

إدارة الأزمة الاقتصادية من منظور الإسلام وتأثير الإعلام

محمد جمال السيد هلال^a
جامعة إسطنبول صباح الدين زعيم، تركيا

معلومات عن البحث

الملخص

تاريخ المقال

استلام: 8 يونيو 2023

قبول: 8 أغسطس 2023

نوع المقال

ورقة أبحاث

تصنيف JEL

A12

K13

الكلمات المفتاحية

الإعلام المرئي
الاقتصاد القومي
السلوك الاقتصادي
للمجتمع
الأزمات الاقتصادية

تعتبر الأزمات جزءًا أساسيًا من تجربة الإنسان، ويلعب الإعلام دورًا حيويًا في مواجهتها والتعامل معها. فقد استخدم النبي محمد (عليه السلام) الإعلام لنقل تعاليمه، مؤكداً على أهميته في الإسلام. يدرس هذا البحث، الذي يعتمد على نموذج الحالة المصرية، دور الإعلام في إدارة الأزمات الاقتصادية وتأثيره على السلوكيات الاجتماعية والاقتصادية خلال هذه الفترات. كما يناقش البحث تصنيفات الإعلام، توجهاته، ومصادر تمويله، مع التركيز على تأثير هذه العوامل على تصور الجمهور للأزمات الاقتصادية العالمية. قد يكون للإعلام دور إيجابي أو سلبي في الأزمات، ويؤثر بشكل كبير على تطور الأمم واستقرارها أو انهيار الأنظمة الحاكمة.

منذ بداية الإسلام، تم التركيز على الإعلام ودوره في التعامل مع الأزمات المختلفة، حيث كان النبي (عليه السلام) يستخدمه لنقل رسالته إلى الحكام والشعوب. هذا البحث هو امتداد لدراسة سابقة تناولت العلاقة بين الإعلام المرئي والاقتصاد القومي، ويستعرض تأثير الإعلام على الأزمات الاقتصادية والسلوكيات الاجتماعية، بالإضافة إلى دوره في الأزمات التي يشهدها العالم اليوم.

<https://doi.org/tr/10.54863/jief.1311418>

^a، المؤلف المرسِل: دكتوراه في الاقتصاد الإسلام والمالية من جامعة إسطنبول صباح الدين زعيم، بريد إلكتروني: mghelal85@gmail.com، الرقم الدولي: 0000-0002-3204-9306

Helal, M. G. E. (2025). إدارة الأزمة الاقتصادية من منظور الإسلام وتأثير الإعلام. *Journal of Islamic Economics and Finance* 11 (1), 265-303, <https://doi.org/tr/10.54863/jief.1311418>.

MANAGEMENT OF ECONOMIC CRISIS FROM AN ISLAMIC PERSPECTIVE AND THE
IMPACT OF MEDIAMohamed Gamal Elsaid HELAL^a

Istanbul Sabahattin Zaim University, Türkiye

ARTICLE INFO

Article history:

Received: Jun 8, 2023

Accepted: August 8, 2023

Article Type:

Research Article

JEL Classification:

A12

K13

Keywords:

Visual Media,

National Economy,

Economic Society,

Economic Crisis.

ABSTRACT

Crises are an essential part of the human experience, and the media plays a vital role in confronting and managing them. Prophet Muhammad (peace be upon him) used the media to spread his teachings, emphasizing its importance in Islam. This research, which uses the case study of Egypt, examines the role of media in managing economic crises and its impact on social and economic behaviors during these periods. The study also discusses media classifications, orientations, and funding sources, with a focus on the influence of these factors on the public's perception of global economic crises. The media can have either a positive or negative role in crises, significantly impacting the development of nations and the stability or downfall of ruling systems.

Since the beginning of Islam, attention has been given to the media and its role in dealing with various crises, with the Prophet (peace be upon him) using it to communicate his message to rulers and nations. This research is an extension of a previous study on the relationship between visual media and national economy, and it explores the impact of the media on economic crises and social behaviors, as well as its role in the crises the world is currently facing.

<https://doi.org/tr/10.54863/jief.1311418>

^a Corresponding Author: Ph.D. Student, Istanbul Sabahattin Zaim University, Islamic Economics and Finance, E-mail: mghelal85@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-3204-9306>.

To cite this article: Helal, M. G. E. (2025). Management of Economic Crisis From An Islamic Perspective And The Impact of Media, *Journal of Islamic Economics and Finance*, 11(1), 265-303, <https://doi.org/tr/10.54863/jief.1311418>



Bu çalışma Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 (CC-BY-NC 4.0) Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

مقدمة

تعيش مصر مرحلة من التحولات السياسية والاقتصادية، بينما يشهد الإعلام المرئي توجهات تدعم بعض الفصائل السياسية في ظل وجود عدم وضوح كبير. ويبدو أن بعض الجهات تحاول الحفاظ على عدم الشفافية في المجتمع وتوجيه الرأي العام نحو تفسيرات محدودة النطاق. ومع تدخل الهيكل العسكري في الإعلام والاقتصاد، أصبح الإعلام في مصر في حالة انغلاق. ويستخدم الإعلام المرئي كواجهة لإخفاء الفشل السياسي والاقتصادي وتأثيره على سلوكيات المجتمع. وعلى الجانب الآخر، بدأت تظهر منابر إعلامية مرئية تناقش القضايا الاقتصادية بموضوعية، بغية زيادة الوعي الاجتماعي. وهذه الدراسة تتمحور حول علاقة الإعلام بالآزمات الاقتصادية، وعلاقة الإعلام المرئي في مصر بالاقتصاد وتوجيه الرأي العام. وتواجه الدراسة تحديات مثل ندرة المراجع والأبحاث. الهدف هو تقديم مساهمة علمية قد تعود بالنفع على المؤسسات الإعلامية، وتحسين الإعلام المرئي بطريقة تحقق رضا الله وتقدير الجمهور.

مشكلة الدراسة

في العصر الحديث، أصبحت العلاقة بين الإعلام المرئي والاقتصاد القومي غاية في القوة والمرونة، مع كل منهما يشكل تأثيراً على الآخر. والواقع أن المجتمع قد لا يكون واعياً للدور الذي يلعبه الإعلام المرئي المؤيد للسلطة في تأثيره - سلباً أو إيجاباً - على الاقتصاد القومي. والجدل الذي ينشأ يتعلق بما إذا كان الإعلام المرئي هو الذي يؤثر على النشاط الاقتصادي، أو العكس صحيح. هذه العوامل جعلت من مشكلة الدراسة الحالية التي تتعلق بالرد على السؤال الأساسي: ما هي العلاقة بين الإعلام المرئي والاقتصاد القومي؟

أهداف البحث

يهدف البحث إلى:

- التعرف إلى مفهوم المنهج الرشيد والصادق الذي دعا إليه الإسلام لمواجهة الآزمات الاقتصادية إعلامياً، وهو بكل بساطة تبيان الحق للناس ومخاطبة عقولهم وجلبهم إليه وترغيبهم فيه، وتبصيرهم بالباطل وإبعادهم عنه وتغييرهم 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.
- بيان أهمية العلاقة بين الإعلام المرئي وإعادة توجيه الرأي العام (القرار الاستثماري، القرار الاستهلاكي).

أهمية البحث

- بيان أسبقية المنهج الإسلامي في مواجهة الأزمات الاقتصادية إعلامياً من أكثر من جانب بصورة شاملة.
- 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 بالافتقار أو الإرغام.

منهجية البحث

يقوم البحث على المنهج الاستقرائي، وذلك من خلال نظرة الإسلام الشاملة للإعلام المرئي والرجوع إلى ما أتيح من بحوث ودراسات إسلامية حول هذا الموضوع، وكتابة المعلومات من مصادرها الرئيسية.

الدراسات السابقة

من خلال تفحص ومطالعة قائمة الدراسات الأكاديمية تبين لنا النقص الكبير في الدراسات الخاصة التي تغطي وتتناول أثر المنهج الإسلامي وتأثيره على القضاء على الأزمات الاقتصادية من خلال الإعلام عموماً والإعلام المرئي خصوصاً، إن لم نقل ندرتها. ومن أبرز الدراسات السابقة:

1. عبد الرحمن إسماعيل، دور الإعلام في تحقيق التنمية الاقتصادية، كلية الحقوق جامعة المنصورة، 2020م.

هدف البحث إلى توضيح الدور الذي تقوم به المواثيق الدولية والإقليمية والتشريعات الداخلية بهدف بتكريس حرية الصحافة والعالم، ومفهوم التنمية الاقتصادية، ودور القطاعات الأساسية فيها، وكذلك المساهمة الفعالة للعالم في التنمية والإصلاح الاقتصادي في دول العالم الثالث وبالأخص في العراق الذي يحتاج إلى البرامج المتعلقة بالاقتصاد لتساعده في عملية النهوض.

2. محمد كامل، دور الإعلام الرسمي الأردني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة الأردنية وكالة الأنباء والتلفزيون الأردني نموذجاً، 2014م.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور الإعلام الرسمي الأردني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة الأردنية (-2013 2014)، وتوضيح دور الإعلام الرسمي في تدعيم المشاركة السياسية لدى الطلبة، والتعرف على مدى رضى طلبة الجامعة بما تقدمه وسائل الإعلام الأردنية الرسمية، ومعرفة كيفية قيام هذه الوسائل، بمسؤولية تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب، على المشاركة في الحياة السياسية، والحزبية والعامية. ومن أجل ذلك ناقشت الدراسة الدور المنوط بالإعلام لتنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في ضوء التحديات المعاصرة، والكشف عن دور الاعلام الرسمي في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات والشباب، وتقديم تصور مقترح يمكن أن يسهم في تطوير دور الإعلام الرسمي في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات والشباب، والتعرف على الأنماط البرمجية المفضلة للتلفزيون لدى الجمهور، ومعدل المشاهدة للتلفزيون الوطني

3. كريشنا، كومار، "تعزيز وسائل الإعلام المستقلة: استراتيجيات مساعدة الديمقراطية" (بولدر: لين رينر، 2006)

تستعرض الدراسة الأدوار المتعددة التي يمكن أن تلعبها وسائل الإعلام في دعم الديمقراطية وكيف يمكن تعزيزها. وبشكل عام، يمكن أن يكون لوسائل الإعلام تأثير قوي على البنية الاقتصادية من خلال طرح القضايا الاقتصادية، وتشجيع الشفافية، وتقديم التحليل الاقتصادي.

والدراسة تقدم أفكارًا واستراتيجيات حول كيفية استخدام وسائل الإعلام لتعزيز الديمقراطية والتنمية في مجتمع معين، والتي يمكن أن تكون مفيدة أيضًا في سياق الإعلام الاقتصادي والتنمية الاقتصادية.

4. فاردي، ماتياس أ. "ما فائدة الإعلام الحر؟ دور الإعلام في كبح الفساد وتعزيز جودة الحكومة". (2013).

تقدم هذه الدراسة ثلاث دراسات تجريبية مستقلة تساهم في فهم دور الإعلام في كبح الفساد وفي تعزيز وإنشاء مؤسسات سياسية عالية الجودة.

الجديد في الدراسة الحالية

ترتكز هذه الدراسة على تحليل العلاقة بين الإعلام المرئي بالآزمات الاقتصادية، مستخدماً قرار التعويم للجنه المصري كنموذج للبحث. وتهدف إلى دراسة الطريقة التي يمكن للإعلام المرئي أن يؤثر عليها في توجيه الرأي العام حول الاقتصاد القومي.

المطلب الأول: ماهية الآزمات الاقتصادية

يعد مفهوم الآزمة أحد أكثر المفاهيم انتشارًا في المجتمع المعاصر، حيث يؤثر في جميع جوانب الحياة، من الآزمات التي تواجه الفرد إلى الآزمات التي تمر بها المجموعات والحكومات والمؤسسات إلى الآزمات الدولية، ومصطلح الآزمة هو أحد المصطلحات الأكثر استخدامًا على جميع المستويات وعلى مختلف مستويات المجتمع. عالم الآزمة هو عالم حي وتفاعلي، عالم بمراحله وخصائصه وأسبابه. تتأثر الولاية أو الحكومة بأصغر كائن موجود في المجتمع البشري.

كما أن الأهمية الكبرى للآزمة والمواجهة تتطلب المواجهة والمعاملة من منظور إسلامي...، وسنشرح مفهوم الآزمة الاقتصادية، وعلاقتها مع وسائل الإعلام، وسنحاول قدر الإمكان الخروج عن المألوف في طريقة البحث، حيث سيتم إسقاط الجانب النظري للدراسة في هذا المبحث خصوصاً والفصل عموماً على الطريقة العملية في دراسة نموذج الحالة المصرية.

الفرع الأول: تعريف الأزمة لغةً واصطلاحاً

أولاً: تعريف الأزمة لغة: "الأزمة في لغة المعجم هي الشدة" (ابن منظور، لسان العرب، مادة: (أزم)، 213 / 1)، يقال: "أزم العام اشتد قحطه" (الفيروز آبادي، القاموس المحيط، 1 / 1390)، "وتطلق الأزمة على فترات القحط وشح الموارد كما تطلق على المصائب والابتلاءات.

ومن ذلك قولهم: "وعلى قدر الأزمات يأتي الفرج" (أبو الحسن، 1990، 126)، 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" (الرازي، 1415 هـ/ 1995 م، 6).

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 "الفئة"، ولفئة بعض خصائص الأزمة، فهي تعصف بالمؤسسة وتهدد القيم، كما في قول الحق – تعالى -: "وَاتَّقُوا فِتْنَةً لَا تُصِيبَنَّ الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْكُمْ خَاصَّةً وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ" (سورة الأنفال، آية 25).

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"، (الكيلاني، عبد الله. ، العدد 31، ط1، قطر، 40)، 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، وَلَوْ عَلِمَ اللَّهُ فِيهِمْ خَيْرًا لَأَسْمَعَهُمْ وَلَوْ أَسْمَعَهُمْ لَتَوَلَّوْا وَهُمْ مُعْرِضُونَ، يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَجِيبُوا لِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمْ لِمَا يُحْيِيكُمْ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَحُولُ بَيْنَ الْمَرْءِ وَقَلْبِهِ وَأَنَّهُ إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ، وَاتَّقُوا فِتْنَةً..." (سورة الأنفال، آية 25/24/23/22).

وفي هذا إيماء جليّ وواضح إلى ارتباط الفتن بما حذر منه القرآن الكريم من نقض العهود والمواثيق التي أخذت على الإنسان من قبل خالقه جل وعلا، و"كما عبر القرآن عن الأزمة بلفظ

"المصيبة" فمن ذلك قوله تعالى: "أَوَلَمْ أَصَابَتْكُمْ مُصِيبَةٌ قَدْ أَصَبْتُمْ مِثْلَيْهَا قُلْتُمْ أَنَّى هَذَا قُلْ هُوَ مِنْ عِنْدِ أَنْفُسِكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ"، (آل عمران، آية 165). فالهزيمة في المعركة هي أزمة تحتاج إلى إدارة لتجاوز أثارها، وأول خطوات المعالجة الصحيحة الاعتراف بالخطأ وعدملقاء اللوم على الآخرين، وهذا ما توجه إليه الآية الكريمة" (الكيلاني، (2009م)، مرجع سابق، 41).

ومن استعمالات القرآن الكريمة للفظ المصيبة بمعنى مرادف للأزمة اصطلاحاً قوله تعالى: "وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ، الَّذِينَ إِذَا أَصَابَتْهُمْ مُصِيبَةٌ قَالُوا إِنَّا لِلَّهِ وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ"، البقرة، آية (156/155)، هو 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 الحديث: استعملت كلمة الأزمة في المرويات وكتب الحديث والسنة 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. 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 أبيعه من قبل، فقال: المؤمن يشرب معي والكافر يشرب في سبعة أمعاء" (الشيبياني، 1411 هـ/1991م الأحاد والمئاني، تحقيق: باسم الجوابرة، 57).

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، (Rajan, R. H. 2007, 38(1), 92-109).

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". P.P: 92-109.

(1) ويمكن تعريف مصطلح الأزمة الاقتصادية على "أنها حالة يحدث فيها اضطرابات حادة ومفاجئة في أي مكون 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، وحدث ما يعرف بالانكماش الاقتصادي، بالإضافة إلى ارتفاع نسبة البطالة بين الأفراد القادرين على العمل، وحدث 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 والحد من حدوث حالة الركود الاقتصادي إذا تمت معالجة الأزمة الاقتصادية في الوقت المناسب وبالطرق الفعالة " الأزمة الاقتصادية في الولايات المتحدة الأمريكية. (تاريخ آخر الدخول: 2023-2-24).

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 والمباغطة 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.

الفرع الثاني: المعلومات والأزمات الاقتصادية

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

وقد تناول المؤرخون والكتاب السير الناحية العسكرية تارة، فذهب القوم شرقاً وغرباً محللين للاستراتيجية العسكرية لرسول الله صلى الله عليه وسلم ومن معه في غزوة بدر، من حضور هذا الدور، وطريقة المعركة وكيفية المباغلة في الحروب... إلخ، كاخيا، إبراهيم (عقيد متقاعد). "الدروس العسكرية البارزة المستنبطة من الغزوات النبوية المظفرة." مقال في الفكر السياسي. الناشر: اتحاد العرب، 2003، 1-11). وتارة يتم تناولها من "منظور السنن الكونية والاجتماعية والعمران البشري وسنن التدافع بين الأمم والحضارات، والحق والباطل"

بينما يظهر لنا قمة العلاقة بين هذه الأزمات والحروب - الاقتصادية - بالدرجة الأولى والإعلام، فتشير كتب السير والمرويات "عن مناسبة معركة بدر" إلى أن الرسول صلى الله عليه وسلم أخبر أصحابه أن عيراً لقريش قادمة من الشام، عزيز البطيوي. (1439هـ - 2018م)، "سنن العمران البشري في السيرة النبوية." (المعهد العالمي للفكر الإسلامي، ط1، 137)، وهذا ما كشف عن متابعة النبي للحركة الاقتصادية للعدو، ومتابعة تاريخ الوصول وطريقه، وفي الوقت نفسه كان أبو سفيان مهتماً بجمع المعلومات.. بينما اقترب من الحجاز تتجسس على الأخبار وتساءل عن 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، صفة أموالك مع أبو سفيان وقد أطلع عليها محمد في رفاقه لا أرى أن أكون على علم به. وأعد الناس الاندفاع.... إلخ الحديث". محفزاً لهم بنشر الخبر.

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" (محمد بن سعد، الطبقات الكبرى، 2: 37)، بل إن قريشاً قد أوقفت أموال قافلة أبي سفيان نفسها لاستعدادهم لغزوة قادمة - غزوة أحد - يثأرون فيها لأبائهم وأذاعوا بذلك الأخبار لإعلام سائر العرب.

ويمثل 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.

المطلب الثاني: 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.

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

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، وبذور الخير للمجتمع.

ولا يمكن تخيل كيف سيشكل مجتمع يعيش بعيداً عن الصدق، وأصبح كذبة عنواناً لسلوكهم، فالمشاكل والأزمات التي حدثت بينهم لا حرج، لذلك أتناول في هذا المبحث علاقة الإسلام بالخبر والإعلام في الفرعين الآتيين:

الفرع الأول: علاقة الإسلام

بالأخبار الصادقة

إن الله خلق السنوات 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: "وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكَلِّمْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ" البخاري، صحيح الجامع، عن أبي هريرة، حديث رقم: 6018. ولا يعملوا إلا حقاً وصدقاً وخيراً.

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 زَهُوًّا" (سورة الإسراء، آية: 81).

وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "إِيَّاكُمْ وَالظَّنَّ، فَإِنَّ الظَّنَّ أَكْذَبُ الْحَدِيثِ"، (مسلم، صحيح مسلم، عن أبي هريرة، حديث رقم: 2563) وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "دَعْ مَا يَرِيكَ إِلَى مَا لَا يَرِيكَ، فَإِنَّ الصِّدْقَ طُمَأْنِينَةٌ، وَإِنَّ الْكَذِبَ رِيئَةٌ" (الترمذي في سننه، عن الحسن بن علي رضي الله عنهما، حديث رقم: 2442).

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

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

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 الشر 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 الْهَلَكَةَ، فَإِنَّ فِيهِ النَّجَاةَ، وَاجْتَنِبُوا الْكُذْبَ وَإِنْ رَأَيْتُمْ أَنَّ فِيهِ النَّجَاةَ، فَإِنَّ فِيهِ الْهَلَكَةَ" (ابن أبي الدنيا، مكارم الأخلاق، عن منصور بن المعتمر مرفوعاً، حديث رقم: 133).

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 أبناؤها 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 صِدِّيقًا، وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ، فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ، وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ، حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا" (مسلم، صحيح مسلم، حديث رقم: 2607). 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، وكيفينا فيه هذه الآية الكريمة:

"أَلَيْسَ الْبِرُّ أَنْ تُولُوا وَجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَى وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالصَّرَاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ" (سورة البقرة، آية 177).

وعليه؛ فإنَّ الإعلام الإسلامي المسلم إنما يؤثر في الناس بما يحمله من الحق أولاً، وبحسن أسلوبه وجدّه وطرافة طرائقه ووسائله ثانياً، والإعلام الإسلامي إعلام واقعي يُسدد ويقارب، ويقوم على كليات الشريعة الكبرى في تحقيق المصالح وتكثيرها، ودفع المفاصد وتقليلها، من غير انحراف عن منهج الأنبياء، ولا تفريط في الاستقامة والربانيّة، فهو يسير مع السنن الربانيّة في الدعوة والإعلام، والإصلاح والتغيير، يسائر السنن ولا يعاندها، ويطوي المراحل ولا يتعسفها"

(إبراهيم، مقدمة في الإعلام الإسلامي (وظيفته وخصائصه). في 18 أغسطس، 2019

وأخيراً، فإنَّ الإعلام الإسلامي إعلام مسؤول، يتخذ من أمره - صَلَّى الله عليه وسلّم - (مَن كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكَلِّمْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ) (الألباني، صحيح الجامع الصغير وزيادته، 2/ 1213. رقم الحديث: 7242)، منهجاً، ومن خَبَره - صَلَّى الله عليه وسلّم - : (كُلُّ الْمُسْلِمِ عَلَى الْمُسْلِمِ حَرَامٌ: دُمُهُ وَمَالُهُ وَعِرْضُهُ)، (مسلم، باب تحريم ظلم المسلم وخذله واحتقاره، حديث رقم 2564)، مَسْلُوكًا. فشعاره النُّطق بالكلمة الطَّيِّبَةِ، والإعراض عن كُلِّ خَبِيثٍ قَالَ اللهُ - تعالى - محفِزاً على القول النافع والعمل الصالح: (وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ) (مسلم، باب تحريم ظلم المسلم وخذله واحتقاره، حديث رقم 2564).

الفرع الثاني: 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، وشدّد عليهم النكير.

وفي الحديث عن عائشة أم المؤمنين -رضي الله عنها- قالت: "مَا كَانَ خُلُقُ أَبِغَضَ إِلَى رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنَ الْكُذْبِ، 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" (مسلم، باب تحريم ظلم

المسلم وخذله واحتقاره، حديث رقم 2564).

ولا عذر أبداً لمن يتخذون الكذب خلقاً، أو صنعة يكتسبون بها، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "يطبع المؤمن على كل شيء إلا الخيانة والكذب" (مسلم، باب تحريم ظلم المسلم وخذله واحتقاره، حديث رقم 2564).

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، 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 فرداً أو جماعة أو شعباً، وإقناعه بها، ليحصل المرسل على الاستجابة التي خططها - فإن الهدف من الرسائل السماوية كلها هو "هداية الإنسان" ليحيا على حق، ويكون على بيّنة، ويعيش في سعادة وأمن في هذه الدنيا، وينجو بنفسه يوم الآخرة؛ أي: إن مقصده تحقيق مصالح العباد، ودرء المفاسد والأضرار عنهم في العاجل والأجل". 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 الخطوات التالية:

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 لِلْسُّحْتِ" (سورة المائدة، آية 42). 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. وما أصدق الحق حين قال عنهم واصفاً هذه الحالة التي هم عليها: "وَأَشْرَبُوا فِي قُلُوبِهِمُ الْعِجْلَ بِكُفْرِهِمْ"، (سورة النساء، آية 140). 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 إِذًا مِثْلُهُمْ" (سورة النساء، آية 140). وصدق أبو الحسن بن الحرث الهاشمي حين قال: "تحر من الطرق أوسطها وعُد عن الموضع المشتبه، وسمّعك

صُنُّ عَنْ قَبِيحِ الْكَلَامِ كَصَوْنِ اللِّسَانِ عَنِ النُّطْقِ بِهِ، فَإِنَّكَ عِنْدَ اسْتِمَاعِ الْقَبِيحِ شَرِيكَ لِقَائِهِ فَانْتَبِهْ" 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 بِأَنفُسِهِمْ خَيْرًا وَقَالُوا هَذَا إِفْكٌ مُّبِينٌ" (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" (ومن هذا الموقف نتعلم ليس حسن الظن فحسب، بل والذب عن أعراض المسلمين والتثبت من الخبر وعدم الخوض فيما لا ينبغي عليه عمل من قيل وقال، وصدق الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم "كفى بالمرء كذباً أن يحدث بكل ما يسمع" (مسلم، صحيح مسلم، عن حفص بن عاصم في المقدمة، ج 6، رقم الحديث 4482).

وهذا المعنى يجسد لنا الأمة الواحدة التي تتألم بألم واحد منها، وتشنكي لشكواه، وتتنفض 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 تَقُولُ لَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّئًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ" (سورة النور، آية 15).

4. الذب عن عرض المسلمين

إذا أنتهك 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 اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: "مَنْ رَدَّ عَنْ عَرَضِ أَخِيهِ رَدَّ اللَّهُ عَنْ وَجْهِهِ النَّارَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ" (أحمد، مسند أحمد، حديث رقم: 26930)، وَعَنْ أَسْمَاءَ بِنْتِ يَزِيدَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "مَنْ دَبَّ عَنْ لَحْمِ أَخِيهِ فِي الْغِيْبَةِ كَانَ حَقًّا عَلَى اللَّهِ أَنْ يُعْتَقَهُ مِنَ النَّارِ". 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 وقاء"

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 إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ"، (سورة الحجرات، آية 6)، ولقد عالج الإسلام قضية الإشاعة عن طريق ثلاث نقاط:

أ- التثبت كما في الآية السابقة. ب - تفسيق ناقل الإشاعة. ج - الدعوة للتفكير في عواقب الإشاعة، وهذا كله يدخل تحت إرجاع الأمر لأهل الاختصاص من الإعلاميين الذين يخافون الله I، ويضعون مصلحة المجتمع والأمة أمام أعينهم في كل ما ينقلون للجمهور.

وإرجاع الأمر لأهل الاختصاص: يقول الله I: (وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَ الَّذِينَ يُسْتَبِطُونَ مِنْهُمْ وَلَوْ لَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا). (سورة النساء، آية 83).

قال الشيخ السعدي-رحمه الله-: "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 ينتبها 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 وتحرزاً من أعدائهم فعلوا ذلك" السعدي، عبد الرحمن، 2002م، تيسير الكريم الرحمن في تفسير، ط2، (206)

وأيضاً قول الله تعالى: "وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ إِلَّا رَجُلًا نُوحِي إِلَيْهِمْ ۖ فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ" (سورة النحل، آية 43)، ومن هنا تأتي مهمة رجل الإعلام المسلم لبيان الحقائق الإسلامية، والوصول إلى قلوب الجماهير وعقولها بالحكمة المطلوبة.

ومن هنا نعود في ختام هذا البحث إلى علاقة الإعلام الإسلامي بالآزمات لنجد أن وراء كل أزمة أخبار وأحداث وأقويل تنقل في صورة أخبار صحيحة أو شائعات، فالرأي العام في عصرنا كما أوردنا في المبحث الأول يتأثر بالإعلام والآزمات الاقتصادية جزء من اهتمامات الرأي العام، كما ناقشنا علاقة الإسلام بالخبر والإعلام وكيف تناول الآزمات 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" (سورة العصر، آية 3). 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

دائمًا 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 وحماء وشعائره.

- 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. (راضي، سمير بن جميل، 1996، الإعلام الإسلامي رسالة وهدف، 94-105).

المطلب الثالث: علاقة الإعلام بالآزمات الاقتصادية:

الإعلام له دور مهم جداً في تشكيل الرأي العام والتأثير على الأسواق الاقتصادية، بما في ذلك الآزمات الاقتصادية. وهناك عدة طرق يمكن للإعلام أن يتدخل في هذه الآزمات:

1. توعية الجمهور: الإعلام له القدرة على توعية الجمهور بالتحديات والآزمات الاقتصادية الحالية. من خلال توفير معلومات مفصلة وموثوقة، يمكن للإعلام مساعدة الأفراد على فهم السيناريو الاقتصادي واتخاذ قرارات مستنيرة بناءً على ذلك.
2. نشر الإعلانات: الإعلام يقدم منصة للحكومات والمؤسسات الخاصة لنشر الإعلانات التي تهدف إلى التغلب على الآزمات الاقتصادية، مثل التحفيزات الاقتصادية أو القروض المنخفضة الفائدة.
3. تأثير الرأي العام: من خلال التغطية المستمرة للآزمات الاقتصادية، يمكن للإعلام تأثير الرأي العام وبالتالي الضغط على صناع القرار لاتخاذ إجراءات للتغلب على الأزمة.
4. خلق الهلع: في بعض الأحيان، قد يقود الإعلام لنشر الهلع والخوف من خلال تسليط الضوء المفرط على الأزمة، وهذا يمكن أن يؤدي إلى تدهور الأوضاع الاقتصادية بشكل أكبر.
5. الدور الإقليمي والعالمي: الإعلام ليس فقط يؤثر على الاقتصاد المحلي، بل يمكن أيضاً أن يحد من تأثيرات الأزمة الاقتصادية على المستوى الإقليمي والعالمي. وبالتالي، الإعلام يمكن أن يكون سلاح ذو حدين. على الرغم من قدرته على الإبلاغ والتوعية، قد يساهم أيضاً في تفاقم الآزمات الاقتصادية إذا لم يتم التعامل معه بشكل صحيح.

المطلب الرابع: تأثير الاعلام على الازمات الاقتصادية، وعلى سلوكيات المجتمع

أولاً: تأثير الاعلام على الازمات الاقتصادية

الإعلام يمثل أداة قوية في تشكيل الرأي العام حول الأزمات الاقتصادية ويحمل القدرة على تعزيز أو تقويض الاستقرار الاقتصادي. ويقوم الإعلام بدور رئيسي في تقديم المعلومات الحاسمة حول الأزمات الاقتصادية، ويزيد من الوعي العام حول القضايا الاقتصادية، مما يساعد في توجيه السياسات العامة والخاصة. ومع ذلك، يجب الاعتراف بأن التقرير الإعلامي السلبي أو المتشائم قد يضر بالثقة في الاقتصاد، وبالتالي يمكن أن يساهم في تفاقم الأزمة. من ناحية أخرى، يمكن أن يساهم التقرير الإعلامي المتوازن والمسؤول في استعادة الثقة العامة والخاصة وتعزيز الاستقرار الاقتصادي.

إضافة إلى ذلك، الإعلام يشارك في نشر البحوث والتحليلات الاقتصادية الهامة التي تدعم السياسيين وصناع القرار في تطوير الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية الفعالة. وفي العصر الرقمي، يعد الإعلام الاجتماعي محركاً قوياً لتوزيع الأخبار والمعلومات، ويمكن أن يعزز الاستجابة السريعة للأزمات الاقتصادية. ولكن في الوقت نفسه، يجب الحذر من مخاطر انتشار الأخبار الكاذبة والتضليل الاقتصادي. ومن الأساسي أن يتحلى الإعلام بالمسؤولية في التركيز على الحقائق والتحليل العميق، لضمان تقديم صورة دقيقة ومتوازنة للأزمات الاقتصادية وتوجيه الرأي العام نحو حلول اقتصادية إيجابية.

ثانياً: تأثير الاعلام على سلوكيات المجتمع

الإعلام له دور محوري في تشكيل السلوكيات الاجتماعية والأفكار، وهذا التأثير يمكن أن يكون إيجابياً وسلبياً في الوقت نفسه. وعلى الجانب الإيجابي، يمكن للإعلام تعزيز القيم الاجتماعية والتعاون، ويمكن أن يكون قوة دافعة للتغيير الاجتماعي عبر تعليم وتوعية الجمهور حول قضايا مهمة مثل حقوق الإنسان والصحة العامة والتغير المناخي. ومع ذلك، يمكن أيضاً للإعلام أن يساهم في نشر الأفكار والسلوكيات السلبية، حيث يمكن أن يعزز العنف والتحيز والرأي السلبي

ضد الأقليات والجماعات المهمشة. إضافةً إلى ذلك، يمكن للإعلام أن يثير الضغوط الاجتماعية، مثل تحقيق معايير الجمال غير الواقعية أو التأثير على التصورات المتعلقة بالنجاح والثروة.

ويتميز الإعلام الاجتماعي بوجود تأثير خاص على السلوك الاجتماعي، حيث يوفر منصة للأشخاص للتأثير والتأثر بالآخرين على نطاق أوسع وأسرع من أي وقت مضى، مما يعزز التفاعل الاجتماعي والتعلم المشترك. ومع ذلك، يمكن له أيضًا أن يقود إلى زيادة الضغوط النفسية والتبني الإلكتروني وانتشار الأخبار الكاذبة. ويتوجب استخدام الإعلام بمسؤولية لضمان تعزيز القيم الاجتماعية الإيجابية والتقدم، نظرًا للدور الهام الذي يلعبه في تشكيل السلوكيات الاجتماعية.

المطلب الخامس: علاقة الإعلام المرئي في مصر بالاقتصاد وتوجيه الرأي العام: قرار التعويم للجنيه المصري نموذجاً

في هذا الفصل، سنتناول قضايا وأحداث اقتصادية في مصر بين عامي 2015 و2018، وندرس الإعلام المؤيد والمعارض للسلطة حول هذه القضايا. وسنقدم تحليلاً للخطاب الإعلامي ونذكر الدراسات السابقة إن وجدت. بعد ذلك، ويهدف الفصل إلى توضيح المشهد الإعلامي المصري بعد قرار التعويم للجنيه المصري وتقديم نموذج عملي للتأثيرات الاقتصادية ورأي العام المصري.

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، (ماذا يعني تحرير سعر صرف الجنيه المصري؟ مقال تعريفى لموقع قناة العربية، القسم الاقتصادي، بتاريخ (3-10-2016).

ويتم الاعتماد على هذا النوع من التعويم في الدول الرأسمالية الصناعية المتقدمة، مثل الدولار الأمريكي والجنيه الاسترليني، والفرنك السويسري، 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.

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 (المقال السابق - ماذا يعني تحرير سعر صرف الجنيه المصري؟ موقع العربية)

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.

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 قام به الرئيس الراحل محمد أنور السادات، عندما سمح بعودة البطاقات الاستيرادية للقطاع الخاص، وبدء حقبة الاقتراض من الغرب، التي تحولت بعد ذلك لما يسمى بـ ديون نادي باريس.

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 وفي 29 يناير 2003م، أعلن رئيس الوزراء آنذاك الدكتور عاطف عبيد، 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 رحمه الله رفض توصيات صندوق النقد الدولي بتعويم الجنيه بالطريقة التي تكبل المواطن أعباء إضافية. وفي 3 نوفمبر عام 2016م أعلن البنك المركزي المصري يوم الخميس، تعويم الجنيه المصري، وترك حرية تسعيره 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 أمته السلطة في مصر وإعلام الخارج المعارض للنظام، وقد شهدت مرحلة التعويم شهراً من التخبط والنقلة المختلفة في السعر دفعت الاقتصاد المصري للتخبط. ويوضح الشكل التالي أسعار صرف الدولار مقابل الجنيه المصري من تاريخ: 1-11-2019 إلى 29-11-2019م. مرفق صورة من الجدول من الموقع الرسمي. (يحيى حامد، ماذا رفض الرئيس مرسي عرض صندوق النقد الدولي؟ وزير الاستثمار في عهد الرئيس مرسي في مقال نشره بتاريخ 29 يوليو 2018).

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

أسعار الصرف

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

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، هيئة مستقلة تتبع الدولة لكنها منفصلة التمويل والرقابة. BBC فهذه الإذاعة البريطانية

وكان اختيارنا للقنوات موضع الدراسة بحيث لا تحسب كإعلام رسمي ولكن تصنف كونه قنوات قريبة سمح لها بالبحث 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، لتحكم سيطرتها على جميع وسائل الإعلام.

ب-اختيار البرامج وفق شريحتين: الشريعة النخبوية والشريعة الشعبية، واخترنا البرامج الرئيسية (توك شو) اليومية والتي تذاق في وقت الذروة للمشاهدة المسائية، وهي البرامج الرئيسية في القناة التي وقع عليها الاختيار وتم اختيار المذيعين ذوي 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 صدی البلد

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 استفادته 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 بهدوء مدوّ: جماعة الإخوان الإرهابية خسرت من 15 إلى 18 مليار جنيه. (حلقة في اليوتيوب من هذا الرابط، تم نشره في 2016/11/03 الدخول 2019-8-18 <https://www.youtube.com/watch?v=Cb1F14NNsnA>).

2- قناة ON Ent الفضائية

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 ON Ent والأمنية والاجتماعية، ومدى حدوث الأثر المرجو من عملية التعويم، (قناة الفضائية، تاريخ الدخول 2019-8-18 رابط جزء من الحلقة تم نشره في 2016-10-4 <https://www.youtube.com/watch?v=jKp6nRJCjWs>)

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. (أحمد ذكر الله، مآلات تعويم الجنيه وإجراءات الإصلاح الاقتصادي، تقرير اقتصادي، 12 نوفمبر 2016م، المعهد المصري للدراسات).

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، (التقرير السنوي للبنك المركزي، عام 2017/2016، 25).

وقد قمنا باختيار القنوات والبرامج وفق معايير الآتية:

أ-قنوات دولية مستقلة أو دولية معارضة.

ب-قنوات مصرية معارضة تثبت من الخارج.

ج- اختيار البرامج الرئيسية والتي تناولت الحدث الاقتصادي دولياً.

وللأمثلة على ذلك:

1- Al Jazeera Arabic قناة الجزيرة:

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 يبين هذا التقرير أن عملية التعويم أقيمت 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 — 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 للآزمة الاقتصادية مع أنها تعلم بأضرارها البالغة؛ لأن 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. (Al Jazeera Arabic قناة الجزيرة، رابط الحلقة بتاريخ 2017-1-14 https://www.youtube.com/watch?v=06-u1nt33_A).

2- Mekameleen TV قناة مكملين الفضائية:

حيث استضاف الإعلامي محمد ناصر الإعلامي بقناة مكملين الدكتور أشرف دواية 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 سيضعاف من الدين العام (قناة مكملين برنامج مصر النهاردة الإعلامي محمد ناصر - حلقة مع الدكتور أشرف دوابة رابط الحلقة : <https://www.youtube.com/watch?v=qKM2o9wLGb0> اخر دخول 12-12-2019م)

الخاتمة

تناولت في هذه البحث كيف أن الإسلام عمل على إدارة الأزمات الاقتصادية إعلامياً بخطوات واضحة المعالم والأركان، وأكد المنهج الإسلامي على أن السلوك الاقتصادي للمجتمع نابع في معظمه من تأثير الإعلام المرئي خصوصاً، وتبين لي حاجة 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 دنياهم وآخرتهم، فإن أفسدوا وظلموا فلن يصلح الله عمل المفسدين.

وتمخض هذه البحث عن نتائج وتوصيات، من أبرزها:

أولاً: النتائج

أظهر البحث ما يلي:

1. أهمية الإعلام المرئي للاقتصاد تأتي في سُلّم الأولويات بالنسبة للدولة والمجتمع.
2. حاجة الأمة الإسلامية لإعلام حر نزيه يقدم لها الحقيقة، ويعمل لصالحها، لا لأجندات غيرها التي تتفذ على الملأ الآن.
3. بين البحث البعد الأخلاقي للإعلام المرئي، الذي يحث عليه الإسلام، وكذلك البعد المهاري والتخصصي، الذي يدعو له دين، فضلاً عن ديننا الحنيف.
4. 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.
5. خطورة عدم وجود إعلام حر، حتى لا تكون الشعوب عرضة لتفكك أخلاقي واجتماعي بعيداً عن القيم والأخلاق الإسلامية.

6. أهمية فتح ملفات الإعلام وما يتصل به من قضايا، وإعادة النظر فيها من جديد.

ثانياً: التوصيات

في ضوء النتائج التي توصل لها البحث، ويوصي الباحث بما يلي:

1. 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 لتنمашى وفق تعاليم الشريعة الإسلامية.
3. ضرورة تذليل الحكومات للعوائق 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.
4. إنشاء إدارات خاصة بالتدريب والتطوير لمساعدة الإعلاميين على فهم أصول الإعلام المرئي والمفاهيم الاقتصادية وعلاقتها باقتصاد البلدان القومي ومدى مطابقته مع الشرع.
5. على المؤسسات الإعلامية تطوير وتدريب العاملين في مجال الإعلام الاقتصادي لمعرفة المرصود من الرأي العام ومدى خطورة مخاطبة الجمهور بلا وعي اقتصادي.

REFERENCES

- Abdel Rahman, I. (2020). The role of the media in achieving economic development. *Mansoura Journal of Law and Economics*, Faculty of Law, Mansoura University. Retrieved from https://mjle.journals.ekb.eg/article_269274.html
- Abu Al-Hasan, A. b. A. Al-Subti Al-Amawi. (1990). *Tanziha al-anbiya 'amma*.
- Ahmed, A. b. H. (n.d.). *Musnad Ahmad* (Hadith No. 26930).
- Al-Albani, N. A.-D. (n.d.). *Sahih al-Jami' as-Saghir wa Ziyadatuh* (Vol. 2, p. 1213, Hadith No. 7242).
- Al-Bukhari. (n.d.). *Sahih al-Jami'* (Hadith No. 6018, reported by Abu Huraira).
- Al-Fayruz Abadi. (1410 AH). *Al-Qamus al-Muhit* (Vol. 1, p. 1390).
- Ahmed, D. A. (2016, November 12). Consequences of floating the pound and economic reform measures. *Egyptian Institute for Studies*. Retrieved from <https://eipss-eg.org/>
- Al-Arabiya. (2016, March 10). *Economic section*. Retrieved August 18, 2019, from <https://www.alarabiya.net/pdfServlet/pdf/3154231f-77a4-4e9b-91a7-b7985921671f>
- Al Jazeera Arabic Channel. (2017, January 14). [Video]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=06-u1nt33_A
- Al-Hashemi, A. (2017). *Diwan al-Insha* (1st ed., p. 293). Beirut: Dar Al-Ma'rifah.
- Al-Kilani, A. (2009). *Crisis management: A heritage approach* (Ummah Book Series, Issue 31, 1st ed., p. 40). Qatar.
- Al-Qar'an, M. (2014). *The role of the official Jordanian media in shaping political awareness among University of Jordan students: Jordan News Agency and Jordan Television as a model* (2013–2014). Retrieved from <https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/handle/123456789/1362>
- Al-Razi, Z. A. A. M. b. A. B. (1995). *Mukhtar al-Sahah* (Vol. 1, p. 6). Beirut: Maktaba Nashron.
- Al-Saadi, A. R. (2002). *Taysir al-Karim al-Rahman fi Tafsir Kalam al-Manan* (2nd ed., p. 206). Saudi Arabia: Dar Al-Salam for Publishing and Distribution.
- Al-Shibani, H. b. A. A. B. (1991). *Al-Ahad wal-Mathani* (Vol. 5, p. 57, B. Al-Jawabreh, Ed.). Riyadh: Dar Al-Raya.
- Al-Tabarani. (n.d.). *Al-Mu'jam al-Kabir* (Hadith No. 13815).
- At-Tirmidhi. (n.d.). *Al-Jami' al-Kabir (Sunan At-Tirmidhi)* (Hadith No. 1973).
- Central Bank of Egypt. (2017). *Annual report 2016/2017* (p. 25). Retrieved from <https://www.cbe.org.eg/ar/EconomicResearch/Publications/Pages/AnnualReport.aspx>
- At-Tirmidhi. (n.d.). *Sunan At-Tirmidhi* (Hadith No. 2442, reported by Al-Hasan bin Ali).

- Ibn Abi Al-Dunya. (n.d.). *Makarim al-Akhlaq* (Hadith No. 133, reported by Mansour bin Al-Mu'tamar).
- Ibn Manzur. (n.d.). *Lisan al-Arab* (Vol. 1, p. 213). Beirut: Dar Sader.
- Muhammad bin Saad. (2001). *Al-Tabaqat al-Kubra*. Beirut: Dar Sader.
- Muslim. (n.d.). *Sahih Muslim*, Hadith No. 2564 (Chapter on the Prohibition of Oppressing, Abandoning, and Disdain of a Muslim).
- Muslim. (n.d.). *Sahih Muslim*, Hadith No. 2563 (Reported by Abu Huraira).
- Muslim. (n.d.). *Sahih Muslim* (Vol. 6, Hadith No. 4482, narrated by Hafs bin Asim in the introduction).
- Muslim. (n.d.). *Sahih Muslim*, Hadith No. 2607.
- Al-Bataywi, A. (2018). *Sunan al-'Umran al-Bashri fi al-Sirah al-Nabawiyyah* (1st ed., p. 137). Herndon, VA: The International Institute of Islamic Thought.
- Färdigh, M. A. (2013). *What's the use of free media? The role of media in curbing corruption and promoting quality of government*. Retrieved from <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/34302>
- Krishna, K. (2006). *Promoting independent media: Strategies for democracy assistance*. Boulder: Lynne Rienner. Retrieved from https://www.rienner.com/title/Promoting_Independent_Media_Strategies_for_Democracy_Assistance
- Rajan, R. H. (2007). Financial crisis, capital outflows, and policy responses: Examples from East Asia. *Journal of Economic Education*, 38(1), 92–109.
- Radi, S. b. J. (1996). *Islamic media: Message and objective*. Muslim World League, 94–105.
- Kakhiya, I. (2003). Prominent military lessons derived from the Prophet's successful campaigns. *Political Thought*, 1–11. Retrieved February 24, 2023, from <http://new.reefnet.sy/book/upload/old/fikr/18/4lessons.pdf>
- Ibrahim. (2019). *Introduction to Islamic media: Its role and characteristics*. Retrieved from <https://www.alukah.net/culture/0/29205/>
- The Economic Crisis in the United States of America. (n.d.). Retrieved February 24, 2023, from www.thebalance.com
- What does floating the Egyptian pound exchange rate mean? (2016). *Al Arabiya*, Economic Section. Retrieved August 18, 2019, from <https://www.alarabiya.net/pdfServlet/pdf/3154231f-77a4-4e9b-91a7-b7985921671f>
- Makmaleen Channel. (2019, December 12). *Egypt Today - Mohamed Nasser & Dr. Ashraf Dawaba* [Video]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=qKM2o9wLGb0>
- ON Ent Satellite Channel. (2016, October 4). [Video segment]. Retrieved August 18, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=jKp6nRJCjWs>
- [YouTube video]. (2016, November 3). Retrieved August 18, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=Cb1F14NNsnA>

Hamed, Y. (2018, July 29). *What did President Morsi refuse from the International Monetary Fund offer?* [Facebook post]. Retrieved August 18, 2019, from <https://www.facebook.com/Yeh.Hamed/posts/88755800144227>

المراجع بالعربية

- عبد الرحمن إسماعيل، دور الإعلام في تحقيق التنمية الاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، 2020م. رابط المقال
- أبو الحسن، علي بن أحمد السبتى الأموي، (1990)، "تنزيه الأنبياء عما" أحمد، مسند أحمد، حديث رقم: 26930.
- أحمد ذكر الله، (2016)، عواقب تعويم الجنيه وإجراءات الإصلاح الاقتصادي، التقرير الاقتصادي، 12 نوفمبر، المعهد المصري للدراسات، رابط المقال تم الاطلاع عليه في التاريخ المشار إليه.
- العلباني، ناصر الدين، صحيح الجامع الصغير وزياداته، 1213/2. حديث رقم: 7242.
- قناة العربية (ماذا قلت، في رأيي، تعني، في رأيي، ساري براينت-فريستيج، هل قررت القيام بذلك؟ مقال تهميدي لي، القسم الاقتصادي، بتاريخ (2016-3-10)، تم الاطلاع عليه في 2019-8-18. رابط المقال
- البقرة، الآية (177)
- البخاري، صحيح الجامع، رواه أبو هريرة، حديث رقم: 6018.
- الفيروز أبادي، (1410)، القاموس المحيط. 1/1390.
- الهاشمي، أحمد، ديوان الإنشاء (مجموعة التأليف)، (2017)، دار المعرفة، بيروت، الطبعة الأولى، ص. 293.
- قناة الجزيرة العربية، رابط الحلقة بتاريخ 2017-1-14.
- الكيلاني، عبد الله، (2009)، إدارة الأزمات: مقارنة تراثية، سلسلة كتب الأمة، العدد 31، الطبعة الأولى، قطر، ص. 40.
- القارئ، محمد، دور الإعلام الأردني الرسمي في تشكيل الوعي السياسي بين طلبة جامعة الأردنية، وكالة الأنباء الأردنية والتلفزيون الأردني كنموذج، 2013-2014م. رابط المقال
- الرازي، زين الدين أبو عبد الله محمد بن أبي بكر، (1995)، مختار الصحاح، بيروت: مكتبة نشرون، (الجزء 1)، ص. 6.
- السعدي، عبد الرحمن، (2002)، تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، دار السلام للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، الطبعة الثانية، ص. 206.
- الشيباني، حمد بن عمرو أبو بكر، (1411/1991)، "الأحاد والمثاني"، تحقيق: باسم الجوابرة، الرياض، دار الراية، المجلد الخامس، ص. 57.
- الطبراني في الكبير، حديث رقم: 13815.
- التقرير السنوي للبنك المركزي، السنة 2016/2017، ص. 25، رابط المقال تم الاطلاع عليه في التاريخ المذكور.
- الترمذي، الجامع الكبير، (سنن الترمذي)، حديث رقم: 1973.
- الترمذي في سننه، رواه الحسن بن علي، رضي الله عنهما، حديث رقم: 2442.
- عزيز البطاوي، (2018-1439)، "سنن عمران البشري في السيرة النبوية"، المعهد الدولي للفكر الإسلامي، الطبعة الأولى، ص. 137.
- فارديغ، ماثياس أ. "ما فائدة الإعلام الحر؟ دور الإعلام في مكافحة الفساد وتعزيز جودة الحكومة"، (2013) رابط المقال
- ابن أبي الدنيا، مكارم الأخلاق، رواه منصور بن المعتمر مرفوعاً، حديث رقم: 133.
- ابن منظور، "لسان العرب"، المدخل: دار صادر، 213/1.

- إبراهيم، (2019م)، **مقدمة في الإعلام الإسلامي (دوره وخصائصه)**، موقع الألوكة. رابط المقال كاحية، إبراهيم (عقيد متقاعد) (2003). ، "الدروس العسكرية البارزة المستفادة من الغزوات الناجحة للنبي"، مقال في الفكر السياسي. الناشر: الاتحاد العربي، الصفحات 1-11. رابط المقال تم الاطلاع عليه في 2023-2-24.
- كريشنا، كومار، "تعزيز الإعلام المستقل: استراتيجيات دعم الديمقراطية" "بولدر: لين رينر، 2006 (رابط المقال
- قناة مكملين، برنامج "مصر اليوم"، الصحفي محمد ناصر - حلقة مع الدكتور أشرف دواية، رابط الحلقة تم الاطلاع عليها في 2019-12-12.
- محمد بن سعد، (2001)، "الطبقات الكبرى"، دار صادر، بيروت، ص. 37.
- مسلم، باب تحريم ظلم المسلم وتركه واحتقاره، حديث رقم 2564.
- مسلم، صحيح مسلم، حديث رقم: 2607.
- مسلم، صحيح مسلم، رواه حفص بن عاصم في المقدمة، الجزء 6، حديث رقم 4482.
- مسلم، صحيح مسلم، رواه أبو هريرة، حديث رقم 2563.
- قناة ON Ent الفضائية، تم الاطلاع عليها في 2019-8-18، رابط حلقة منشورة في 4-10-2016 : رابط الحلقة
- راضي، سمير بن جميل، (1996)، الإعلام الإسلامي: الرسالة والهدف، رابطة العالم الإسلامي، ص. 94-105.
- راجان، ر. هـ. (2007). الأزمة المالية، تدفقات رأس المال، واستجابات السياسات: أمثلة من شرق آسيا، مجلة التعليم الاقتصادي، 38(1)، 92-109.
- الأزمة الاقتصادية في الولايات المتحدة الأمريكية. (تم الاطلاع عليها في 2023-2-24). المصدر: موقع الاستشارات. www.thebalance.com.
- رابط الحلقة من هذا الرابط، منشورة في 2016/11/03، تم الاطلاع عليها في 2019-8-18 : رابط الحلقة
- ما معنى تعويم سعر صرف الجنيه المصري؟ (2016)، مقال توضيحي على موقع قناة العربية، القسم الاقتصادي، تم الاطلاع عليها في 2019-8-18، رابط المقال.
- يحيى حامد، (2018م)، ماذا رفض الرئيس مرسي من عرض صندوق النقد الدولي؟ الوزير السابق للاستثمار في عهد الرئيس مرسي، في مقال منشور في 29 يوليو، على صفحته في الفيسبوك، يكشف لأول مرة معلومات خلف الكواليس بشأن قرض صندوق النقد الدولي الذي لم يتحقق خلال عهد الرئيس مرسي. رابط المقال تم الاطلاع عليه في 2019-8-18.

EXTENDED ABSTRACT

In recent decades economic crises have become more frequent and severe threatening nations social political and economic foundations These crises go beyond financial numbers damaging public trust and social unity in this situation media plays a double role it can either reduce crisis impacts or make them worse. This study challenges the common view of media as just a neutral information channel Instead it shows media as an active force that shapes public opinion and connects government policies with people's understanding The Islamic perspective offers a unique ethical approach based on moral responsibility and social welfare The Prophet Muhammad peace be upon him demonstrated this through his strategic communication during times of famine and economic problems.

The study addressed the concept of crises in society, especially economic crises, from an Islamic perspective, and clarified the value and moral aspect of the Islamic concept of the economic crisis, which differs from the definitions of other economic and social systems.

The study also addressed the role of the media from an Islamic perspective, and how the Islamic call since the early era consisted of media platforms and preaching messages directed to the general public, as a global religion that believes in the necessity of media platforms, which are governed by controls and ethics that all people agree upon, including honesty, transparency, and respect for the dissenter.

The study focuses on Egypt as a case study with its mix of government private party-affiliated and independent media Careful analysis shows how ownership and funding affect crisis reporting When media presents economic problems as uncontrollable disasters it creates public panic but when it focuses on solutions and manageable challenges it helps society stay strong. This view goes beyond traditional analysis by linking to key Islamic ethical principles truthfulness in reporting responsibility in media work and prioritizing public good the study also compares media roles in different political systems in authoritarian regimes media often supports harsh economic measures and silences critics in democracies media can hold leaders accountable.

In addressing the Egyptian case as an example of the media's relationship with the decision to liberalize the exchange rate of the "Egyptian currency" (the Egyptian pound), the study monitored the figures issued by the Central Bank for the official rate, what the media covered, and its impact on the

parallel currency market. The study also monitored the contradiction between the pro-government and opposition media and how this created a crisis in the financial currency market. This requirement in the study concluded that: The Islamic perspective and the values and ethics of Islam are the eternal reference for controlling all developments in media issues and their relationship to the economy, or other issues, and are not an external source, but rather are at its core and the foundation of its formative structure, and the danger of the absence of a free media makes people vulnerable to moral, social, and economic disintegration.

The study addressed new media, which plays an important role in shaping awareness, How the digital age makes things more complicated, social media spreads information fast but also spreads misinformation especially during economic troubles Influencers and citizen journalists now shape economic stories alongside traditional media often without professional ethics. To address these challenges the study proposes reforms starting with media literacy programs to teach critical thinking especially in Muslim communities facing media bias It calls for ethical guidelines based on Islamic economics and partnerships between scholars and media professionals.

The study emphasizes practical training for journalists in Islamic economics and crisis communication It suggests applying Islamic finance concepts like charitable endowments and risk-sharing in public communication. The study draws lessons from Islamic history like the Prophets speeches during famine that combined facts spiritual guidance and practical steps Caliph Umars crisis policies focused on transparency and accountability. The study presents media at a crossroads one path leads to exaggeration and division the other to ethical reporting that builds society Islamic principles light the second path through truth compassion wisdom and justice. Making this vision real needs cooperation between Islamic financial institutions media houses universities and tech companies as traditional media changes new accountability methods are needed like community fact-checking and blockchain transparency tools. This research connects Islamic tradition with modern analysis offering practical models for different situations It reimagines media's role from just sharing news to actively creating social stability public education and accountability

In conclusion Islamic media ethics are not just crisis tools but a complete vision for building fair strong societies Achieving this needs brave leadership from professional's scholar's policymakers and educators especially with today's complex economic crises and digital changes.

ARAŞTIRMACILARIN KATKI ORANI

Yazarın her birinin mevcut araştırmaya katkı oranı aşağıda belirtildiği gibidir:

Yazar'ın araştırmaya katkı oranı %100'dür.

ÇATIŞMA BEYANI

Araştırmada herhangi bir kişi ya da kurum ile finansal ya da kişisel yönden herhangi bir bağlantı bulunmamaktadır. Araştırmada çıkar çatışması bulunmamaktadır.

ARAŞTIRMANIN ETİK İZNİ

Yapılan bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması gerektiği belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan “Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler” başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

HAKEM DEĞERLENDİRMESİ

En az iki dış hakem / Çift Taraflı Körleme

AUTHORS' PERCENTAGE-BASED CONTRIBUTION

The contribution rate of the author to the present research is as follows:

The author's contribution to the study is 100%.

DECLARATION OF CONFLICTING INTERESTS

There is no financial or personal relationship with any person or institution in this research. No conflict of interest exists in the study.

ETHICAL APPROVAL OF THE STUDY

All rules stated within the scope of the “Instruction on Research and Publication Ethics for Higher Education Institutions” were strictly followed during the study. None of the actions specified under the section titled “Actions Against to Scientific Research and Publication Ethics” in the second chapter of the Instruction were carried out in this study.

PEER REVIEW

Reviewed by at least two external referees / Double-Blind Review.

نسبة المساهمة للباحثين

تم تحديد نسبة مساهمة كل كاتب في البحث الحالي كما يلي:

نسبة مساهمة الكاتب في البحث هي 100%.

بيان التصادم

لا يوجد أي ارتباط مالي أو شخصي مع أي فرد أو مؤسسة في البحث. لا يوجد تصادم مصالح في البحث.

التصريح الأخلاقي للبحث

تم الالتزام في هذا البحث بجميع القواعد المحددة في "دليل أخلاقيات البحث العلمي والنشر لمؤسسات التعليم العالي". تم الامتثال لجميع القواعد المذكورة في القسم الثاني من الدليل تحت عنوان "أفعال تتعارض مع أخلاقيات البحث العلمي والنشر".