تستدعي المعالجة السريعة للنظام التعليمي، والقيمي والتربوي، لتفادي حدوث الأزمات التعليمية والاجتماعية والأخلاقية.

رابعاً: تعريف الأزمة الاقتصادية في المعنى الاصطلاحي لها:

يمكن تعريف الأزمة الاقتصادية بأنها وقوع خلل خطير ومفاجئ نسبياً يضرب السلوك المعتاد للمنظومة الاقتصادية ويتضمن أخطاراً وتهديدات مباشرة وكبيرة للدولة والمنظمات والأفراد وجميع أصحاب المصالح.

"ويتطلب هذا الخلل تدخلات سريعة وفاعلة من جميع الأطراف ذات العلاقة، وتؤدي الأزمة الاقتصادية إلى نتائج سلبية واضحة على مستوى الاقتصاد الجزئي والاقتصاد الكلي وخسائر في الموارد المادية والموارد البشرية، وتؤدي إلى اضطرابات حادة في التوازنات الاقتصادية قد يعقبها انهيارات حادة لمؤسسات مالية ومؤسسات أخرى"⁽¹³³⁾.

ويمكن تعريف مصطلح الأزمة الاقتصادية على "أنها حالة يحدث فيها اضطرابات حادة ومفاجئة في أي مُكوّن من مكونات المنظومة الاقتصادية، ويُطلق على مصطلح الأزمة الاقتصادية في اللغة الإنجليزية Economic Crisis، ويؤدي حدوث الأزمات الاقتصادية إلى تولّد بعض الظواهر الاقتصادية مثل تراجع أسعار الأسهم لشركات محددة، وحدوث ما يعرف بالانكماش الاقتصادي، بالإضافة إلى ارتفاع نسبة البطالة بين الأفراد القادرين على العمل، وحدوث التضخم في أسعار السلع والخدمات، فضلاً عن التأثير المباشر للأزمات الاقتصادية على القطاع البنكي، حيث يسهم حدوث هذه الأزمات في إفلاس البنوك، ليؤدي ذلك إلى حدوث حالة من الركود العام في الاقتصاد، ويمكن خفيف وطأة الأزمة الاقتصادية

(132) محسن الخضيرى، إدارة الأزمة، القاهرة، مجموعة النيل العربية، ط 1 (2003)، ص 113.

¹³³Rajan, Ramkishan "Financial Crisis, Capital Outflows, and Policy Responses: Examples form East Asia" Journal of Economic Education, 2007, Vol. 38, No. 1; pp. 92-109.

والحد من حدوث حالة الركود الاقتصادي إذا تمت معالجة الأزمة الاقتصادية في الوقت المناسب وبالطرق الفعالة" (134).

ومما سبق من التعريفات يتبين لنا الأزمة الاقتصادية وأهم ما يجعلها أشد خطورة وبها تهوى أمم وحضارات إلى خبر كان، وتبقى في التاريخ فقط دون الفاعلية على أرض الواقع والتجاوب المستمر مع الأزمات المتلاحقة، عنصر المفاجأة والمباغنة الشديدة التي ما تذر شيئاً في المجتمع إلا وأثرت فيه على مستوى الأفراد والمؤسسات في الدولة.

فما لم تكن الأمة - الدولة أو الشعب - ذاكرتها حاضرة للأزمات التي مضت بالأمم والدول السابقة، ودأبت طول حياتها على تعلم الدروس من الأزمات السابقة للدول والأمم، ثم عملت في أرض الواقع على توقع الأزمات من خلال التاريخ ومن ثم الاستعداد العملي والعلمي لها، فتحول هذه الأزمات إلى فرص من خلال وسائل متعددة في مقدمتها الإعلام، وإلا يحق فيها قول العرب "ما أشبه الليلة بالبارحة" و"أكلت يوم أكل الثور الأبيض".

وهذا يدعونا لاسترجاع الذاكرة للتعرف إلى أثر الإعلام في الأزمات السابقة من خلال التاريخ، فهو خير معلم، وهذا ما سيتم التعرض له في المطلب التالي والله المستعان وعليه التكلان.

3.1.2: الإعلام والأزمات الاقتصادية:

إن المتتبع لغزوات الرسول صلى الله عليه وسلم يجد للإعلام في معظمها دوراً بارزاً، وعلاقة جليلة، فبه تنتصر الأمم، وتحسم معاركها في المجال الإعلامي قبل المجال الميداني.

"فقد تناول المؤرخون والكتاب غزوات الرسول صلى الله عليه وسلم من الناحية العسكرية تارة، فذهب القوم شرقاً وغرباً محللين للاستراتيجية العسكرية لرسول الله صلى الله عليه وسلم

(134) الأزمة الاقتصادية في الولايات المتحدة الأمريكية، موقع الاستشارات

www.thebalance.com مرفق الرابط 2019-8-6 تاريخ الدخول (2019-8-22)

<https://www.thebalance.com/u-s-economic-crisis-3305668>

ومن معه في غزوة بدر، من حضور الجهاز الاستخباراتي، وطريقة القتال في الصف، وكيفية المباغثة في الحروب.... إلخ⁽¹³⁵⁾.

وتارة يتم تناولها من "منظور السنن الكونية والاجتماعية والعمران البشري وسنن التدافع بين الأمم والحضارات، والحق والباطل"⁽¹³⁶⁾.

بينما يظهر لنا قمة العلاقة بين هذه الأزمات والحروب - الاقتصادية - بالدرجة الأولى والإعلام، فتشير كتب السيرة "عن مناسبة معركة بدر" إلى أن الرسول صلى الله عليه وسلم أخبر أصحابه أن عيراً لقريش قادمة من الشام.

وهذا ما كشف عن متابعة النبي للحركة الاقتصادية للعدو، ومتابعة تاريخ الوصول وطريقه، وفي الوقت نفسه كان أبو سفيان مهتمًا بجمع المعلومات.. بينما اقترب من الحجاز تتجسس على الأخبار وتساءل عن من ألقيت من الركبين حتى قيل له أن محمداً - صلى الله عليه وسلم - قد أيقظ رفاقه من أجلك.

لقد كان حذراً حيال ذلك، ووظف ابن عمرو الغفاري وأرسله إلى مكة وأمره أن يأتي قريشاً واستنفرهم إلى ما لهم وأخبرهم أن محمداً صلى الله عليه وسلم عرض على أصحابه.

ثم خرج بسرعة إلى مكة ونزل ببطن الوادي واقفاً على جملة وقاد جملة وحول قميصه وقال: يا قريش، صفقة أموالك مع أبو سفيان وقد أطلع عليها محمد في رفاقه لا أرى أن أكون على علم به. وأعد الناس الاندفاع.... إلخ الحديث⁽¹³⁷⁾.

135) انظر إبراهيم كاخيا (عقيد متقاعد)، الدروس العسكرية البارزة المستنبطة من الغزوات النبوية المظفرة، الناشر اتحاد العرب، مقال في الفكر السياسي، (2003)، ص 1-11، الرابط:

<http://new.reefnet.sy/book/upload/old/fikr/18/4lessons.pdf>

تاريخ الدخول: 2019-8-18م.

136) راجع عزيز البطيوي، سنن العمران البشري في السيرة النبوية، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، ط 1 (1439هـ-2018م)، ص 137.

وهنا نلاحظ أهمية المعلومة للطرفين، ثم لما هزمت قريش رصدت مال القافلة لمعركة قادمة تتأثر لهزيمتها، وقد وصلت المعلومة للنبي صلى الله عليه وسلم فيما يروي ابن سعد: "قال ابن سعد: وكتب العباس إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم بخبرهم كله، فأخبر رسول الله صلى الله عليه وسلم سعد بن الربيع بكتاب العباس"⁽¹³⁸⁾، بل إن قريشاً قد أوقفت أموال قافلة أبي سفيان نفسها للاستعدادهم لغزوة قادمة - غزوة أحد - يثارون فيها لآبائهم.

"وغزوة الخندق وموقف نعيم بن مسعود رضي الله عنه"⁽¹³⁹⁾، يمثل الإعلام الناجح الذي استطاع أن يحسم المعركة دون القتال باستخدام أسلوب التفريق بين الأعداء من خلال استخدام نقاط ضعف العدو المدروسة من قبل ومعلومة عنده، وهذا خير نموذج لما نرجوا أن يصل إليه إعلامنا المرئي الآن.

فالمعلومة كما نرى مهمة، ومن يملك المعلومة يخفف الأضرار في وقت الأزمات بصورة أكبر، ويتمكن من التصدي للأخطار والأزمات بقدرة عالية، لذلك من يحكم العالم الآن هو من يملك أقوى جهاز استخباراتي وإعلامي، فالصراع الذي نعيشه هو صراع المعلومات في كل المجالات الدينية والعسكرية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية.

3.2: الإسلام وعلاقته بالخبر والإعلام:

لقد ارتقت أمم في سلم الحضارات، وارتفعت شأن دول بين الناس، عاشت بالصدق قولاً في إعلامها ووسائله، وعملاً في مناشط حياتها المختلفة، فكان الصدق أحد المعالم الرئيسية في تقدمها العلمي والتقني ونجاحها الحضاري والإنساني بين الأمم، فالصدق هو المعادلة الصعبة في الرقي والتقدم الإعلامي والحياتي.

(137) ابن هشام، السيرة النبوية، تحقيق عمر عبد السلام تدمري، دار الفكر العربي، ط3، (1990م)، ص 153/3.

(138) محمد بن سعد، الطبقات الكبرى، دار صادر، بيروت، 2: 37.

(139) ابن الجوزي، أبي عبد الله محمد بن أبي بكر بن أيوب، وكنيته ابن القيم، ت (751هـ)، زاد المعاد في هدي خير العباد، تحقيق نبيل بن نصار السندي، مؤسسة سليمان بن عبد العزيز، ط1 (1439هـ-2018م)، ج 3، ص 320-322.

وكذلك المتبع لتاريخ الأمم والحضارات يجد أن هناك دولاً لم تسقطها الصواريخ والدبابات والحروب بشكل عام، لكن حطمتها الأخبار الكاذبة وأفنتها.

قبل كل شيء، الصدق هو خلق إنساني وإنساني رائع.. إنه أساس التواصل الاجتماعي، وهو عنوان استمرارية العلاقات الإنسانية التي تطمح إليها وسائل الإعلام الإسلامية، في وجودها، تعمق روابط العلاقات، وتسود أواصر الصداقة.

قد يؤدي ذلك إلى صراع وصراع وهجر وصدق أكبر بكثير في العديد من المجالات، مع ما يترتب على ذلك من آثار بالنسبة للفرد والمجتمع، وكذلك للفرد والمجتمع.

هناك العديد من الأخلاقيات التي تسهم في تعزيز النسيج الاجتماعي، ونشر روح الحب في المجتمع، والنهوض بالأخلاق والصدق، بسبب الأهمية الكبيرة في تعزيز هذه الروابط، وبدور الخير للمجتمع.

ولا يمكن تخيل كيف سيشكل مجتمع يعيش بعيداً عن الصدق، وأصبح كذبة عنواناً لسلوكهم، فالمشاكل والأزمات التي حدثت بينهم لا حرج.

لذلك سنتناول في هذا المبحث علاقة الإسلام بالخبر والإعلام في مطلبين أساسيين:

3.2.1: علاقة الإسلام بالأخبار الصادقة.

3.2.2: علاقة الإسلام بالأخبار الكاذبة "الإشاعات".

3.2.1: علاقة الإسلام بالخبر الصادق

إن الله خلق السموات والأرض بالحق، وطلب من الناس أن يبنوا حياتهم على الحق والصدق، فلا يقولوا إلا صدقاً وخيراً أو يسكتوا، فذلك خير لهم، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "ومن كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليقل خيراً أو ليصمت" (140)، ولا يعملوا إلا حقاً وصدقاً وخيراً.

(140) أخرجه البخاري في صحيح البخاري، عن أبي هريرة، حديث رقم: 6018، حديث صحيح.

ومن هنا كان الاستمسك بالصدق في كل شأن، وتحريره في كل قضية، والمصير إليه في كل حكم، لا سيما المجال الإعلامي؛ دعامة أساسية في الإعلام الإسلامي، وصبغة ثابتة في كل وسائله وبرامجه... إلخ.

فمن المحال أن يبني الإعلام مجتمعاً على الظنون أو نشر الإشاعات، فالإعلام الإسلامي هو من يجعل الحقائق الراسخة البينة تظهر، ومن ثم تغلب غيرها، لأن ميزان السنن الإلهية لا تختلف ولا تتبدل، قال تعالى: "وَقُلْ جَاءَ الْحَقُّ وَزَهَقَ الْبَاطِلُ إِنَّ الْبَاطِلَ كَانَ زَهُوقًا"⁽¹⁴¹⁾.

وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "إِيَّاكُمْ وَالظَّنَّ، فَإِنَّ الظَّنَّ أَكْذَبُ الْحَدِيثِ"⁽¹⁴²⁾، وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "دَعُ مَا يَرِيْبُكَ إِلَى مَا لَا يَرِيْبُكَ، فَإِنَّ الصِّدْقَ طَمَأْنِينَةٌ، وَإِنَّ الْكُذِبَ رِيْبَةٌ"⁽¹⁴³⁾.

ولعل من أهم خصائص الإعلام الإسلامي أنه يوصي ويحث على نشر فضيلة الصدق والأخبار الصادقة في نفوس المجتمع بأثره؛ حتى تصبح عادة عند المجتمع وقد ألفوها في أقوالهم وأحوالهم كلها.

عن عبد الله بن عامر رضي الله عنه أنه قال: "اتصلت بي أُمِّي يوماً، فقال رسول الله - صلى الله عليه وسلم - في بيتنا، فقالت: تعال تعطيك، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: (وماذا تريد أن تعطيني؟)، قالت: أعطه تمرّة!! والله - صلى الله عليه وسلم -: ولكن إذا لم تعط شيئاً كتبت لك كذبة"⁽¹⁴⁴⁾.

فانظر كيف يعلم النبي صلى الله عليه وسلم الأمهات والآباء أن ينشئوا أولادهم على أن ينزهوا الصدق ويقدموه، ويتنزهوا عن الكذب ويحتقروه، وكذلك الإعلام - الحر - لا يقبل أبداً لجمهوره إلا الصدق، ولا يقدم على شاشاته إلا الصادقين، فبهم يعرف.

(141) الإسراء-81.

(142) أخرجه مسلم في صحيحه، عن أبي هريرة، حديث رقم : 2563.

(143) أخرجه الترمذي في سننه، عن الحسن بن علي رضي الله عنهما، حديث رقم : 2442 .

(144) أخرجه أبو داود في سننه، عن مولى عبد الله بن عامر، حديث رقم: 4991.

وكذلك من أعظم مميزات الإعلام الإسلامي أن يعتذر للجمهور إذا صدر منه خطأ أو غلط في قضية ما، دون أن يحاول التملص من عواقبه؛ لأنه غباء وهوان، وهو فرار من الشّر إلى مثله أو أشد منه، والواجب أن يعترف بما صدر عنه من غلط... فصدقه يمسح هفوته ويزيل غفوته، والشجاعة الإعلامية تتطلب ذلك، ففي الصدق النجاة وإن ظننا غير ذلك.

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "تَحَرَّوْا الصِّدْقَ وَإِنْ رَأَيْتُمْ أَنَّ فِيهِ اِهْلَآكَةً، فَإِنَّ فِيهِ النَّجَاةَ، وَاجْتَنِبُوا الْكُذِبَ وَإِنْ رَأَيْتُمْ أَنَّ فِيهِ النَّجَاةَ، فَإِنَّ فِيهِ اِهْلَآكَةً" (145).

فإذا كان هذا حال الإعلام مع مجتمعه، فإنه وبلا شك يعود على الأمة بكل خير وسعادة وتقدم، ويترجم إلى أعمال صادقة بين الناس في أعمالهم.

ونجاح الأمم يكمن في هذه الأعمال الصادقة التي يقدمها أبناءها لها، فإن كان المجتمع ثروته من الأعمال الصادقة كبيرة سبق سبقاً بعيداً وأصبح له مكان بين الأمم وصوت يسمع، وإلا سقطت في عرض الطريق، وأصبحت في ذيل الأمم والحضارات، تنتظر الفتات من هنا وهناك.

لذلك قال صلى الله عليه وسلم: "عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ، فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ، وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ، حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدْقًا، وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ، فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ، وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ، حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَابًا" (146).

والبر الذي يدعو له الحديث، ويهدي إليه الصدق، هو ما نقصده من الأعمال الصادقة التي تنفع في الدنيا بين الناس، وترفع في درجاتنا في الآخرة عند الله تعالى، وهو قمة الخير الذي لا يصل إليه إلا أولو العزم والعزائم من الرجال، ويكفيها فيه هذه الآية الكريمة:

"لَيْسَ الْبِرُّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ
الْآخِرِ وَالْمَلَآئِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ

145) أخرجه ابن أبي الدنيا، مكارم الأخلاق، عن منصور بن المعتمر مرفوعاً، حديث رقم: 133.

146) أخرجه مسلم في صحيحه، حديث رقم: 2607.

وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُؤْفُونَ
بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ" (147).

"وعليه؛ فإنَّ الإعلام الإسلامي المسلم إنما يُؤثر في الناس بما يحمله من الحق أولاً، وبجسُن أسلوبه وجدّه
وطرافة طرائقه ووسائله ثانياً.

والإعلام الإسلامي إعلام واقعي يُسدّد ويقارب، ويقوم على كليات الشريعة الكبرى في تحقيق
المصالح وتكثيرها، ودفع المفاسد وتقليلها، من غير انحرافٍ عن منهج الأنبياء، ولا تفريط في
الاستقامة والربانيّة.

فهو يسير مع السنن الربانيّة في الدعوة والإعلام، والإصلاح والتغيير، يساير السنن ولا
يعاندها، ويطوي المراحل ولا يتعسفها" (148).

وأخيراً، فإنَّ الإعلام الإسلامي إعلام مسؤول، يتخذ من أمره - صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - : (مَنْ
كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُتَّقِ اللَّهَ فليُتَّقِ خَيْرًا أَوْ لِيَصُمْتُ) (149) منهجاً، ومن خَبَرَهُ - صَلَّى اللهُ
عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - : (كُلُّ الْمُسْلِمِ عَلَى الْمُسْلِمِ حَرَامٌ: دَمُهُ وَمَالُهُ وَعِرْضُهُ) (150) مسلكاً. فشعاره
النُّطق بالكلمة الطيبة، والإعراض عن كلِّ خبيث قال اللهُ - تعالى - محفزاً على القول النافع

(147) البقرة، آية (177) .

(148) محمد يسري إبراهيم، مقدمة في الإعلام الإسلامي (وظيفته وخصائصه)، مضاف على موقع الألوكة

(2011-11-23م)، الرابط تاريخ دخوله 18-8-2019 م:

[/https://www.alukah.net/culture/0/29205](https://www.alukah.net/culture/0/29205)

(149) أخرجه البخاري، سبق تخريجه، ص 89.

(150) أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، حديث أبي هريرة، رقم الحديث: 2564.

والعمل الصالح : "وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ" (151).

3.2.2: علاقة الإسلام بالخبر الكاذب "الإشاعات"

وبما أن الله أقام الدنيا على الحق والصدق، وطلب من الناس أن يبنوا حياتهم وآخرتهم على هذا، وبمقدار ما رفع الصدق ومكانته، بقدر ما شنع من الكذب وحاربه، وطارد الكاذبين، وشدد عليهم النكير.

عن عائشة أم المؤمنين -رضي الله عنها- قالت: "مَا كَانَ خُلُقُ أَبِغَضَ إِلَى رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنَ الْكُذِبِ، وَلَقَدْ كَانَ الرَّجُلُ مِنْ أَصْحَابِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَكْذِبُ عِنْدَهُ الْكُذْبَةَ، فَمَا يَزَالُ فِي نَفْسِهِ حَتَّى يَعْلَمَ أَنْ قَدْ أَحْدَثَ مِنْهَا تَوْبَةً" (152).

ولا عذر أبداً لمن يتخذون الكذب خلقاً، أو صنعة يكتسبون بها، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "يُطْبَعُ الْمُؤْمِنُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ إِلَّا الْخِيَانَةَ وَالْكَذِبَ" (153). وقيل لِرَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: أَيَكُونُ الْمُؤْمِنُ جَبَانًا؟ فَقَالَ: (نَعَمْ)، فَقِيلَ لَهُ: أَيَكُونُ الْمُؤْمِنُ بَخِيلًا؟ فَقَالَ: (نَعَمْ)، فَقِيلَ لَهُ: أَيَكُونُ الْمُؤْمِنُ كَذَّابًا؟ فَقَالَ: لَا (154).

وكلما اتسع نطاق الضرر من أجل كذبة يشيعها أفاك، كان الوزر من الله أعظم، والجريمة أقبح، ولذا فإن الإعلامي الذي ينشر على الملايين خبراً باطلاً لا صحة له أشدّ جريمة وأسوأ عاقبة من الذي يكذب على واحد أو اثنين.

(151) سورة فصلت، آية 33

(152) أخرجه الترمذي في سننه، حديث رقم: 1973.

(153) أخرجه الطبراني في الكبير، حديث رقم: 13815.

(154) أخرجه البيهقي، شعب الأيمان، حديث رقم: (456/6) (4472).

فالهدف الرقابي الشرعي هو مصلحة الإنسان التي لا تتحقق إلا بالصدق الذي كما ذكرنا خلق الله به الحياة في الأرض واستخلف به الإنسان.

"إذا كان الهدف من العملية الإعلامية كلها هو "الإنسان" - أي تسخير الوسائل والأساليب الإعلامية لإيصال فكرة معينة إلى المستقبل، سواء أكان فردًا أو جماعة أو شعبًا، وإقناعه بها، ليحصل المرسل على الاستجابة التي خططها - فإن الهدف من الرسائل السماوية كلها هو "هداية الإنسان" ليحيا على حق، ويكون على بينة، ويعيش في سعادة وأمن في هذه الدنيا، وينجو بنفسه يوم الآخرة؛ أي: إن مقصده تحقيق مصالح العباد، ودرء المفاسد والأضرار عنهم في العاجل والآجل"⁽¹⁵⁵⁾.

لذلك قال النبي صلى الله عليه وسلم: "رأيت الليلة رجلين أتياي قالا الذي رأيت يشق شذقه فكذاب يكذب بالكذبة تحمل عنه حتى تبلغ الآفاق فيصنع به إلى يوم القيامة"⁽¹⁵⁶⁾، والسبب في ذلك ضياع المجتمع كله، والقضاء على القيم والأخلاق في البنية الأساسية للمسلم، وما حادثة الإفك منا ببعيد.

ولعل من أبرز ما شرعه الإسلام ليحد من انتشار الشائعات في المجتمع المسلم التالي:

1- عدم سماع الأخبار الكاذبة، فلا يجوز للمسلم أن يعطي سمعه لكذاب أشر، أو لقنوات اشتهرت بالكذب والتدليس على الناس مهما كان اسم الشخص أو اسم القناة التي تفعل ذلك، لأن هذه الصفة هي صفة اليهود. قال الله تعالى: "سَمَاعُونَ لِلْكَذِبِ أَكْأَلُونَ لِلْسُخْتِ"⁽¹⁵⁷⁾، وما ذلك إلا لخطورة السماع للكذب؛ لأن يؤدي إلا أن يكون واقعاً يصدقه الإنسان، فبني إسرائيل من كثرت سماعتهم للكذب أصبح من الطبيعي أن يتشربوه فيما بينهم.

(155) سمير راضي، الإعلام الإسلامي رسالة وهدف، الناشر رابطة العالم الإسلامي، سلسلة دعوة الحق،

العدد 15/152، (1996)، ص 91 - 99.

(156) أخرجه البخاري في صحيحه، من حديث سمرة بن جندب، حديث رقم: 5745.

(157) المائدة، آية (42).

وما أصدق الحق حين قال عنهم واصفاً هذه الحالة التي هم عليها: "وَأَشْرَبُوا فِي قُلُوبِهِمُ الْعِجْلَ بِكُفْرِهِمْ"⁽¹⁵⁸⁾، فلا يصح للمسلم أن يجلس ولو وقتاً قصيراً لهؤلاء لخطورة ما يفوح منهم.

وقد أخبرنا الحق - جل شأنه - بذلك فقال: "فَلَا تَقْعُدُوا مَعَهُمْ حَتَّى يَخُوضُوا فِي حَدِيثٍ غَيْرِهِ إِنَّكُمْ إِذَا مِثْلُهُمْ"⁽¹⁵⁹⁾.

وصدق "أبو الحسن بن الحرث الهاشمي حين قال:

تحر من الطرق أوسطها وعد عن الموضوع المشتبه

وسمعتك صن عن قبيح الكلام كصون اللسان عن النطق به

فإنك عند استماع القبيح شريك لقاتله فانتبه"⁽¹⁶⁰⁾

وتأتي مهمة رجل الإعلام المسلم لبيان الحقائق الإسلامية، والوصول إلى قلوب الجماهير وعقولها بالحكمة المطلوبة.

2-الظن الحسن بالمسلمين عند سماع شيء عنهم

يجب على المسلم أن يظن بالناس خيراً؛ لأن الأصل في الناس السلامة، والأصل في الناس الخير، والقاعدة الفقهية تقول الأصل في الشيء البراءة، وما أجمل التعبير القرآني في ذلك، حين قال الله - جل وعلا - : "لَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَأَنْفُسِهِمْ خَيْرًا وَقَالُوا هَذَا إِفْكٌ مُّبِينٌ"⁽¹⁶¹⁾.

(158) البقرة، آية (93).

(159) النساء، آية (140).

(160) ديوان الإنشاء، أحمد الهاشمي، دار المعرفة، بيروت، ط 1، (2017)، ص 293.

(161) سورة النور، آية (12).

وقد نزلت الآية في أصح أقوال المفسرين في الصحابي الجليل أبو أيوب خالد بن زيد - رضي الله عنه - وموقفه من حادثة الإفك، "عندما قالت له امرأته أم أيوب: أما تسمع ما يقول الناس في عائشة؟ قال: بلى، وذلك الكذب، أكنت فاعلة ذلك يا أم أيوب؟ قالت: لا والله ما كنت لأفعله، قال: فعائشة والله خير منك" (162).

ومن هذا الموقف نتعلم ليس حسن الظن فحسب، بل والذب عن أعراض المسلمين والتثبت من الخبر وعدم الخوض فيما لا ينبي عليه عمل من قيل وقال، وصدق الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم "كفى بالمرء كذباً أن يحدث بكل ما يسمع" (163).

وهذا المعنى يجسد لنا الأمة الواحدة التي تتألم بألم واحد منها، وتشتكي لشكواه، وتنتفض غيرة لهتك عرض واحد أو واحدة من الأمة، هكذا يجب أن يكون الإعلام معبراً عن أمته، ناطقاً بلسانها، شارحاً لما يدور في داخلها من الألفة والوحدة والتجمع على نفس واحدة.

3- ألا يساعد المسلم في نشر الكذب

فإذا سمعت كذباً فلا تساعد في نشره، ولنحذر أن نفعل فعل المنافقين في حادثة الإفك - وفي حوادث الإفك المستمرة عبر التاريخ - حين لا يباليون عمن ينقلون، أو فيما ينقلونه، بل لقد وصف القرآن حالهم وفضح سريرتهم فقال الحق - سبحانه وتعالى -: "إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ" (164).

(162) تفسير الطبري 248/9.

(163) أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، عن حفص بن عاصم في المقدمة، ج 6، رقم الحديث 4482.

(164) سورة النور، آية (15).

4- الذب عن عرض المسلمين

إذا أئتهك عرضُ المسلم، وأسيء إليه حال غيبته، فيجب على من سمع ذلك أن يرد عنه بالغيب، وأن يذكر محاسن هذا الذي وقع الطعن عليه ذباً عنه ورداً لهذا المغتاب، فإذا فعل ذلك فإن الله تعالى يرد عنه النار يوم القيامة والجزاء من جنس العمل.

فَعَنْ أَبِي الدَّرْدَاءِ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: "مَنْ رَدَّ عَنْ عَرَضِ أَخِيهِ رَدَّ اللهُ عَنْ وَجْهِهِ النَّارَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ"⁽¹⁶⁵⁾، وَعَنْ أَسْمَاءَ بِنْتِ يَزِيدَ رَضِيَ اللهُ عَنْهَا قَالَتْ: قَالَ رَسُولُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "مَنْ ذَبَّ عَنْ لَحْمِ أَخِيهِ فِي الْغَيْبَةِ كَانَ حَقًّا عَلَى اللهِ أَنْ يُعْتِقَهُ مِنَ النَّارِ"⁽¹⁶⁶⁾.

وهكذا فعل حسان بن ثابت مع النبي صلى الله عليه وسلم في واقعة أبي سفيان بن الحارث حين هجاه وتذكرت السيدة عائشة له ذلك في حادثة الإفك حين قال: "هجوت محمداً فأجبت عنه وعند الله في ذاك الجزاء إلى أن قال: فإن أبي ووالده وعرضي لعرض محمد منكم وفاء"⁽¹⁶⁷⁾ ثم عاد يذب عن عرضها في قصيدته التي مطلعها حصان رزان

5- التثبت من الأخبار

ومهمة الإعلام في الإسلام بشكل رئيسي وأساسي التثبت من الأخبار والتحقق من صحتها، والتحري عن مصدرها، حتى تنقل إلى الناس نقية ثابتة راسخة لا ريب فيها.

لذلك خاطب الحق - تعالى - المؤمنين قائلاً: "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ"⁽¹⁶⁸⁾.

(165) أخرجه أحمد في مسنده، حديث رقم: 26930.

(166) أخرجه أحمد في مسنده، حديث رقم: 26998.

(167) أخرجه مسلم في صحيحه، عن أم المؤمنين عائشة، حديث رقم: 2490.

(168) الحجرات، آية (6) .

سبب نزول الآية فيما روى الإمام أحمد عن الحارث بن ضرار الخزاعي أنه قال: (قدمت على رسول الله، فدعاني إلى الإسلام، فدخلت فيه، وأقررت به، ودعاني إلى الزكاة فأقررت بها، وقلت: يا رسول الله، أرجع إلى قومي فأدعوهم إلى الإسلام، وأداء الزكاة، فمن استجاب لي جمعت زكاته، فيُرسل إليَّ رسول الله صلى الله عليه وسلم رسولاً لإبَّان كذا وكذا، ليأتيك ما جمعت من الزكاة... فلما جمع الحارث الزكاة ممن استجاب له، وبلغ زمان الوعد الذي أراد رسول الله أن يبعث إليه، احتبس الرسول فلم يأت، فظن الحارث أن قد حدث فيه سخطة من الله ورسوله، فدعا سراوات قومه، فقال لهم: إن رسول الله كان وقتاً لي وقتاً يرسل إليَّ رسوله ليقبض ما كان عندنا من الزكاة، وليس من رسول الله الخُلْفُ، ولا أرى حبس رسوله إلا من سخطة كانت، فانطلقوا فنأتي رسول الله، وبعث رسول الله (الوليد بن عقبة) إلى الحارث ليقبض ما كان عنده مما جمع من الزكاة، فلما سار الوليد حتى بلغ بعض الطريق، فرق فرجع، فأتى رسول الله فقال: إن الحارث منعني الزكاة وأراد قتلي، فضرب رسول الله البعث إلى الحارث، فأقبل الحارث بأصحابه حتى استقبله البعث وقد فصل عن المدينة، قالوا: هذا الحارث، فلما غشيهم قال: إلى أين؟ قالوا: إليك، قال: ولم؟ قالوا: إن النبي صلى الله عليه وسلم كان بعث إليك (الوليد بن عقبة) فزعم أنك منعت الزكاة وأردت قتله، قال: لا والذي بعث محمداً بالحق ما رأيته، ولا أتاني، فلما دخل الحارث على النبي قال: ((منعت الزكاة وأردت قتل رسولي؟!))، قال: لا والذي بعثك بالحق ما رأيته، ولا أتاني، وما أقبلت إلا حين احتبس عليَّ رسولُ رسولِ الله صلى الله عليه وسلم؛ حَشِيتُ أن تكون كانت سخطة من الله ورسوله؛ فنزلت الآية: "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا... " (169) (170). لقد عالج الإسلام قضية الإشاعة عن طريق ثلاث نقاط:

أ- التثبت كما في الآية السابقة. ب - تفسيق ناقل الإشاعة. ج - الدعوة للتفكر في عواقب الإشاعة.

(169) الحجرات، نفس الآية السابقة.

(170) أخرجه أحمد في مسنده، رقم الحديث: 18486 حديث صحيح.

6- إرجاع الأمر لأهل الاختصاص

أ- إرجاع الأمر لأهل الاختصاص:

يقول الله تعالى: "وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدَاعُوا بِهِ ۖ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَىٰ أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ ۗ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا" (171).

قال الشيخ السعدي: "هذا تأديب من الله لعباده عن فعلهم غير اللائق، وأنه ينبغي لهم إذا جاءهم أمر من الأمور المهمة والمصالح العامة؛ ما يتعلق بسرور المؤمنين أو الخوف الذي فيه مصيبة عليهم، أن يتثبتوا ولا يستعجلوا بإشاعة ذلك الخبر، بل يردونه إلى الرسول وإلى أولي الأمر منهم؛ أهل الرأي والعلم والعقل الذين يعرفون المصالح وضدها.

فإن رأوا في إذاعته مصلحة ونشاطاً للمؤمنين وسروراً لهم وتحزناً من أعدائهم فعلوا ذلك" (172).

وأيضاً قول الله تعالى: "وَمَا أَرْسَلْنَا مِن قَبْلِكَ إِلَّا رِجَالًا نُّوحِي إِلَيْهِمْ ۖ فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ" (173).

ومن هنا تأتي مهمة رجل الإعلام المسلم لبيان الحقائق الإسلامية، والوصول إلى قلوب الجماهير وعقولها بالحكمة المطلوبة. وتقوم أهداف الإعلام الإسلامي في العصر الحديث على أسس كثيرة، نذكر منها:

(171) سورة النساء، آية (83).

(172) عبدالرحمن السعدي، تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، دار السلام للنشر والتوزيع،

السعودية، ط2، (2002م)، ص 206.

(173) سورة النحل، آية (43).

ومن هنا نعود في ختام هذا الفصل إلى علاقة الإعلام بالأزمات لنجد أن وراء كل أزمة أخبار وأحداث وأقاويل تنقل في صورة أخبار صحيحة أو شائعات، فالرأي العام في عصرنا كما أوردنا في المبحث الأول يتأثر بالإعلام والأزمات الاقتصادية جزء من اهتمامات الرأي العام، كما ناقشنا علاقة الإسلام بالخبر والإعلام وكيف تناول الأزمات والشائعات، لنسرد في ختام هذا الفصل أبرز ما يجب أن يتحلى به الإعلامي المسلم في رسالته، ومنها:

- تجديد الدعوة إلى التوحيد، وهذه الدعوة لا تعني أن التوحيد غير موجود، بل هو تذكير مستمر ينبغي أن يركز عليه الإعلامي دائماً في رسالته بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فالإيمان هو ما يميز المسلم عن غيره الإعلامي رسول ينقل ويبلغ ما لديه من علم ومعلومات.

- دعوة المسلمين بعضهم بعضاً إلى الخير. قال الله تعالى: "وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ"⁽¹⁷⁴⁾. ومعنى هذه الدعوة هو إرجاع المسلمين إلى جوهر الإسلام وتشريعه الحكيم وتعميق ذلك في نفوسهم.

- دعوة غير المسلمين إلى الحق وحب الخير لهم والعمل لصالح الإنسانية.

- تحريك الإيمان في نفوس المخاطبين والمجتمع الإسلامي، وإثارة الشعور الديني، وإكمال الوعي وتنميته وتربيته دون عصبية ولا جهل ولا تحريض.

- صيانة الحقائق الدينية والمفاهيم الإسلامية من التحريف وإخضاعها للتصورات العصرية الغربية، أو المصطلحات السياسية والاقتصادية، مثل الربا المسمى فائدة، فهذه المصطلحات التي نشأت في أجواء خاصة وبيئات مختلفة ولها خلفيات وعوامل وتاريخ، وهي خاضعة دائماً للتطور والتغيير؛ يجب مراجعتها قبل اعتمادها، فيجب أن نغار على هذا الحقائق الدينية والمصطلحات الإسلامية غيرتنا على المقدّسات وعلى الأعراض والكرامات، بل أكثر منها وأشد؛ لأنها حصون الإسلام المنيع وحماه وشعائره.

(174) سورة العصر، آية (3).

- تحرير العقيدة مما قد يداخلها من أباطيل الخصوم وافتراءاتهم، ومهمة رجل الإعلام الإسلامي التصدي لهذه الافتراءات.. ولا بد من أن يكون متفهمًا للقيم الإسلامية حتى يستطيع نشرها، كما أنه لا بد من دراسة هذه الافتراءات دراسة جيدة، وإن لم يكن رجل الإعلام الإسلامي مسلحًا بهذا العلم فلربما انجرف مع التيار المنحرف والمضلل⁽¹⁷⁵⁾.



(175) سمير راضي، الإعلام الإسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 94-105 بتصرف.

الفصل الرابع:

علاقة الإعلام المرئي في مصر بالاقتصاد وتوجيه الرأي العام

تمهيد:

يعتبر هذا الفصل عمود البيت في هذه الرسالة، فبعد فصلين من البحث النظري عن الإعلام المرئي والاقتصاد القومي وعلاقة الرأي العام بالإعلام وعلاقتها بالاقتصاد القومي، كما عرضنا لمقارنة بين الاقتصاد في الأنظمة الوضعية والاقتصاد في الإسلام وتشريعاته وما تميز به من ربانية وحكمة وسلامة تنفع الناس ولا تضر بحياتهم، وتعريجاً على تعاليم الإسلام التي فرضها على الإعلام من صدق الخبر ومهنية الطرح ومسؤولية الناشر وسلامة المتلقي؛ فإن هذا الفصل ينقل الرسالة إلى الشق العملي لقياس الرأي العام ورصد وتحليل المشهد الإعلامي المصري كنموذج للتدليل على العلاقة بين الإعلام المرئي الذي هو إحدى أدوات التلقي في مصر وبين اقتصاد دولة كبيرة في العالم العربي عاشت بإعلامها واقتصادها وشعبها مرحلة خطيرة من الأحداث السياسية والاقتصادية قبيل وأثناء البحث، ومن المعلوم أن الرأي العام يتأثر بالخبر الصادق والكاذب وقد يصدق الشائعات، لكنه مع الوقت لا ينخدع فتتكشف له الحقيقة مما يدفعه إلى فقد الثقة ببعض الوسائل التي عملت على تضليله لفترة ما.

في هذا الفصل سنتناول أربع قضايا وأحداث اقتصادية مرت بها جمهورية مصر العربية خلال الفترة (2015 إلى 2018)، ونتناول نماذج للإعلام المؤيد والمعارض للسلطة حول هذه القضايا والأحداث، ثم نقدم تحليلاً للخطاب الإعلامي على القضية الاقتصادية موضع التناول ونذكر ما نقل عنها في دراسات سابقة إن وجدت، حيث إن الفترة زمن الدراسة قريبة وحالية، فالدراسات فيها قليلة أو نادرة إن لم تكن غير موجودة.. وأخيراً نعرض لاستبيان جماهيري لعينة عشوائية في المجتمع المصري أعددنا أسئلته حول القضايا والأحداث الاقتصادية الأربعة موضوع البحث. وختمنا بعرض نتيجة الاستبيان وقمنا بتحليل النتائج بعد كل قضية أو حدث تناولناه ووقفنا عن تقدير الموقف والرأي العام الذي تم قياسه بعد فترة من الحدث

وبعدما اتضحت الكثير من المعلومات حول المشروعات والقضايا والأحداث الاقتصادية التي تناولناها.

ليكون هذا الفصل نموذجاً عملياً للمشهد الإعلامي المصري بعدما شهده العالم العربي عامة والمجتمع المصري خاصة من واقع مؤلم، وتراجع مستمر ومتواصل في كل شيء، ينعكس بالطبع على كل وسائل الإعلام العربي، وخطابها الإعلامي الذي لا يصعب خروجه عن دائرة التملق والمدح والإطراء.

في حين أن الواقع العربي يخيب الآمال، ويلفه التردّي، وتعصف به الأمواج من كل حذب وصوب، ولا شيء على أرض الواقع يدلل ويؤكد صحة الخطاب الإعلامي الهزيل التقليدي، المضطجع والمتردد والخائف والمرتبك والحائر، حيث الأكاذيب المكشوفة، والانتصارات المزعومة.

لقد بات الخطاب الإعلامي المصري بعيداً عن واقع الناس في مصر، وآلامها وطموحاتها وقضاياها، خطاب تنقصه الموضوعية، والمهنية، منشغل بالمناكفات والكيد، والكرهية الصارخة، وشيطة المعارض.

خطاب إعلامي متصارع يستعمل لأغراض وأهداف ضيقة، تحريضي تعبوي، معادٍ ومضاد للآخر، من حيث الرسالة والتأثير، ويغلب المصالح الخاصة، والشخصية الضيقة لأفراد السلطة، ورجال الأعمال المستفيدين من الأزمات، على العوامل المهنية والموضوعية. وأصبح معلوماً لدى الجميع وليس بسر بسط الأجهزة الأمنية والسيادية في الدولة سيطرتها وإحكام قبضتها على وسائل الإعلام الخاصة وتأميمها إما بالشراء المباشر لتلك الشركات وتوجيه منصاتهما بما يريد النظام أو بالسيطرة الأمنية على ملاك هذه المؤسسات من رجال الأعمال بالاتفاق أو التهديد أو لغة المصالح.

وقد بات إعلاماً يفتقد لقادة الرأي وأصحاب الفكر، ولم يعد قادراً على صناعة وصياغة رسالة وخطاب متزن، ينهض بأفراد المجتمع المصري، ويدافع عن قضاياهم ومصيرهم، ويشرح ويوضح للعالم ما يعانیه الأفراد من ظلم وجور.

أصبح الخطاب الإعلامي المصري غارقاً في اللهو، والطرب والمجون والكذب والتدليس

والتمليس، خطاب محبط للمتلقين والمتابعين ويعمق مشاعر اليأس لديهم، ولا شيء يلوح في الأفق القريب يوحي بأن هناك من منقذ أو جهة تعمل على تدارك وانتشال الخطاب الإعلامي من غفلته ونومه وسباته العميق، ولا شيء يوحي بأن القادم أفضل.

وعلى سبيل المثال أحد البرامج التي يتم متابعتها في مصر برنامج (على مسؤوليتي) الذي يُقدم على قناة (صدى البلد) لصاحبها رجل الأعمال المعروف محمد أبو العينين تبث على النيل سات ومقرها مدينة الإنتاج الإعلامي مصر، ويسافر مقدم البرنامج دائماً على متن طائرة رأس السلطة عبد الفتاح السيسي ليتحدث مقدم البرنامج (أحمد موسى) على أن المعارض ليست لديه مشكلة في التحالف مع الشيطان من أجل الوصول للسلطة، في إطار منظومة الشيطنة التي استقرت لدى الخطاب الإعلامي المصري المسيطر عليه من قبل السلطة في هذه المرحلة⁽¹⁷⁶⁾. ولما كان الواقع بهذه الكيفية فقد أفردنا هذا الفصل وخصناه لدراسة الأحداث الاقتصادية على النحو التالي:

4.1: الخطاب الإعلامي المصري بعد تعويم "الجنيه المصري" سنة ٢٠١٦م وأثره في الرأي العام.

4.2: الخطاب الإعلامي المصري بعد الموافقة من صندوق النقد الدولي وقرارات رفع الدعم.

4.3: الخطاب الإعلامي المصري بعد إعلان الاستثمار في مشروع "قناة السويس الجديدة".

4.4: الخطاب الإعلامي المصري حول المؤتمر الاقتصادي الأول في "شرم الشيخ"⁽¹⁷⁷⁾.

(176) انظر الحلقة على هذا الرابط:

<https://www.youtube.com/watch?v=pze7RXKRxdA>

(177) شرم الشيخ هي مدينة سياحية مصرية، تقع عند ملتقى خليجي العقبة والسويس على ساحل البحر الأحمر، تبلغ مساحتها 480 كم، ويصل عدد سكانها إلى 35 ألفاً، وتعد أكبر مدن محافظة جنوب سيناء.

4.1: الخطاب الإعلامي المصري بعد تعويم الجنيه سنة ٢٠١٦م وأثره في الرأي العام

4.1.1: التعويم وتاريخه في الدولة المصرية

يعرف التعويم للعملة بأنه عملية تحرير سعر صرف العملة بالكامل، بحيث لا تتدخل الحكومة أو المصرف المركزي في تحديد سعر الصرف، ليحدد العرض والطلب على العملة سعر الصرف مقابل العملات الأجنبية، وتحديدًا الدولار.

أنواع التعويم للعملة:

النوع الأول للتعويم:

ما يعرف بـ "التعويم الحر"، أي ترك سعر صرف العملة يتغير ويتحدد بحرية مع الزمن بحسب قوى السوق، ويقتصر تدخل السلطات النقدية - البنك المركزي - على التأثير في سرعة تغير سعر الصرف، وليس الحد من ذلك التغير⁽¹⁷⁸⁾.

ويتم الاعتماد على هذا النوع من التعويم في الدول الرأسمالية الصناعية المتقدمة، مثل الدولار الأمريكي و"الجنيه الاسترليني"⁽¹⁷⁹⁾، والفرنك السويسري⁽¹⁸⁰⁾، لكن لا يكون مجدياً أو يمكن الاعتماد عليه في الحالة المصرية التي يعاني اقتصادها العديد من الأزمات، ولم تتحول بعد إلى دولة منتجة ترتفع صادراتها عن وارداتها.

(178) ماذا يعني تحرير سعر صرف الجنيه المصري؟ مقال تعريفى لموقع قناة العربية، القسم الاقتصادي،

بتاريخ (3-10-2016)، تاريخ الدخول 18-8-2019، الرابط:

<https://www.alarabiya.net/pdfServlet/pdf/3154231f-77a4-4e9b-91a7-b7985921671f>

(179) الجنيه الاسترليني بالإنجليزية "Pound Sterling" هي العملة المتداولة في المملكة

المتحدة وتوابعها. يعتبر الاسترليني ثالث أكبر احتياطي العملة في العالم بعد الدولار الأمريكي واليورو، وهو رابع عملة الأكثر تداولاً في سوق الصرف الأجنبي المسمى فوركس بعد الدولار الأمريكي واليورو، والين الياباني.

(180) الفرنك علامته (Fr أو SFr)، وهو العملة القانونية في سويسرا، وأيضاً في مكتنف كامبيوني

ديتاليا الإيطالي.

النوع الثاني من التعويم:

هو "التعويم المدار"، ويقصد به ترك سعر الصرف يتحدد وفقاً للعرض والطلب مع تدخل البنك المركزي كلما دعت الحاجة إلى تعديل هذا السعر مقابل بقية العملات⁽¹⁸¹⁾، وذلك استجابة لمجموعة من المؤشرات مثل مقدار الفجوة بين العرض والطلب في سوق الصرف، ومستويات أسعار الصرف الفورية والآجلة، والتطورات في أسواق سعر الصرف الموازية.

ويعنى ذلك أنه إذا ما زاد الطلب على الدولار في سوق النقد الأجنبي، فإن معدل سعر صرف الدولار يميل نحو الارتفاع، وإذا ما انخفض الطلب عليه فإن معدل سعر صرفه يميل نحو الانخفاض، معنى ذلك أن معدل سعر صرف الدولار سوف يخضع لموجات الطلب والعرض.

ولذلك أطلق على هذا النظام تعويم العملة، أي ترك قيمة العملة عائمة ترتفع وتنخفض مع موجات الطلب والعرض، والحكومة هي الجهة التي تقوم بتحديد سعر صرف الجنيه أمام العملات الأجنبية، أو ما يمكن تسميته بسعر الجنيه المصري، للحفاظ على توازن الاقتصاد.

التعويم في الدولة المصرية:

لم تكن مصر الدولة الوحيدة التي تقوم بعملية التعويم، بل لقد قامت عدة دول بتحرير عملتها، مثل (إندونيسيا - كوريا - مجلس الإشراف على العملة Board Currency في هونج كونج - البرازيل - روسيا - إكوادور - تايلاند). وكان أول تعويم حقيقي للجنيه المصري⁽¹⁸²⁾ قام به الرئيس الراحل محمد أنور السادات⁽¹⁸³⁾، عندما سمح بعودة البطاقات

(181) ماذا يعني تحرير سعر صرف الجنيه المصري؟ مرجع سابق.

(182) الجنيه المصري هو الوحدة الأساسية الحالية للعملة في مصر، وينقسم الجنيه إلى 100 قرش أو

1000 مليم صادرة عن البنك المركزي المصري، ويستخدم رمز الآيزو 4217، للإشارة إلى الجنيه المصري بالأحرف EGP، ولقد تم إقرار إصدار الجنيه المصري عام 1834م، وتم صكه وتداوله عام 1836م.

(183) محمد أنور محمد السادات (25 ديسمبر 1918م - 6 أكتوبر 1981م)، هو ثالث رئيس عسكري

لجمهورية مصر العربية حَكَم مصر بعد أحداث 1952م في الفترة الممتدة ما بين 28

سبتمبر 1970م إلى 6 أكتوبر 1981م وقتل من قبل أفراد بالجيش خلال احتفالات حرب أكتوبر بعد

توقيع اتفاقية السلام المصرية الإسرائيلية.

الاستيرادية للقطاع الخاص، وبدء حقبة الاقتراض من الغرب، التي تحولت بعد ذلك لما يسمى بـ "ديون نادي باريس"⁽¹⁸⁴⁾.

لكن مع عدم قدرة السادات على تحرير الموازنة العامة "سنة 1977"، وعدم استمرار تدفق استثمارات الخليج والضعف الاقتصادي العام في الثمانينيات حدثت أزمات الدولار مرة أخرى، وتحرك الدولار رسمياً من 1.25 جنيه إلى نحو 2.5، ما أدى لإفلاس كثيرين، حيث كان القطاع الخاص المصري يقترض بالدولار من البنوك ويعمل بالجنيه.

في حقبة الرئيس المخلوع حسني مبارك⁽¹⁸⁵⁾ وفي 29 يناير 2003م، أعلن رئيس الوزراء آنذاك الدكتور عاطف عبيد⁽¹⁸⁶⁾، مما أدى إلى ارتفاع سعر الدولار بنسبة اقتربت من 50%، بالإضافة إلى ارتفاع سعر صرف الدولار مقابل الجنيه من 3.70 جنيه إلى 5.35 جنيه.

في عهد الرئيس الراحل محمد مرسي⁽¹⁸⁷⁾ رحمه الله رفض توصيات صندوق النقد الدولي بتعويم

(184) نادي باريس (بالفرنسية: Club de Paris) هو مجموعة غير رسمية مكونة من مسؤولين ماليين ممولين من 19 دولة تعد من أكبر الاقتصادات في العالم، تأسست سنة 1956م، وانضمت لهم مؤخراً (24 يونيو عام 2014) إسرائيل لتصبح المجموعة مكونة من 20 دولة، وهي مجموعة تقدم خدمات مالية مثل إعادة جدولة الديون للدول المديونة بدلاً من إعلان إفلاسها أو تخفيف عبء الديون بتخفيض الفائدة عليها، وإلغاء الديون بين الدول المثقلة بالديون ودائتيها.

(185) محمد حسني السيد مبارك وشهرته حسني مبارك (ولد في 4 مايو 1928، كفر المصيلحة، المنوفية) قاد القوات الجوية المصرية أثناء حرب أكتوبر 1973. هو الرئيس العسكري الرابع لجمهورية مصر العربية من 14 أكتوبر 1981 خلفاً للسادات، وحتى 11 فبراير 2011 بعد تنحيه تحت ضغوط شعبية من ثورة 25 يناير.

(186) عاطف محمد عبيد، من مواليد 14 أبريل 1932 م، كان رئيساً لوزراء مصر من أكتوبر، 1999 إلى يوليو 2004 ونائباً بمجلس الشورى المصري.

(187) محمد محمد مرسي عيسى العياط شهرته الدكتور محمد مرسي (20 أغسطس 1951م - 17 يونيو 2019) رئيس جمهورية مصر العربية المنتخب، أستاذ جامعي وبروفيسور في الهندسة حاصل على الدكتوراه من الولايات المتحدة الأمريكية، رئيس المكتب السياسي لجماعة الإخوان المسلمين وأول رئيس مدني منتخب في مصر بعد ثورة يناير، كان رئيساً لحزب الحرية والعدالة وعضواً في البرلمان المصري إبان حكم مبارك، حكم مصر لعام واحد وأزيح عن السلطة بانقلاب عسكري في 3 من يوليو عام 2013م ليتسلم السلطة بعده وزير دفاعه الذي قاد الانقلاب عليه، توفي في فترة اعتقاله وسط شبهات تتحدث عن قتله من قبل السلطة العسكرية التي حكمت البلاد.

الجنيه بالطريقة التي تكبل المواطن أعباء إضافية⁽¹⁸⁸⁾.

وفي 3 نوفمبر عام 2016م أعلن البنك المركزي المصري يوم الخميس، تعويم الجنيه المصري، وترك حرية تسعييره للمصارف بهدف القضاء على السوق السوداء، التي انتعشت في البلاد منذ عدة شهور نتيجة الضغوط على الدولار.

ومع هذا القرار عمل الإعلام المصري بشقيه الداخلي والخارجي على تناول القرار بين مؤيد ومعارض، وانقسم الإعلام إلى إعلام الداخل الذي أتمته السلطة في مصر وإعلام الخارج المعارض للنظام، وقد شهدت مرحلة التعويم شهراً من التخبط والنقلة المختلفة في السعر دفعت الاقتصاد المصري للتخبط.

يوضح الشكل التالي أسعار صرف الدولار مقابل الجنيه المصري من تاريخ: 1-11-2019 إلى 29-11-2019م.

مرفق صورة من الجدول من الموقع الرسمي⁽¹⁸⁹⁾.

(188) لماذا رفض الرئيس مرسي عرض صندوق النقد الدولي؟ المهندس يحيى حامد وزير الاستثمار في عهد الرئيس مرسي في مقال نشره بتاريخ 29 يوليو 2018، على صفحته على الفيس بوك، يكشف كواليس تنشر لأول مرة حول قرض صندوق النقد الدولي الذي لم يتم في عهد الرئيس مرسي، الرابط بتاريخ الدخول 2019-8-18 م

<https://www.facebook.com/Yeh.Hamed/posts/887558001442273>.

(189) البنك المركزي المصري من تاريخ 1-11-2019 إلى 29-11-2019.



أسعار الصرف

بيع	شراء	العملة	التاريخ
18.1206	17.7609	دولار أمريكي	29/11/2016
17.9391	17.5571	دولار أمريكي	28/11/2016
17.8969	17.4854	دولار أمريكي	27/11/2016
17.8134	17.3766	دولار أمريكي	24/11/2016
17.7807	17.3053	دولار أمريكي	23/11/2016
17.8221	17.2904	دولار أمريكي	22/11/2016
17.8930	17.3564	دولار أمريكي	21/11/2016
17.6697	17.1403	دولار أمريكي	20/11/2016
16.2166	15.6137	دولار أمريكي	17/11/2016
15.9229	15.2697	دولار أمريكي	16/11/2016
15.8857	15.1786	دولار أمريكي	15/11/2016
15.9486	15.1343	دولار أمريكي	14/11/2016
16.1346	15.3260	دولار أمريكي	13/11/2016
17.0863	16.3540	دولار أمريكي	10/11/2016
17.6957	17.0100	دولار أمريكي	09/11/2016
17.9723	17.5837	دولار أمريكي	08/11/2016
17.2329	16.3929	دولار أمريكي	07/11/2016
16.3159	15.7297	دولار أمريكي	06/11/2016
14.2757	13.5277	دولار أمريكي	03/11/2016
8.8800	8.8583	دولار أمريكي	02/11/2016
8.8800	8.8583	دولار أمريكي	01/11/2016

4.1.2: الخطاب الإعلامي بعد قرار التعويم للجنيه المصري

الفريق الأول:

انتصر لرواية الدولة وذهب مباشرة يتحدث عن إيجابيات التعويم، وكيف أنه ألحق الضرر الكبير بالمعارضين - الإرهابيين - على حسب قولهم، وهنا سيحدد الباحث المعايير التي قام باختيار العينة من القنوات التي تناولت الموضوع على أساسها:

أ- اختيار القنوات العامة والمتنوعة لا الرسمية ولا المتخصصة، حيث إن القنوات الرسمية للدولة من الطبيعي أنها ستكون منحازة لموقف الدولة لأنها الناطقة باسمها والمدارة من قبل الحكومة. والمعلوم أن القنوات الرسمية في مصر ليست هيئة مستقلة كما في بريطانيا مثلاً، فهئة الإذاعة البريطانية BBC هيئة مستقلة تتبع الدولة لكنها منفصلة التمويل والرقابة⁽¹⁹⁰⁾. وكان اختيارنا للقنوات موضع الدراسة بحيث لا تحسب كإعلام رسمي ولكن تصنف كونها قنوات قريبة سمح لها بالث بعد انقلاب 3 من يوليو 2013، فقد صادرت السلطة بعد قراءة وزير الدفاع بيان الانقلاب على الرئيس محمد مرسي كافة القنوات الخارجة عن سيطرته واعتقلت عدداً من الإعلاميين في مدينة الإنتاج الإعلامي وأغلقت عدداً آخر من المكاتب الأجنبية⁽¹⁹¹⁾، لتحكم سيطرتها على جميع وسائل الإعلام.

(190) هيئة الإذاعة البريطانية (بالإنجليزية: British Broadcasting Corporation) هيئة

إعلامية مستقلة مقرها المملكة المتحدة، تأسست عام 1922، وكانت قد تأسست على يد مجموعة من

الشركات الخاصة عام 1923، انظر التعريف على موقعها الرسمي: www.bbc.com

(191) انقلاب 3 يوليو، مقال موثق بالمصادر على موقع التدوين الدولي ويكيبيديا الرابط:

https://ar.m.wikipedia.org/wiki/انقلاب_2013_في_مصر

آخر دخول (19-8-2019)، انظر أيضاً موقع جريدة الوفد بعنوان: الأمن يقتحم قناة الجزيرة مباشر

مصر، 3 يوليو 2013م، الرابط: <https://m.alwafd.news/أخبار-وتقارير/13->

الشارع%20السياسي/507840-الأمن-يقتحم-قناة-الجزيرة-مباشر-مصر تاريخ الدخول (19-8-

2019)، انظر أيضاً المرصد العربي لحرية الإعلام التقرير السنوي لسنة 2014 م (30-ديسمبر 2014)

التقرير المفصل على الموقع غير مرقم الصفحات، انظر أيضاً موقع المرصد بنفس التاريخ الدخول

(19-8-2019)، <http://ikshef.com>، التقرير-نصف-السنوي-لحرية-الاعلام-في-مصر/

ب-اختيار البرامج وفق شريحتين: الشريحة النخبوية والشريحة الشعبية، واخترنا البرامج الرئيسية (توك شو) اليومية والتي تزداد في وقت الذروة للمشاهدة المسائية، وهي البرامج الرئيسية في القناة التي وقع عليها الاختيار وتم اختيار المذيعين ذي الخبرة الزمنية الكبيرة التي تخطت 10 سنوات في تقديم البرامج ليكون الاختيار مبنياً على القنوات الخاصة المتنوعة والبرامج التوك شو اليومية لإعلاميين تخطت خبرتهم في تقديم هذا النوع من البرامج 10 سنوات على الأقل.

1- قناة Sada Elbalad صدى البلد⁽¹⁹²⁾

الإعلامي أحمد موسى حين قال في برنامجه الشهير "على مسؤوليتي" متحدثاً عن تعويم الجنيه وما أنتجه هذا التعويم على المعارضين - جماعة الإخوان -، بدلاً من الحديث عما يمكن استفاده المواطن من عملية التعويم، وكيف يقوم المواطن المصري بالتعامل مع الوضع؟ وما هي الخطوات الترشيدية التي يمكن على المواطن فعلها؟ بدلاً من كل ذلك قال بحدوء مدوّ: "جماعة الإخوان الإرهابية خسرت من 15 إلى 18 مليار جنيه"⁽¹⁹³⁾.

2- قناة ON Ent الفضائية⁽¹⁹⁴⁾

حيث قدم الإعلامي عمرو أديب الحلقة عن تعويم الجنيه مقابل الدولار في برنامجه الشهير "كل يوم"، باستضافة د. هشام إبراهيم - أستاذ التمويل والاستثمار في جامعة القاهرة -، وظل الحديث في الحلقة على أن عملية التعويم ستجعل الاقتصاد المصري أقوى بكثير، كما تناول إيجابيات التعويم، دون ذكر السلبيات لعملية التعويم، والواقع المصري من كل جوانبه السياسية والأمنية والاجتماعية، ومدى حدوث الأثر المرجو من عملية التعويم⁽¹⁹⁵⁾.

(192) سبق التعريف بها وبمالكها ص 105.

(193) انظر رابط الحلقة من هذا الرابط، تم نشره في 2016/11/03 الدخول 2019-8-18م

<https://www.youtube.com/watch?v=Cb1F14NNsnA>

(194) أون إي (بالإنجليزية: ON Ent) قناة منوعة ترفيهية فضائية مصرية خاصة. كان يملكها رجل الأعمال التونسي طارق بن عمار والمصري نجيب ساويرس وكان كل منهما يملك نسبة أسهم معينة في القناة حتى مايو 2016، حيث استحوذ عليها أحمد أبو هشيمة عن طريق شركته إعلام المصريين. بدأت البث الفضائي على النايل سات في 6 أكتوبر 2008 باسم أون تي في.

(195) قناة ON Ent الفضائية، تاريخ الدخول 2019-8-18 رابط جزء من الحلقة تم نشره في 4-

<https://www.youtube.com/watch?v=jKp6nRJCjWs> 2016-10

الفريق الثاني:

يرى أن تعويم الجنيه جاء على حساب الفقراء والطبقة المتوسطة ولن ينتج أهدافه بل ستحل البنوك محل السوق الموازية، وكذلك يشير هذا الفريق إلى أن العمود الفقري للتنمية هو الإنسان ذو القدرات الإنتاجية العالية، علماً ومهارة وسلوكاً، فهو الذي يحول الأموال إلى قدرات إنتاجية، لذا فبدون الحرية لا تقدم⁽¹⁹⁶⁾.

وعند النظر لتعويم الجنيه في إطار وضع مصر الاقتصادي، وعوائده على العجز العام، نجد أن الدين العام في تزايد مستمر، حيث بلغ الدين العام 3160,9 مليار جنيه في نهاية يونيو لعام 2017م، مقابل 2620,7 مليار جنيه في نهاية يونيو لعام 2016م، مسجلاً زيادة قدرها 540,2 مليار جنيه، بمعدل 20,6% خلال السنة المالية 2017/2016⁽¹⁹⁷⁾.

وقد قمنا باختيار القنوات والبرامج وفق معايير الآتية:

- أ- قنوات دولية مستقلة أو دولية معارضة.
 - ب- قنوات مصرية معارضة تبث من الخارج.
 - ج- اختيار البرامج الرئيسة والتي تناولت الحدث الاقتصادي دولياً.
- وللأمثلة على ذلك:

(196) أحمد ذكر الله، مآلات تعويم الجنيه وإجراءات الإصلاح الاقتصادي، تقرير اقتصادي، 12 نوفمبر 2016م، المعهد المصري للدراسات، انظر الرابط: <https://eipss-eg.org/مآلات-تعويم-الجنيه-> وإجراءات-الإصلاح-الاقتصادي/ تاريخ الدخول السابق.

(197) التقرير السنوي للبنك المركزي، عام 2017/2016، ص 25، الرابط بتاريخ الدخول السابق. <https://www.cbe.org.eg/ar/EconomicResearch/Publications/Pages/AnnualReport.asp>

1- Al Jazeera Arabic قناة الجزيرة (198):

في برنامج "الاقتصاد والناس" قدم الإعلامي نديم الملاح تقريراً عن كيف انعكس تعويم الجنيه على حياة المصريين والقطاعات الاقتصادية، وكيف أن الحكومة المصرية لجأت لأسهل الحلول في علاج الأزمة الاقتصادية التي تمر بها جمهورية مصر العربية.

وأيضاً يبيّن هذا التقرير أن عملية التعويم أقبلت عليها الحكومة المصرية بعد تراجع كل الموارد الدولار في البلاد، حيث تقول الإحصائيات:

1- عائدات السياحة في عام 2016م 3.8 مليار دولار، بدلاً من 11 مليار دولار لعام 2011م.

2- عائدات الاستثمارات الأجنبية لعام 2016 بلغت 5 مليارات دولار، بدلاً من 13 مليار دولار لعام 2010م.

3- تراجع عائدات قناة السويس لـ 3.7% في عام 2016م من العام 2015م، حيث بلغت 4.2 مليار دولار.

4- عائدات التحويل للمغتربين تم تراجعها في عام 2016م بنسبة 35.4%، بحيث بلغت 12.4 مليار دولار، بدلاً من 19.2 مليار دولار لعام 2013م.

5- تراجع الاحتياط النقدي الأجنبي لعام 2016م بحيث بلغ 16 مليار دولار، بدلاً من 36 مليار دولار لعام 2011م.

كما استضاف الإعلامي نديم الملاح، الخبير الاقتصادي مصطفى عبد السلام، الذي أكد أن الحكومة المصرية لجأت للحل الأسهل للأزمة الاقتصادية مع أنها تعلم بأضرارها البالغة؛ لأن

(198) قناة الجزيرة هي قناة تلفزيونية إخبارية تابعة لشبكة الجزيرة الإعلامية، تأسست في 1 نوفمبر 1996،

ويقع مقرها في العاصمة القطرية الدوحة. في البداية بدأت بوصفها قناة فضائية للأنباء العربية والشؤون الجارية ومنذ ذلك الحين مع نفس الاسم "الجزيرة"، توسعت القناة لتصبح شبكة إعلامية دولية بعدد من المنافذ، منها شبكة الإنترنت وقنوات تلفزيونية متخصصة في لغات متعددة في عدة مناطق من العالم. انظر تعريف القناة لنفسها على موقعها: [/https://www.aljazeera.net](https://www.aljazeera.net)

مصر دولة مستوردة بالدرجة الأولى، تقول التقارير إن واردات مصر تقدر بنحو 70 مليار دولار، مقابل صادرات بنحو 20 مليار دولار.

كما أكد الخبير الاقتصادي مصطفى عبد السلام، أن الحكومة المصرية قامت بهذه الخطوة استجابة للضغوط عليها من قبل المضاربين، وكذلك ضغوط صندوق النقد الدولي، لإعطاء مصر 12 مليار دولار، بدلاً من القيام بعملية ترشيد القطاع السياحي، وتفعيل وتنشيط قطاع الصادرات.

كما أوضح أيضاً أن الجنيه المصري فقد قيمته بنسبة 185% في عام 2016م، مما جعله أكثر العملات انخفاضاً على مستوى العالم.

كما قال أيضاً: "إن جميع الأسعار سجلت ارتفاعاً مع تعويم الجنيه المصري"⁽¹⁹⁹⁾.

2- Mekameleen TV قناة مكملين الفضائية⁽²⁰⁰⁾:

حيث استضاف الإعلامي محمد ناصر الإعلامي بقناة مكملين الدكتور أشرف دابة الخبير الاقتصادي، وأوضح الدكتور أشرف كيف أن هذا التعويم سيتسبب في كارثة اقتصادية على المواطن، وسيتم ارتفاع الأسعار، لأن مصر دولة مستوردة بالدرجة الأولى في الوقت الحالي، مما يجعل كل الحركات الاقتصادية تتأثر بالتعويم، وأيضاً تحدث عن أثر التعويم على الدين العام للدولة والموازنة وكيف سيضعف من الدين العام⁽²⁰¹⁾.

(199) Al Jazeera Arabic قناة الجزيرة، رابط الحلقة بتاريخ 2017-1-14

. https://www.youtube.com/watch?v=06-u1nt33_A

(200) قناة مكملين قناة فضائية مصرية تبث من خارج مصر، على النايل سات، أخذت الشهرة من مساهمتها في نشر التسريبات الخاصة بقيادة انقلاب 2013 في مصر وتعلن أنها ضد حكم عبد الفتاح السيسي لمصر، مديرها التنفيذي أحمد الشنايف.

(201) Mekameleen TV قناة مكملين الفضائية، رابط 2016-3-14، تاريخ الدخول 19-8-

م 2016

. <https://www.youtube.com/watch?v=WdGHV9QtNTA>

4.1.3: قياس وتحليل الرأي العام حول تعويم الجنيه وتأثره بالخطاب الإعلامي

أولاً: الاستبيان

أ- لماذا الاستبيان؟

الاستبيان من أبرز الأدوات المستخدمة في الأبحاث العلمية، وعلى وجه الخصوص في الأبحاث التربوية والاجتماعية، فهو سبيل الباحث للحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بمفردات الدراسة، سواء أكان البحث مسحيًا أم جزئيًا، وفي الغالب يستخدم الاستبيان للتعرف إلى توجهات العينة الدراسية ودراسة السلوكيات الخاصة بها، واكتشاف معلومات مهمة تلزم الباحث لتنفيذ البحث العلمي.

ويعرف الاستبيان أو الاستفتاء أو الاستقصاء على أنه أداة قياس واحدة لجمع البيانات، قوامها الاعتماد على مجموعة أسئلة مكتوبة للحصول على بيانات للإجابة عن مشكلة من المشكلات، ويقدم في صورتين: إما المراسلة أو اللقاء المباشر⁽²⁰²⁾.

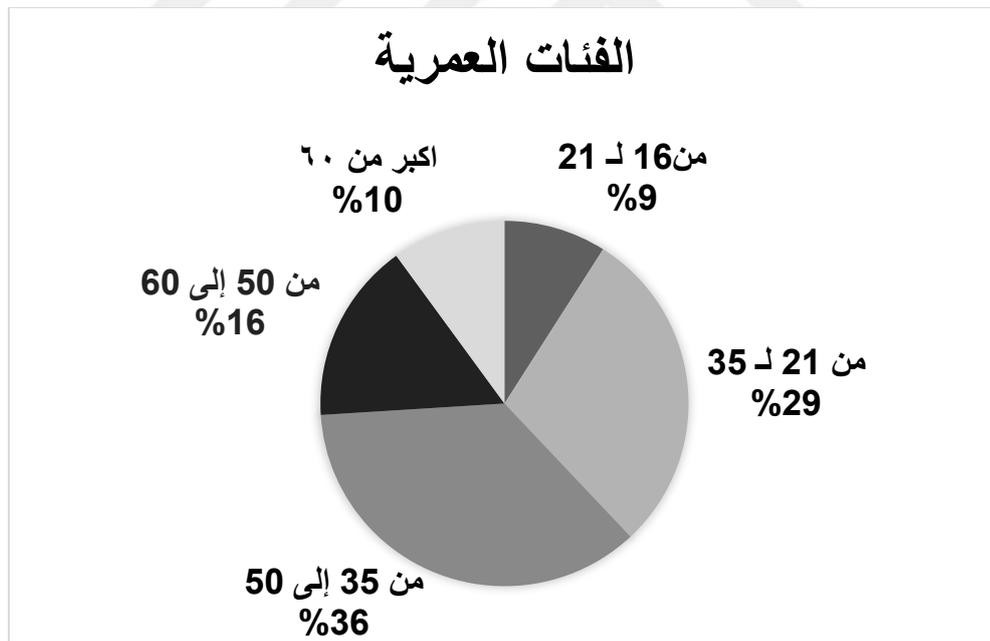
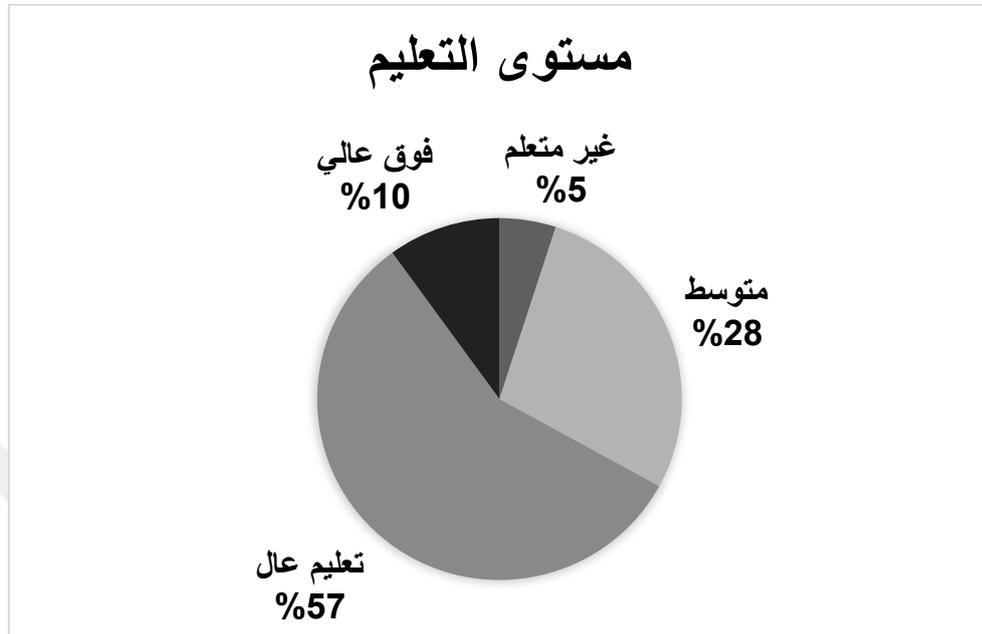
وبالتالي فالاستبيان مجموعة من الأسئلة المتنوعة التي يرتبط بعضها ببعض بشكل يحقق الهدف الذي يسعى إليه الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها بحثه.

ثانياً: منهجية الاستبيان:

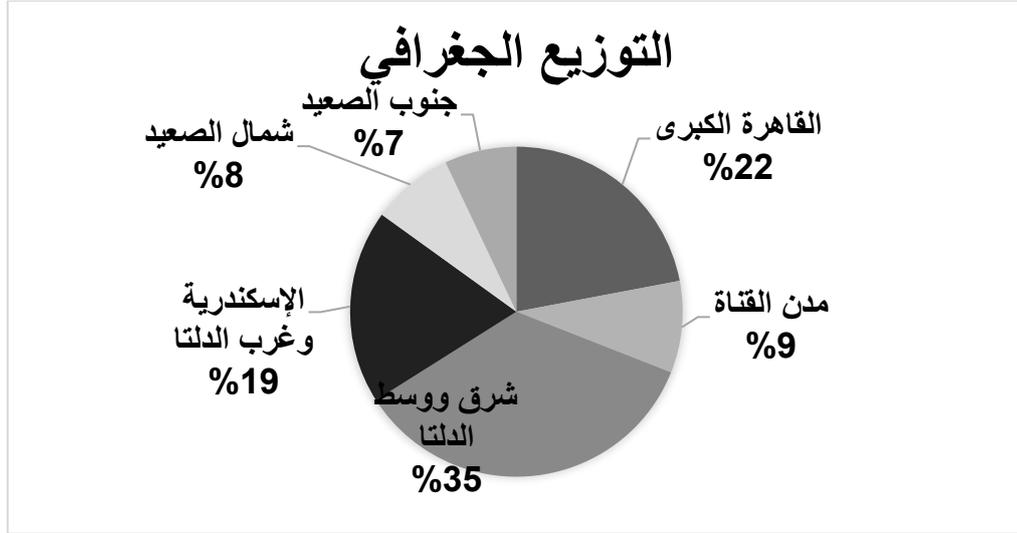
وقد اعتمد الباحث منهجية للاستبيان الذي قمنا بجمع أسئلة المواضيع الاقتصادية موضوع البحث لقياس الرأي العام وعلاقته بالإعلام المرئي في استبيان إلكتروني واحد يضم 6 أسئلة لكل حدث اقتصادي بمجموع 24 سؤالاً، إضافة لأسئلة التعريف والخاصة بمعرفة المستوى التعليمي والفئة العمرية والمنطقة الجغرافية، لعينة عشوائية من الشارع المصري لم نحدد مستواه الاقتصادي، ولكن استطعنا تحديد الفئة العمرية والمنطقة الجغرافية والمستوى التعليمي الذي يمكن من خلالها معرفة الأثر الإعلامي وخطابه على السلوك الاقتصادي والرأي العام من خلال الأسئلة التي سنضعها في كل موضوع على حدة.

(202) رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، الأردن، ط1، (2008)،

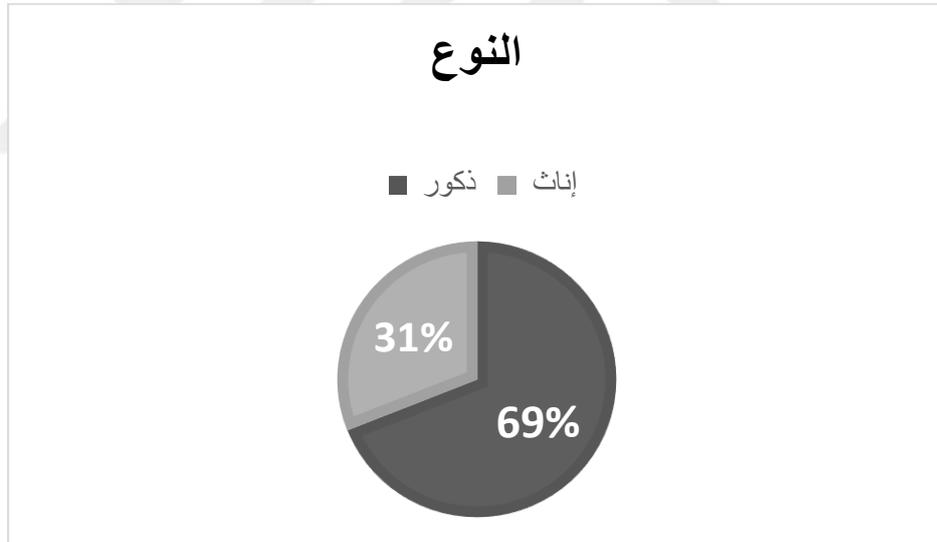
شارك في الاستبيان 200 فرد من جميع محافظات مصر، وكانت النسب المشاركة وفق المستوى التعليمي والفئة العمرية والمنطقة الجغرافية كما توضحه الأشكال التالية:



وأما المشاركون وفق التوزيع الجغرافي في مصر فكانوا كما في الشكل الآتي:



وقد كشف الاستبيان الذي شارك فيه 200 شخص عبر الإنترنت حدد 160 منهم نوعهم وعرفوا بأسمائهم وكان عدد المشاركين في هذه العينة من الذكور 69% والإناث 31% والبقية لم تحدد هويتها اسماً أو نوعاً. الرسم التالي يوضح العينة المشاركة من حيث النوع:



وبالنظر إلى النسب السابقة فهي نسب طبيعية مع المجتمع المصري تظهر أن الغالبية العظمى المشاركة من أعمار 21 إلى 50 سنة، وأن التوزيع الجغرافي متوازن مع التركيبة الديمغرافية المصرية، بالإضافة إلى أن المستوى التعليمي للمشاركين أغلبه من المتعلمين وفئة الشباب والرجال والغالبية التي كشفت عن نوعها من الذكور. أسئلة موضوع الخطاب الإعلامي المصري بعد تعويم الجنيه.

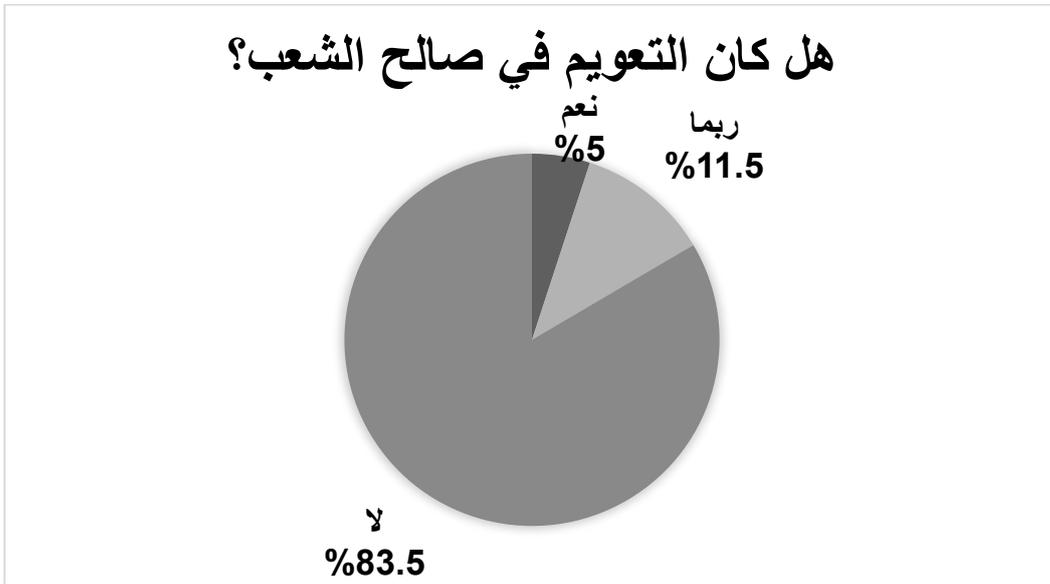
القضية الأولى: تعويم الجنيه 2016م

م	السؤال	الإجابة
1	ماذا تعرف عن تعويم الجنيه؟	إجابة نصية
2	هل كان التعويم في صالح الشعب؟	(نعم - ربما - لا)
3	هل نجح الإعلام في تناول موضوع تعويم الجنيه؟	(نعم - لا)
4	ما مدى مصداقية الإعلام في تقديم الحقائق عن التعويم؟	(يتمتع بالمصداقية - لا مصداقية - غير ذلك)
5	هل نجح الإعلام في إقناع الشعب بضرورة تعويم الجنيه؟	(نعم - لا - غير ذلك)
6	ما البديل الصالح للاقتصاد بدلاً من التعويم؟	إجابة نصية

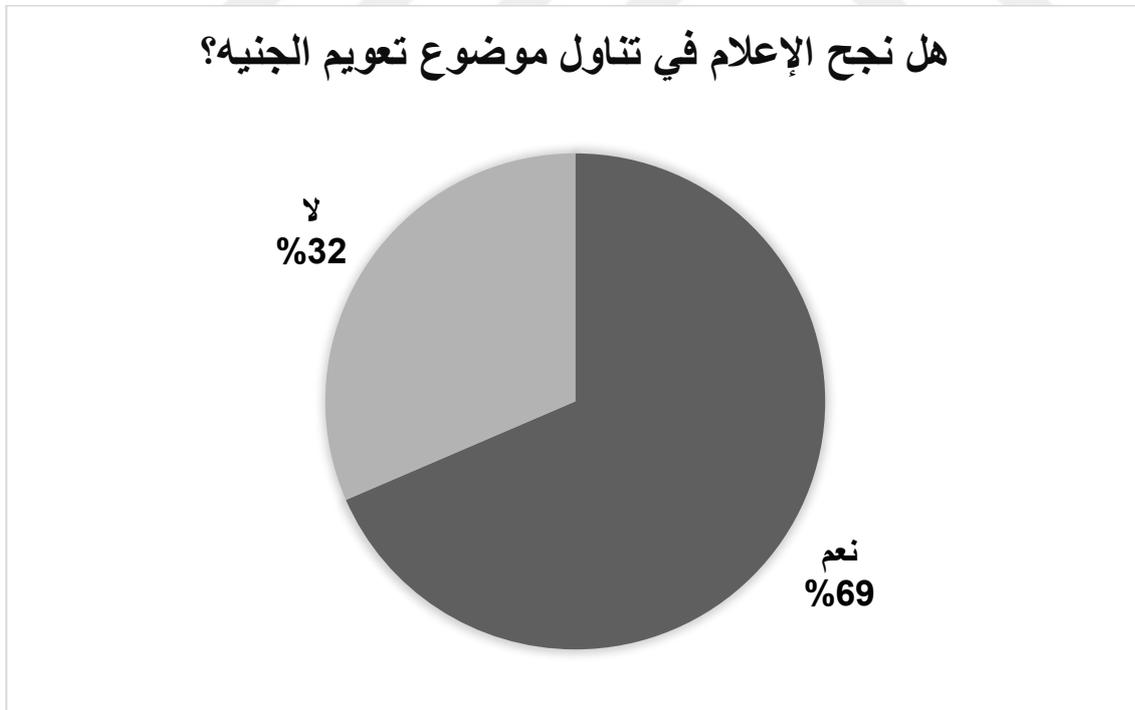
ثالثاً: نتائج:

كانت نتائج الأسئلة على السؤال الأول ماذا تعرف عن تعويم الجنيه؟ نسبة 40% عرفوا التعويم بطريقة صحيحة وإن كانت مختلفة، حيث عرفوه على أنه جعل سعره حراً للسوق. و12% عرفوا الحالة المصرية بأن التعويم فيها غير صحيح وهو قرار سياسي وليس اقتصادياً وأنه انصياع لصندوق النقد. 28% عرفوه خطأ. و20% كتبوا لا أعرف.

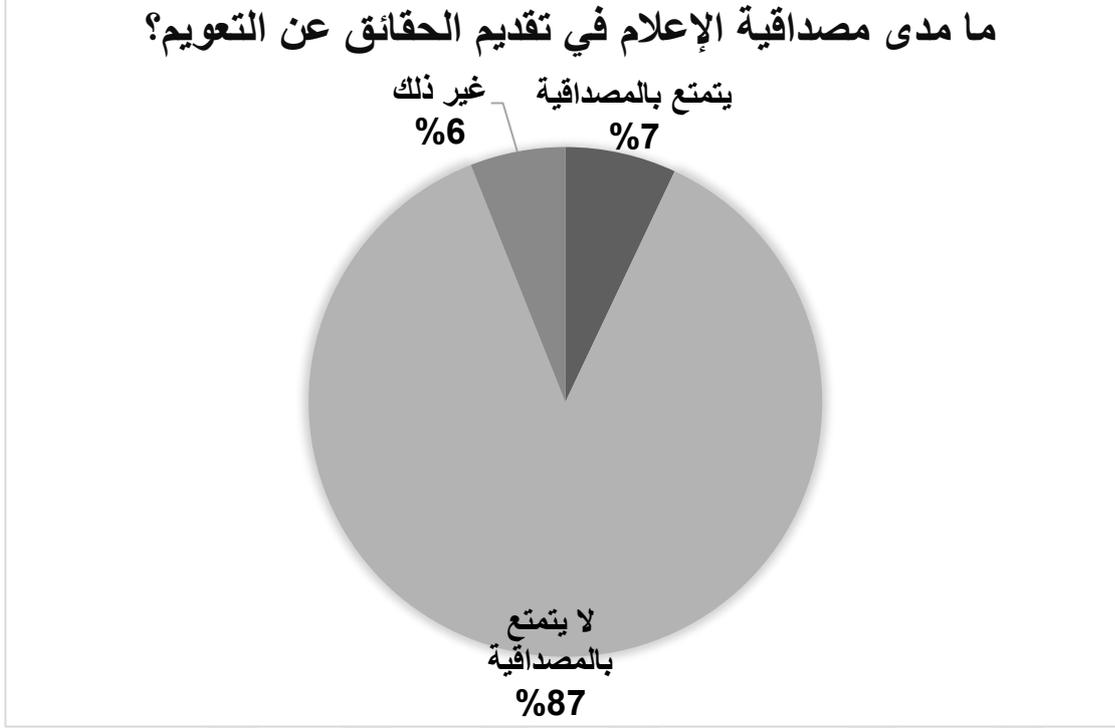
السؤال الثاني:



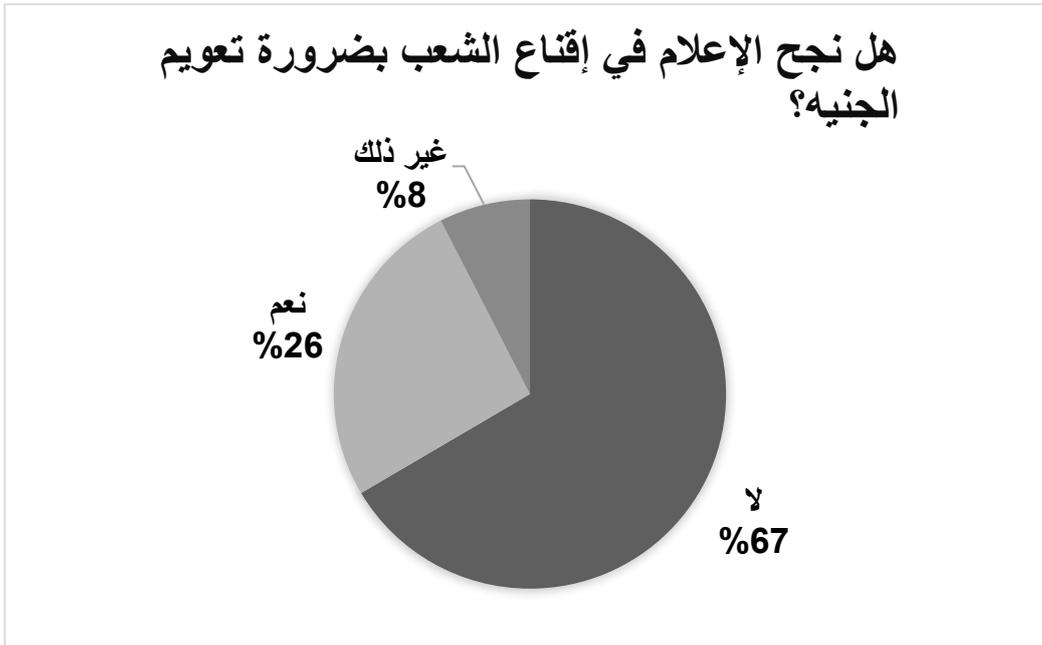
السؤال الثالث:



السؤال الرابع:



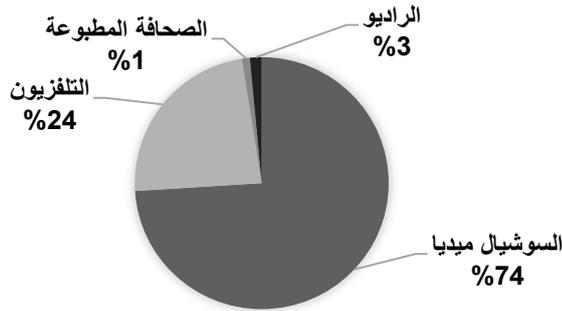
السؤال الخامس:



أما السؤال السادس فكان سؤالاً نصياً حول ما البديل الصالح للاقتصاد بدلاً من التعويم؟ فقد تراوحت الإجابة بين الاقتصاد الإسلامي بنسبة 32% والبعض ذهب إلى إصلاح منظومة الاقتصاد 23% ومحاربة الفساد 16% وبنسبة 12% كتب خارج طرح البدائل، وبنسبة 8% الإنتاج وبنسبة 9% بدائل تنمية الموارد البشرية ومشروعات الدولة. في الاستبيان وضعنا عدة أسئلة عن وسائل الإعلام لمعرفة تأثير الرأي العام بها في مجال الاقتصاد، ومنها سؤالان أحدهما عن استقاء الأخبار وسؤال عن أي الوسائل أكثر تأثيراً؟ ووفق الإجابة فإننا استطعنا معرفة أي إعلام مرئي أثر في الشخص الذي شارك في الاستبيان وأي وسيلة كانت أكثر تأثيراً فيه.

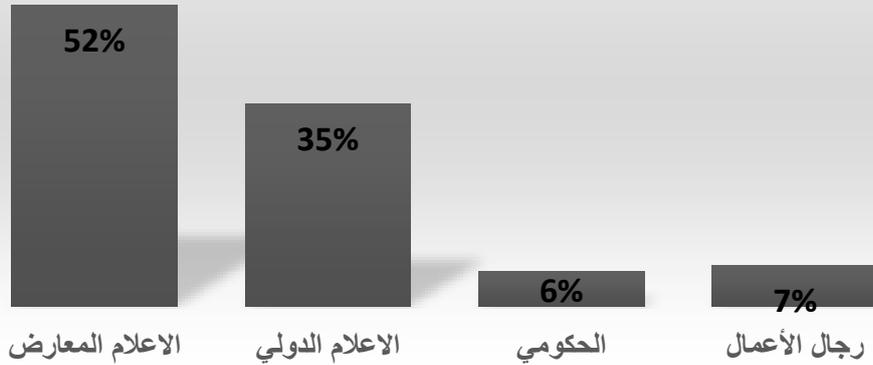
السؤال أ:

أياً من وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً في تكوين الرأي لديك؟



السؤال ب:

ما هي وسائل الإعلام التي تحرص على استقاء الأخبار منها؟



رابعاً: تحليل النتائج

من هذه النتائج نجد أن قطاعاً غير يسير لا يعرف التعريف الصحيح لتعويم الجنيه، وقد غاب دور الإعلام في شرح ذلك لدى فئات من الشعب من مستوى تعليمي عالٍ ومتوسط، وأن الانطباع الموجود عن فكرة التعويم سلبية، وأن قطاعاً آخر كبيراً لديه وعي وأن غالبية هذا القطاع وفق إجابته متأثر بالإعلام الدولي أو الإعلام المعارض وليس إعلام الدولة أو إعلام رجال الأعمال والخاص وفق النسب المرصودة في الشكل السابق ص 120 السؤال "ب" والشكل السابق له في سؤال "أ" وأن السواد الأعظم يرى أن تعويم الجنيه ضار للاقتصاد وأثر عليه وأن الإعلام المنحاز للسلطة لم ينجح في الترويج لقرار الحكومة لكنه فشل في إثبات الثقة لدى الجماهير واكتساب المصداقية، وخاصة الإعلام المصري المنحاز للسلطة، وخاصة أن بقية الأسئلة في باقي الموضوعات تكشف حجم عزوف الجماهير عن الإعلام المنحاز للسلطة كما سيأتي.. وقد فشل الإعلام في حشد الرأي العام لصالح القرار، وأن قطاعاً من الجماهير تأثر سلوكها بالخطاب الإعلامي في موضوع التعويم وعادت بعد ذلك لتفقد الثقة ما أثر في التعاطي مع الموضوع، "فبيع وشراء العملة الأجنبية شهد سوقاً سوداء جديدة في بداية التعويم وشهد عملية سحب كميات تدخلت الدولة لتمنعها من البنوك، ما ضرب القرار في مقتل، فقد تدخلت الدولة لمنع العملة الأجنبية من البنوك ووضع حد لكمية العملة لأنها تحتاج إليها في الاستثمار، كما اعتبر الجنيه متصدر العملات الأكثر خسارة أمام الدولار وعادت السوق السوداء لتظل من جديد"⁽²⁰³⁾.

كما قدمت العينة البدائل الاقتصادية لتعويم الجنيه في تقديم الإنتاج وجعل الاقتصاد حراً يتمسك بقيم الاقتصاد الإسلامي كما في الإجابة عن السؤال الأخير.

الخلاصة:

تأثر الرأي العام في بداية التعويم بخطاب الإعلام المنحاز للدولة ثم عاد ليخالف سلوكه، فوفق الاستبيان فإنه بالفعل فقد الرأي العام الثقة بالإعلام ما أثر بالفعل في الحالة الاقتصادية، ما

(203) خالد حسني، موقع قناة العربية، تحليل اقتصادي بعنوان: 2016.. العام الأصعب بتاريخ الجنيه

المصري مقابل الدولار، 2016-12-25 الرابط: <http://ara.tv/6wprv> تاريخ الدخول 18-

دفع السلطة للتحكم في سعر وصرف الدولار في السوق خوفاً من أن تفقده في البنوك، وكان للإعلام الأثر السلبي، حيث لم يوضح الصورة الصادقة ولم ينقل الواقع ما أفقد الرأي العام الثقة.

4.2: الخطاب الإعلامي المصري بعد الموافقة من صندوق النقد الدولي وقرارات رفع الدعم

4.2.1: نبذة عن صندوق النقد الدولي واتفاقية قرض مصر لعام 2016م أولاً: نبذة عن صندوق النقد الدولي:

• تعريف صندوق النقد الدولي:

هو وكالة متخصصة من منظومة بريتون وودز تابعة للأمم المتحدة، وهو المؤسسة المركزية في النظام النقدي، ويعد أهم مؤسسة دولية تهتم بشؤون السياسات الاقتصادية، وهو أيضاً: مؤسسة نقدية دولية تم تأسيسها عام 1944 بموجب اتفاقية بريتون وودز بأمرىكا باعتباره بمثابة بنك مركزي دولي، أو اتحاد للبنوك المركزية في بداية مناقشات تأسيسه، وهو نتيجة للأوضاع الاقتصادية والنقدية الدولية المتردية التي حصلت في اقتصاديات الدول في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية.

الفرق بين صندوق النقد الدولي والبنك الدولي⁽²⁰⁴⁾:

- صندوق النقد: أنشئ خصيصاً لسد العجز في الموازنة العامة للدولة، وعندما يمنح الصندوق القرض يتابع أماكن إنفاقه وفق الشروط المتفق عليها.
- البنك الدولي: أنشئ لمساعدة الدول النامية في تحقيق معدلات عالية من النمو الاقتصادي عن طريق القروض، ويمنح القرض دون النظر إلى الأماكن المخصصة لإنفاق القرض، وغالباً ما يكون القرض عالي الفائدة.

(204) غازي عبد الرازق النقاش، التمويل الدولي والعمليات المصرفية الدولية، دار وائل للنشر والتوزيع، ط 3،

عمان، ص 91.

ثانياً: الهيكل التنظيمي للصندوق:

اللجنة الدولية للشؤون النقدية والمالية مجلس المحافظين لجنة التنمية المشتركة بين صندوق النقد الدولي

والبنك الدولي

المجلس التنفيذي مكتب التقييم المستقل

المدير العام

نواب المدير العام

مكتب الاستثمار . نظام تقاعد الموظفين مكتب الميزانية والتخطيط مكتب التدقيق والتفتيش

الداخلي

الإدارات المختصة بشؤون المناطق الجغرافية الإدارة الإفريقية إدارة آسيا والمحيط الهادئ المكتب

الإقليمي لمنطقة آسيا والمحيط الهيئة الإدارية الأوروبية - مكتب صندوق النقد الدولي في أوروبا إدارة

الشرق الأوسط وآسيا الوسطى إدارة نصف الكرة الغربي

الإدارات الوظيفية وإدارات الخدمات الخاصة إدارة المالية - إدارة شؤون المالية العامة - معهد تنمية

القدرات - معهد فيينا المشترك - معهد التدريب الإقليمي في سنغافورة - مركز الاقتصاد والتمويل في

الشرق الأوسط (الكويت) - إدارة الشؤون القانونية - إدارة الأسواق النقدية والرأسمالية - إدارة

الاستراتيجيات والسياسات والمراجعة - إدارة البحوث - إدارة الإحصاءات - " إدارة التواصل "

المعلومات والاتصال

مكتب الصندوق لدى الأمم المتحدة - الخدمات المساندة، إدارة الموارد البشرية - إدارة أمانة صندوق

النقد الدولي - إدارة التكنولوجيا والخدمات العام

ثالثاً: أدوات وآليات عمل صندوق النقد الدولي:

يسعى صندوق النقد الدولي لتحقيق غاياته باستخدام آليات ووسائل مختلفة تتمثل في التالي⁽²⁰⁵⁾:

- الرقابة والإشراف والإرشاد في مراقبة الصندوق للسياسات الاقتصادية والمالية للبلدان الأعضاء، ويرصد الاقتصاديات القطرية والإقليمية والعالمية لتقييم ما إذا كانت السياسات متسقة مع مصالح المجتمع الدولي وليس مع المصالح الخاصة للبلدان المعنية فحسب.
- تقديم المساعدات الفنية للدول الأعضاء، وذلك من خلال تنظيم الدورات التدريبية للمسؤولين في الحكومات والبنوك المركزية في الدول الأعضاء والزيارات الميدانية لخبرائه إلى البلدان الأعضاء، وعقد اللقاءات والمشاورات مع المسؤولين والمعنيين لدى الدول الأعضاء.
- تقديم المساعدات المالية للدول الأعضاء: وذلك بتوفير التمويل المؤقت للدول الأعضاء لمساعدتها على حل مشكلاتها المتعلقة بموازين مدفوعاتها، أو لدعم سياساتها التصحيحية والإصلاحية الهيكلية. ويؤكد الصندوق أنه ليس بنكاً تنموياً أو وكالة للمعونة وأن آلية الإقراض التي يستخدمها إنما هي أداة لمعالجة مشكلات اقتصادية لدوله الأعضاء سعياً وراء تحقيق الاستقرار الاقتصادي العالمي بشكل عام.

رابعاً: اتفاقية قرض مصر لعام 2016م

بدايةً تم في 11 نوفمبر 2016م اتفاقية من قبل صندوق النقد الدولي ومصر بإعطاء قرض بقيمة 12 مليار دولار بهدف "معالجة نقاط الضعف في الاقتصاد الكلي وتعزيز النمو الشامل وتكوين فرص العمل"⁽²⁰⁶⁾.

وقد تضمنت هذه الاتفاقية الكثير من نقاط الضعف، منها:

1- سعر صرف مبالغ في قيمته (مع ارتفاع مقابل سعر الصرف في السوق السوداء).

205) our Youssef and Diaa Hadid, "‘We Don’t Owe Anyone’: Egypt Jousts with Its Chief Benefactor, Saudi Arabia, The New York Times, November 1, 2016.

206) International Monetary Fund (IMF), "Arab Republic of Egypt: Request for Extended Arrangement Under the Extended Fund Facility-Press Release; Staff Report; and Statement by the Executive Director for the Arab Republic of Egypt," Country Report No. 17/17, January 2017.

2- شحّ العملات الأجنبية في السوق الذي أدّى إلى تقويض نشاط القطاع الخاص بشكل كبير.

3- انخفاض حادّ في احتياطي العملات الأجنبية.

4- وعجز مالي كبير.

5- ومعدل مرتفع في الدين العام.

بناءً على ذلك، شملت النقاط الأساسية في برنامج "تسهيل الصندوق الممدّد" (Extended Fund Facility) الذي قدّمه صندوق النقد الدولي والذي يسري لفترة ثلاث سنوات:

- تحرير نظام سعر الصرف (أي تعويم الجنيه المصري).

- وضبط أوضاع المالية العامة لخفض نفقات الموازنة.

- وزيادة الضرائب وإجراء إصلاحات هيكلية عميقة.

- وإلغاء تنظيمات مرتبطة بشركات الأعمال لتحفيز النمو الاقتصادي.

وكان من المتوقّع أيضاً أن ينال برنامج "تسهيل الصندوق الممدّد"، ثلاثة مليارات دولار إضافية من البنك الدولي ومليار دولار ونصف من بنك التنمية الإفريقي و6 مليارات دولار من جهات مانحة ثنائية الطرف (207).

(207) نفس المرجع السابق، ص 103.

4.2.2: الشروط التي وضعها صندوق النقد الدولي لحصول مصر على القرض ونتائجها

أولاً: الشروط التي وضعها صندوق النقد الدولي لحصول مصر على القرض

اشتراط صندوق النقد للموافقة على منح مصر قرض اشتراطات عديدة، منها ما أُعلن، ومنها ما تخفيه الاتفاقية، فنحاول استعراض الإجراءات الاقتصادية التي تلتزم بها الحكومة المصرية طبقاً لشروط القرض ويراجعها الصندوق مرتين في العام على مدار مدة القرض:

▪ إجراءات تمت بالفعل قبل القرض:

- تحرير سعر الصرف.
- رفع أسعار الوقود.
- تبني النظام الضريبي على القيمة المضافة.
- إعداد بيان شامل بالمخاطر المالية.
- تقليص نصيب السحب على المكشوف إلى 75 مليار جنيه.
- إقرار البنك المركزي قواعد جديدة لإدارة الاحتياطي النقدي.
- تبني استراتيجية إعادة هيكلة قطاع الطاقة.
- إعداد خطة عمل لإعادة الاستقرار المالي لقطاع البترول.
- إعداد قانون جديد للتخلص من التراخيص في قطاع الصناعة بما لا يؤثر على المصلحة العامة.
- زيادة الإنفاق الاجتماعي بما لا يقل عن 25 مليار جنيه.
- فرض ضريبة على نظام البورصة⁽²⁰⁸⁾.

(208) تقرير صندوق النقد الدولي على موقعه بعنوان: مصر وصندوق النقد الدولي أسئلة أساسية عن مصر

منشور ومحدث 24 يوليو 2019م، الرابط بتاريخ الدخول 18-8-2019،

<https://www.imf.org/ar/Countries/EGY/Egypt-qandas>

-إجراءات أخرى مثل:

- خفض دعم الطاقة إلى 1.75% من الناتج المحلي الإجمالي و5% لاحقاً.
 - واتباع إجراءات لخفض نسبة التضخم إلى 10% خلال عامين.
- يوضح الشكل الآتي تسهيل قرض صندوق النقد الدولي لمصر لعام 2016م:

النقاط التي نُفذتها مصر	برنامج تسهيل الصندوق الممدّد لعام 2016 التابع لصندوق النقد الدولي	المسائل الاقتصادية	
وضعت مصر نظامً سعر صرف تحدّده السوق	تحرير سعر الصرف	تراجع معدلات العملات الأجنبية وانخفاض احتياطياتها	على الصعيد النقدي
	الحد من الزيادات في الكتلة المالية	أسعار صرف ثابتة	
	احتواء التضخم وتقليصه إلى نسبة 4-6% على المدى المتوسط		
أقر البرلمان الضريبة على القيمة المضافة	تعزيز إيرادات الحكومة	ارتفاع العجز الحكومي والدين العام	على الصعيد المالي
رفع أسعار الطاقة في نوفمبر 2016 ويونيو 2017	إصلاح إعانات الطاقة: تقليص إعانات الوقود		
	ضبط إجمالي الأجور في القطاع العام		
قلّصت الحكومة إعانات الوقود	تقديم إعانات للأغذية لتوسيع نشاط برنامج تكافل وكرامة	تعزيز برامج الحماية الاجتماعية	
	زيادة المصاريف الاجتماعية لتصل إلى نسبة واحد في المئة من إجمالي الناتج المحلي		
	تقديم تدريب مهني للشباب		
أطلقت الحكومة برنامجها لزيادة الإنفاق	تغطية وسائل النقل للأطفال وحليب الرّضع الصناعي وأدوية الأطفال المدعومة		
	زيادة وجبات الطعام المجانية في المدارس		
المصادقة على قانون الاستثمار	تبسيط قانون منح التراخيص للصناعات		على الصعيد الهيكلي
	تسهيل الحصول على تمويل للشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم	نمو منخفض (2,5) وبطالة عالية (12,7)	
	إصلاح قانون الإفلاس		
	مساعدة النساء على العمل عبر زيادة عدد الحضانات العامة		
	جعل النقل العام أكثر أماناً		

شروط تقديم قرض من صندوق النقد الدولي لمصر في العام 2016 (209)

ثانياً: نتائج قرض صندوق النقد الدولي في عام 2016م

استيفاءً لشروط صندوق النقد الدولي تم اتخاذ حزمة من الإجراءات سابقة الذكر، والتي أثرت على المتغيرات الكلية على الصعيدين المالي والنقدي، ونحن بصدد تحديد أي منها إيجابي وأيها سلبي:

(209) بسمّة المومني، تقرير برنامج صندوق النقد الدولي في مصر: تقييم تحديات الاقتصاد السياسي، معهد

بروكنجز الدوحة (BROOKINGS)، 30 يناير 2018، ص 2

https://www.brookings.edu/ar/research/برنامج-صندوق-النقد-الدولي-في-مصر-

تقييم/ تاريخ الدخول 18-8-2019م.

النتائج الإيجابية:

- 1- تراجع العجز التجاري بنسبة 8.4% في العام المالي 2017/2016، مقارنة بالعام الماضي، وذلك بالتبعية لارتفاع الصادرات غير البترولية بنسبة 16.2%، إلى جانب انخفاض الواردات غير البترولية بنسبة 4.5%.
- 2- ارتفاع صافي الاحتياطات الدولية بصورة ملحوظة ليسجل 36.5 مليار دولار في سبتمبر مقارنة بـ 19.6% مليار دولار في سبتمبر 2016، ومقارنة بأدنى مستوى له عند 12.1 مليار دولار في نهاية يونيو 2016م.
- 3- انخفاض عجز الموازنة ليسجل 1.7% كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة يوليو_أغسطس 2018/2017 مقارنة بـ 2.0% خلال نفس الفترة من العام الماضي، حيث ارتفعت الإيرادات بوتيرة أسرع من المصروفات.
- 4- ارتفاع إنتاج مصر من الغاز الطبيعي بنسبة 60% منذ بداية عام 2016، ومن المتوقع أن تحقق مصر اكتفاء ذاتياً من الغاز الطبيعي في عام 2018، وأن تحقق فائضاً بالتزامن مع بدء العمل في حقل (ظُهر) الذي تبلغ احتياطياته 30 مليار متر مكعب.
- 5- أظهرت أحدث المؤشرات عن وزارة التخطيط أن الناتج المحلي الإجمالي⁽²¹⁰⁾ قد حقق معدل النمو 4.3% خلال الربع الثالث من العام المالي 2017/2016، مقارنة بنحو 3.6 خلال نفس الفترة في العام المالي السابق.
- 6- ارتفعت قيمة المؤشر الرئيسي للبورصة بنحو 48% خلال الفترة من نوفمبر 2016 حتى أبريل 2017 ليحقق المؤشر 31062 نقطة مقابل 8811 نقطة في بداية شهر نوفمبر 2016، كما تضاعفت قيم التداول في البورصة بأكثر من خمس مرات عن المعدلات المحققة خلال الشهور الأولى من عام 2016.
- 7- شهد الاستثمار الأجنبي المباشر زيادة في التدفقات للداخل بنحو 38% خلال يوليو/ديسمبر 2017/2016 مقارنة بنفس الفترة من العام السابق.

(210) وزارة المالية، البيان المالي عن مشروع الموازنة العامة للدولة للسنة المالية 2018/2017. تاريخ

الدخول على الرابط 18-8-2019م

<http://www.mof.gov.eg/Arabic/PE/Pages/budget18-20%رئيسيه/>

19.aspx

8- انخفض معدل البطالة إلى 11.98% خلال الربع الثاني من عام 2017، مقارنة بـ 12.5% خلال نفس الفترة من العام الماضي.

النتائج السلبية:

1- ارتفع معدل التضخم بنسبة أكبر مما كان متوقعاً نتيجة تعويم الجنيه المصري، حيث ارتفع معدل التضخم وأصبح في سبتمبر 2017 بمقدار 33.3% بعدما كان معدل التضخم 25.9% في ديسمبر 2015.

2- ارتفع إجمالي الدين الحكومي⁽²¹¹⁾ ليصل إلى 3676 مليار جنيه، أي 105.7% من الناتج المحلي الإجمالي في نهاية مارس 2017، ويرجع ذلك في الأساس إلى زيادة الدين المحلي في ضوء ارتفاع ديون الخزينة إلى 1096 مليار جنيه في نهاية مارس 2017، مقارنة بـ 816 مليار جنيه في نهاية يونيو 2016.

3- كما ارتفع الدين الخارجي الحكومي في ضوء ارتفاع القروض إلى 25.9 مليار دولار في نهاية يونيو 2017 مقارنة بـ 20.9 مليار دولار في نهاية يونيو 2016.

والشكل يوضح أهم المؤشرات الاقتصادية للسنوات المختلفة:

السنة	التضخم في الأسعار	البطالة من إجمالي العاملين	نمو الناتج المحلي الإجمالي
2011	10.05%	12.0%	1.18%
2012	7.11%	12.70%	2.91%
2013	9.42%	13.2%	2.10%
2014	11.5%	13.2%	2.22%
2015	10.35%	12.8%	4.2%
2016	25.9%	12.4%	4.3%
2017	31.3%	12.0%	

(211) وزارة المالية، التقرير المالي الشهري، سبتمبر 2017، مجلد (12)، عدد (11).

الرابط بتاريخ الدخول (18-8-2019)،

<http://www.mof.gov.eg/MOFGallerySource/Arabic/Reportes/2017/9/allparts.pdf>

4.2.3: الخطاب الإعلامي لموافقة صندوق النقد الدولي لحصول مصر على القرض

الفريق الأول: انتصر لرواية الدولة وذهب مباشرة يتحدث عن إيجابيات قرار صندوق النقد الدولي، وكيف أنه شهادة ثقة بالنسبة للحكومة المصرية خاصة وللدولة عامة، ولنضرب أمثلة من القنوات الإعلامية التي تمثل هذا الفريق:

1- قناة Sada Elbalad صدى البلد:

الإعلامي أحمد موسى في حلقة يوم 2016/08/09 قال في برنامجه "على مسؤوليتي" متحدثاً كعادته المستمرة في إطار الخيانة والعمالة والتحريض والشيطنة للمعارض، بل تعدى أكثر من ذلك حيث زعم أن دولة من الدول تحرض على مصر حتى لا تتمكن الأخيرة من الحصول على قرض من صندوق النقد الدولي! حيث إنه ترك الحديث عما يقدمه القرض، وما هي سلبياته وإيجابياته، وظل يدعي ذلك دون أن يوضح للجمهور هل تستطيع دولة التأثير على قرار صندوق النقد الدولي، بحيث تُملي عليه من يعطي ومن لا يعطي؟!⁽²¹³⁾.

2- Alghad TV قناة الغد⁽²¹⁴⁾: في برنامج "ساعة من مصر" مع الإعلامية المصرية هبة الغمراوي التي تناولت الموضوع بشيء من المهنية وطرحت أسئلتها بشكل يبدو متوازناً

(212) انظر وزارة التنمية الاقتصادية، تقرير متابعة التنمية الاقتصادية والاجتماعية، الموقع الرسمي للوزارة، وزارة المالية، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، قطاع المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات: أهم المؤشرات الاقتصادية، الموقع الرسمي للوزارة، البنك المركزي المصري: النشرة الإحصائية الشهرية، الموقع الرسمي للبنك، الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء: تعداد 2006، الموقع الرسمي للجهاز، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، الموقع الرسمي للمركز.

(213) قناة صدى البلد، رابط الحلقة تاريخ الدخول 18-8-2019م نشرت بتاريخ تم نشره في 2016/08/09.

. <https://www.youtube.com/watch?v=farNyLI7c64>

(214) قناة الغد تعرف نفسها على أنها قناة عربية تلفزيونية فضائية إخبارية باللغة العربية تبث من القاهرة في مصر ولندن تدعم سياسات النظام المصري القائم بعد انقلاب ٢٠١٣م، مديرها عبداللطيف المناوي رئيس

وتمت استضافة أ. ناجي عبد العزيز - رئيس القسم الاقتصادي بجريدة المصري اليوم -، متحدثاً عن أن الحكومة تجاوزت المخاوف السابقة لعرض قرض صندوق النقد الدولي على الرأي العام.

وكان الضيف الذي يعمل صحفياً يحمل الرواية الخاصة بالدولة وقال متحدثاً: "مصر تحتاج لدفعة واحدة أو دفعتين كحد أقصى من صندوق النقد الدولي ما يراوح من 4 إلى 8 مليارات دولار"، قال ذلك بدلاً من الحديث عن الخروج من الأزمة الاقتصادية بحلول مختلفة ومبتكرة، وتوزيع عادل للثروة بدلاً من السرقات التي تشهد قطاعات الدعم للمواطن.

وعندما سئل عن شروط صندوق النقد الدولي لحصول مصر على القرض قال:

- بالنسبة لشروط خصصة القطاع العام فهي عائدة لا محالة لكن بآليات مختلفة، بدلاً من حماية مؤسسات الدولة وقطاعاتها العامة.

- أما عن تعويم الجنيه فقال: "الحكومة سوف تسعى لترشيد سعر العملة".

- ترشيد سعر الدعم بالنسبة للوقود، بدلاً من مخاطبة الحكومة بدعم رفع الدعم عن الوقود والكهرباء وباقي الخدمات لأنها حق أصيل لك مواطن.

وأعجب ما قاله أ. ناجي: "أن قرض صندوق النقد الدولي شهادة ثقة لمصر، وهذا يعني أننا انتقلنا إلى محيط الدول التي تقترض فوق 10 مليارات دولار إلى 20 مليار دولار"⁽²¹⁵⁾.

الفريق الثاني: اخترنا في هذا المبحث تناول الإعلام الدولي، حيث تحدث عن قرض صندوق النقد الدولي بشكل من الموضوعية، وتناول الحديث عن الإيجابيات والسلبيات، وكذلك هل كان من الممكن للحكومة أن تتخذ إجراءات وحلولاً أفضل من اللجوء إلى قرار صندوق النقد الدولي، وهذا الاتجاه يشمل قنوات الإعلام الدولي وبعض قنوات المعارضة المعتدلة، وإن حدث تجاوز من البعض وتناول القضية من منظور سياسي بامتياز، دون إعطاء الجانب

قطاع الأخبار في نظام مبارك وقت ثورة 2011م، وهي مملوكة للقيادي المفصول من حركة فتح محمد

دحلان المصدر العربي تاريخ الدخول: 18-8-2019م الرابط

<https://m.arabi21.com/Story/956287>

(215) Alghad TV قناة الغد، تاريخ النشر: 30-4-2016 تاريخ الدخول 18-8-2019

[. https://www.youtube.com/watch?v=EhbjDsOF4AM](https://www.youtube.com/watch?v=EhbjDsOF4AM)

الاقتصادي التخصصي حقه، ولنضرب أمثلة من القنوات الإعلامية الدولية التي تمثل هذا الفريق:

1- قناة DW عربية:

في برنامج "السلطة الخامسة"، بتاريخ 12-10-2016م، قدم الإعلامي يسري فودة حلقة خاصة حول موضوع قرار صندوق النقد الدولي، وما هي تداعيات هذا القرار على المواطن. بداية قام الإعلامي يسري فودة بسرد تاريخ الجنيه المصري أمام الدولار من عهد عبد الناصر إلى عهد السيسي، وكذلك سلط الضوء على تاريخ الاقتراض من صندوق النقد الدولي في حكومة عاطف عبيد، وبين بالأرقام حين أنه قد هبط الاحتياط النقدي بعد القرض إلى نسبة أكثر من 18%، وربط بشكل ممتاز بين ذلك وبين ما يقول البنك المركزي من أن نسبة الهبوط في الاحتياط عام 2016م وصلت إلى أكثر من 16% من عام 2015م. وكذلك قام بعرض بين ما يمكن أن تشتريه 100 جنيه مصري في عام 2006م، وعام 2016م⁽²¹⁶⁾.

وأيضاً ذكر دراسة غاية في الأهمية لتوزيع الثروة في مصر، حيث قالت الدراسة إن مجموع الثروة في مصر ما يقارب 379 مليار دولار في عام 2015م، وتوزيع هذه الثروة كالتالي: 10-1% من سكان مصر يملكون ما يقارب 73.3% من الثروة، أي 272.9 مليار دولار، ومن هؤلاء 1% يملكون 183.8 مليار دولار بنسبة 48.5%، ما يعني أن 1% من سكان مصر تحت أيديهم نصف ثروة مصر.

90-1% من السكان يمتلكون ما يقارب 26.7%، يعني نحو 107 مليارات دولار. وكذلك قام بنشر تقرير للبنك المركزي للتعبة والإحصاء يقول: "إن نسبة الفقر ارتفعت في عام 2015م إلى 27.8% من السكان"، أي أن أكثر من 25 مليون مواطن دخلهم الشهري لا يتعدى 54 دولاراً، ما يساوي 482 جنيهاً مصرياً.

(216) تلفزيون صوت ألمانيا (بالألمانية: DW-TV) يعرف نفسه على أنه القناة الرسمية الألمانية للبث الخارجي لصوت ألمانيا، تبث صوت ألمانيا البرامج والأخبار والمعلومات عن طريق الأقمار الاصطناعية. بدأت صوت ألمانيا بث برامجها التلفزيونية في 1 أبريل 1992 وتتكفل بتقديم صورة شاملة عن ألمانيا في الخارج.

بينما قام باستضافة د. مدحت نافع - مدير عام المخاطر ونائب رئيس لجنة الاستدامة في الاتحاد العالمي للبورصات - والأستاذ. وائل جمال - الباحث الاقتصادي ورئيس تحرير موقع مدى مصر- واتفق كلا الضيفين على أن مصر تمر بفترة تفقد فيها الكفاءة في الإنتاج والتوزيع، فضلاً عن فقد الكفاءة العامة للمناصب في الدولة. وكذلك قام الإعلامي يسري فؤدة بإطلالة عما نشر في الصحف والمؤسسات المحلية والعالمية التي تشير إلى أن قرار صندوق النقد الدولي لمصر يدوس على أكثر من 30 مليون فقير في مصر.

لقد كانت الحلقة جيدة من حيث الكلمة والصورة والصوت، لا سيما حينما ختمها بأغنية للفنان ياسر المناوهلي ترفض قرار صندوق النقد الدولي بعد ثورة 25 يناير⁽²¹⁷⁾.

2- قناة الجزيرة مباشر:

في برنامج "النافذة" بتاريخ 2016/08/15 استضاف الإعلامي أيمن عزام الكاتب⁽²¹⁸⁾ الصحفي أ. سليم عزوز، وأ. سيد الطوخي - رئيس جريدة الكرامة -، وأ. محمود إبراهيم - نائب مدير مركز الاتحادية للدراسات -، للحديث عن قرار الحكومة بالقرض من صندوق النقد الدولي، كما ذكر أيضاً وثيقة - عريضة - قدمها 5 أحزاب، و4 منظمات، و170 شخصية عامة، يرفضون قرار صندوق النقد الدولي، ومطالبين بوقف مفاوضات الاقتراض من صندوق النقد الدولي؛ لأنها ستورد مصر إلى التهلكة⁽²¹⁹⁾.

وإن كانت الحلقة تحتاج إلى كثير من المهنية المطلوبة، حيث إن عليها ملاحظات، منها:

- ضيف الحلقة أ. سليم عزوز ليس متخصصاً في المجال الاقتصادي.

- لم يتعرض الضيف للقضية المطروحة وهي قرض صندوق النقد الدولي ما له وما عليه.

(217) قناة DW عربية، رابط الحلقة تاريخ الدخول 2019-8-18

. <https://www.youtube.com/watch?v=4N8Y5u8QysM>

(218) قناة الجزيرة مباشر إحدى قنوات شبكة الجزيرة القطرية، وقد أسست القناة لبث البرامج المباشرة والفعليات والمؤتمرات، وتتناول القضايا العربية كقرع للقناة الأم قناة الجزيرة، أسست القناة كإحدى قنوات الشبكة في أبريل 2005م وتبث من الدوحة.

(219) قناة الجزيرة مباشر، رابط الحلقة تاريخ الدخول نفس التاريخ السابق.

. <https://www.youtube.com/watch?v=Ajd1kPbqXug>

-المذيع جادل - أ. محمود إبراهيم- بعيداً عن الموضوع كحوار سياسي وختم الحديث معه قبل أن يكمل.

-الحلقة كان يغلب عليها الطابع السياسي أكثر منه الطابع الاقتصادي الذي هو صلب الموضوع ولبه.

كما قامت قناة الجزيرة باستطلاع آراء عدد من المواطنين في مصر بعد حصول الحكومة على شريحة أولى من قرض صندوق النقد، وتبين من هذا الاستطلاع ضرر المواطن من وراء قرار القرض، وأيضاً الغموض الواضح عند الشعب عن مكاسب قرار القرض وأضراره، وكما يسميه بعض المواطنين - صندوق النقد الدولي - بتاريخ (14-11-2016م)⁽²²⁰⁾.

4.2.4: قياس وتحليل الرأي العام حول قرض صندوق النقد الدولي

أولاً: الاستبيان الخاص به

سبق وحددنا المنهجية الخاصة به في المبحث السابق ص (116)، وهنا سنتناول أسئلة ونتائج وتحليل القضية الثانية، وهي قرض صندوق النقد الدولي.

ثانياً: أسئلته

كما ورد في الاستبيان 6 أسئلة تخص الموضوع بعنوان:

(220) قناة الجزيرة مباشر، رابط استطلاع الرأي بتاريخ الدخول 18-8-2019

<https://www.youtube.com/watch?v=OB3TQrPxCAc>

القضية الثانية: قرض صندوق النقد الدولي 2016م

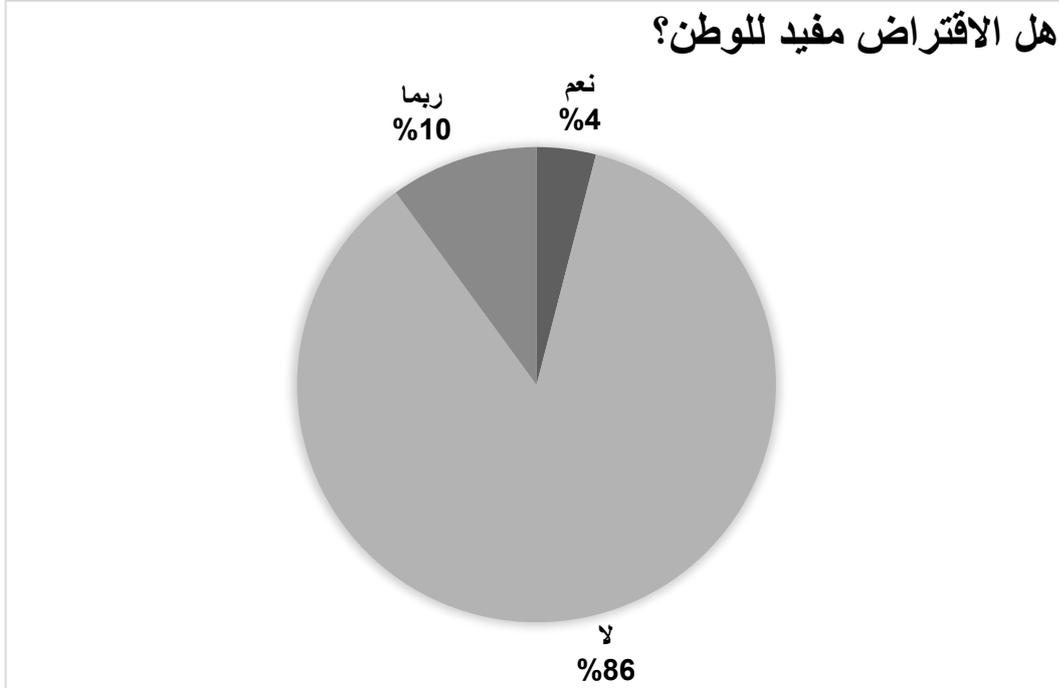
م	السؤال	الإجابة
1	هل الاقتراض مفيد للوطن؟	نعم - لا - ربما
2	كيف صور لك الإعلام عملية الاقتراض من صندوق النقد؟	مفيد - ضار - سلاح ذو حدين
3	هل تعامل الإعلام بحيادية في عرض موضوع القرض من الصندوق؟	نعم - لا
4	هل شعر الشعب بإيجابيات القرض من الصندوق؟	نعم - لا - بعض الشيء
5	هل ترى صندوق النقد الدولي وشروطه تعود على مصر بالإصلاح الاقتصادي؟	نعم - لا - ربما
6	أي وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً في تكوين رأي لديك؟	التلفزيون - الراديو - السوشيال - الصحف المطبوعة

ثالثاً: نتائجه

كانت نتائج الأسئلة على النحو التالي:

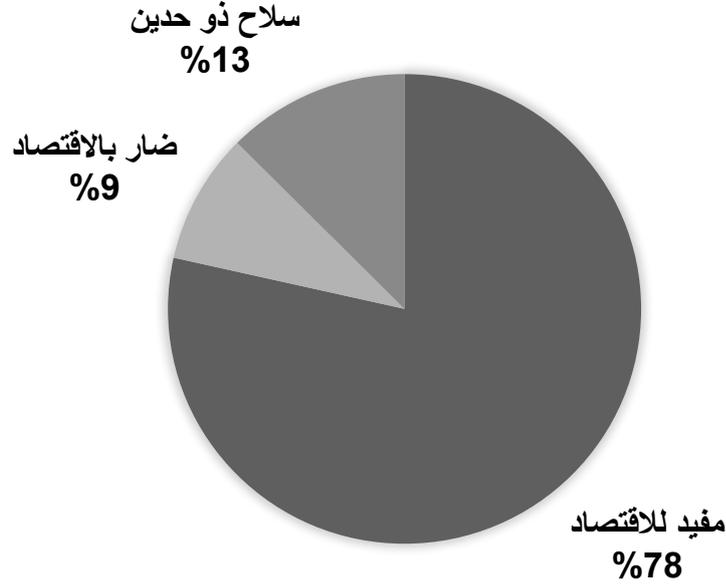
السؤال الأول:

هل الاقتراض مفيد للوطن؟



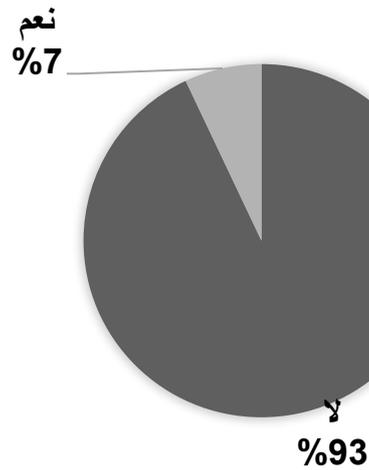
السؤال الثاني:

كيف صور لك الإعلام عملية الاقتراض من صندوق النقد؟

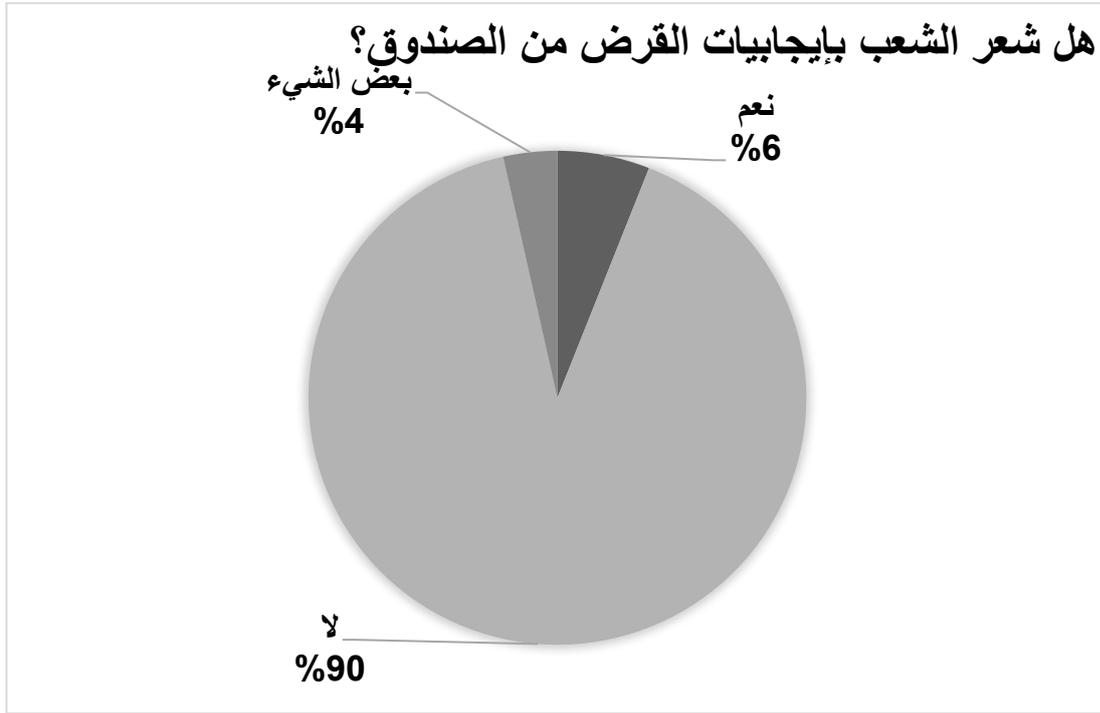


السؤال الثالث:

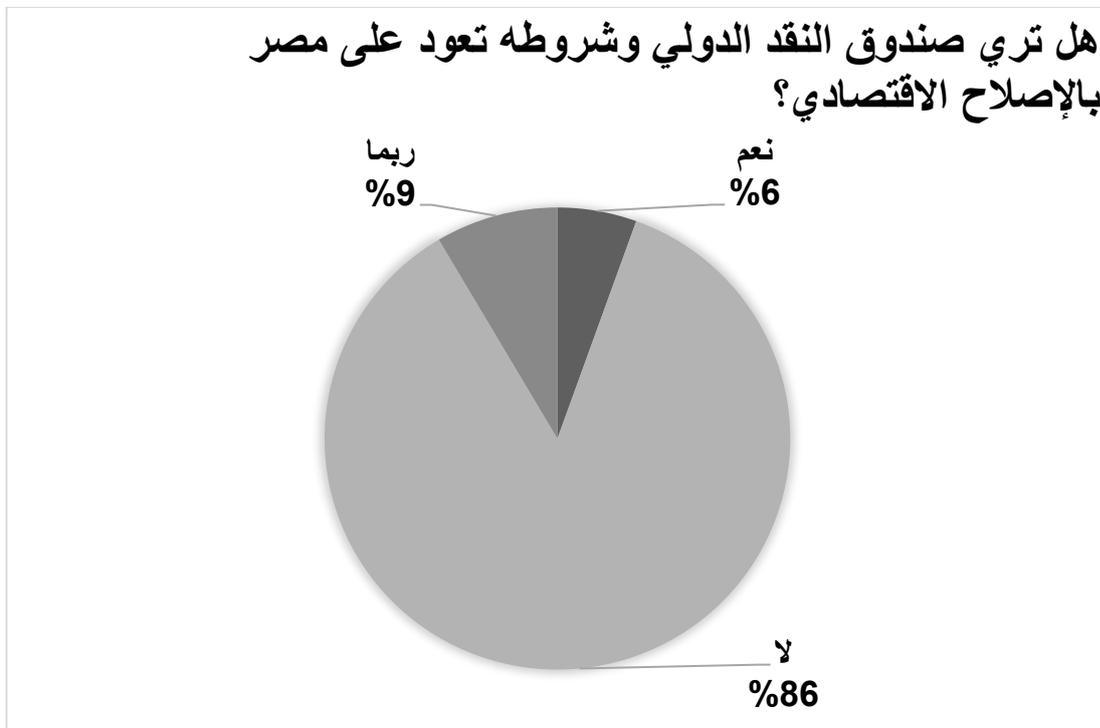
هل تعامل الإعلام بحيادية في عرض موضوع القرض من الصندوق؟



السؤال الرابع:



السؤال الخامس:



أما السؤال السادس فقد كان سؤالاً يخص الاستبيان بشكل عام وقد تناولناه في المبحث السابق، وكان: أي وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً في تكوين رأي لديك؟ وقد عرضنا تحليلاً عن تأثير العينة بوسائل بعينها بنسب متفاوتة، وأن السوشيال ميديا كوسيلة مرئية هي الأقوى بين الشباب وشرائح الرجال، وأن التلفزيون كان أداة الفئة العمرية الكبيرة في السن وفق فرز عدد من الاستثمارات على أساس الفئة العمرية، وتراجع تأثير الصحف المطبوعة والراديو وتلاشيه ليقترب من 1%.

رابعاً: تحليل النتائج:

من هذه النتائج نجد أن الغالبية العظمى بنسبة بلغت 86% لا ترى أن الاقتراض مفيد للوطن في الحالة المصرية، وأن الديون تزيد من أعباء الاقتصاد ولا تخدم مصلحة المواطن وتزيد من أعبائه مع ارتفاع البطالة والتضخم وارتفاع الأسعار، بينما ذهبت نسبة 10% إلى الإجابة برهما وهي إجابة غير قاطعة لفائدة تلك القروض، واكتفى 4% بالتأكيد على الفائدة من تلك القروض، وخاصة قرض صندوق النقد، وهو ما يثبت فشل الإعلام الموالي للسلطة في إقناع الشارع بفائدة القرض الذي عملت وسائل الإعلام على الترويج لفائدته، وهذا ما تفصله نتيجة إجابة السؤال الثاني الذي كان حول الخطاب الموجه حول صندوق النقد من الإعلام، وما يظهر في الإجابة أن الإعلام الذي كان يخطاب الشريحة هو إعلام منحاز للسلطة، فقد رأى 78% أنه صور لهم هذا الإعلام أن القرض مفيد وأن 13% فهموا أنه سلاح ذو حدين و9% فقط من وصلتهم رسالة بأنه ضار. ومع أننا لم نحدد نوعية الإعلام المقصود في الخطاب إلا أن السؤال الثالث طرح موضوع الحيادية وكانت الإجابة 93% لا يرون أن الإعلام لم يكن محايداً مقابل 7% فقط من وصفوه بالمحايد. وتأتي نتيجة السؤال الرابع لتثبت أنه وبنسبة 90% وهي غالبية قوية جداً لم ترَ أن هناك عائداً أو تحسناً حدث للشعب بعد القرض، وقطعت نسبة 86% من العينة في السؤال الخامس قولها بأن صندوق النقد الدولي وشروطه لا تعود أبداً بالإصلاح الاقتصادي للبلاد، بل تضر، وهي نسبة عالية جداً ومتقاربة مع النسب السابقة للأسئلة المطروحة من قبل. ويأتي السؤال السادس الذي يوضح لنا أن النسبة العظمى من الشرائح تتجه نحو السوشيال ميديا كوسيلة سهلة وسريعة

ومتاحة بنسبة 74%، بينما التلفزيون مثل 23%، وهو أمر طبيعي لشريحة استعرضنا آراءها عبر الإنترنت.

الخلاصة:

لا شك في أن الإعلام الموالي للسلطة فشل في إقناع الجماهير في هذه العينة بفائدة الاقتراض، وأن الوعي الجماهيري كان متأثراً بنتائج القرارات الاقتصادية ومردودها عليه، وأن الرأي العام فقد الثقة بوسائل الإعلام المنحازة للسلطة واتجه ليستقي معلوماته كما أجابت هذه الشريحة من إعلام آخر كالمعارض والدولي، وهذا سيأتي ذكره تفصيلاً. النسب المعروضة أعلاه توضح شبه إجماع على فقدان الثقة بالإعلام المرئي الحكومي والمنجاز للسلطة ورفض السواد الأعظم لسياسة الاقتراض الخارجي والمديونية العامة للدولة في ظل عدم وجود رؤية اقتصادية سليمة. وهذا أمر طبيعي خاصة في ظل إعلام دأب من اليوم الأول لسلطته تشويه خصومه وترويج الأكاذيب التي زادت بشكل كبير وخاصة بعدما سيطرت المخابرات الحربية والأجهزة الأمنية على الإعلام كما سبق ذكره، "وعاش الشعب حالة الاستخفاف بعقله مع إعلام روج له أن القوات المسلحة اكتشفت جهازاً يقضي علي كل الأمراض بقيادة لواء طبيب يدعي عبدالعاطي ليتحول الأمر إلى أضحوكة ساخرة للعالم كما وصفها عالم الفضاء بوكالة ناسا د عصام حجي والذي كان يشغل منصب مستشار مايسي -الرئيس المؤقت- وخرج بعدها ليسخر من هذا الاكتشاف إعلامياً ووصفه بالدجل والتخاريف"⁽²²¹⁾ وكان الدافع من وراء هذا الترويج الإعلامي خداع الناس لصالح ما يسمي رفع المعنويات والثقة في النظام العسكري كما كان الوضع في الاقتصاد ومشايعه والترويج لها إعلامياً.

(221) لقاء د. عصام حجي علي قناة الجزيرة مباشر بتاريخ 25-9-2016 وله لقاءات عديدة يكشف

فيها حقيقة الموضوع آخر دخول يوم 18-8-2019 م الرابط

<https://www.youtube.com/watch?v=QXCJTgs3WA8>

4.3: الخطاب الإعلامي المصري بعد إعلان الاستثمار في مشروع قناة السويس

الجديدة

4.3.1: نبذة عن مشروع قناة السويس الجديدة

أولاً: قناة السويس الجديدة:



تم افتتاح قناة السويس الجديدة في عام 2015م، واستغرق بناؤها عاماً واحداً فقط، أما قناة السويس القديمة والتي تعتبر أول ممر مائي اصطناعي يصل البحر الأبيض المتوسط بالبحر الأحمر، فقد تم افتتاحها في عام 1869 للميلاد واستغرق بناؤها 10 أعوام كاملة. واشتمل مشروع قناة السويس الجديدة على إضافة قناة جديدة موازية للقناة القديمة والتي امتدت على طول 35 كيلو متراً، من الكيلو 60 إلى الكيلو 95، بالإضافة إلى توسعة وتعميق منطقة البحيرات الكبرى والممرات الالتفافية، وبذلك فقد بلغ الطول الإجمالي للمشروع نحو 72 كيلو متراً.

ثانياً: أهمية قناة السويس الجديدة:

تم تأسيس قناة السويس الجديدة بشكل موازٍ لقناة السويس القديمة من أجل:

- 1- تسهيل وتسريع عملية مرور سفن الشحن عبر القناة في كلا الاتجاهين.
- 2- التقليل من مدة انتظار السفن العابرة للقناة.
- 3- بالإضافة إلى زيادة القدرة الاستيعابية للقناة من أجل ، قناة السويس الطريق المفضل لدى السفن التمكن من استيعاب النمو المستقبلي المتوقع.

(222) موقع الهيئة العامة لقناة السويس، تاريخ الدخول 18-8-2019

. <https://www.suezcanal.gov.eg/Arabic/Pages/default.aspx>

(223) المرجع السابق.

4- ورفع الدخل القومي للبلاد.

5- توفير فرص عمل جديدة وإيجاد مجتمعات حضرية جديدة.

6- وتعزيز أرباح العملة الصعبة⁽²²⁴⁾.

إحصائيات حول مشروع قناة السويس الجديدة⁽²²⁵⁾:

م	مشروع قناة السويس الجديدة
-1	عدد شركات حفر 6 شركات
-2	عدد مقاول 80 مقاول
-3	أعمال الحفر الجافة 250 مليون متر مكعب
-4	إجمال أعمال تكرير التربة 242 مليون متر مكعب
-5	عدد السفن العابرة للقناة بشكل يومي من 49 سفينة إلى 97 سفينة مع حلول عام 2023
-6	عائد القناة السنوي بحلول عام 2023 13.2 مليار دولار
-7	تكلفة عملية تمديد قناة السويس الجديدة 8.5 مليار دولار

224) "The New Suez Canal", earthobservatory.nasa.gov, Retrieved 18-8-2018. Edited

225) "New Suez Canal", www.suezcanal.gov.eg, Retrieved 18-8-2018. Edited.

"New Suez Canal", www.globalsecurity.org, Retrieved 18-8-2018. Edited

4.3.2: الخطاب الإعلامي المصري حول مشروع قناة السويس الجديدة

الفريق الأول:

تحدث عن مشروع قناة السويس على أنه مشروع إعجاز - معجزة بتعبير الإعلامي أحمد موسى -، وأحد أهم إنجازات التاريخ التي سوف تكتب للرئيس عبد الفتاح السيسي، بل لقد تحدث المسؤول عن المشروع الفريق مهاب مميش على أن عائدات مصر من قناة السويس الجديدة قد تصل إلى 100% مليار دولار سنوياً⁽²²⁶⁾، بينما ذكرت إدارة قناة السويس نفسها أن عائدات القناة في عام 2016م وصلت إلى 2.631 مليار دولار، ونعطي مثلاً على ذلك من باب المثال لا الحصر:

• قناة Sada Elbalad صدى البلد:

الإعلامي أحمد موسى حين قال في برنامجه "على مسؤوليتي"، يوم 8-7-2015، إن قناة السويس الجديدة محل فخر وتعظيم وإنجاز لم يسبق إليه أحد للرئيس السيسي والشعب المصري، وعلى أن المشروع قد نجح بنسبة 100%، دون ذكر ما هي محددات نجاح المشروع. وكان من الأولى أن يتحدث عن مدى حاجة التجارة العالمية للقناة أم لا، وهل الوضع الاقتصادي المصري يسمح بذلك أم يؤثر هذا المشروع على الاقتصادي الداخلي؟ وكعادته لا يفوته أن يطلق سهام التلويح للأعداء الذين لا يتحملون جو البحر الأحمر على حد قوله، وظل يعدد في أعداء الوطن وهم: (حقوق الإنسان - المجلس الأعلى للصحافة - الصحفيون - الوكالات العالمية)⁽²²⁷⁾.

(226) نص كلام الفريق مهاب مميش، نشر بتاريخ: 27-7-2015، الرابط بتاريخ دخول 18-8-2019م

<https://www.youtube.com/watch?v=OvjUWm6iFh4>

انظر أيضاً 100 مليار جنيه دخل القناة الفريق مهاب مميش

<https://www.youtube.com/watch?v=kth8rEgOris>

(227) قناة Sada Elbalad صدى البلد، رابط الحلقة بتاريخ دخول 18-8-2019م

<https://www.youtube.com/watch?v=s65faWMUYA4>

الفريق الثاني:

تحدث عن قناة السويس الجديدة في إطار أنها تفریعة من ضمن مشروعات تنمية محور قناة السويس الأم، وكانت موجودة من قبل ضمن أحد المشروعات، لكن وضع مصر الاقتصادي لم یسمح بهذا المشروع، كما هو الوضع الراهن، بل الوقت الحاضر أدهى وأمر، وبين أنه بفعل منذ تأميم قناة السويس في عهد جمال عبد الناصر ومشروعات تنمية المحور لا تتوقف، وهناك عدة تفریعات أقيمت بالفعل، ولم تأخذ هذا الصیت الإعلامي التي دفع ثمنها المواطن المصري، مثل:

- 1- تفریعة بطول 40 كم شرق بورسعيد في عهد أنور السادات.
- 2- تفریعة بطول 9 كم بمنطقة البلاح في عهد حسني مبارك.
- 3- تفریعة بطول 4 كم بمنطقة التمساح في عهد أنور السادات.
- 4- تفریعة بطول 8 كم بمنطقة الدفرسوار في عهد أنور السادات.

ولنعطي مثلاً لهذا الفريق على سبيل المثال لا الحصر أيضاً:

-قناة الجزيرة مباشر:

في برنامج "المسائية" بتاريخ 8-6-2018م تقديم الإعلامي مصطفى عاشور، تناول مشروع قناة السويس الجديدة، مستضيفاً أ. جمال الجمل - كاتب صحفي - ومدخلات هاتفية لكل من أ. علاء عبد الحليم - خبير في الشؤون الاقتصادية -، وأ. ممدوح الوالي - كاتب صحفي متخصص في الشأن الاقتصادي -، وأ. محمود التهامي - رئيس مجلة النقل البحري. ونقل على لسان الهيئة العامة لقناة السويس أن إيرادات قناة السويس في الفترة من 1-6-2016 م إلى 6-8-2016م قد تراجعت بحيث وصلت لمبلغ قدره 2.631 مليار دولار. بينما ذكرت وكالة بلومبرغ الاقتصادية وأكدت أن العالم لا یحتاج التفریعة الجديدة لقناة السويس حالياً في ظل توقعات غير متفائلة للتجارة العالمية والتوترات الإقليمية.

وقد تم الحديث عن أن مشروع قناة السويس الجديدة قد سبب ضغطاً كبيراً على الدولار، وزيادة سعره داخل البلاد، مما كان له الأثر السيئ على الاقتصاد والجنيه المصري⁽²²⁸⁾.

4.3.3: قياس وتحليل الرأي العام حول مشروع قناة السويس الجديدة

أولاً: الاستبيان الخاص به

سبق وحددنا المنهجية الخاصة به في المبحث السابق ص (116)، وهنا سنتناول أسئلة ونتائج وتحليل القضية الثالثة، وهي قرض صندوق النقد الدولي.

ثانياً: أسئلته

كما ورد في الاستبيان 6 أسئلة تخص الموضوع بعنوان:

القضية الثالثة: قناة السويس الجديدة 2015م

م	السؤال	الإجابة
1	هل كانت مصر في حاجة لمشروع قناة السويس حالياً؟	نعم - لا - ربما
2	هل تناول الإعلام الإيجابيات والسلبيات المترتبة على المشروع؟	نعم - لا
3	هل تحقق من التفرقة ما عمل الإعلام على ترويجه من رخاء وازدهار؟	نعم - لا - بعض الشيء
4	لو امتلكت مالا للاستثمار فهل استطاع الإعلام أن يقنعك بالمساهمة في شراء استثمار قناة السويس وقتها؟	نعم - لا - لا أعرف
5	ما هي وسائل الإعلام التي تحرص على استقاء الأخبار منها؟	حكومي - خاص رجال أعمال - دولي - معارض
6	ما رأيك الآن فيما روجه الإعلام حول قناة السويس؟	صحيح - كاذب - غير ذلك

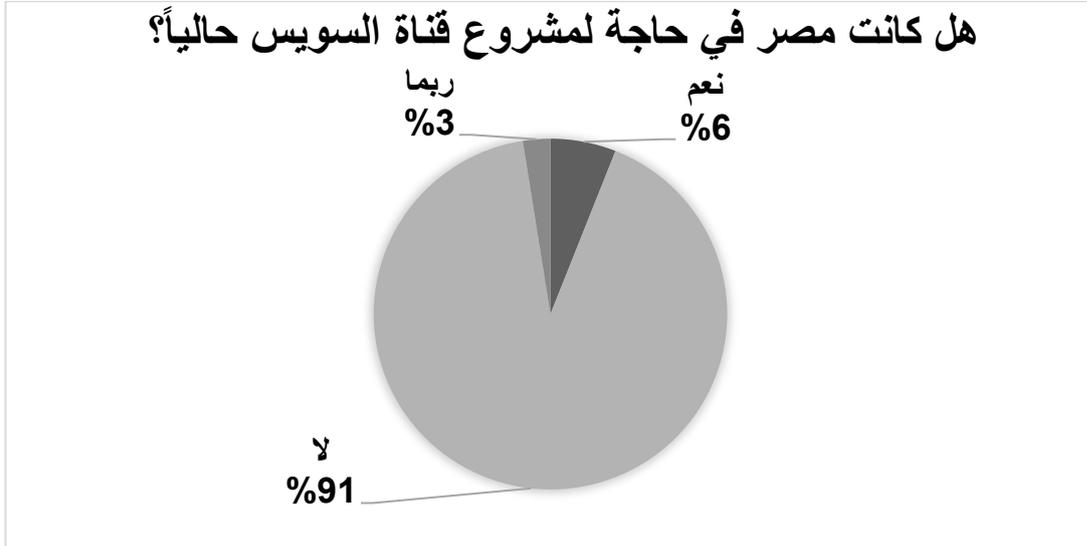
(228) قناة الجزيرة مباشر، رابط الحلقة كاملة، تاريخ الدخول 18-8-2019

<https://www.youtube.com/watch?v=D1hyehy5UmE>

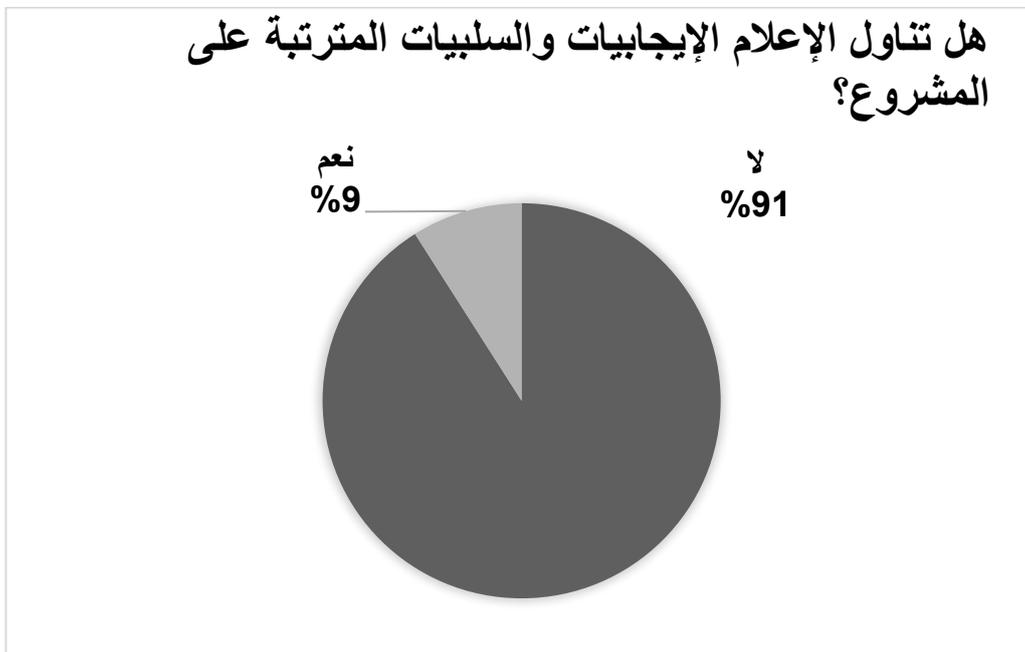
ثالثاً: نتائجه:

كانت نتائج الأسئلة على النحو التالي:

السؤال الأول:

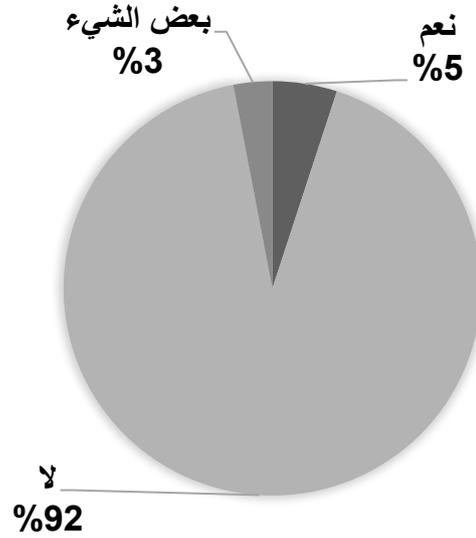


السؤال الثاني:



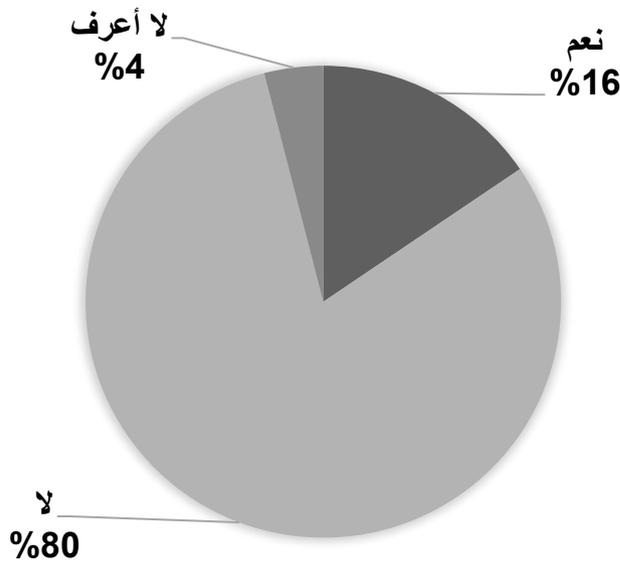
السؤال الثالث:

هل تحقق من التفرّيع ما عمل الإعلام على ترويجه من رخاء وازدهار؟



السؤال الرابع:

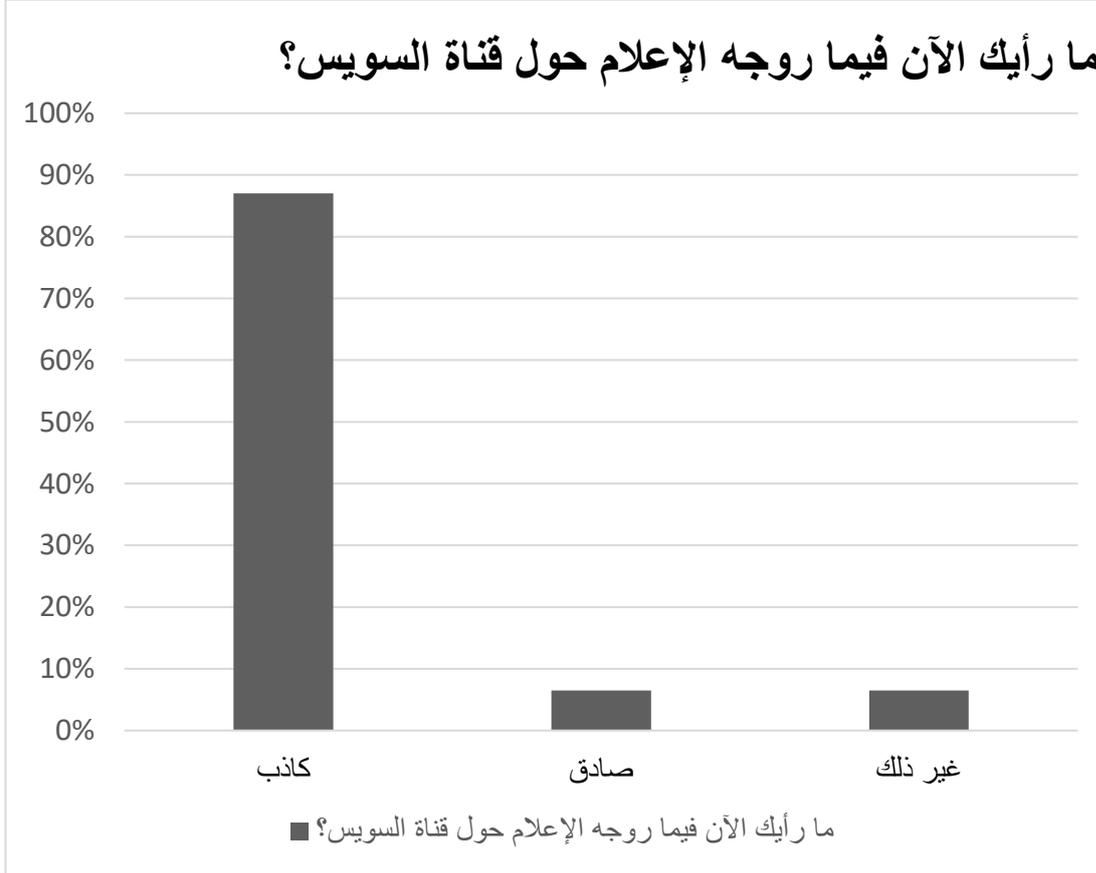
لو امتلكت مالاً للاستثمار فهل استطاع الإعلام أن يقنعك بالمساهمة في شراء أسهم قناة السويس وقتها؟



السؤال الخامس:

ما هي وسائل الإعلام التي تحرص على استقاء الأخبار منها؟
وقد تم الإجابة عنه انظر صفحة 120.

أما السؤال السادس فكان:



رابعاً: تحليل النتائج:

من هذه النتائج نجد أن نسبة 91% من المشاركين في العينة يرون أن مصر لم تكن في حاجة لقناة السويس الجديدة وأنهم استمعوا بشكل جيد للإعلام الذي تناول الإيجابيات والسلبيات وأن قرارهم قائم على معرفة كما في السؤال الثاني وأن نسبة 92% يرون أن ما روجه إعلام السلطة والإعلام المنحاز لم يكن صحيحاً حول الازدهار والتقدم وأنه لو كان يمتلك مالا وعاد به الزمان إلى الوراء لن يشارك في شراء شهادة استثمار في هذه القناة ومشروعها بعدما شاهد الحقيقة، مع العلم أن نسبة كبيرة رأت في البداية أن عائد الشهادة مريح جداً وشارك عدد كبير من المصريين في شراء الأسهم وشهادات الاستثمار لارتفاع سعر الفائدة والربح، ولكن

مع انخفاض الجنيه والتضخم وارتفاع الأسعار ومديونية مصر رأت نسبة 81% أن هذا القرار غير صحيح ولا يمكن الاستثمار في هذا المشروع، وقد ذهبت نسبة 52% من المشاركين إلى اختيار الاستماع واستقاء أخبارهم من الإعلام المعارض و35% من الإعلام الدولي كبديل للإعلام الحكومي الذي يثق فيه 6% فقط، بينما 7% يثقون في إعلام رجال الأعمال والإعلام الخاص، والأسباب أن نسبة اقتربت من 90% ترى أن الإعلام المنحاز للسلطة روج الأكاذيب حول المشروع كبوق دعاية، بينما استطاع الجمهور معرفة الحقيقة من وسائل أخرى ليعرف الإيجابيات والسلبيات لتفريضة جديدة كلفت مصر أكثر من 8 مليارات دولار من العملة الأجنبية التي تضاعفت لتصل إلى 18 جنيهاً بعد التعميم كانت البلاد في حاجة إليها، ما يعني أن قرابة 140 مليار جنيه أنفقت في حفر تفريضة لم تزد من ميزانية الدولة ولا دخل قناة السويس شيئاً وهو ما يعد إهداراً للمال العام وأن المشروع لم يتعدَّ إلا كونه بروجاندا إعلامية ودعاية للنظام لرفع المعنويات، فقد كانت كلفته زائدة لوجود طلب سياسي في سرعة إنجازه، وكان الغرض حشد الشارع وراء مشروعات كبرى لرفع المعنويات كما صرح بذلك الإعلام "ورأس السلطة عبدالفتاح السيسي من قبل".⁽²²⁹⁾

الخلاصة:

أيقن الشارع أن ما روجه إعلام السلطة كان كذباً ودعاية وهمية لمشروع يخسر لا يربح، وأن ما روجه الإعلام المعارض والإعلام الدولي بخصوص جدوى المشروع كان صحيحاً، وأن الرأي العام تأثر في البداية بالدعاية لكنه كان حريصاً على معرفة الحقيقة في ظل وجود مشككين وإعلام آخر ينشر عدم جدوى المشروع وأن رؤيته وهمية وغير مربحة ولن تعود على الشعب والوطن بأي تحسن اقتصادي.

(229) عبدالفتاح السيسي متحدثاً إلى الإعلامي أسامة كمال في التلفزيون المصري كما أذيع عبر 8 قنوات

مصرية لرجال الأعمال بتاريخ 3-6-2016 الدقيقة 19 إلى 22 الرابط بتاريخ الدخول 18-8-

<https://www.youtube.com/watch?v=P2x9ueSHExA> 2019

4.1: الخطاب الإعلامي بعد المؤتمر الاقتصادي الأول في شرم الشيخ

4.1.1: الإعلان عن المؤتمر وأبرز المشاريع من قبل الحكومة المصرية

قد أعلن م/ إبراهيم محلب رئيس الوزراء السلطة في مصر في مؤتمر صحفي عن عقد مؤتمر اقتصادي عالمي في مدينة شرم الشيخ، ويصب المؤتمر حول ثلاثة أهداف رئيسية:

-زيادة إيرادات الدولة المصرية.

-إصلاح العدالة الضريبية وجذب الاستثمارات.

-تحسين وتصليح عجز الموازنة⁽²³⁰⁾.

وهذا المؤتمر الاقتصادي الذي عقد في الفترة من 13 إلى 15 مارس/آذار/2015م، بمدينة شرم الشيخ (شرق مصر)، حيث شاركت وفود من نحو 90 دولة من جميع أنحاء العالم وممثلون عن 25 منظمة إقليمية ودولية.

تم عقد المؤتمر الاقتصادي الدولي تحت اسم مؤتمر دعم وتنمية الاقتصاد المصري (مصر المستقبل)، بـ شرم الشيخ، في الفترة من 13 إلى 15 مارس/ آذار المقبل؛ بهدف جذب استثمارات بقيمة 20 مليار دولار، وفقاً لتصريحات وزراء في الحكومة المصرية.

وكان من أبرز الحاضرين للمؤتمر وزير التجارة الصيني الذي سترأس المؤتمر مع وفد ضخمة، ووفد أمريكي وروسي رفيعا المستوى، كما وعد كل من وزير الخارجية الروسي سيرغي لافروف ونظيره الأمريكي جون كيري بالمشاركة، وقد أعلنت أغلب دول مجلس التعاون الخليجي المشاركة بوفود رفيعة المستوى في المؤتمر، وكذلك الدول الـ 28 الأعضاء في الاتحاد الأوروبي، ودول جنوب شرق آسيا وكوريا الجنوبية وعدت أيضاً بالمشاركة بوفود رفيعة المستوى.

وكان من أبرز المشاريع التي قامت بعرضها الحكومة المصرية:

1- مشروع قناة السويس الجديدة الذي يقدر بتكلفة 8.5 مليار دولار.

2- مشروع تطوير منطقة نويبع.

(230) قام بتغطية المؤتمر الصحفي قناة الحياة في 2014-11-22 وأغلب قنوات التلفزيون المصري، الرابط

بتاريخ الدخول 2019-8-19

https://www.youtube.com/watch?v=n3hmW_w42dY

- 3- مشروع تطوير مطار شرم الشيخ.
- 4- منطقة سكنية على مساحة 4.200.000 متر تصل تكلفتها إلى 40 مليار جنيه.
- 5- المركز اللوجستي العالمي للحقوق والسلع الغذائية، بتكلفة تصل إلى 13.100 (ثلاثة عشر ملياراً ومائة مليون جنيه مصري).
- 6- مشروع شبكة الطرق الجديدة الذي يستهلك تأهيل وتطوير 3 آلاف كيلو متر من شبكة الطرق لإنشاء 39 طريقاً بتكلفة تصل إلى 36 مليار جنيه.
- 7- مشروع المثلث الذهبي الذي يهدف إلى استخدام واستغلال الموارد الطبيعية، والثروة المعدنية، في منطقة المثلث الذهبي بين (قنا - سفاجة - القصير).
- 8- وأيضاً في المجال الزراعي، حيث سيتم استصلاح 4 ملايين فدان في خلال الأربع سنوات القادمة⁽²³¹⁾.

4.1.2: الخطاب الإعلامي حول المؤتمر الاقتصادي الأول في شرم الشيخ

الفريق الأول:

يرعى ترويج النظام المصري للمؤتمر على أنه سينقل مصر سريعاً إلى تحقيق الاستقرار الاقتصادي وتقليص معدلات البطالة ورفع المستوى المعيشي للفرد، وهو ما يمكن أن نسميه الإعلام الموالي للسلطة الحاكمة في مصر، وقد دللنا على هذا الفريق بنموذج واحد من أمثلة كثيرة على سبيل المثال:

(231) تم الإعلان عن هذه المشروعات من قبل الحكومة المصرية على شاشة القناة الثانية للتلفزيون المصري،

رابط الإعلان عن المشروعات تاريخ الدخول 18-8-2019م

. <https://www.youtube.com/watch?v=t11Bywu6uN4>

1- قناة دريم⁽²³²⁾:

استضافة الإعلامية منى سلمان في برنامج مصر في يوم المذاع على قناة دريم بتاريخ 15-3-2015م الدكتور/ أحمد أبو النور - أستاذ الاقتصادات الحرجة وإدارة الأزمات - وتحدث عن أنه كان من المتوقع من وراء المؤتمر الاقتصادي استثمار 60 مليار دولار على مدار أربع سنوات، لكن الناتج عن المؤتمر أكثر من ذلك بكثير، مع اللواء / إيهاب يوسف متخصص في إدارة المخاطر الأمنية، وظل الحديث عن المؤتمر في إطار أنه سيخرج مصر من عنق الرجاجة، إلى قمة الدول المتقدمة اقتصادياً⁽²³³⁾.

الفريق الثاني:

حاول هذا الفريق نقل آراء الخبراء الاقتصاديين المتخصصين في الشأن الاقتصادي المصري، وأيضاً نزلوا إلى الشارع المصري وسمعوا من الناس ما هو الملموس من هذه المشروعات والمؤتمرات، ونقلوا أنها لا تعكس إصلاحاً حقيقياً، أو تغييراً وواقعياً على حياة المواطن المصري، الذي لا يزال يصرخ من سوء الأحوال يوماً بعد يوم، وما يمكن أن نسميه الإعلام المعارض للسلطة الحاكمة في مصر، ولنضرب مثلاً على ذلك مختلفاً بنموذج من الإعلام المرئي على الإنترنت، وعلى سبيل المثال:

(232) قناة دريم قناتة مصرية خاصة يرأس مجلس إدارتها رجل الأعمال المصري أحمد بهجت، تأسست في نوفمبر 2001، وتحسب وفق توجهاتها على السلطة باعتبارها من القنوات المحسوبة على رجال أعمال مبارك، الذين سمح لهم بالعمل الإعلامي قبل ثورة يناير 2011م، حيث سمح صفوت الشريف لعدد من رجال الأعمال بفتح قنوات خاصة وسمح لهجت بإنشاء استديوهات خارج مدينة الإنتاج الإعلامي دون غيره. شاهد رابط تفاصيل أزمة قناة دريم وبثها من خارج مدينة الإنتاج الإعلامي مع وزير الإعلام المصري صلاح عبد المقصود،

<https://www.youtube.com/watch?v=kIioYDyPe-A>

(233) قناة دريم، رابط الحلقة - <https://www.youtube.com/watch?v=->

ZoobVo2c9Q تاريخ الدخول 18-8-2019م.

1- قناة مصر العربية على الإنترنت⁽²³⁴⁾:

رصدت "مصر العربية" آراء الشارع المصري بعد مرور عام على المؤتمر الاقتصادي المنعقد في مارس 2015 بشرم الشيخ، ومدى تأثر المواطن المصري منه بعد مرور عام، شاهد التعليقات كلها من الشارع تقول:

- لا جديد ملموس في الشارع المصري.

- غلاء الأسعار تم بشكل كبير.

- لا وجود لحلول وبدائل لدى السلطة الحاكمة للاستفادة من الاستثمار ورجال الأعمال من الخارج.

- عدم قدرة الناس على التعامل والتكيف مع هذه الأسعار المرتفعة مما جعل نسبة الفقر تزيد في مصر⁽²³⁵⁾.

(234) قناة مصر العربية بوابة اخبارية مصرية أنشئت عام 2013 ويرأس تحريرها عادل صبري وكانت قد أطلقت مشروع قناة تلفزيونية لكنها سرعان من ألغي بقرار سيادي واستمرت القناة في عرض التقارير المصورة بطريقة الفيديو انترنت والفيديو جراف كمحتوي بصري مميز وقد تم حجب الموقع واعتقال رئيس تحريره في 4 ابريل 2018 الخبر علي موقع بي بي سي عربي تاريخ الدخول 18-8-2019 .
[/www.bbc.com/arabic/amp/middleeast-43640849](http://www.bbc.com/arabic/amp/middleeast-43640849)

(235) قناة مصر العربية، رابط الحلقة

. https://www.youtube.com/watch?v=l_q7Lst_mk8

4.1.3: قياس وتحليل الرأي العام حول المؤتمر الاقتصادي الأول في شرم

الشيخ.

أولاً: الاستبيان الخاص به:

سبق وحددنا المنهجية الخاصة به في المبحث السابق ص (116) وهنا سنتناول أسئلة ونتائج وتحليل القضية الرابعة، وهي قرض صندوق النقد الدولي.

ثانياً: أسئلته:

كما ورد في الاستبيان 6 أسئلة تخص الموضوع بعنوان:

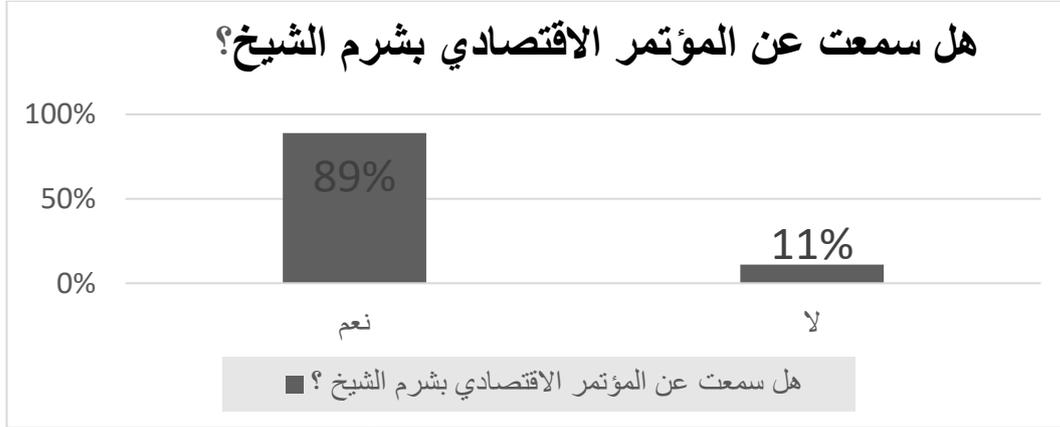
القضية الرابعة: المؤتمر الاقتصادي بشرم الشيخ 2015م

الإجابة	السؤال	
نعم - لا	هل سمعت عن المؤتمر الاقتصادي بشرم الشيخ؟	1
نعم - لا - ربما	هل عاد المؤتمر بمردود إيجابي على الشعب؟	2
نعم - لا - لا أستطيع الحكم	هل شعرت كشخصك بتحسن اقتصادي بعد المؤتمر؟	3
محايد - منحاز للسلطة - معارض للسلطة	ما رأيك في طريقة تناول الإعلام (المرئي) للمؤتمر؟	4
نعم - لا - ربما	هل كان للإعلام تأثير لدى الناس على المؤتمر ونتائجه؟	5
نعم - لا - لا أعرف	هل نجح الإعلام في الترويج الجيد للمؤتمر؟	6

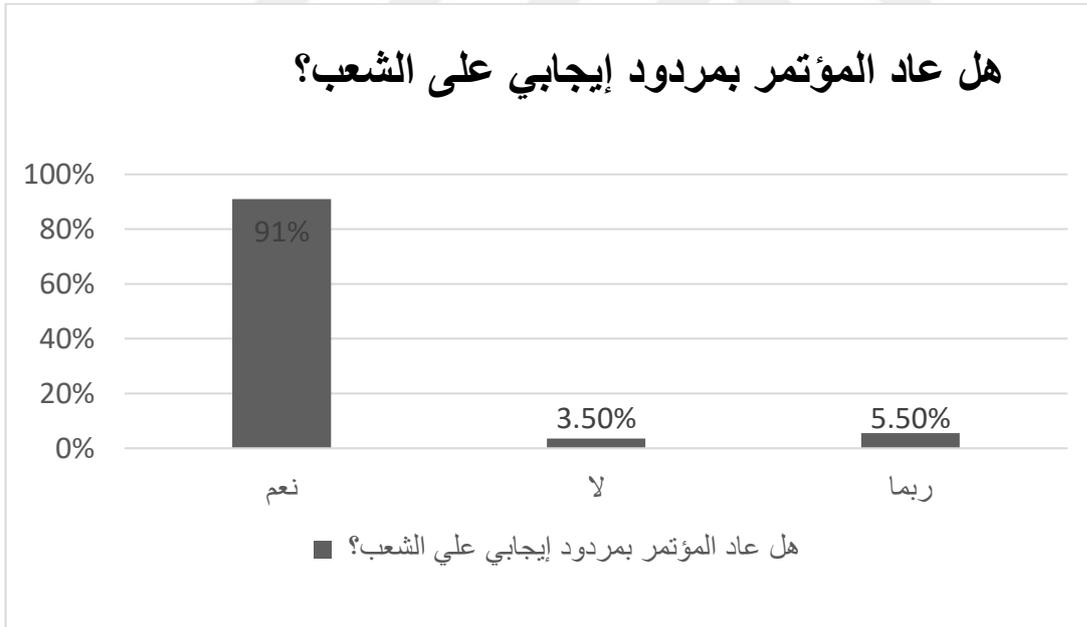
ثالثاً: نتائجه:

وكانت الأسئلة على النحو التالي:

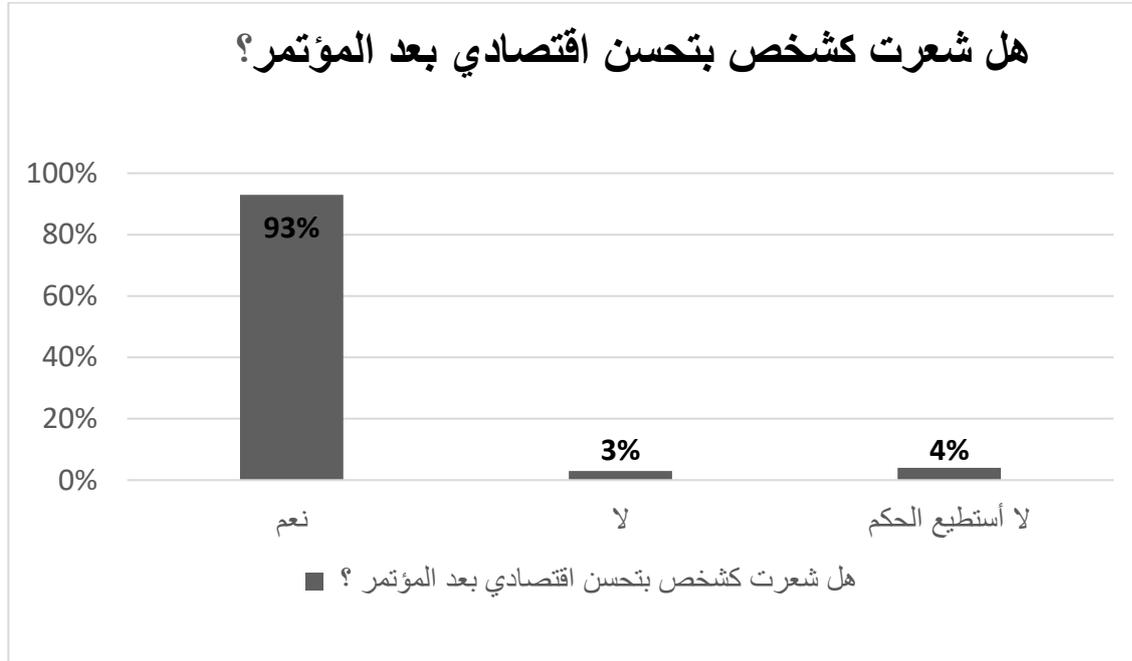
السؤال الأول:



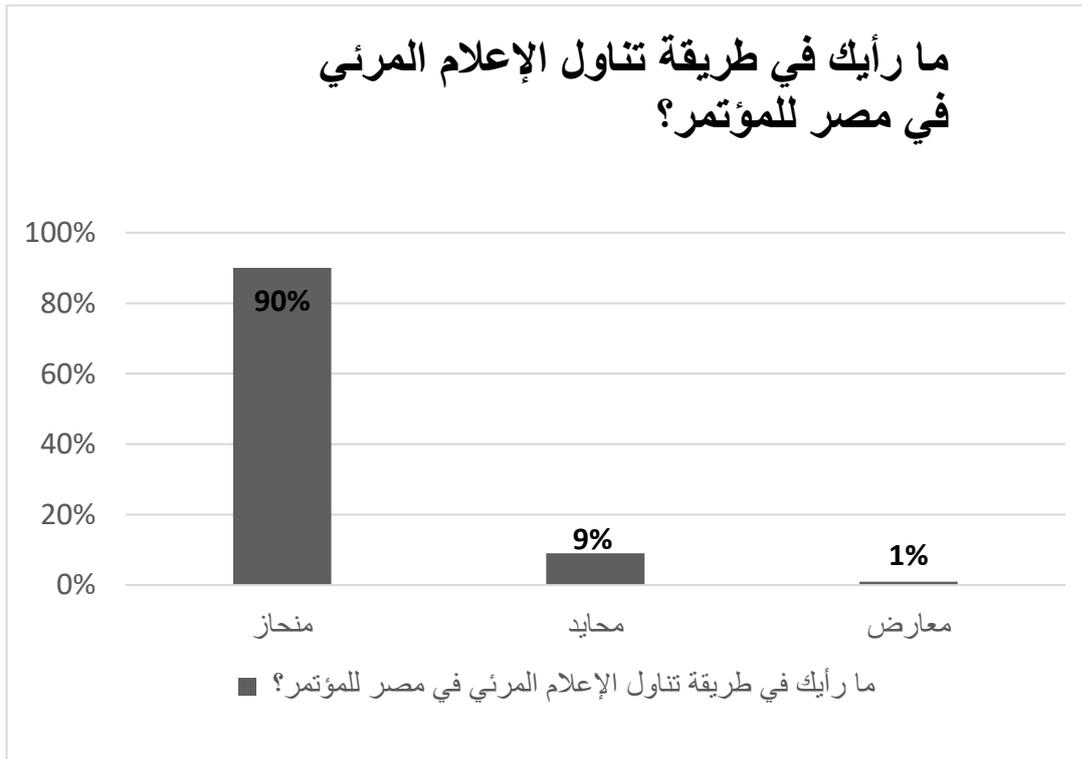
السؤال الثاني:



السؤال الثالث:

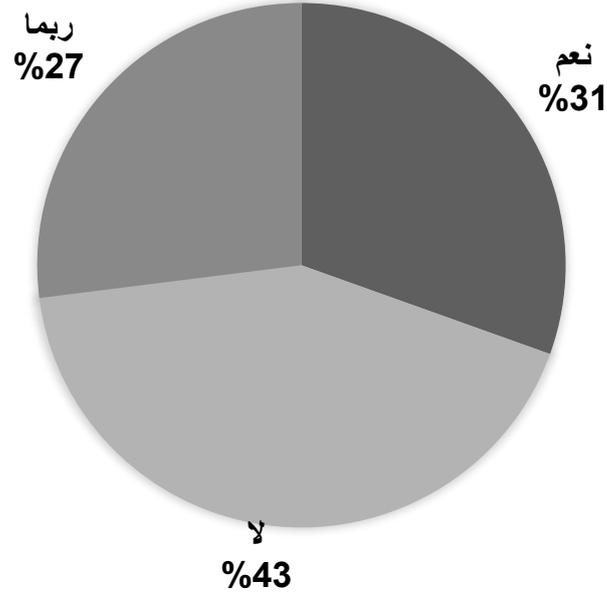


السؤال الرابع:



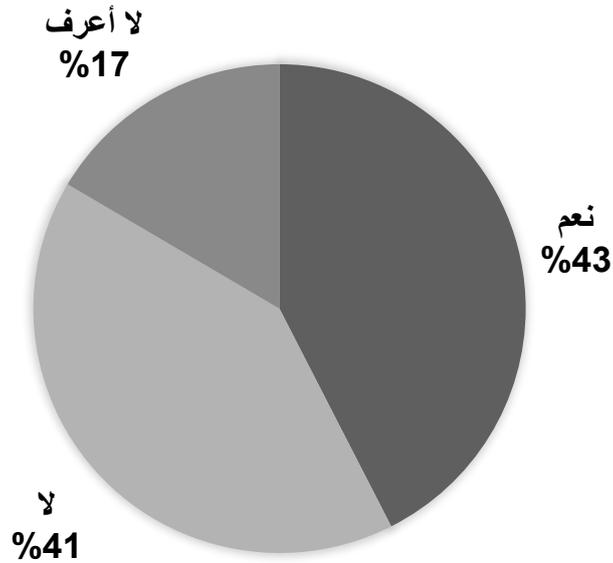
السؤال الخامس:

هل كان للإعلام تأثير لدى الناس على المؤتمر ونتائجه؟



السؤال السادس:

هل نجح الإعلام في الترويج الجيد للمؤتمر؟



رابعاً: تحليل النتائج:

من هذه النتائج نجد أن 89% سمعوا من أماكن مختلفة عن المؤتمر الاقتصادي بشرم الشيخ، وهي نسبة كبيرة لكنها لم تكن مطلقة، مثل تعويم الجنيه الذي سمع عنه كل مصري بعد ارتفاع الأسعار أضعاف في ساعات قليلة، فمردود التعويم السلبي على المجتمع جعل كل المصريين يسمعون عنه، أما المؤتمر فهناك نسبة من العينة وأغلب العينة كان من المتعلمين لم تسمع عنه وهي نسبة 11%، وقد ذهبت نسبة 91% إلى عدم وجود أي مردود منه على الشعب، وبنسبة 5.5% شكوا في المردود الإيجابي بالقول "ربما"، وذهبت الأغلبية الكبرى بنسبة 93% إلى أنه لا مردود شخصي إيجابي عاد عليهم من هذا المؤتمر الضخم الكبير الذي قيلت فيه الأرقام بمليارات الدولارات، وقد رأى 90% من العينة أن الإعلام كان منحازاً للسلطة وللمؤتمر، وأن 9% يرون أنه محايد و1% يرون الإعلام معارضاً وبالطبع الإعلام المقصود وفق الأسئلة التالية هو إعلام رجال الأعمال والحكومي، إذ رأى 43% أن الإعلام لم يكن مؤثراً لدى الناس ولا على نتائجه وقتها، إذ كان المؤتمر في بداية تسلم السلطة والثقة كانت موجودة كما توضحه نسبة 30% بنعم ونسبة 27% برهما، أي أن الغالبية الطفيفة ترى أن الإعلام استطاع في البداية التأثير في الناس بأنه مفيد ومهم. وقد رأى نسبة 42% بأن الإعلام نجح في الترويج الجيد للمؤتمر وبنسبة متقاربة 41% يرون العكس بلا فيما رأت نسبة 17% بأنها لا تعرف حكماً.

الخلاصة:

يمكن القول بتراجع حجم الثقة بالإعلام الحكومي والموالي للسلطة فبعدما أثبتت الأسئلة السابقة أن العينة الخاصة بالمؤتمر الاقتصادي كانت تثق بالإعلام بنسب قريبة من نسب الرفض له أظهرت المشروعات والأنشطة الاقتصادية التالية تراجعاً، وهذا كان واضحاً في النسب الخاصة بالعينة في هذا الموضوع دون غيره.

ما يعني أن الإعلام أثر في بداية الإعلان عن مشاريع اقتصادية في شرائح متفاوتة من العينة موضع البحث ثم فقدت هذه الشرائح الثقة كما ظهرت في المشروعات التالية لهذا المشروع والموضحة في كل نموذج من النماذج السابقة.

ويستدل على أن الإعلام تجمع علاقة بالرأي العام وأنه ينعكس على الأنشطة والسلوكيات الاقتصادية للمواطن.

الفصل الخامس: المعالجة الشرعية من المنظور الإسلامي تجاه الإعلام الاقتصادي الإسلامي

تمهيد:

لقد أصبح الإعلام سمّة بارزة لهذا العصر الذي نعيشه، خاصة السنوات العشرين الأخيرة؛ فقد قوي الإعلام واشتدت سطوته؛ حيث برز قوة جبارة تؤثر تأثيراً مباشراً في الأحداث.

بل تستطيع من خلال هذا التأثير أن تهزّ أي مؤسسة هزّاً عنيفاً قد يسقطها، فالجميع يعرف دور الإعلام في حرب "فيتنام" وفضيحة "ووترجيت"، وأحداث ما كان يعرف بالاتحاد السوفيتي، وأخيراً ما أحدثه في ثورات الربيع العربي وما بعدها من تغيرات جذرية لمسيرة الإنسان وهويته وجنسيته.

وهذه الأمثلة تدل على أن نفوذ الإعلام يتعاظم شيئاً فشيئاً، حتى أصبح قوة لا يُستهان بها توجه الرأي العام، وتتسلط على السياسة والاقتصاد، وسائر مجالات الحياة.

وسائل الإعلام هي واحدة من أخطر الوسائل التي تؤثر على الإنسان، وتؤثر في عقله، ومشاعره، وتؤثر على إرادته وتوجيهه، إنه الكيان الذي يصنع الأفكار، الأذواق، الميول الشخصية والسياسية، والاتجاهات السياسية والفكرية.

ويصحب الإنسان في حياته، ويدخل عليه في كل حين، حتى إنه يدخل عليه حجرة نومه، بل لم يعد خافياً على أحد مدى تعاظم تأثير الإعلام على الناس، لدرجة أنهم قد يفقدون المسكن والمأكل والملبس ولا يفقدون الوسائل الإعلامية.

ولقد أصبح من الأدبيات المتفق عليها أن المسلمين اليوم - وفي هذه الانعطافة من تاريخهم - يواجهون غزواً واحتلالاً ثقافياً وفكرياً وحضارياً واقتصادياً بشعاً شمل كل جوانب حياتهم.

لذلك فمهمة الإعلام الإسلامي لم تعد فقط التثقيف والتوعية وفتح القنوات المعرفية أمام أجيال المسلمين، بل لا بد من أن تتجاوز ذلك لتحفيز الأمة كل الأمة، ووضع الخطط

المناسبة في التصدي للغزو الفكري والثقافي والأخلاقي الذي تتعرض له الأمة الإسلامية، وسط شيوع وسائل الإعلام العابرة للقارات، والتي تؤثر في المجتمعات وتنقل أفكار وفلسفات وأخلاقيات شعوب العالم إلى كل مكان.

وكي يحدث ذلك لا بد من وضوح ماهية الإعلام الإسلامي، ودوره في مواجهة الإعلام الغربي؛ حتى يصبح بديلاً عنه لأفراد ومؤسسات الأمة في التوجيه والحركة، لكنه في نفس الوقت بديل مختلف في منطلقاته، فهو معبر عن الإسلام وقيمه وعقيدته ومبادئه الإنسانية العامة.

ومن ثم لا بد من رسم الضوابط الأخلاقية والقواعد الشرعية، التي يدور في فلكها؛ كي يحقق الغاية المرجوة منه، والهدف المنتظر منه.

لذلك سيتم تسليط الضوء في هذا الفصل على المباحث التالية:

- 5.1: الإعلام في الإسلام.
 - 5.2: كيف يتأثر الإعلام المرئي بالقواعد الشرعية.
 - 5.3: مدى استجابة مختلف شرائح المجتمع للتوجه الإعلامي ذي الإطار الإسلامي.
- 5.1: الإعلام في الإسلام:

أصبح الإعلام المرئي في الواقع المعاصر شأنًا مهمًا في حياة الناس أفراداً ومجتمعات، وتعددت مفاهيمه ووسائله وأساليبه ومضامينه، فلم يعد يملك الإنسان فكاً من وصولها إليه، وتأثيرها عليه، وأخذت المعلومة الصحيحة والخطأ تنتشر بسرعة هائلة إلى الغالبية العظمى من سكان الكوكب الأرضي.

حتى إنَّ وصف الإعلام بأنه السلطة الرابعة لم يعد تعبيراً عن درجة رابعة في التأثير على أنماط التفكير والسلوك الإنساني، بل إن هذه السلطة تكاد تتحكم في السلطات الثلاث الأخرى.

ولا شك في أن تقدّم الأمم اليوم أصبح يقاس بتطور علومها، لكنّ هذه العلوم لا تستطيع أن تؤثّر أكلها، ولا يمكن جني ثمارها بدون إعلام متطور، فالإعلام هو محور العلوم في هذا

العصر، ويجب أن نسلّم اليوم أن العالم بمشاركه ومغاربه أصبح قرية صغيرة، أو بالأحرى حاسوباً صغيراً بفضل وسائط الاتصال المتعددة ووسائل الإعلام المتنوعة.

والمعركة التي تجري رحاها اليوم بين الإسلام وأعدائه، معركة إعلامية بالأساس، فكلُّ الحروب الأخرى - الثقافية والسياسية والاقتصادية والعسكرية - لا تستطيع تحقيق مآربها في غياب آلة إعلامية فتّاقة تُحسن اختيار الأوقات المناسبة؛ لتوجيه ضرباتها وهجماتها بإتقان، ألا يدعو ذلك إلى وقفة للتفكير والتدبر في فهم الإعلام المرئي العالمي بشكل عام والإعلام الإسلامي وآليات عمله بشكل خاص؟

ونحن أمة إعلام وإبلاغ وإخبار ودعوة، نحن أمة (اقرأ)، فأول آية نزلت على الحبيب المصطفى - صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - هي: "اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ"⁽²³⁶⁾.

ونبيُّنا المرتضى محمد - صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - جاء مبلِّغاً لقوله - تعالى - : "يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ"⁽²³⁷⁾.

ونحن أمة محمد - صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - مكلفون بالدعوة إلى الله؛ لقول ربِّنا - تبارك وتعالى - : "لِكُلِّ أُمَّةٍ جَعَلْنَا مَنْسَكًا هُمْ نَاسِكُوهُ فَلَا يُنَازِعُكَ فِي الْأَمْرِ وَاذْعُ إِلَى رَبِّكَ إِنَّكَ لَعَلَى هُدًى مُسْتَقِيمٍ"⁽²³⁸⁾، ويقول الله - عز وجل - : "وَلَا يَصُدُّكَ عَنْ آيَاتِ اللَّهِ بَعْدَ إِذْ أُنزِلَتْ إِلَيْكَ وَاذْعُ إِلَى رَبِّكَ وَلَا تَكُونَنَّ مِنَ الْمُشْرِكِينَ"⁽²³⁹⁾.

إلى غير ذلك من الآيات البيِّنات التي تحثُّنا على العلم والإعلام والإبلاغ والدعوة، لكننا ربما لم نفقه بعدُ قيمة هذه العبارات القرآنية الجليلة التي تفرِّغ أذاننا في كل وقت وحين بهذه الأوامر الإلهية التي لو وعيناها حق الوعي، وعملنا بها كما ينبغي، لحققنا مرادنا، ولاستدركنا ما فاتنا، ولاسترجعنا ما سلب منا.

(236) العلق، آية رقم (1).

(237) المائدة، آية رقم (67).

(238) الحج، آية رقم (67).

(239) القصص، آية رقم (87).

5.1.1: مفهوم الإعلام الإسلامي:

يعد مصطلح (الإعلام الإسلامي) من المصطلحات الحديثة، والذي نشأ مع نشأة الإعلام الحديث، ومن ثمّ تنوعت تعريفاته عند الباحثين، تبعاً لتخصصاتهم من ناحية، ولرؤيتهم النظرية لما يجب أن يكون عليه الإعلام الإسلامي من ناحية أخرى، ومن هذه التعاريف:

1- تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم، بصورة مباشرة أو من خلال وسيلة إعلامية عامة بوساطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعنى بالحقائق الدينية وترجمتها في سلوكه ومعاملاته⁽²⁴⁰⁾.

2- الأصل في الإعلام الإسلامي أنه إعلام عام غير متخصص لمجتمع مسلم أو دولة إسلامية أو حكومة إسلامية، لكن الواقع لمجتمعاتنا الإسلامية يحتم علينا القول بأنّ الإعلام الإسلامي في ظروفنا المعاصرة هو صورة من صور الإعلام المتخصص، وهو الإعلام الديني⁽²⁴¹⁾.

3- إنّ مفهوم الإعلام الإسلامي؛ إعلام عام في محتواه ووسائله يلتزم في كل ما ينشره أو يذيعه أو يعرضه على الناس بالتصوّر الإسلامي للإنسان والكون والحياة المستمدة أساساً من القرآن الكريم وصحيح السنّة النبوية وما ارتضته الأمة من مصادر التشريع في إطارها⁽²⁴²⁾.

4- كما يُعرّف الإعلام الإسلامي بأنّه: "استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون عالمون عاملون بدينهم متفقهون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة، مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم والمبادئ والمثل للمسلمين ولغير المسلمين في كل زمان ومكان، في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه

(240) محي الدين عبد الحلیم: الإعلام الإسلامي: الأصول والقواعد والأهداف، مؤسسة اقرأ الخيرية، 1992م، ص 54.

(241) محي الدين عبد الحلیم: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط/1، 1983م، ص 36.

(242) محمد محمد يونس: وظائف الإعلام الإسلامي، ورقة مقدمة إلى ندوة: "الإعلام الدولي وقضايا العالم الإسلامي"، القاهرة، نوفمبر 1998م، ص 28-29.

والتوعية والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب⁽²⁴³⁾.

يُعدُّ هذا التعريف الأخير من أحسن التعاريف لمفهوم الإعلام الإسلامي، ذلك لأنه يشمل كافة مواصفات ووظائف الإعلام الإسلامي، غير أنه لا يقلل من قيمة التعاريف السابقة.

5.1.2: خصائص الإعلام الإسلامي

للإعلام الإسلامي خصائص تجعله يختلف عن غيره من أنواع الإعلام الغربي، فهو يدور مع مقاصد الإسلام الحنيف، وخصائصه العليا، وسماته الفضلى، ومن أهم هذه الخصائص:

أولاً: الحرية والمسؤولية:

في النظام الإسلامي تُعدُّ الحرية أساس النظام السياسي، وهي قاعدة لنظامه الإعلامي، والحرية فطرة لا يصادرها الإسلام.

وكذلك إذا كانت قاعدته الإعلام الإسلامي الحرية، فالمسؤولية هي قمته، حتى لا تنطلق الحرية بدون ضوابط، ومن هذه الضوابط: العقيدة، والأخلاق، وعدم المساس بالآخرين.

وهي خاصية يمتاز بها الإعلام الإسلامي دون الإعلام الغربي الذي يطلق للحرية العنان، مما ينتج عنه التفريط، وبها أصبح الإعلام الغربي إعلماً إباحياً وفساداً. والإعلام الإسلامي يتوسط ويتمثل الوسطية والتوازن.

ومن ثم فقد حافظ الشارع على الضرورات الخمس، وهي: الدين، والعرض، والنفس، والعقل، والمال، أوجدها وأصلحها وأكملها، وأبعد عنها الموانع ودرأ عنها المفاسد، فأى عمل يخل بها أو يهدمها محرّم وعلى المسلم أن يجتنبه.

في ظل الإعلام الإسلامي لا يتصور أن يتولاها من يرفض الدين أو يسخر منه أو من رجاله أو أحكامه أو يثير حوله الشبهات أو ينتهك الأعراض أو يفسد الأخلاق ويثير الغرائز من

(243) عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، بيروت، ط/1،

1985م، ص 29.

خلال إثارة الجنس الرخيص⁽²⁴⁴⁾.

والإسلام يقدر المسؤولية ويحافظ على حقوق الفرد في مواجهة الآخرين، وللإسلام ضوابط للإعلام، منها: أن الإعلام يخدم المبدأ ولا يخدم النظام، ويكون الإعلام في خدمة الإسلام وليس الإسلام في خدمة الإعلام.

وعندما يكون الإعلام إسلامياً؛ فإنَّ المشرفين عليه يستندون إلى أحكام الشرع في كل ما يقال ويعلن، ولذلك فإنَّ مَنْ يكون همه حمل الرسالة السامية إلى العالم لن يجد الوقت الكافي لديه لنشر المهاترات وسفاسف الأمور ملء الفراغ أو لإلقاء الرعية، ولا فراغ عند الوسيلة الإعلامية، والإعلام الإسلامي لا يكذب، ولا يتملق، ولا يحرف، ولا يتلون، ولا ينافق، ولا يستجدي، ولا يخشى في الحق لومة لائم.

وهو أيضاً يعلم الناس القيم والفضائل، ولا ينشر الفضائح والردائل، وإنما يعمل على نشر الفضيلة، ويعمل على احترام عقول الناس، ويحترم العادات والمشاعر التي تنسجم مع الشرع الإسلامي، وهو يقف مع المظلومين، ويحاسب المسؤولين⁽²⁴⁵⁾.

ثانياً: التوازن الأخلاقي:

الإعلام الوضعي المعاصر انفصل عن الدين لأسباب كثيرة، فالذي يميز الإعلام الإسلامي هو ارتباطه التام بالإسلام عقيدة وشرعية وأخلاقاً.

وهذا الذي يجعل الإعلام الإسلامي إعلام صدق وأمانة وثقة ودقة وشمولية وموضوعية وسائر أخلاق الإسلام، ولذلك لا بُدَّ أن يكون إعلاماً أخلاقياً إسلامياً، ولا يكون الإعلام كاملاً إلاً بالأخلاق. والشمول الموضوعي.

نقصد به بيان أن الجميع سواء أمام أحكام الإسلام، غنيهم وفقيرهم، شريفهم ووضيعهم، ولا

(244) زغلول راغب النجار: أزمة التعليم المعاصر وحلولها الإسلامية، المعهد العالي للفكر الإسلامي، 1990م، ص 135.

(245) عايد الشعراوي: تدوين الفكر الإعلامي في العالم، دار النهضة الإسلامية، بيروت، 1989م، ص 141.

استثناء لأحد، وشمولاً مكانياً يعني شمول الإسلام كشرعية لكل أرض الإسلام أو شموله كدعوة لكل العالم⁽²⁴⁶⁾.

والنشاط الإعلامي في الإسلام خلافاً للنشاط الإعلامي في النظم الوضعية له طابعٌ تعبُدي وهدفٌ سام، ويجعل الرقابة على ممارسة هذا النشاط رقابة ذاتية.

يقول د. دراز - رحمه الله - : "إنَّ في القرآن الكريم يتجلى طابع الشمول في القانون الأخلاقي بوضوح يقطع كل شك، لا لأن مجموع أوامره في جملتها موجهة إلى الإنسانية قاطبة فحسب، بل إن القاعدة ذاتها - سواء كانت قاعدة عدل أم فضيلة عامة - واجبة التطبيق بلا تغيير على ذات الشخص كما على غيره، وعلى الأقارب كما على الغرباء، وعلى الأغنياء كما على الفقراء، وداخل الجماعة الإسلامية وخارجها، وعلى الأصدقاء والأعداء"⁽²⁴⁷⁾.

الإعلام الإسلامي يركز على الأخلاق، لأنَّها ضرورة من ضروريات الحياة والوجود الإنساني، ولقد قدم الإسلام للإنسانية دستوراً أخلاقياً شاملاً، تنتظمه نظرية مفصلة توضح كل العناصر الضرورية اللازمة لتكوين فكرة دقيقة عن الطريقة التي ينبغي أن نتصور بها معنى الأخلاق.

والنظرية الإسلامية في الأخلاق؛ نظرية فريدة عمدتها الالتزام والمسؤولية والجزاء، ولها حد أدنى من الأخلاق الفاضلة تخص الإنسان العادي، وما زاد فهو إكمال يحث عليه القرآن الكريم ويدعو إليه.

وتعدُّ الأخلاق الفاضلة أساساً مهماً من أسس العملية الإعلامية، والإعلام في كل أبعاده إعلام أخلاقي، "وعلى هذا الأساس فإن الإعلام الإسلامي يقوم بأداء واجباته الخلقية بغير تمييز لأنه مطالب بذلك بقدر المستطاع، يقول الله تعالى: "لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا"⁽²⁴⁸⁾.

وبعبارة أخرى إنَّ المسلم ليس له أن يختار من أخلاق الإسلام كما يهوى، فلا يكون صادقاً

(246) علي جريشة: نحو إعلام إسلامي، مكتبة وهبة، القاهرة، 1989م، ص 87.

(247) محمد عبد الله دراز، دستور الأخلاق في القرآن، ص53-55 (بتصرف).

(248) البقرة، آية رقم (286).

أميناً كريماً ثم يكون فظاً غليظاً لا يرحم" (249).

ثالثاً: الاستقلالية:

الإعلام الإسلامي يتميز باستقلاليته ورفضه للهيمنة، وهو ذاتي الانطلاق ويرفض أشكال التبعية، وهو عالمي التوجيه ودعوته عالمية، وهو بهذا يرفض كل ما يتعارض مع المصادر الأساسية للإسلام من قرآن كريم وسنة نبوية.

فمن أكبر الأزمات التي تواجه الإعلام الإسلامي اعتماد بعض القنوات على التمويل من مصادر مالية مليئة مثل الدول والهيئات الكبرى والقوى العالمية، زاعمة أن ذلك سيضمن لها الاستقرار المالي والفني والتقني للمؤسسة، لكنه في نفس الوقت يجعل المحتوى مرهوناً بأجندات وتوجهات الممول؛ مما يحرفه قليلاً أو كثيراً عن الأهداف التي يمكن أن يرسمها القائمون على الوسيلة الإعلامية؛ الأمر الذي يؤثر بصورة كبيرة على استقلالية المؤسسة الإعلامية التي يسعى لها الإسلام.

وكذلك عدم الاستقلالية قد تأتي من داخل الدولة، فبعض المؤسسات الإعلامية الإسلامية تستطيع أن تقول إنها المؤسسة أو القناة الخفية التي تدعم ذلك النظام الحاكم العربي، وتسوغ بعض أفعاله الخاطئة أو المنحرفة، وذلك بسبب مسارعة بعض العاملين فيها بإرضاء هوى الحاكم الفلاني أو تحاشي ضرره للقناة، أو شراء بعض الحكومات لدم بعض العاملين في تلك المؤسسات لكي تتحدث بالروح الإسلامية التسويغية لتحركات ذلك النظام.

لذلك الإعلام الجيد الذي ننشده هو الذي يمتلك قنوات فضائية إسلامية كان لها دور جيد في كشف بعض الحقائق وإمالة اللثام في تصحيح بعض المفاهيم، وتعرية التصورات الفاسدة، وتكون قلباً وقلباً نبضاً لقلب هذه الأمة المحترق على وضعها العقائدي والسياسي، وقد يؤدي هذا الدور العظيم، لأن تأتي بعض الحكومات وتأمّر بإغلاق هذه القنوات الفضائية ومحاربتها باسم (مكافحة الإرهاب).

(249) عبد الرؤوف، عبد القادر سيد عبد الرؤوف، الأخلاق في الإسلام في ضوء الكتاب والسنة، دار

الطباعة المحمدية، القاهرة، ط 1 (1413هـ-1992م)، ص 22، بتصرف.

رابعاً: اعتماد القدوة والأسلوب الحسن:

قد ركّز الإسلام على القدوة الحسنة، فالرسول صلى الله عليه وسلم هو أسوتنا وقدوتنا ومثلنا الأعلى، وخرّج لنا نماذج بشرية من أصحابه كانوا أيضاً القدوة والمثل، مما أثبت أهمية الصفوة المختارة المتميزة بالحكمة، والعلم، والبصيرة، والصلاح، والاستقامة، التي يمكن أن تشكّل القدوة الحسنة؛ لأنّ فقدانها سيؤدّي إلى أن تقاد البلاد بجهلة متسلطين انتهازيين قليلي الخبرة، لسأهم عربي وعقولهم وقلوبهم غير ذلك، وهذا يؤدّي بالمجتمع إلى الضياع.

كما اعتمد الإعلام الإسلامي في مخاطبة جماهير الناس على الأسلوب الحسن، والإقناع دون الإكراه، وهو مبدأ إسلامي مهم عرضته الآيات والأحاديث وطبّقه رسول الله صلى الله عليه وسلم، واستقرت عليه شريعة الإسلام إلى يومنا هذا.

ومن أوضح الأمثلة التطبيقية في حياة الرسول صلى الله عليه وسلم على ذلك موقف الرسول صلى الله عليه وسلم مع أبي الوليد عتبة بن ربيعة:

فعن محمد بن كعب القرظي، قال: حدثت أن عتبة بن ربيعة - وكان سيداً - قال يوماً وهو جالس في نادي قريش ورسول الله - صلى الله عليه وسلم - جالس في المسجد وحده: يا معشر قريش، ألا أقوم إلى محمد فأكلمه إن شاء ويكف عنا؟ وذلك حين أسلم حمزة، ورأوا أصحاب رسول الله - صلى الله عليه وسلم - يزيدون ويكثر، فقالوا: بلى يا أبا الوليد قم إليه فكلمه، فقام إليه عتبة حتى جلس إلى رسول الله - صلى الله عليه وسلم - فقال: يا ابن أخي، إنك منا حيث قد علمت من الصلة في العشيرة والمكانة في النسب، وإنك قد أتيت قومك بأمر عظيم فرقت به جماعتهم، وسفهت به أحلامهم، وعبت به آلهتهم ودينهم، وكفرت به من مضى من آبائهم، فاسمع مني أعرض عليك أموراً تنظر فيها لعلك تقبل منها بعضها، قال: فقال له رسول الله - صلى الله عليه وسلم - : قل يا أبا الوليد أسمع، قال: يا ابن أخي إن كنت إنما تريد بما جئت به من هذا الأمر مالا، جمعنا لك من أموالنا، حتى تكون أكثرنا مالا، وإن كنت تريد به شرفاً سودناك علينا، حتى لا نقطع أمراً دونك، وإن كنت تريد به ملكاً ملكناك علينا، وإن كان هذا الذي يأتيك رئياً تراه لا تستطيع رده عن نفسك، طلبنا لك الطب، وبذلنا فيه أموالنا حتى نبرئك منه، فإنه ربما غلب التابع على الرجل حتى يداوى

منه، أو كما قال له حتى إذا فرغ عتبة ورسول الله - صلى الله عليه وسلم - يستمع منه، قال: أقد فرغت يا أبا الوليد؟ قال: نعم، قال: "فاسمع مني"، قال: أفعَل، قال: بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ "حم (1) تَنْزِيلٌ مِّنَ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ (2) كِتَابٌ فُصِّلَتْ آيَاتُهُ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لِّقَوْمٍ يَعْلَمُونَ (3) بَشِيرًا وَنَذِيرًا فَأَعْرَضَ أَكْثَرُهُمْ فَهُمْ لَا يَسْمَعُونَ (4) وَقَالُوا قُلُوبُنَا فِي أَكِنَّةٍ مِّمَّا تَدْعُونَا إِلَيْهِ وَفِي آذَانِنَا وَقْرٌ وَمِن بَيْنِنَا وَبَيْنِكَ حِجَابٌ فَاعْمَلْ إِنَّنَا عَامِلُونَ (5)"⁽²⁵⁰⁾، ثم مضى رسول الله - صلى الله عليه وسلم - فيها يقرؤها عليه، فلما سمعها منه عتبة أنصت لها، وألقى يديه خلف ظهره معتمداً عليهما، يسمع منه، ثم انتهى رسول الله - صلى الله عليه وسلم - إلى السجدة منها، فسجد ثم قال: قد سمعت يا أبا الوليد ما سمعت، فأنت وذاك.

فقام عتبة إلى أصحابه فقال بعضهم لبعض نحلف بالله لقد جاءكم أبو الوليد بغير الوجه الذي ذهب به، فلما جلس إليهم قالوا: ما وراءك يا أبا الوليد؟

قال: ورائي أبي قد سمعت قولاً والله ما سمعت مثله قط، والله ما هو بالشعر ولا بالسحر ولا بالكهانة. يا معشر قريش أطيعوني واجعلوها بي، وخلوا بين هذا الرجل وبين ما هو فيه فاعتزلوه فوالله ليكونن لقوله الذي سمعت منه نبأ عظيم، فإن تصبه العرب فقد كفيتموه بغيركم، وإن يظهر على العرب، فملكه ملككم وعزه عزكم وكنتم أسعد الناس به. قالوا: سحرك والله يا أبا الوليد بلسانه، قال: هذا رأيي فيه فاصنعوا ما بدا لكم...⁽²⁵¹⁾.

عند النظر إلى هذا الحوار نجد فيه كثيراً من الآداب التي يجب على الإعلام الإسلامي التحلي بها عند حوار مع مخالف الإسلام، فضلاً عن المخالف لرأي في مسألة اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية، منها:

1- حسن الاستماع حتى يفرغ المخالف من كلامه نهائياً، فلربما أجمل كلامه في بدايته وسوف يفصل في نهايته، أو ربما لم يصرح بمراده في بداية الكلام، وسيكون ذلك في آخره، فحسن الاستماع يسهل كثيراً من الرد على المخالف وتقريب وجهات النظر، وهذا واضح في إنصات

(250) فصلت، الآيات من 1-5.

(251) البداية والنهاية لابن كثير، ج 3، ص 79 . 82، وانظر سيرة ابن إسحاق، ص 206، ويراجع

مصنف أبي شيبة، 295/14، وينظر مسند أبي يعلى، 3/ 349.

النبي لعتبة حتى فرغ، ثم قال له: أفرغت يا أبا الوليد؟ وهذا دلالة على عدم مقاطعة النبي لعتبة في حديثه.

2- حسن الأدب في المخاطبة ولو كان المتحدث كافراً، فحسن الأدب مخجل للخصم عن أن يتناول بالكلام، أو يعاند في قبول الرد، ولذلك قال النبي - صلى الله عليه وسلم - لعتبة: قُلْ يَا أَبَا الْوَلِيدِ أَسْمَعْ، وكنهاه بذلك علامة على الرفق به ولين الجانب له.

وكانت العرب تحب المناداة بالكنية فجاءه النبي من الجانب الذي يحبه حتى ولو علم النبي أن لن يؤوب ولن يرجع، لأن ذلك أصل في الدعوة إلى الله فقد أمر الله موسى وهارون باللين مع فرعون رغم أنه لن يؤوب ولن يتوب.

3 - حسن الاستماع وحسن الكلام دلالة على بشاشة الوجه، وهذا مما يؤلف قلب المخالف، ويهون من ثورته على الإنسان، ويهدئ من حدته.

4- وكل هذه الثلاث خصال تمنع شر الخصم إن كان يريد إضمار الشر قبل أن يتكلم، فهو باب من أبواب درء المفسدة وجلب المصلحة.

5- النبي لم يجادله في كلامه؛ بل تلا عليه من آيات الله ما يعرف النبي صلى الله عليه وسلم أن لها وقعاً على قلب هذا الرجل، وترك جانب المماراة⁽²⁵²⁾.

خامساً: الصدق والموضوعية:

الإعلام الإسلامي يعتمد على الأسلوب الموضوعي، القائم على التحليل والتأمل، واتخاذ كافة الوسائل التي تنمي ملكة التفكير لدى الإنسان، الذي يجب أن تتوجه إليه بالإقناع، لا أن تجره جراً بوساطة الغرائز، والعواطف، والانفعالات⁽²⁵³⁾.

والإعلام الإسلامي الهادف يركّز على بناء الإنسان الصالح الذي يعرف ربه ونفسه ورسالته، بحيث يصبح الإنسان لبنة صالحة في بناء المجتمع.

(252) انظر الروض الباسم في الذب عن سنة أبي القاسم، ج 2، ص 147.

(253) منير حجاب: نظريات الإعلام الإسلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية، 1982م،

ص 39.

5.2: تأثير الإعلام المرئي بالقواعد الشرعية

من البداية لكل مشتغل بالإعلام أن الغاية القصوى من الإعلام هي توصيل رسالة، من خلال التعامل مع الجمهور، وقد أخذ هذا الشكل تطورات كبيرة، بداية من كتابة الشعر والرسائل، والحمام الزاجل، مروراً بالطباعة، وثورة الكمبيوتر، وثورة التلفزيون، وثورة التواصل الاجتماعي، إلى المؤسسات الإعلامية الضخمة الآن، التي لا تخلو منها فكرة أو حركة أو حزب أو دولة.

والتعامل مع الجمهور قائم في الإسلام من بداية بزوغ فجر الدعوة إليه، ولم يكن وليد العصر، وإن المتأمل لنصوص الوحي الكريم، قرآناً وسنة، يجد أن الإسلام دين إعلام وليس دين كتمان، إذ قال الله - تعالى - : "هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِن كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ" (254).

وبالنظر إلى قول وعمل النبي صلى الله عليه وسلم، وأقوال الصحابة وأفعالهم، والتابعين، يجد أن للتعامل مع الجمهور بشكل عام، والعملية الإعلامية بوجه خاص، قواعد وأصولاً وضوابط لا يخرج عنها الإعلام، ويمكن لنا أن نحاول جاهدين في إبراز القواعد والضوابط الشرعية للعملية الإعلامية في مطلبين:

5.2.1: القواعد والضوابط الشرعية لرسالة الإعلام.

5.2.2: القواعد والضوابط الشرعية للإعلامي.

(254) الجمعة، آية رقم (2).

5.2.1: القواعد والضوابط الشرعية لرسالة الإعلام

-تحري الصدق والموضوعية واجتناب الكذب.

فمدار الإعلام الإسلامي كله على حديث النبي - صلى الله عليه وسلم - الذي رواه عبد الله بن مسعود- رضي الله عنه-، يقول فيه: "عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ، فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ، وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ، حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدْقًا، وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ، فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ، وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ، حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَابًا"⁽²⁵⁵⁾، فتحري الصدق يكون من حيث:

أ- المصدر المستقى منه الرسالة أو الخبر؛ لأن انتفاء ذلك يكون تضليلاً، أو هضماً لحق الآخرين في عدم نسبة ما ورد عنهم إليهم، وقد هدد الله في القرآن أهل الكتاب لقيامهم بذلك فقال تعالى: "فَوَيْلٌ لِلَّذِينَ يَكْتُبُونَ الْكِتَابَ بِأَيْدِيهِمْ ثُمَّ يَقُولُونَ هَذَا مِنْ عِنْدِ اللَّهِ لِيَشْتَرُوا بِهِ ثَمَنًا قَلِيلاً فَوَيْلٌ لَهُمْ مِمَّا كَتَبَتْ أَيْدِيهِمْ وَوَيْلٌ لَهُمْ مِمَّا يَكْسِبُونَ"⁽²⁵⁶⁾.

ب- أن يصل إلى درجة القناعة والاطمئنان فيما يجمع ويستوثق منه، بحيث يعرض رسالته وهو في كامل قناعته، فيدافع عنها بكل ما أوتي من إمكانيات ووسائل، وهذه الطمأنينة هي التي أراد الخليل إبراهيم أن يصل إليها، رغم إيمانه بالرسالة التي يحملها ويدعو الناس لها، يقول تعالى: "وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ أَرِنِي كَيْفَ تُحْيِي الْمَوْتَىٰ ۖ قَالَ أَوْ لِمَ تُؤْمِنُ ۖ قَالَ بَلَىٰ وَلَٰكِن لِّيَطْمَئِنَّ قَلْبِي ۖ قَالَ فَخُذْ أَرْبَعَةً مِّنَ الطَّيْرِ فَصُرْهُنَّ إِلَيْكَ ثُمَّ اجْعَلْ عَلَىٰ كُلِّ جَبَلٍ مِّنْهُنَّ جُزْءًا ثُمَّ ادْعُهُنَّ يَأْتِينَكَ سَعْيًا ۗ وَاعْلَمْ أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ"⁽²⁵⁷⁾.

ت- عدم قبول أي خبر حتى يتبين صدقه من كذبه، وزيفه من حقيقته، بعيداً عن أي مطامع شخصية أو مالية أو حزبية، وإنما الحقيقة و فقط مصداقاً لقوله تعالى: "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا ضَرَبْتُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَتَبَيَّنُوا وَلَا تَقُولُوا لِمَنْ أَلْقَىٰ إِلَيْكُمُ السَّلَامَ لَسْتَ مُؤْمِنًا

(255) النيسابوري، مسلم بن الحجاج ت (261هـ)، صحيح مسلم، قبح الكذب وحسن الصدق وفضله،

ح 2607.

(256) البقرة -79.

(257) البقرة -260.

تَبْتَغُونَ عَرَضَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا فَعِنْدَ اللَّهِ مَغَايِمٌ كَثِيرَةٌ ۖ كَذَلِكَ كُنْتُمْ مِّن قَبْلُ فَمَنَّ اللَّهُ عَلَيْكُمْ فَتَبَيَّنُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا⁽²⁵⁸⁾.

5.2.2: القواعد والضوابط الشرعية للإعلامي

-مراعاة أحوال الجمهور من حيث البيئة والعقلية، والزمان المناسب للجمهور.

من الحكمة أن يأخذ في الاعتبار الظروف الإعلامية لجمهوره، عندما يريد أن يرسل لهم رسالته، ما يصلح للبيئة لا يناسب الآخرين، وبما يتناسب مع الفرد، قد لا يتناسب مع الآخر، سألت عائشة رضي الله عنها النبي صلى الله عليه وسلم عن الجدر أمن البيت هو؟ قال: «نعم». قلت: فما لهم لم يدخلوه في البيت؟ قال: «إن قومك قصرت بهم النفقة». قلت: فما شأن بابه مرتفعاً؟ قال: «فعل ذاك قومك ليدخلوا من شاءوا ويمنعوا من شاءوا، لولا أن قومك حديث عهدهم بالجاهلية فأخاف أن تنكر قلوبهم أن أدخل الجدر في البيت وأن ألصق بابه في الأرض»⁽²⁵⁹⁾.

وقد تكون المعلومة صحيحة وموثقة لكن الوقت والزمان غير مناسب، فتضرُّ أكثر مما تنفع، فليس كل ما يعرف يقال، وليس كل ما يقال حضر وقته، وليس كل ما حضر وقته حضر أهله.

-تجنب نشر الرسائل التي تضر بمصلحة المجتمع.

كنشر الفواحش والبذاءات على الجماهير، فقد توعد الإسلام من يقوم بفعل ذلك بالعذاب الأليم، قال تعالى: "إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ"⁽²⁶⁰⁾.

بحيث تكون الرسالة تصب في مصلحة المجتمع كافة دون تحيز لفئة على حساب أخرى، فقد قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "مَثَلُ الْقَائِمِ فِي حُدُودِ اللَّهِ، وَالْوَاقِعِ فِيهَا كَمَثَلِ قَوْمٍ

(258) النساء -94.

(259) أخرجه البخاري بسنده، صحيح البخاري، أخرجه البخاري ح (1584)، والإمام مسلم في صحيحه

ح (401). مرجعان سابقان.

(260) النور - 19.

اسْتَهْمُوا عَلَى سَفِينَةٍ، فَصَارَ بَعْضُهُمْ أَعْلَاهَا، وَبَعْضُهُمْ أَسْفَلَهَا، وَكَانَ الَّذِينَ فِي أَسْفَلِهَا إِذَا اسْتَقْفُوا مِنَ الْمَاءِ مَرُّوا عَلَى مَنْ فَوْقَهُمْ، فَقَالُوا: لَوْ أَنَّا خَرَقْنَا فِي نَصِينَا حَرْقًا وَلَمْ نُؤْذِ مَنْ فَوْقَنَا. فَإِنْ تَرَكُوهُمْ وَمَا أَرَادُوا هَلَكُوا جَمِيعًا، وَإِنْ أَخَذُوا عَلَى أَيْدِيهِمْ نَجَوْا وَنَجَّوْا جَمِيعًا" (261).

3.5: الإعلام المرئي الإسلامي بين الواقع والمأمول.

شهد العالم تطوراً هائلاً في علوم الاتصالات وتقنياتها الحديثة المستمرة، ويحتل الإعلام مركزاً متقدماً وسابقاً بين مختلف وسائل الاتصال، وهذا التطور والتقدم لا شك أنه محمود وطيب إذا تم توظيفه لصالح الإنسان.

ونحن بوصفنا مسلمين لا شك في أننا نحتاج هذه الوسائل لاستخدامها في نشر التصور الإسلامي الصحيح لكل القضايا التي تشغل العصر بما لا يخالف النص الشرعي، بحيث تصل للكافة في أرجاء المعمورة.

وهو ما يفرض على القائمين على الإعلام عموماً والإعلام الإسلامي خصوصاً حسن توظيف الإمكانيات التقنية لعلوم الإعلام والاتصال في تكريس خدمة الدين الإسلامي ونقل دعوته بصورة صحيحة.

إلا أننا نجد اليوم للأسف الشديد فوقاً هائلة بين الإعلام المرئي الإسلامي بقنواته المرئية والفضائيات العالمية والعربية التي تتبنى نشر التصورات المنافية لرسالات الأنبياء، والمثبتة للنظام الرأسمالي العالمي، سواء في بث الرذائل لا الفضائل من خلال القنوات الغنائية التي تنشر العري والإباحية بلا خجل على كل أفراد الأسرة، ولا مراعاة لديننا الإسلامي وضوابطه، وأخرى تخصصت في إذاعة المسلسلات والأفلام الخادعة لشبابنا لتشغل وقت بطالته.

فالحقيقة تقول بكل تحرر وتجرد أننا نعيش بين إعلام إسلامي يئنُّ، وإعلام غربي يستهدفنا، ينزل علينا ولا نستطيع له سداً ولا منعاً.

(261) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الشركة، باب هل يقرع في القسمة والاستهام فيه، (3/139)،

رقم: (2493)، مرجع سابق.

وهذا ما يفرض علينا التعرض لواقع الإعلام المرئي الإسلامي، والمأمول منه في عصر التكنولوجيا المتطورة، والسرعة الفائقة التي يشهدها العالم في مختلف القطاعات، لا سيما تأثر كل ذلك باقتصاد دول العالم الإسلامي.

5.3.1: واقع الإعلام المرئي الإسلامي

حينما نتعرض لواقع الإعلام المرئي الإسلامي، فإننا نعكس هذا الواقع بصورة بناءة، فليست القضية قضية انتقاد وتصيد أخطاء، بل إن الهدف هو توصيف للواقع مع السعي لتقديم الحلول الممكنة لمشكلاته.

فالإعلام الإسلامي إذا كان ينظر إليه على أنه مرآة للإسلام، فلا يجب أن يعاقب بممارسات خاطئة من بعض العاملين في الفضائيات الإسلامية، وهذا يحتم المحافظة على هذا الإعلام والعمل على تنميته وتطويره.

وقد أظهرت الجوانب العملية لممارسات الفضائيات الإسلامية لنشاطها الإعلامي العديد من النتائج التي أهمها ما يلي:

1- عملية التنظير لم تأخذ حقيها من النضج بعد:

بدأت القنوات الفضائية الإسلامية تجربتها العملية في السنوات الأخيرة قبل أن يستكمل التنظير مراحلها الضرورية - قناة الناس نموذجاً -، ولذلك حينما بدأت الممارسة العلمية لهذه القنوات اكتشفت وجود نقص كبير في الأساليب والأدوات الملائمة لطبيعة العصر.

والتي تمكنها من القيام بوظائفها الجديدة القديمة، فكان من نتيجة ذلك أن وصلت إلى طريق التقليد في السياسة التحريرية للقنوات، وهذا واضح في كثير من البرامج التي تقدمها.

2- قصور عمليات الاجتهاد الفقهي والابتكار الفني (البحث العملي والتنظير):

كان من المنتظر أن يصاحب التطبيق العملي للإعلام المرئي ازدياد نشاط عمليات الاجتهاد الفقهي والابتكار الفني لتطوير واستحداث أساليب ونظم عمل جديدة ملائمة لطبيعة الفضائيات الإسلامية؛ ذلك لأن لكل تجربة فقهاً، ولا بد لكل حركة من فقه التجربة.

ولكن تبين الإسهام الجاد والحقيقي في عملية البحث العلمي والتنظير المصاحب لمسيرة الإعلام المرئي الإسلامي يكاد يكون محدوداً وبطيئاً للغاية إن لم يكن منعزلاً مقارنة بغيره، فأصبح التقليد دأبه ومحاكاة الغير سمته، حتى أضحى اتخاذ الحيل معتبراً، وبات فقه المقاصد والغايات والأهداف الكبرى مهمشاً.

3- الانفصام بين التنظير والتطبيق:

رغم وجود ضوابط تنظيرية لمسيرة وحركة الإعلام المرئي الإسلامي، ورؤى على ورق، إلا أن التطبيق العملي انفصم تماماً عن هذه الضوابط، وتحولت القيم إلى مصالح يدور معها الإعلام حيث دار، دون نتيجة حقيقة ناجحة على الواقع.

4- التقليد للإعلام الغربي.

تعامل وسائل الإعلام المرئية الإسلامية في بلادنا العربية والإسلامية مع واقع الإعلام الغربي والعالمي المعاصر من موقع الاستقبال في معظم الحالات، فضلاً عن التقليد المطلق بعيداً عن هويتها وشخصيتها حتى لو اختلفت الأسماء والأشخاص شكلاً لا مضموناً. نحن نستخدم وسائل الإعلام الغربية ووسائل الإعلام العالمية وطرق الاستهلاك في معظم الحالات، وتداول المعرفة العلمية والإعلامية، نتعلم ونعرف ما نتلقاه من مصادر، دون إدراك الهوية الثقافية المميزة لأمتنا العربية الإسلامية، القدرة على استثمار نظام القيم المتأصل في معتقداتنا ورؤيتنا للعالم.

ما الذي يمنعنا من تحقيق رؤيتنا العالمية للحضارة في فهم كل هذا، والوجود النشط في الساحة الإعلامية في الإنتاج والإصلاح والترشيد؟

يشار إلى أن التطور الذي حدث وما زال يحدث في وسائل الاتصال والمعلومات، يضيف باستمرار أدوات ووسائل جديدة، لكنه لا يلغي الأدوات والأساليب الموجودة أمامهم، ولكن لكل طريقته، مما يشير إلى أن خط التنمية سيظل مستمرًا.

لا يدعو هذا الموقف إلى التطوير المستمر في وسائل الاتصال والإعلام وأساليب تأثيره، إلى الاهتمام بالوقوف في الخطوط الجانبية، دون التفكير في المشاركة في المستقبل والسيطرة على الأحداث، وفتح أبواب الإبداع في البلاد؟

وهذا يجعل السؤال المطروح أليس من المحزن حقاً أن وسائل الإعلام ووسائل الإعلام الجديدة التي فتحت مجالات جديدة للمعرفة والثقافة والتعليم والتنمية نادراً ما تستخدم لهذه الأغراض؟ هذه الأسئلة وغيرها تتطلب معالجة قضايا الإعلام المعاصر باعتبارها معاملة فكرية أصولية ترتبط مباشرة بدور الإعلام في الحياة المعاصرة في المجتمعات العربية والإسلامية. يمثل هذا الدور إمكانات هائلة يمكن أن تسهم في تطوير برامج هذه المجتمعات. يجب تحقيق وسائل أخرى للتربية والإرشاد والتعليم في تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته في النهوض بالحضارة المنشودة.

5.3.2: تطوير آليات الإعلام المرئي الإسلامي

لا يمكننا التقدم دون اتباع نهج إعلامي يحكم العلاقة بين هدفنا والإسلام ووسائلنا. إليك عمل الوسائط المرئية، وأي محاولة لتطوير آليات ووسائل عمل الوسائط المرئية يجب أن تأخذ في الاعتبار واقع وبيئة الوسائط اليوم في ضوء الوقت والعمر.

الجمالية والإثارة والجمال في العمل الإعلامي المرئي الإسلامي:

هذا أحد العناصر المهمة التي تتحكم في التوصيل الإعلامي وفي غمرة الاهتمام بالمضمون أو في غمرة الإحساس بلا إنسانية الأسلوب الإعلامي السائد يُنسى الإسلاميون أهمية وخطورة هذا العنصر.

والمطلوب إثارة موضوعية وجاذبية أخلاقية وجمال إنساني وفي ظل هذه الحدود يمكننا الإبداع في استخدام الأداء كما نريد.

والمنهج القرآني واضح فيه تماماً الإثارة والاستفزاز في تقديم الفكرة مثل قوله تعالى: "أَلْهَاكُمْ التَّكَاثُرُ"⁽²⁶²⁾، وقوله تعالى: "هَلْ أُنِىٰ عَلَى الْإِنْسَانِ حِينَ مِّنَ الدَّهْرِ لَمْ يَكُن شَيْئًا مَّذْكُورًا"⁽²⁶³⁾.

كما أن للتصوير الفني القرآني وإعجازه البلاغي أدلة واضحة على ضرورة الجمال والجمالية.

(262) التكاثر، آية رقم (1).

(263) الإنسان، آية رقم (1).

مشاركة الجماهير هموماً وقضايا:

وهذا من أهم وأخطر العناصر للإعلام الإسلامي موجه أصلاً إلى الأمة الإسلامية في أواخر القرن العشرين حيث المعاناة من الفروق الاجتماعية والاضطهاد السياسي بالخوف والهزيمة والوقوف من كل هذا موقف المتفرج، يعني أننا نتحدث للهواء.

في مكة ورغم أن التوجه القرآني كان توجيهاً عقيدياً بحتاً، فقد نزلت سورة المطففين للرد بوضوح على مشكلة الظلم الاجتماعي وتصحيح حركة السوق، كما أن جوهر الآيات التالية: "أَرَأَيْتَ الَّذِي يُكَذِّبُ بِالذِّينِ (1) فَذَلِكَ الَّذِي يَدْعُ الْيَتِيمَ (2) وَلَا يُخْضُ عَلَي طَعَامِ الْمَسْكِينِ (3)"⁽²⁶⁴⁾، وقوله تعالى: "عَبَسَ وَتَوَلَّى (1) أَنْ جَاءَهُ الْأَعْمَى (2) وَمَا يُدْرِيكَ لَعَلَّهُ يَزَكَّى (3) أَوْ يَذَّكَّرُ فَتَنْفَعَهُ الذِّكْرَى (4)"⁽²⁶⁵⁾، هو في الحقيقة جوهر اجتماعي لمتابعة هموم الناس ومشاكلهم.

ونحن نرى أمامنا بوضوح كيف يركز الإعلام الغربي على بؤس الناس وفقدهم وكيف أصبح حتى رئيس أمريكا يتحدث عن حقوق الناس.

1- العمل على إتقان فن الظهور الإعلامي:

الظهور الإعلامي يعني التفوق الإعلامي، والذي نقصده هنا لا كيف تتفوق على إعلام الآخرين، فهذا يحتاج إلى أبحاث أخرى وعمل متواصل، إنما المقصود هنا هو بدء العمل على إعداد وتدريب الإعلامي بنية التصدي، لا أن نعمل في واد والمجتمع حولنا في واد آخر، علينا أن نبدأ العمل الإعلامي ليس فقط لتنشئة وعي جديد، وإنما لهدم وعي قديم والجانبان مترابطان بدون شك.

وإعداد الكفايات البشرية المتخصصة في الإعلام الإسلامي المرئي، من أهم الوسائل للوصول إلى تحقيق غاية الإعلام الإسلامي في واقع الحياة وأنجحها، ويكون الإعداد أفقياً - فكرياً، وحُلُفياً، وعملياً، ومهنيّاً - ويمكن تصور ذلك في نقاط:⁽²⁶⁶⁾

(264) الماعون، آيات (1-2-3).

(265) عبس، آيات (1-2-3-4).

(266) ورقة عمل حول تطوير وسائل الإعلام الإسلامي - مجلة دعوة الحق، العدد 208، الرباط، مجلة

شهرية تعنى بالدراسات الإسلامية وبشؤون الثقافة والفكر أسست سنة 1957. رابط الموقع بتاريخ دخول

2019-8-18.

أ- الإعداد الأصولي والفكري، حيث يتعرّف الطالب على الأصول العقّدية والفكرية والتشريعية للإسلام من خلال مجموعة مختارة من المقررات الشرعية والفكرية في القرآن الكريم، والتوحيد، والتفسير، والحديث، والفقه، والثقافة الإسلامية.

ب- الإعداد اللغويّ، فاللغة وسيلة الإعلاميّ؛ بل هي وعاء الفكر والثقافة، ولذلك لا بدّ له من أن يدرس بعض المقررات في اللغة العربية نحوًا وصرّفًا وفقّها، وأن يسعى إلى التمكن في فنون القول، والبيان، والأسلوب، والتعبير، والتذوق الأدبي.

ت- الإعداد التخصصيّ والمهنيّ، وهذا الإعداد لا بدّ من أن يتكامل فيه الجانب النظري والجانب العمليّ التطبيقي حتى لا تصبح دراسة الإعلام دراسةً نظريّةً بحتةً. ولا بدّ من اكتساب الطالب المهارات العملية والمهنية المطلوبة منه في واقع الممارسة الميدانية.

ث- الإعداد الثقافي العام، وهذا يتطلب الإمام بالواقع الذي يعيش فيه، من حيث قضايا ومشكلاته، وأحداثه، وتياراته، كما يتطلب الإمام ببعض المعارف والعلوم المعينة له على فهم هذا الواقع وتحليله، وهي علوم وثيقة الصلة بالإعلام كعلم النفس والاجتماع، والعلوم السياسية والاقتصادية، واللغة الأجنبية.

2- الاستخدام الأرقى للوسائل المتقدمة: وهذا أيضاً ضروري ومهم، إذ إن أولئك الذين

لا تدفعهم نفس القيم التي تدفعنا اندفعوا إلى فهم واستيعاب إمكانيات وسائل الإعلام الحديثة، فلماذا نقف نحن موقف المتفرج، فمن المهمات التي لا بد منها للإسلاميين اليوم⁽²⁶⁷⁾:
أ- العمل وبشكل موسع لتغيير الأفكار السائدة عن السينما فهما بدون شك أدوات تكنولوجية محيطة والموقف يتخذ من أسلوب الاستخدام والتوجيه.

ب- توجيه الشباب المسلم نحو امتلاك استيعاب أدوات العمل السينمائي والتلفزيوني مثل الإخراج والإعداد للبرامج وكتابة السيناريوهات والتسجيل والمونتاج وغيرها.

ت- إنشاء مؤسسة إسلامية للإنتاج السينمائي ولتبدأ مثلاً في الأفلام التسجيلية حتى يتسنى لها الكوادر والتجربة والدراسات من أجل أعمال درامية مع ملاحظة دور المسلمين في الهند في ميدان السينما حيث لم يستطيعوا أن يخدموا الإسلام بشيء.

ث- غزو مؤسسات التلفزة ومراكز الفيديو بالعناصر الإسلامية لتحاول بتصميم وتواصل تغييرها والسيطرة عليها.

3- ملاحظة الأعمال السينمائية الإسلامية الفذة السابقة وإجراء دراسات حولها مع الأعمال الدرامية أيضاً مثل الفيلم الإيراني "رحلة الحج"، أو فيلم الرسالة، أو مسلسل عمر، ومسلسل صلاح الدين الأيوبي.

4- الاهتمام الجدي بميدان النقد السينمائي والتلفزيوني.

5- الرقابة الإدارية والفنية للإعلام المرئي الإسلامي.

6- من الأمور التي تحتل مركزاً في صدارة المهمات التي تقع على عاتق الإعلام المرئي الإسلامي، هي مسألة الرقابة، فالرقابة هي حجر العثرة الذي يُوقف تسبب الأخلاق في الإعلام، كما وأنه يضبط الحدود الشرعية في ممارسة المهنة، ويمكن الوقوف على أهم أعمال الرقابة الإعلامية للإعلام المرئي الإسلامي في نقاط:

الأولى: أن لا يقتصر دور الرقابة على الإرشاد للحدود الشرعية في العمل الإعلامي.
الثانية: أن تكون الرقابة شاملة للأفكار التي يمكن أن تمرر في العمل الإعلامي والتي تدخل عقول الناس بطرق غير مباشرة.

الثالثة: أن تكون الرقابة منذ المراحل الأولى من الإنتاج، ليتفادى الوصول إلى مرحلة لا يمكن التراجع فيها.

الفصل السادس: النتائج والتوصيات

الخاتمة:

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، أحمده سبحانه على عظيم منته، وكريم عطيته، وأشهد أن لا إله إلا الله، وحده لا شريك له، أهل الثناء والمجد، وأشهد أن محمداً عبده ورسوله، صلى الله وسلم وبارك عليه، وعلى آل بيته، وصحبه، والتابعين لهم بإحسان إلى يوم الدين.

تناولنا في هذه الدراسة علاقة الإعلام المرئي بالاقتصاد القومي، والسلوك الاقتصادي للمجتمع، وتم التدليل على ذلك علمياً بـ "نموذج الحالة المصرية" في فترة ما بعد أحداث يوليو عام 2013م، وتوصلنا إلى مدى علاقة الإعلام المرئي بالاقتصاد القومي، وارتباطها بالسلوك الاقتصادي للمجتمع، وحاجة الإعلام المرئي إلى قواعد ونصوص الشريعة الإسلامية، مما يساعد على نمو المؤسسة الإعلامية للأمة، ونشر ما ينفع الناس في دينهم ودنياهم، فلن يصلح آخر هذه الأمة إلا بما صلح به أولها، فالله جل في علاه أخبر بعباده منهم وقد شرع لهم ما يصلح دينهم وآخرتهم، فإن أفسدوا وظلموا فلن يصلح الله عمل المفسدين.

وتمخضت هذه الدراسة عن نتائج وتوصيات، من أبرزها:

أولاً: النتائج:

أظهرت الدراسة ما يلي:

1. بينت الدراسات السابقة أن أهمية الإعلام المرئي للاقتصاد تأتي في سُلّم الأولويات بالنسبة للدولة والمجتمع.
2. بينت الدراسة أن حجم ما يقدمه الإعلام المصري من تضليل للجمهور وتغطية لما يحدث من أزمات اقتصادية كبرى تحدث في مصر فيما بعد عام 2013م.
3. أظهرت الدراسة فقدان الشارع المصري الثقة بالإعلام الموالي للسلطة الذي تأثر الرأي العام في مصر به في حقب قريبة وسرعان ما انكشفت الحقائق عن طريق الممارسة الاقتصادية والسياسية.

4. وتوصلت الدراسة إلى أن الأمة الإسلامية عامة، والدولة المصرية خاصة، في حاجة ماسة لإعلام حر نزيه يقدم لها الحقيقة، ويعمل لصالحها، لا لأجندات غيرها التي تنفذ على الملأ الآن.
5. أظهرت الدراسة حجم سيطرة المؤسسة العسكرية على وسائل الإعلام والهيمنة الاقتصادية والسياسية، والذي همش دور الدولة ومؤسساتها المدنية ودفعها في اتجاه العسكرة، ما أضعف الاقتصاد المصري.
6. بينت الدراسة البعد الأخلاقي للإعلام المرئي، الذي يحث عليه الإسلام، وكذلك البعد المهاري والتخصصي، الذي يدعو له دين، فضلاً عن ديننا الحنيف.
7. توصلت الدراسة إلى أن المنظور الإسلامي هو المرجع الأبدي لدراسة وضبط جميع مستجدات القضايا الإعلامية وعلاقتها بالاقتصاد، أو غيرها من القضايا، وليس مصدراً خارجاً عنه، بل هو من صميمه، وأساس بنيته التكوينية في ظهوره وامتداده.
8. وانتهت الدراسة إلى خطورة عدم وجود إعلام حر في الوطن العربي ما يدفع الشعوب لأن تكون عرضة لتفكك أخلاقي واجتماعي بعيداً عن القيم والأخلاق العربية والإسلامية.
9. توصلت إلى أهمية فتح ملفات الإعلام وما يتصل به من قضايا، وإعادة النظر فيها من جديد.

ثانياً: التوصيات:

- في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يوصي الباحث بما يلي:
1. على المؤسسات الإعلامية العمل على تفعيل الجانب العملي التطبيقي للإعلام المرئي، والخروج من الجانب النمطي، وربط الجانب العملي مع أصول وثوابت العلوم الشرعية.
 2. النظر المستمر في مستجدات العمل الإعلامي المرئي، واستخلاص القواعد والضوابط لتتماشى وفق تعاليم الشريعة الإسلامية.
 3. النظر المستمر في مستجدات الأبحاث الاقتصادية المتعلقة بواقع الرأي العام وارتباطه بالإعلام الذي توجهه العديد من الدول لتوجيه الشارع نحو سلوكيات اقتصادية معينة.
 4. العمل على زيادة الدراسات والأبحاث في مجال الإعلام الغربي وعلاقته بالجوانب الاقتصادية والسياسية وتحليل ذلك علمياً وتقديمه كتوصيات إعلامية... إلخ.

5. توصي الدراسة الحكومات بتذليل العوائق أمام المؤسسات الإعلامية الناشئة، بما يساعد زيادة الوعي الإعلامي عند الأمة الإسلامية وخاصة في مجال الاقتصاد ومعرفة الحلال والحرام من الممارسات الاقتصادية عن طريق الإعلام.
6. توصي الدراسة بإنشاء إدارات خاصة بالتدريب والتطوير لمساعدة الإعلاميين على فهم أصول الإعلام المرئي والمفاهيم الاقتصادية وعلاقتها باقتصاد البلدان القومي ومدى مطابقتها مع الشرع.
7. على المؤسسات الإعلامية تطوير وتدريب العاملين في مجال الإعلام الاقتصادي لمعرفة المرصود من الرأي العام وأثر رسالتهم في الاقتصاد القومي ومدى خطورة مخاطبة الجمهور بلا وعي اقتصادي.
8. أثبتت الدراسة علاقة واضحة بين الإعلام المرئي والاقتصاد القومي للدول التي تعيش ظروفاً سياسية كالتى عاشتها مصر في السنوات مجال الدراسة. ويبقى أن نوصي بضرورة التوجه نحو أبحاث تثبت علاقة الإعلام المطبوع والمسموع بالاقتصاد القومي لدول كمصر يعتبر معدل الأمية فيها مرتفعاً. كما يبقى أن نوصي بضرورة التوجه إلى أبحاث على نماذج أخرى من دول أخرى حول ارتباط الإعلام بالاقتصاد القومي وأثره في الرأي العام سلباً وإيجاباً.
9. كما توصي الدراسة بضرورة رفض كافة أنواع الهيمنة العسكرية والحكم الجبري على المجتمعات والشعوب، والذي يضر بالمصالح الاقتصادية وينعكس بالفساد والاستبداد على البلاد والعباد.



الفهارس

فهرس الآيات

فهرس الأحاديث

فهرس الأعلام والتراجم

فهرس المراجع

فهرس الآيات القرآنية

الصفحة	رقم الآية	اسم السورة	الآية	ت
38	32	الزخرف	"أَهْمَ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا وَرَحِمْتَ رَبِّكَ خَيْرٌ مِمَّا يَجْمَعُونَ"	1
39	168	البقرة	"يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطْوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ"	2
45	115	المؤمنون	"أَفَحَسِبْتُمْ أَنَّمَا خَلَقْنَاكُمْ عَبَثًا وَأَنَّكُمْ إِلَيْنَا لَا تُرْجَعُونَ"	3
46	162	الأنعام	"قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ"	4
46	5	آل عمران	"إِنَّ اللَّهَ لَا يَخْفَى عَلَيْهِ شَيْءٌ فِي الْأَرْضِ وَلَا فِي السَّمَاءِ"	5
46	31-30	الحاقة	"خُذُوهُ فَغُلُّوهُ (30) ثُمَّ الْجَحِيمَ صَلُّوهُ (31) ثُمَّ فِي سِلْسِلَةٍ ذَرْعُهَا سَبْعُونَ ذِرَاعًا فَاسْلُكُوهُ"	6
48	77	القصص	"وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيْبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ"	7

48	10	الجمعة	"فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ"	8
58	27	الأعراف	"يَا بَنِي آدَمَ لَا يَفْتِنَنَّكَمُ الشَّيْطَانُ كَمَا أَخْرَجَ أَبَوَيْكُمْ مِنَ الْجَنَّةِ يَنْزِعُ عَنْهُمَا لِبَاسَهُمَا لِيُرِيَهُمَا سَوْآتَهُمَا ۗ إِنَّهُ يَرَآكُمْ هُوَ وَقَبِيلُهُ مِنْ حَيْثُ لَا تَرَوُهُمْ ۗ"	9
58	3-2	العنكبوت	"أَحْسِبَ النَّاسُ أَنْ يُتْرَكُوا أَنْ يَقُولُوا آمَنَّا وَهُمْ لَا يُفْتَنُونَ (2) وَلَقَدْ فَتَنَّا الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ ۗ فَلْيَعْلَمَنَّ اللَّهُ الَّذِينَ صَدَقُوا وَلْيَعْلَمَنَّ الْكَاذِبِينَ"	10
58	34	ص	"وَلَقَدْ فَتَنَّا سُلَيْمَانَ وَأَلْقَيْنَا عَلَى كُرْسِيِّهِ جَسَدًا مِمَّ أَنْابَ"	11
59	17	الصفات	"وَلَقَدْ فَتَنَّا قَبْلَهُمْ قَوْمَ فِرْعَوْنَ وَجَاءَهُمْ رَسُولٌ كَرِيمٌ"	12
61	25	الأنفال	"وَاتَّقُوا فِتْنَةً لَا تُصِيبَنَّ الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْكُمْ خَاصَّةً وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ"	13
61	-23-22 24	الأنفال	"إِنَّ شَرَّ الدَّوَابِّ عِنْدَ اللَّهِ الصُّمُّ الْبُكْمُ الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ (22) وَلَوْ عَلِمَ اللَّهُ فِيهِمْ خَيْرًا لَأَسْمَعَهُمْ وَلَوْ أَسْمَعَهُمْ لَتَوَلَّوْا وَهُمْ مُعْرِضُونَ (23) يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَجِيبُوا لِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمْ لِمَا يُحْيِيكُمْ وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ يَحُولُ بَيْنَ الْمَرْءِ وَقَلْبِهِ وَأَنَّهُ إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ"	14

			(24) وَاتَّقُوا فِتْنَةً...	
61	165	آل عمران	"أَوْلَمَّا أَصَابَتْكُمْ مُصِيبَةٌ قَدْ أَصَبْتُمْ مِثْلَيْهَا قُلْتُمْ أَنَّى هَذَا قُلْ هُوَ مِنْ عِنْدِ أَنْفُسِكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ"	15
62	-155 156	البقرة	"وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ (155) الَّذِينَ إِذَا أَصَابَتْهُمُ مُصِيبَةٌ قَالُوا إِنَّا لِلَّهِ وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ"	16
68	81	الإسراء	"وَقُلْ جَاءَ الْحَقُّ وَزَهَقَ الْبَاطِلُ ۚ إِنَّ الْبَاطِلَ كَانَ زَهُوقًا"	17
69	177	البقرة	"لَيْسَ الْبِرُّ أَنْ تُولُوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَىٰ حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ"	18
73	42	المائدة	"سَمَاعُونَ لِلْكَذِبِ أَكَّالُونَ لِلسُّحْتِ"	19
73	93	البقرة	"وَأَشْرَبُوا فِي قُلُوبِهِمُ الْعِجْلَ بِكُفْرِهِمْ"	20
73	140	النساء	"فَلَا تَقْعُدُوا مَعَهُمْ حَتَّىٰ يَخُوضُوا فِي حَدِيثٍ غَيْرِهِ إِنَّكُمْ إِذَا مِثْلَهُمْ"	21

74	12	النور	"لَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بِأَنْفُسِهِمْ خَيْرًا وَقَالُوا هَذَا إِفْكٌ مُّبِينٌ"	22
75	15	النور	"إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّئًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ"	23
76	6	الحجرات	"يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ"	24
139	67	المائدة	"يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ"	25
139	67	الحج	"لِكُلِّ أُمَّةٍ جَعَلْنَا مَنْسَكًا هُمْ نَاسِكُوهُ فَلَا يُنَازِعُكَ فِي الْأَمْرِ وَاذْعُ إِلَىٰ رَبِّكَ إِنَّكَ لَعَلَىٰ هُدًى مُسْتَقِيمٌ"	26
139	87	القصص	"وَلَا يَصُدُّكَ عَنْ آيَاتِ اللَّهِ بَعْدَ إِذْ أُنزِلَتْ إِلَيْكَ وَاذْعُ إِلَىٰ رَبِّكَ وَلَا تَكُونَنَّ مِنَ الْمُشْرِكِينَ"	27
146	-3-2-1 5-4	فصلت	"حم (1) تَنْزِيلٌ مِنَ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ (2) كِتَابٌ فُصِّلَتْ آيَاتُهُ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ (3) بَشِيرًا وَنَذِيرًا فَأَعْرَضَ أَكْثَرُهُمْ فَهُمْ لَا يَسْمَعُونَ (4) وَقَالُوا قُلُوبُنَا فِي أَكِنَّةٍ مِمَّا تَدْعُونَا إِلَيْهِ وَفِي آذَانِنَا وَقْرٌ وَمِنْ بَيْنِنَا	28

			وَبَيْنَكَ حِجَابٌ فَأَعْمَلْ إِنَّا عَامِلُونَ (5)"	
148	2	الجمعة	"هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِن كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ"	29
149	79	البقرة	"فَوَيْلٌ لِلَّذِينَ يَكْتُمُونَ الْكِتَابَ بِأَيْدِيهِمْ ثُمَّ يَقُولُونَ هَذَا مِنْ عِنْدِ اللَّهِ لِيَشْتَرُوا بِهِ ثَمَنًا قَلِيلًا فَوَيْلٌ لَهُمْ مِّمَّا كَتَبَتْ أَيْدِيهِمْ وَوَيْلٌ لَهُمْ مِّمَّا يَكْسِبُونَ"	30
149	260	البقرة	"وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ أَرِنِي كَيْفَ تُحْيِي الْمَوْتَىٰ ۖ قَالَ أَوَلَمْ تُؤْمِنْ ۖ قَالَ بَلَىٰ وَلَٰكِن لِّيَطْمَئِنَّ قَلْبِي ۖ قَالَ فَخُذْ أَرْبَعَةً مِّنَ الطَّيْرِ فَصُرْهُنَّ إِلَيْكَ ثُمَّ اجْعَلْ عَلَىٰ كُلِّ جَبَلٍ مِّنْهُنَّ جُزْءًا ثُمَّ ادْعُهُنَّ يَأْتِينَكَ سَعْيًا ۚ وَاعْلَمْ أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ"	31
149	94	النساء	"يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا ضَرَبْتُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَتَبَيَّنُوا وَلَا تَقُولُوا لِمَن أَلْقَىٰ إِلَيْكُمُ السَّلَامَ لَسْتَ مُؤْمِنًا تَبْتَغُونَ عَرَضَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا فَعِنْدَ اللَّهِ مَغَانِمٌ كَثِيرَةٌ ۖ كَذَلِكَ كُنْتُم مِّن قَبْلُ فَمَنْ اللَّهُ عَلَيْكُمْ فَتَبَيَّنُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا"	32
150	19	النور	"إِنَّ الَّذِينَ يُجِبُونَ أَن تَشِيَعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا"	33

			وَالْآخِرَةَ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ"	
150	1	التكاثر	"أَهْلَاكُمْ التَّكَاثُرُ"	34
154	1	الإنسان	"هَلْ أَتَى عَلَى الْإِنْسَانِ حِينٌ مِّنَ الدَّهْرِ لَمْ يَكُنْ شَيْئًا مَّذْكُورًا"	35
155	3-2-1	الماعون	"أَرَأَيْتَ الَّذِي يُكَذِّبُ بِالْإِيمَانِ (1) فَذَلِكَ الَّذِي يُدْعَى الْيَتِيمَ (2) وَلَا يَحِضُّ عَلَىٰ طَعَامِ الْمِسْكِينِ (3)"	36
155	-3-2-1 4	عبس	"عَبَسَ وَتَوَلَّىٰ (1) أَنْ جَاءَهُ الْأَعْمَىٰ (2) وَمَا يُذْرِكُ لَعَلَّهُ يَزْكَىٰ (3) أَوْ يَذَّكَّرُ فَتَنْفَعَهُ الذِّكْرَىٰ (4)"	37

فهرس الأحاديث

الصفحة	طرف الحديث	ت
44	"مر رجل على النبي -صلي الله عليه وسلم- فرأى أصحاب رسول الله -صلي الله عليه وسلم من جلده ونشاطه، فقالوا: يا رسول الله، لو كان هذا في سبيل الله، فقال -صلي الله عليه وسلم: "إذا كان خرج يسعى على ولده صغاراً فهو في سبيل الله، وإن كان خرج يسعى على أبوين شيخين كبيرين فهو في سبيل الله، وإن كان خرج يسعى على نفسه يعفها فهو في سبيل الله، وإن كان خرج رياءً ومفاخرةً فهو في سبيل الشيطان"	-1
47	"لا تلقوا الركبان ولا يبع حاضر لباد"	2
48	"أيكم كان يكفيه علف ناقته وصنع طعامه؟ قالوا كلنا يا رسول الله، قال: كلكم خير منه"	3
49	"التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء والصالحين يوم القيامة"	4
55	"يا أبا الفضل إن أخاك أبا طالب كثير العيال وقد أصاب الناس ما ترى من هذه الأزمة فانطلق بنا إليه نخفف عنه من عياله، آخذ من بنيه رجلاً وتأخذ أنت رجلاً فنكفلهما عنه، فقال العباس: نعم. فانطلقا حتى أتيا أبا طالب فقالا: إنا نريد أن نخفف عنك من عيالك حتى تنكشف عن الناس ما هم فيه، فقال لهما أبو طالب: إذا تركتما لي عقيلاً فاصنعا ما شئتما، فأخذ رسول الله صلى الله عليه وسلم علياً فضمه إليه، وأخذ العباس جعفرًا فضمه إليه، فلم يزل علي مع	5

	رسول الله صلى الله عليه وسلم حتى بعثه الله نبيا، فاتبعه وصدقته، وأخذ العباس جعفرا، ولم يزل جعفر مع العباس حتى أسلم واستغنى عنه"	
65	"رأيت رجلا من جهينة لم أر رجلا قط أعظم منه ولا أطول منه، فقال أتيت النبي صلى الله عليه وسلم في أزمة أو لزبه أصابت الناس فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم توزعوهم، فكان الرجل يأخذ بيد الرجلين، وكان القوم يتحاموني لما يرى من عظمي وطولي، فأخذ رسول الله صلى الله عليه وسلم بيدي إلى منزله فحلب لي شاة فشربت لبنها حتى حلب لي، ثم حلب لي أخرى فشربت لبنها، ثم حلب لي أخرى فشربت لبنها، حتى حلب لي سبعا، قال: فذهبت فلما كان من الغد أسلمت ثم جئت ثم حلب لي شاة واحدة فشبت ثم رويت فقلت: والله يا رسول الله ما شبت قط ولا رويت قبل اليوم، فقال: المؤمن يشرب في معي والكافر يشرب في سبعة أمعاء"	6
62	عن كعب قال ابني لأجد نعت قوم يتعلمون بغير العمل ويتفقهون لغير العبادة ويطلبون الدنيا بعمل الآخرة ويلبسون جلود الضان وقلوبهم أمر من الصبر فيقول الله تعالى: فَبِي يَغْتَرُونَ أَوْ إِيَّاي يُخَادِعُونَ فَحَلَفْتُ بِي لِأَتِيحَنَّهُمْ فَتَنَّةً تَتْرُكُ الْحَلِيمَ فِيهَا حِيرَانَا"	7
82	"ومن كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليقل خيرا أو ليصمت"	8
82	"إِيَّاكُمْ وَالظَّنَّ، فَإِنَّ الظَّنَّ أَكْذَبُ الْحَدِيثِ"	9
82	"دَعْ مَا يَرْبِيكَ إِلَى مَا لَا يَرْبِيكَ، فَإِنَّ الصِّدْقَ طُمَأْنِينَةٌ، وَإِنَّ"	10

	الْكَذِبَ رَبِيَّةٌ"	
82	"دعنتي أُمِّي يَوْمَا وَرَسُولِ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - قَاعِدٌ فِي بَيْتِنَا، فَقَالَتْ: هَا تَعَالَ أَعْطِيكَ، فَقَالَ لَهَا رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ()، قَالَتْ: أَعْطِيهِ تَمْرًا!، فَقَالَ لَهَا رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ():- أَمَا إِنَّكَ لَوْ لَمْ تَعْطِهِ شَيْئًا كُتِبَتْ عَلَيْكَ كَذِبَةٌ"	11
83	" تَحَرُّوا الصِّدْقَ وَإِنْ رَأَيْتُمْ أَنَّ فِيهِ أَهْلَكَةٌ، فَإِنَّ فِيهِ النَّجَاةَ، وَاجْتَنِبُوا الْكُذِبَ وَإِنْ رَأَيْتُمْ أَنَّ فِيهِ النَّجَاةَ، فَإِنَّ فِيهِ أَهْلَكَةٌ"	12
83.130	"عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ، فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ، وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ، حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدِّيقًا، وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ، فَإِنَّ الْكُذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ، وَيَتَحَرَّى الْكُذِبَ، حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا"	13
84	"مَا كَانَ خُلُقٌ أَبْغَضَ إِلَى رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنَ الْكُذِبِ، وَلَقَدْ كَانَ الرَّجُلُ مِنْ أَصْحَابِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَكْذِبُ عِنْدَهُ الْكُذِبَةَ، فَمَا يَزَالُ فِي نَفْسِهِ حَتَّى يَعْلَمَ أَنْ قَدْ أَحْدَثَ مِنْهَا تَوْبَةً"	14
84	"يطبع المؤمن على كل شيء إلا الخيانة والكذب"	15
85	"وقيل لرسول الله صلى الله عليه وسلم: أَيْكُونُ الْمُؤْمِنُ جَبَانًا؟ فَقَالَ: (نَعَمْ)، فَقِيلَ لَهُ: أَيْكُونُ الْمُؤْمِنُ بَخِيلًا؟ فَقَالَ: (نَعَمْ)، فَقِيلَ لَهُ: أَيْكُونُ الْمُؤْمِنُ كَذَّابًا؟ فَقَالَ: لَا"	16

85	قال النبي صلى الله عليه وسلم: "رأيت الليلة رجلين أتياي قالا الذي رأيته يشق شذقه فكذاب يكذب بالكذبة تحمل عنه حتى تبلغ الآفاق فيصنع به إلى يوم القيامة"	17
87	"مَنْ رَدَّ عَنْ عِرْضِ أَخِيهِ رَدَّ اللَّهُ عَنْ وَجْهِهِ النَّارَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ"	18
87	"مَنْ ذَبَّ عَنْ حَمِّ أَخِيهِ فِي الْغَيْبَةِ كَانَ حَقًّا عَلَى اللَّهِ أَنْ يُعْتَقَهُ مِنَ النَّارِ"	19
87	"قدمت على رسول الله، فدعاني إلى الإسلام، فدخلت فيه، وأقررت به، ودعاني إلى الزكاة فأقررت بها، وقلت: يا رسول الله، أرجع إلى قومي فأدعوهم إلى الإسلام، وأداء الزكاة، فمن استجاب لي جمعت زكاته، فيُرسلُ إليَّ رسول الله صلى الله عليه وسلم رسولاً لإبَّان كذا وكذا، ليأتيك ما جمعت من الزكاة... فلما جمع الحارث الزكاة ممن استجاب له....."	20
83.130	"عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ، فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ، وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ، حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدِّيقًا، وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ، فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ، وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ، حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا"	21
132	"مَثَلُ الْقَائِمِ فِي حُدُودِ اللَّهِ، وَالْوَاقِعِ فِيهَا كَمَثَلِ قَوْمٍ اسْتَهَمُوا عَلَى سَفِينَةٍ، فَصَارَ بَعْضُهُمْ أَعْلَاهَا، وَبَعْضُهُمْ أَسْفَلَهَا، وَكَانَ الَّذِينَ فِي أَسْفَلِهَا إِذَا اسْتَقَوْا مِنَ الْمَاءِ مَرُّوا عَلَى مَنْ فَوْقَهُمْ، فَقَالُوا: لَوْ أَنَّا خَرَفْنَا فِي نَصِينَا خَرْفًا وَمَ نُؤْذِ مَنْ فَوْقَنَا. فَإِنْ تَرَكُوهُمْ وَمَا أَرَادُوا هَلْكُوا جَمِيعًا، وَإِنْ أَخَذُوا عَلَى أَيْدِيهِمْ نَجَّوْا وَنَجَّوْا جَمِيعًا"	22

- فهرس الأعلام

الصفحة	العلم	م
152, 75	ابن أبي حاتم	1
126	ابن إسحاق	2
152, 78	ابن الجوزي = جمال الدين، أبو الفرج عبد الرحمن بن علي بن محمد القرشي	3
152, 58	ابن تيمية = أحمد بن عبد الحلیم	4
154	ابن حزم = علي بن أحمد بن سعيد	5
152, 78	ابن قيم الجوزية	6
152, 73	ابن منظور	7
152, 78	ابن هشام	8
81	أبو داود = سليمان بن الأشعث السجستاني	9
78	أبو سفيان	10
154	أبو جعفر	11
153	أحمد بن حنبل	12
153	الأرنؤوط	13
,80, 61 ,130, 83 153,164	البخاري	14
153	البخاري = أبو عبد الله محمد بن إسماعيل	15
153, 83	البيهقي = أبو بكر أحمد بن الحسين بن علي	16
,80, 63 153, 82	الترمذي = أبو عيسى محمد بن عيسى	17
111	التهامي = أبو الحسن علي بن محمد بن نهد	18

الصفحة	العلم	م
	التهامي	
80	الحسن بن علي رضي الله عنهما	19
154 ,75	الدارمي	20
154 ,73	الرازي	21
78	سعد بن الربيع - رضي الله عنه -	22
156 ,51	سعود بن عبد العزيز بن عبد الرحمن آل سعود (الملك)	23
83	سَمْرَةَ بن جُنْدُب - رضي الله عنه -	24
,82 ,58 154	الطبراني = أبو القاسم سليمان بن أحمد بن أيوب بن مطير	25
154	الطبري = محمد بن جرير	26
82	عائشة - رضي الله عنها -	27
148 ,78	العباس	28
130	عبد الرحمن بن عوف - رضي الله عنه -	29
81	عبد الله بن عامر	30
128	عبد الله بن مسعود - رضي الله عنه -	31
156 ,123	عبد الله دراز	32
125	عتبة بن ربيعة	33
74	علي بن أبي طالب - رضي الله عنه -	34
125	القرظي	35
155 ,38	كنعان	36
153 ,54	المتنبي = أحمد بن الحسين الجعفي	37
125	محمد بن كعب	38
,54 ,51	محمد حامد	39

الصفحة	العلم	م
156 ,57		
156 ,123	محمد عبد الله دراز	40
,58 ,52 155	المرزوقي = أبو علي أحمد بن محمد بن الحسن	41
128	مسلم ابن الحجاج	42
155 ,39	المعتز	43
81	منصور بن المعتمر	44
85	الوليد بن عقبة	45
157 ,58	يوسف القرضاوي	46

المراجع والمصادر

المراجع العربية

القرآن الكريم.

إبراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع، ط1، (الناشر مكتبة الأنجلو المصرية 1976).

إبراهيم أنيس وآخرون، المعجم الوسيط، الناشر مجمع اللغة العربية، ط4 (مكتبة الشروق الدولية، 2004).

إبراهيم كاخيا (عقيد متقاعد)، الدروس العسكرية البارزة المستنبطة من الغزوات النبوية المظفرة، ص 1-11، مقال منشور 2003 الاتحاد العربي.

ابن أبي الدنيا، مكارم الأخلاق، دار الكتب العلمية، ط1 (1989م).

ابن أبي حاتم، تفسير ابن أبي حاتم، المكتبة العصرية، صيدا.

ابن الجوزي، أبي عبد الله محمد بن أبي بكر بن أيوب، وكنيته ابن القيم ت (751هـ)، زاد المعاد في

هدي خير العباد، تحقيق نبيل بن نصار السندي، مؤسسة سليمان بن عبد العزيز، ط1

(1439هـ-2018م).

ابن تيمية، العبودية، ط1، المملكة العربية السعودية، دار ابن الجوزي.

ابن منظور، لسان العرب، دار صادر.

ابن هشام، السيرة النبوية، تحقيق عمر عبد السلام تدمري، دار الفكر العربي، ط3، (1990 م).

أبو الحسن، علي بن أحمد السبتي الأموي، تنزيه الأنبياء عما نسب إليهم حثالة الأغبياء، دار الفكر

المعاصر لبنان، 1990.

أبي داود، (سنن أبي داود، ط1، دار الرسالة العالمية، 2009).

الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية.

الآحاد والمثاني، حمد بن عمرو أبو بكر الشيباني، دار الراية، الرياض، 1411، 1991، تحقيق:

باسم الجوابرة.

أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، ط1 القاهرة، (مكتبة

غريب 1977).

- طبعة أخرى، ط2، القاهرة، (مكتبة الأنجلو المصرية 1987).
- أحمد بن حنبل، مسند أحمد، تحقيق شعيب الأرنؤوط، مؤسسة الرسالة، 2007م.
- أحمد بوزيد، سيكولوجية الرأي العام ورسائله الديمقراطية، القاهرة (عالم الكتاب 1968).
- أحمد زايد وآخرون، علم الاقتصاد والمذاهب الاقتصادية، ط1، عمان، دار الميسرة (2013).
- أحمد العسال وفتحي عبد الكريم، النظام الاقتصادي في الإسلام، ط1، مصر، مكتبة وهبة (1995).
- إسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، ط1 الأردن (دار أسامة للنشر 2012).
- الإعلام له تاريخه ومذاهبه، ط1، (الناشر الهيئة المصرية العامة للكتاب عام 2002).
- انتصار يونس، السلوك الإنساني، ط1، مصر دار المعارف (1993).
- البخاري، صحيح البخاري، ط1، دار طوق النجاة، (1422هـ).
- بشير محمد الويفاتي "مقدمة في علم الاقتصاد الجزئي والكلية" الطبعة الثالثة دار الكتب الوطنية، طرابلس (2000م).
- البيهقي، شعب الإيمان، تحقيق مختار أحمد الندوي - عبد العلي عبد الحميد حامد، دار الرشد، ط1 (2008م).
- الترمذي، سنن الترمذي، ط2، مصر، شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي، (1975).
- الحاكم، "المستدرک"، تحقيق مصطفى عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، ط2 (2002).
- حسين عبد الحميد وأحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، الإسكندرية، (المكتب الجامعي الحديث، 2003).
- حسين مجيد، مبادئ علم الاقتصاد، عمان دار زهران (2008)، ط1.
- خالد المقرن الأسس النظرية للاقتصاد الإسلامي، ط1، دار المتنبي (2011).
- خليل إبراهيم رسول، سايكولوجية الرأي العام وطرق قياسه، بغداد، (دار الحرية 1986).
- الدارقطني، "سنن الدارقطني"، دار ابن حزم، ط1 (2013م).
- الدارمي، "مسنده"، تحقيق حسين سليم أسد الداراني، دار المغني، ط1 (2000م).
- الدارمي، السنن، دار الكتاب العربي بيروت، 1407هـ، ط1.

- الرازي، محمد بن أبي بكر، مختار الصحاح، مكتبة ناشرون، بيروت، 1415هـ 1995.
- رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، الأردن، ط1.
- رفعت المحجوب، النظم الاقتصادية، ط1، مكتبة النهضة المصرية (1956).
- الروض الباسم في الذب عن سنة أبي القاسم.
- رفيق يونس، المصري، أصول الاقتصاد الإسلامي، دمشق، دار القلم، بيروت، الدار الشامية، 1413هـ/1993م.
- زغلول راغب النجار: أزمة التعليم المعاصر وحلولها الإسلامية، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، 1990م.
- سالم خطاب أسعد، الإعلام وصناعة الرأي العام، دراسة وصفية لأساليب ومسالك صناعة الرأي العام، مجلة آداب الفراهيدي، ع17، كانون الأول، 2013.
- سمير راضي، الإعلام الإسلامي رسالة وهدف، الناشر رابطة العالم الإسلامي، سلسلة دعوة الحق، العدد 15/152، (1996).
- سمير محمد حسين، الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية، القاهرة (عالم الكتب 2000).
- فهد الشميمري، التربية الإعلامية، ط1، مصر (دار اقرأ الدولية، 2011).
- شوقي دنيا، تمويل التنمية في الاقتصاد الإسلامي، ط1، مؤسسة دار الرسالة (1984).
- صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط5، عمان (دار مجدلاوي للنشر، 2004).
- الطبراني، المعجم الأوسط، القاهرة، دار الحرمين، (1995).
- الطبري، أبو جعفر، جامع البيان عن تأويل آي القرآن، ط1، دار هجر، مجلد 18، (2001).
- طلعت منصور: (سيكولوجية الاتصال)، عالم الفكر، مجلد 11، السنة: 1980.
- عايد الشعراوي: تدوين الفكر الإعلامي في العالم، دار النهضة الإسلامية، بيروت، 1989م.
- د. عبد الحميد الغزالي، الإنسان أساس المنهج الإسلامي في التنمية الاقتصادية، المصرف الإسلامي الدولي للاستثمار، مصر، 1997.
- عبدالله الكيلاني، إدارة الأزمة مقارنة التراث.. والآخر، سلسلة كتاب الأمة، قطر، العدد 31، ط1، (2009 م).

- عبدالله بن عبدالغني الطجم وطلق بن عوض الله السواط: السلوك التنظيمي، ط4، المملكة العربية السعودية (دار حافظ للنشر والتوزيع 2003).
- عبدالرحمن السعدي، تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، دار السلام للنشر والتوزيع، السعودية، ط2، (2002م).
- عبد الرحمن يسري، التنمية الاقتصادية في الإسلام، مصر، مؤسسة شباب الجامعة (2005).
- عبد الرزاق المصنف، تحقيق الأعظمي، المجلس العلمي - جنوب إفريقيا، ط1 (1970).
- عبد الرؤوف، عبد القادر سيد عبد الرؤوف، الأخلاق في الإسلام في ضوء الكتاب والسنة، دار الطباعة المحمدية، القاهرة، ط1 (1413هـ-1992م).
- عبد العزيز شرف، الأسس الفنية في التحرير الصحفي، ط1988م، عمان دار الفرقان للنشر والتوزيع.
- عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، ط1، الناشر الهيئة المصرية العامة للكتاب عام 2000م.
- عبد الفتاح كنعان، الإعلام والمجتمع، ط1 (دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع 2014).
- عبد الله الطريقي، الاقتصاد الإسلامي، أسس ومبادئ وأهداف، ط11، السعودية، مؤسسة الجريسي (2009).
- عبد الله حمد الحقييل، قوة وسائل الإعلام، ط1 (قافلة الزيت 1402هـ).
- عبد المطلب عبد الحميد، الاقتصاد الكلي النظرية والسياسات، مصر، الإسكندرية (2010م)، الدار الجامعية.
- عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، بيروت، ط1، 1985م.
- عزيز البطيوي، سنن العمران البشري في السيرة النبوية، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، ط1 (1439هـ-2018م).
- علي حجازي إبراهيم، الحملات الإعلامية فن مخاطبة الجمهور، ط1 (دار المعتز للنشر والتوزيع 2017).
- علي جريشة: نحو إعلام إسلامي، مكتبة وهبة، القاهرة، 1989م.
- عمر المرزوقي، اقتصاديات الغنى في الإسلام، ط1، دار الرشد الرياض (2007).

عمر صخري، التحليل الاقتصادي الكلي، الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية، ط5 (2005).
غازي عبد الرازق النقاش، التمويل الدولي والعمليات المصرفية الدولية، دار وائل للنشر والتوزيع، ط
3، عمان.

فؤاد الساري، وسائل الإعلام النشأة والتطور، ط1، (دار أسامة للنشر والتوزيع 2005).
قاسم الحموري، التضخم والبطالة في إطار التكيف الهيكلي من منظور إسلامي، بحث منشور في
كتاب التنمية من منظور إسلامي، الناشر البنك الإسلامي للتنمية، مؤسسة آل البيت
1991م.

لييب شقير، تاريخ الفكر الاقتصادي، ط1، دار النهضة للطباعة والنشر (1988).
مجد هاشم الهاشمي، العولمة الدبلوماسية والنظام العالمي الجديد، ط1 (دار أسامة للنشر والتوزيع
2003).

محسن الخصيري، إدارة الأزمة، القاهرة، مجموعة النيل العربية، ط1 (2003).
محمد أبو زهرة، تنظيم الإسلام للمجتمع، ط1، دار الفكر العربي (1999).
محمد إسماعيل بلال: السلوك التنظيمي بين النظرية والتطبيق، ط1، مصر (دار الجامعة الجديدة
2005).

محمد إسماعيل، المنهج العلمي وتفسير السلوك، ط1، الكويت، (دار القلم 1989).
محمد الغلايني، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، ط1، (دار المنارة للنشر والتوزيع 1985).
محمد برعي وعبد الهادي السويفي، أصول علم الاقتصاد المنجد في اللغة، ط1، بيروت، دار المشرق
1986).

محمد بن سعد، الطبقات الكبرى، دار صادر، بيروت، ط2.
محمد بن يعقوب الفيروز آبادي مجد الدين، القاموس المحيط، ط8 (دار الرسالة 2005).
محمد حامد، النظم الاقتصادية المعاصرة، ط1، السعودية، دار جامعة الملك سعود للنشر (1905).
محمد حمدي النشار، النظم الاقتصادية، الناشر جامعة أسيوط، 1965م.
محمد خطيب النمر ومسعود صديقي، التحليل الاقتصادي الكلي بين النظرية والتطبيق، جامعة
قصادي مرباح 2008م-2009م.

محمد عبد الله دراز، دستور الأخلاق في القرآن، دار الرسالة القاهرة (2008).. تحقيق د.
عبد الصبور شاهين .

- محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، سلسلة دراسات وبحوث إعلامية، العدد 81، (دار الفجر، 1998).
- محمود عودة، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، ط1، (دار النهضة العربية 1998).
- محي الدين عبد الحليم: الإعلام الإسلامي: الأصول والقواعد والأهداف، مؤسسة اقرأ الخيرية، 1992م.
- محي الدين عبد الحليم: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط1/1، 1983م.
- مختار توهامي وعاطف عدلي العبد، الرأي العام، القاهرة (مركز بحوث الرأي العام 2005).
- مسلم، صحيح مسلم، بيروت، دار إحياء التراث العربي.
- المعجم الوجيز، حرف السين، ط1، وزارة التربية والتعليم (1994).
- الاقتصاد الإسلامي بين النظرية والتطبيق، ترجمة د. منصور التركي، ط1، مصر، المكتب المصري الحديث للنشر (1970).
- منير حجاب: نظريات الإعلام الإسلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية، 1982م.
- نعمة الله نجيب إبراهيم وآخرون، أسس الاقتصاد الكلي، مصر، جامعة الإسكندرية (1988م).
- هادي الهيبي، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري، ط1 بغداد (دار السامر للطباعة 1997).
- د. يوسف القرضاوي، دور القيم والأخلاق في الاقتصاد الإسلامي، مكتبة وهبة، القاهرة (1995).
- ط 1.

المواقع والمجلات:

- أحمد ذكر الله، مآلات تعويم الجنيه وإجراءات الإصلاح الاقتصادي، تقرير اقتصادي، 12 نوفمبر 2016م، الموقع المعهد المصري للدراسات.
- الأزمة الاقتصادية في النظام الرأسمالي، الموقع الإلكتروني الرسمي لجريدة النور، العدد 387. بسمه المومني، تقرير برنامج صندوق النقد الدولي في مصر: تقييم تحديات الاقتصاد السياسي، معهد بروكنجز الدوحة (BROOKINGS)، يناير 2018.
- بسيوني إبراهيم حماده، الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة كلية الإعلام 2002م.
- التقرير السنوي للبنك المركزي، عام 2016.
- جهود مجمع العراق في التعريب، صوت العربية (نسخة محفوظة 08 مارس 2018) على موقع واي باك مشين.
- خالد الخاجة، جدلية العلاقة بين الثقافة والإعلام، جريدة البيان، بتاريخ (28 أكتوبر 2014).
- رمزي السعيد الخميس، دور الإعلام في حياتنا، جريدة الشروق، مصر 12-2-2015 . <https://www.al-sharq.com/opinio/12/02/2015> -دور-الإعلام-في-حياتنا.
- محمد يسري إبراهيم، مقدمة في الإعلام الإسلامي (وظيفته وخصائصه)، مضاف على موقع الألوكة (23-11-2011م).
- محمد خليل الرفاعي، دور الإعلام في العصر الرقمي، مجلة جامعة دمشق-المجلد 27-العدد الأول والثاني.
- محمد شكري سلام: ثورة الاتصال والإعلام، من الأيديولوجيا إلى الميديولوجيا "نحو رؤية نقدية"، مجلة عالم الفكر، العدد 1، المجلد 32 يوليو/ سبتمبر 2003.
- محمد صلاح أبو رجب، تأثير الإعلام على الرأي العام وانعكاس ذلك على السياسة الأمنية، جريدة الوفد، بتاريخ (26 أبريل 2012).

مركز معلومات البنوك الإسلامية، ينظر الموسوعة الاقتصادية، الموقع الإلكتروني
(http://www.ibisonline.net).

موقع الهيئة العامة لقناة السويس،

.https://www.suezcanal.gov.eg/Arabic/Pages/default.aspx

ميسم حمزة، الإعلام دور محوري في العمل البلدي، موقع بلديات لبنان، بتاريخ 29 مايو
2012م (12)، عدد (11).

وزارة المالية، البيان المالي عن مشروع الموازنة العامة للدولة للسنة المالية 2018/2017.
وزارة المالية، التقرير المالي الشهري، سبتمبر 2017م.

موقع حكومة نيوزلاندا الرسمي New Zealand Government website.

11 April 2008. مؤرشف من الأصل في 21 أكتوبر 2016. اطلع عليه بتاريخ 20
أكتوبر 2016.

هيئة الإذاعة البريطانية (بالإنجليزية: British Broadcasting Corporation)

هيئة إعلامية مستقلة مقرها المملكة المتحدة، تأسست عام 1922، وكانت قد
تأسست على يد مجموعة من الشركات الخاصة عام 1923، انظر التعريف على
موقعها الرسمي: www.bbc.com.

انقلاب 3 يوليو، مقال موثق بالمصادر على موقع التدوين الدولي ويكيبيديا الرابط:

https://ar.m.wikipedia.org/wiki/انقلاب_2013_في_مصر

موقع جريدة الوفد بعنوان: الأمن يفتح قناة الجزيرة مباشر مصر، 3 يوليو 2013م، الرابط:

https://m.alwafd.news/أخبار-وتقارير/13-

الشارع%20السياسي/507840-الأمن-يفتح-قناة-الجزيرة-مباشر-مصر.

المرصد العربي لحرية الإعلام التقرير السنوي لسنة 2014م (30-ديسمبر 2014)

http://ikshef.com/التقرير-نصف-السنوي-لحرية-الإعلام-في-مصر/

المهندس يحيى حامد وزير الاستثمار عبر صفحته على الفيس بوك، لماذا رفض الرئيس مرسي

عرض صندوق النقد الدولي في عهد الرئيس مرسي؟ في مقال نشره بتاريخ 29 يوليو

2018

<https://www.facebook.com/Yeh.Hamed/posts/887558001.442273>

-موقع ويكيبيديا العالمي للتوثيق.

-تقرير صندوق النقد الدولي على موقعه بعنوان: مصر وصندوق النقد الدولي أسئلة أساسية عن مصر منشور ومحدث 24 يوليو 2019م، الرابط بتاريخ الدخول 18-8-2019،

<https://www.imf.org/ar/Countries/EGY/Egypt-qandas>

ورقة عمل حول تطوير وسائل الإعلام الإسلامي، مجلة دعوة الحق، العدد 208، الرباط، مجلة شهرية تعنى بالدراسات الإسلامية وبشؤون الثقافة والفكر أسست سنة 1957..

<http://www.habous.gov.ma/daouat-alhaq/item/5391>

الندوات والمؤتمرات:

محمد محمد يونس: وظائف الإعلام الإسلامي، ورقة مقدمة إلى ندوة: "الإعلام الدولي وقضايا العالم الإسلامي"، القاهرة، نوفمبر 1998م.

مؤتمر علمي دولي بعنوان: الإعلام المعاصر في الرؤية الحضارية بعمّان، الأردن: 16-17 محرم 1435هـ الموافق 20-21 (نوفمبر) 2013م.

خالد حسني، موقع قناة العربية، تحليل اقتصادي بعنوان: 2016.. العام الأصعب بتاريخ الجنيه المصري مقابل الدولار، 25-12-2016 الرابط :

<http://ara.tv/6wprv>

القنوات الإعلامية:

القناة الثانية للتلفزيون المصري.

قناة DW عربية.

Al Jazeera Arabic قناة الجزيرة.

Alghad TV قناة الغد.

TV قناة مكملين الفضائية.

قناة ON Ent الفضائية.

قناة Sada Elbalad صدى البلد.

قناة دريم.

قناة الإنترنت (مصر العربية).



- "New Suez Canal", www.globalsecurity.org, Retrieved 18-8-2018. Edited
- "New Suez Canal", www.suezcanal.gov.eg, Retrieved 18-8-2018. Edited.
- "New Suez Canal", www.suezcanal.gov.eg, Retrieved 18-8-2018. Edited.
- "National Income ", The Free Dictionary, Retrieved 19-7-2017. Edited.
- <http://www.bibalex.org/arf/ar/files/whrs.pdf>. 31/10/2015. 13:14h
- International Monetary Fund (IMF), "Arab Republic of Egypt: Request for Extended Arrangement Under the Extended Fund Facility-Press Release; Staff Report; and Statement by the Executive Director for the Arab Republic of Egypt," Country Report No. 17/17, January 2017.
- Jim Macnamara, "Media content analysis: Its uses; benefits and best practice methodology " amecorg.com, Retrieved 18-3-2018. Edited18. "The Importance of Media in the Classroom", www.sagepub.com, Retrieved 18-3-2018. Edited1,2.

our Youssef and Diaa Hadid, “‘We Don’t Owe Anyone’:
Egypt Jousts With Its Chief Benefactor, Saudi Arabia,
The New York Times, November 1, 2016.

Pierre Albert, *Lexique de la presse écrite*, Daloz, Paris,
1989, P132.

Rajan, Ramkishan "Financial Crisis, Capital Outflows, and
Policy Responses: Examples from East Asia" *Journal of
Economic Education*, 2007, Vol. 38, No. 1; pp. 92–
109.

"The New Suez Canal", earthobservatory.nasa.gov, Retrieved
18-8-2018. Edited.

Vangie Beal, "Internet" , *Webopedia*, Retrieved 25-8-2017.
Edited. "Internet", *ComputerHope* 16-6-2017 ,
Retrieved 25-8-2017. Edited. www.swiden.se/ar.

-Economic crisis in the United States, consulting site -8-6
2019 www.thebalance.com

<https://www.thebalance.com/u-s-economic-crisis-3305668>