



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة العلوم الإسلامية



أخلاقيات العمل الإعلامي من منظور إسلامي

-دراسة تحليلية نظرية-

مذكرة تخرّج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر

في العلوم الإسلامية - تخصص: دعوة وإعلام واتصال

الأستاذ المشرف:

الهاشمي قروف

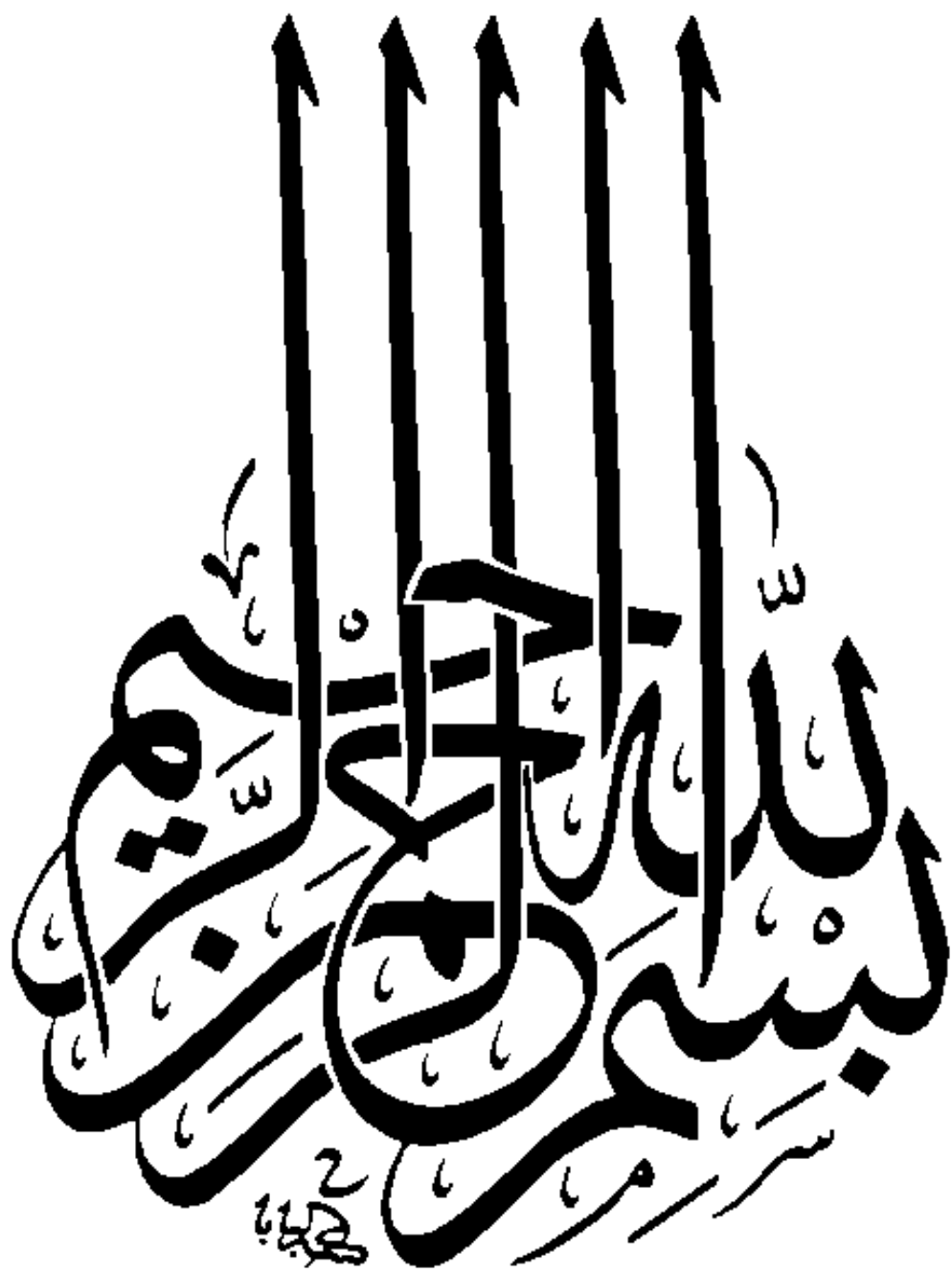
إعداد الطالبة:

شيماء شمسة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
د. محمد عبد الرؤوف ثامر	أستاذ مساعد -أ-	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي -	رئيسا
أ. قروف الهاشمي	أستاذ محاضر -ب-	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي -	مشرفا ومقررا
د. رشيد خضير	أستاذ مساعد -أ-	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي -	مناقشا

السنة الدراسية: 1435-1436هـ/2014-2015م



قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ:

أَتَّبِعْ إِذَا كُنَ فَبِكَ فَمَا عَلَيْكَ مَا فَانِكَ مِنْ

الْحَيَاةِ، مَطِيقُ الْحَايَةِ، وَحَفِظِ الْأَمَانَةَ، وَ

حَسِّنِ الْخُلُقَ، وَعَفِّهِ مَطْعَمُ

اللَّيْثَانَايَا ضَحِيحًا الْجَانِبِ

المصاحف

الحمد لله الذي بنوره قضى العيوق، الحمد لله الذي بذكره تهيء القلوب، الحمد لله جلل الغيوب، غافر الذنوب
بسع الله وعلمه الأكتاف والصلوة على خاتم المرسلين محمد سيد المرسلين والثناء والرسل والرسل والرسل
وسنعمي وفره عيني محمد بن عبد الله خاتم الأنبياء والمرسلين عليه أزكى الصلاة والسلام.

تلتزم الدعاء وحجز العقل على كتابة أبي نبي، في هذه الدعوات التي امتزج فيها شعور الفرحمة بألم الفراق، شعور
أحمد غير آمنه للأعداء لمن أحبب.....

أما بعد: أهدي عملي المتواضع إلى:

من تربطني بهم مناسخ الحب والوفاء والوكل باسمه.

إلى كل من فرح من غيرات بلاوي وموطن كل ذكر ياتي من صغري حتى ماني مدرستي الولوي.

إلى كل من موثني من أتواك الجهالة وإلا من وضعوا سحر الأمان للأصل إلا عز المصاحف جميع أسانفي.

إلى من أتبع طم قلبي ولم أتبع طم ورفقي إلا هؤلاء أهدي مرة جهدي أقول فذكروني بالرحاء. إلى من لم تحطم أفاضل

قلبي على سطورهم ولكن أسماءهم محفورة في شغاف القلب.

إلى كل وضعي "وجوه وإجلال وإتصال"

والذي أجمع فوق مستوى اللذات..... ليقولوا ليعين كما أتمم..... وعلينكم السلام.

شكرًا وتقديرًا

ربي أوزعني إذ أشكر نعمك التي أنعمها علي وعلمي والبري وأهل أهل صالحا نرضاه

وأوزعني برحمك في جوابك الصالحين

اللهم اغفر للمعاصي إلا أن أشكر الله عز وجل على تسهيل أمور هذه الرسالة وتيسيرها بعونه تعالى.

وأثق بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى الاستاذ المتوفى «فروف الهاشمي».

كما وأثق بالشكر الجزيل إلى الاستاذ «مختبر رشيد» على مجهوداته الجبارة وتوجيهاته التي

ساعدت في استخراج هذا العمل إلى النور وللأنبي الأبداء استاذونا الفاضل «الطاهر إحصارة

الأوغرم» وأستاذ جامعة قسنطينة «بن طبة» وإلى عمال مكتبة جامعة قسنطينة خاصة «عبي

إبراهيم» على ما بذلوه من مجهود في تقديم يد المساعدة على ورث إنجاز هذا البحث.

كما وأثق بالشكر والتقدير إلى كافة أساتذة العلوم الإسلامية ونخص بالذكر أساتذة

الدرجوة والإجلال... وإلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد فجزاهم الله عنا كل خير

الجزاء، وأرجو من الله العلي القدير أن يستفيد من هذه الرسالة الجميع على السواء.

والحمد لله رب العالمين.

ملخص الدراسة

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا محمد وآله وصحبه وسلم، أما بعد:

هدفت هذه الدراسة الى تسليط الضوء على "أخلاقيات العمل الاعلامي من منظور إسلامي" فالأخلاق الاعلامية أو أخلاقيات الاعلام تعتبر من الاساسيات للعمل الصحفي والاعلامي لأنها تضبط العمل الاعلامي، وبذلك فهي التي تهذب العملية الاعلامية وتحقق أهداف الاعلام في خدمة المصالح العامة، ونشر الحقائق والمعارف، وكل ذلك يجب أن يتم في أجواء الحرية التعبير والفكر وبناء القواعد المتينة للوعي والعقلانية وتأصيل الضمير الصحفي والاعلامي قبل كل ذلك.

وحيثما تغيب أخلاقيات الاعلام فإن الاعلام يتعرض الى عقبات وازمات تؤثر على المجتمع وعلى العملية الاعلامية برمتها فينحرف الاعلام ويندفع باتجاهات مدمرة، فعلى القائمين على مؤسسات الاعلامية عدم الخضوع للضغوط التي تدفع باتجاه الانحرافات لأن النتيجة ستكون حتمية بسقوط الرسالة الاعلامية .

و بقدرسية مهنة الصحافة والإعلام ، فالريح الحقيقي ليس بجمع أو نهب المال ، بل هو كسب ثقة الرأي العام.

الكلمات المفتاحية: الاخلاق، العمل الإعلامي، أخلاقيات الاعلام .

Abstract

Praise be to God, prayer and peace be upon the Prophet Muhammad and his family and him, either:

This study aimed to highlight the "media work from an Islamic perspective ethics" Media Ethics or media ethics is one of the fundamentals of journalism and media because they control the media work to work, and so it is that refines the process media and achieve the objectives of the media in the general interests of the service, and the dissemination of facts and knowledge, and all this must be done in an atmosphere of freedom of expression, thought and building solid bases of consciousness and rationality and rooting press and media conscience before all that.

When absent, the ethics of the media is exposed to the media obstacles and crises affecting society and the media the entire process swerves media rushes and destructive directions by, for those in charge of media institutions not to succumb to pressures pushing for deviations because the result will be an inevitable fall of the media message.

And that the sanctity of the profession of journalism and the media, the profit is not real or collect loot money, it is a gain public confidence.

Key words: ethics, media work, the ethics of the media.

قائمة الرموز والاشارات المستخدمة في البحث

الرمز	معنى الرمز
ج	جزء
ص	صفحة
هـ	التاريخ الهجري
م	التاريخ الميلادي
لان	لا ناشر
لام	لا مكان طبع
د ط	دون طبعة
د ت	بدون ذكر تاريخ
()	لنقل الحديث النبوي أو العنوان تكميلي
*	شرح بالهامش
[]	لنقل الآيات
ت	تحقيق

مقدمة

مقدمة:

الحمد لله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه، كما يجب ربنا ويرضى الله وصلي وسلم على سيدنا محمد المبعوث رحمة للعالمين، وعلى آله الأطهار وصحابته الابرار وبعد:

إن الإسلام يشكل نظاما إيديولوجيا متماسكا، وله نظامه الأخلاقي الخاص وعقيدته الخاصة في العدالة الاجتماعية و السياسية ، فدعوة الإسلام هي ذات طابع شمولي وهي توجه إلى جميع الناس كبشر وليس فقط باعتبارهم أعضاء في مجموعة أثنية أو قومية خاصة قال الله سبحانه وتعالى: ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ﴾ [الأنبياء : 107] ، قال أيضا: ﴿ مَا قَرَّظْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِمْ يُحْشَرُونَ ﴾ [الأنعام : 38].

ولذا تعتبر مسألة أخلاقيات المهنة الإعلامية من المسائل التي تتنازع عليها العديد من المنابر الفكرية حاليا خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 م ، وكذلك بسبب الإنتشار الواسع لوسائل الإعلام وبسبب أيضا ظهور جملة من الممارسات التي تدخل في خانة غير المرغوب فيه أخلاقيا ومهنيا¹، والإعلام الفضائي للدين الإسلامي حسب رأينا ليس في منأى عن هذه الإشكالات والمطارحات الأخلاقية التي يتقاذفها الشجب أحيانا والتأييد أحيانا أخرى، ومن هذا المنطلق سوف نتناول مسألة أخلاقيات العمل الإعلامي حتى تتضح الرؤية للإلتزام القائم عليه بالمبادئ الأخلاقية الإعلامية.

الإشكالية:

لكل مهنة مهما كانت اخلاق مهنية تميز مجموع العاملين فيها، وتقوم هذه الأخلاق المهنية على مجموعة من الضوابط السلوكية والقواعد التي قد تصوغها اعراف متوارثة او قوانين وضعية، تعمل هذه الاخلاق المهنية على تنظيم علاقات المهنيين الداخلية والخارجية، اي في ما بينهم ومع الاخرين، كما تعمل على تحديد الافعال والعلاقات السياسية التي ينبغي عدها صحيحة أو خاطئة.

¹ كالرسوم المسيئة للمسلمين والفيلم الذي أنتج حديثا والذي يجسد الرسول ﷺ باسم حرية التعبير والإعلام التي أدت إلى استجابة الشعوب الإسلامية لدعوات المقاطعة وخرجت المظاهرات مطالبة بالاعتذار الرسمي ، وتطورت قضية الرسوم والفيلم لتثير تساؤلات عدة حول حرية التعبير واحترام الآخر وكيف ينظر الغرب لإسلام والمسلمين ، والطريقة المثلى للتعامل مع الغرب ، وتعريفه بالإسلام ، وهل هذه الإساءة الأولى أم أنه مسلسل من الإساءات.

و يرى البعض أن الإعلام الإسلامي، هو ذلك الإعلام، الذي صيغ على هذا النحو، الذي نراه لأنه يصدر من بلاد يحكمها الإسلام، وليس كل ما يصدر في البلدان الإسلامية يُعد إعلاماً إسلامياً، ولو أننا نظرنا إلى المادة والتوجهات والجمهور، الذي يُخاطب عن طريق تلك الأجهزة الإعلامية، فإننا نلمس هذه الحقيقة، فعندما نذهب إلى القول بأن ثمة إعلاماً إسلامياً، فلا بد أن نكون قد حددنا -بداية- أنه الإعلام، الذي يتعامل مع موضوعات أو قضايا إسلامية تهم المسلمين في الداخل كشعوب وفي الخارج كجاليات، وهذا هو المعنى الدقيق للإعلام الإسلامي الحق، فالمرئي منه يكون عبر قناة -أو حتى قنوات- تبتث موضوعات شتى تتصل -إتصالاً عضوياً حياً- بالإسلام وبالحياة المسلمين، وتكون السمات الرئيسية لها ذات صبغة دينية مباشرة أو غير مباشرة¹.

وفي ضوء ما تقدم يرى البعض بأن الإعلام الإسلامي، هو الدعوة إلى الله تعالى وترسيخ الجانب العقدي الحق لدى أفراد المجتمع بما يوافق منطلقات الشريعة الإسلامية فإن ذلك راجع - في الأساس - إلى أن هذا الإعلام يركز في مضمونه الشامل على معطيات القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة.

- ومن هنا تأتي إشكالية الموضوع:

- ماهي التجليات التي تتمحور حول الاعلام الاسلامي ومنظوره لأخلاقيات المهنة الصحفية؟

تساؤلات الدراسة:

إن هذه الدراسة تسعى للإجابة عن جملة من التساؤلات التي تسمح بتكوين نظرة واضحة حول أهم النتائج التي من الممكن أن تصل إليها وأهم هذه الأسئلة ما يلي:

- 1- ما هي وظائف الإعلام في ضوء الشريعة الإسلامية؟
- 2- ما هي المعايير الأخلاقية التي تحكم العمل الإعلامي من منظور إسلامي؟
- 3- ما هي مسؤولية وسائل الإعلام الإسلامية تجاه المسلمين؟
- 4- كيف نواجه التحدي الإعلامي العالمي بروية حضارية إسلامية؟

¹ عبد الله بركات، قضية ساخنة للمناقشة: الإعلام الإسلامي هل يمتلك آليات المواجهة؟، تحقيق: محمد عبد الشافي القوصي، مجلة منار الإسلام، العدد 753، وزارة العدل والشؤون الإسلامية والأوقاف، أبوظبي، السنة (03)، رمضان 2004 نوفمبر، ص27.

5- هل تتلاءم مواثيق الشرف المهنية العالمية الموجودة مع التصور الإسلامي؟

أهمية الدراسة:

أهمية هذا البحث نابعة من أهمية موضوعه وهو حرية الإعلام وأخلاقيات المهنة في ضوء الشريعة الإسلامية، والذي يشكل عصب النقاش الدائر حالياً في الساحة الإعلامية العالمية، والذي يسعى من خلاله الإعلاميون التعرف على واجباتهم وحقوقهم وكذا تحديد مسؤولياتهم القانونية والأخلاقية حول جملة من المواضيع المتعلقة بممارسة المهنة، هذا من جهة، من جهة أخرى شكل الحديث عن حرية الصحافة وأخلاقيات المهنة محورا للنقاش في العديد من وسائل الإعلام العالمية خصوصا أثناء الحرب على العراق، والتي أثارت إشكالات كثيرة حول تغطيات الحرب واغتيال الصحفيين والمصورين وكذا التعقيم الذي مارسته وسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية على الشعب الأمريكي بخصوص الحرب في العراق وكذا الرسومات التي تم تقديمها للعالم والتي تقدح في رسولنا الكريم ﷺ.

- الجدل الكبير الذي أحدثته الرسومات المسيئة للرسول ﷺ حول موضوع حرية التعبير عن الرأي وأخلاقيات المهنة الإعلامية.

أسباب اختيار الموضوع:

- السعي لجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع البحث لتوفير مادة علمية قادرة على تشكيل الأساس لدراسات أخرى في سياق الموضوع.

- موضوع حرية التعبير عن الرأي وأخلاقيات المهنة الإعلامية غير مرتبط بفترة زمنية محددة، أو ظروف اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية معينة، ولكنه يساير ويتفاعل مع كل التحولات والتطورات.

- إن ظهور العديد من وسائل الإعلام التي ترفع شعار الإعلام الإسلامي دون أن تحدد شروط ومقومات هذا العمل والأطر التي من خلالها تنتشر قيم التسامح والحرية والأخلاق الموجودة في الإسلام بالإضافة إلى الحضور الذي فرضته وسائل الإعلام العربية والإسلامية من إذاعات وصحف وفضائيات مما جعلها ترسخ في أذهان من يجهل حقيقة الإسلام وواقع المسلمين وقضاياهم المعاصرة.

- الجدل الكبير الذي أحدثته الرسومات المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم حول موضوع حرية التعبير عن الرأي وأخلاقيات المهنة الإعلامية.

- الإحساس بالمسؤولية إتجاه الإسلام والرغبة في المساهمة بشيء ذو قيمة علمية حضارية ثم تغلغل المنظور والمفاهيم العلمانية في ذهن القائمين على بعض وسائل الإعلام في العالم الإسلامي ونشر الفكر الآخر دون تمكين الطرف الديني من التعبير ما يؤدي إلى التطرف أحيانا .

- الإحساس بالمسؤولية إتجاه الإسلام والرغبة في المساهمة بشيء ذو قيمة علمية حضارية ثم تغلغل المنظور والمفاهيم العلمانية في ذهن القائمين على بعض وسائل الإعلام في العالم الإسلامي ونشر الفكر الآخر دون تمكين الطرف الديني من التعبير ما يؤدي إلى التطرف أحيانا .

أهداف الدراسة:

- توفير مادة علمية تجيب على التساؤلات التي يمكن طرحها من حين لآخر من طرف الباحثين والإعلاميين، وتوفير أساس مفاهيمي يمكن للباحث أن يركز عليه للانطلاق في أي عملية علمية.

- وضع أساس لتسليط الضوء لوضع مدونة أخلاق تلتزم بها وسائل الإعلام والقنوات الفضائية تراعي التنوع والتعددية وتحفظ قيم الأمة ومصالحها.

- المساهمة في التحرك الإعلامي الجماعي على الساحة الدولية لتعزيز التواصل مع وسائل الإعلام العالمية لتعميق روح التسامح الديني بين الشعوب، حيث يواجه العالم الإسلامي - دولا وشعوبا، عقيدة وحضارة - تحديات جسيمة أملت المعالجات الإعلامية العالمية المتحيزة في مجملها، والتي ألحقت ضررا فادحا بسمعة الإسلام والمسلمين.

- إتاحة المجال للمقارنة بين تطور وضعية حرية التعبير وأخلاقيات المهنة الإعلامية بين النظريات الوضعية والإعلام الإسلامي

- التأكيد على أن وسائل الإعلام الجماهيرية -من صحافة وإذاعة وتلفزيون- تستطيع-إذا ما أحسن توظيفها واستثمار إمكاناتها- أن تقوم بتجلية معالم النموذج الحضاري الإسلامي وتبيان معطياته العديدة عبر إتقانها لوظائفها الاجتماعية المنوطة بها.

الدراسات السابقة:

الدراسات السابقة التي تناولت موضوع البحث اقتصرت على مؤلفات صدرت في بلدان متقدمة في مجال الإعلام والاتصال كالولايات المتحدة الأمريكية ومصر وفرنسا، بالإضافة

إلى بعض البحوث المنشورة على شبكة الانترنت، وندرة البحوث العربية في هذا المجال في ما يلي أهم الدراسات التي وقعت بين يدي حتى الآن ولها علاقة مع موضوع دراستنا:

• الدراسة الأولى "أخلاقيات العمل الإعلامي"¹:

دراسة مقارنة تحاول استعراض إيجابيات وسلبيات تجربتين إعلاميتين في العالم الأولى أمريكية والثانية مصرية، هذه الدراسة للدكتور "حسن عماد مكاوي"، الذي يعرض في الكتاب الرؤية الفلسفية لحرية التعبير، ويتتبع تطور الصحافة والإعلام في المجتمعات المختلفة، كما يستعرض كل أنواع الرقابة الحكومية والذاتية، ويقدم وصفا لطبيعة العلاقة التي تنشأ بين الإعلام والحكومات، الكتاب أيضا يحمل في طياته استعراضا لأهم الحقوق والواجبات التي على الإعلامي أن يتحلى بها.

الدراسة اعتمد فيها عماد مكاوي على المنهج التاريخي لعرض أهم الاتجاهات النظرية والفكرية القديمة وحتى الحديثة في مجال حرية التعبير والصحافة، كما استخدم المنهج المقارن عندما أراد عرض حال حرية التعبير من الناحية التشريعية في كل من الولايات المتحدة الأمريكية ومصر.

ومن نتائج هذه الدراسة ما يلي:

- وسائل الإعلام تتخلى عن الجانب الأخلاقي حينما تقع تحت إغراء تحقيق الربح والمصالح الشخصية.
- تحرير وسائل الإعلام من الرقابة الحكومية يؤدي إلى صدور ممارسات غير مسؤولة وغير أخلاقية من جانب وسائل الإعلام.
- الرقابة السافرة تحصر العمل الإعلامي وتحيده عن وظائفه وأهدافه التي يجب عليه القيام بها.
- تصادم حق وسائل الإعلام في الحصول على الأخبار والمعلومات مع حق المجتمع في الحفاظ على آدابه العامة وحماية أسرار مواطنيه.

¹ حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي "دراسة مقارنة"، (ط:1، مصر، الدار المصرية اللبنانية، 1994م)

• الدراسة الثانية "أخلاقيات الصحافة":¹

هو عبارة عن " مناقشة علمية للقواعد الأخلاقية للصحافة كما حددتها جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية " للكاتب الأمريكي "جون.ل.هاتلنج"، والكتاب يستند كما أشرنا إلى ميثاق الشرف الذي وضعه رؤساء تحرير الصحف الأمريكية لضبط العمل الإعلامي فهو يحاول تفسير كل مبدأ من مبادئ الميثاق ويدعمه بمجموعة من الحالات الواقعية الحقيقية من الصحافة الأمريكية، ويقترح بعض الوسائل التي تمكن الصحفي الأمريكي من الابتعاد عن التصرفات غير المسؤولة وغير الأخلاقية.

هذا الكتاب يساعد الباحث في موضوع أخلاقيات الصحافة على تكوين فكرة عامة عن الرؤية الأمريكية للأخلاق في الإعلام، ويمكنه من مقارنة بين وضع الأخلاق الإعلامية في مجتمع دراسته والمجتمع الأمريكي الذي يعتبر رائداً في مجال حرية الصحافة وأخلاقيات المهنة، الكتاب هو قراءة وبالأمتثلة وعرض بالحالات لتقديم تفسير لبيان المبادئ الهامة الذي أعلنته جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية.

منهج الدراسة:

بما أن الدراسة وصفية تحليلية فأنها ستعتمد على بعض المناهج المساعدة التي تمهد الطريق للوصول إلى نتائج مقبولة علمياً، وعلى بعض الأساليب والأدوات الخاصة بجمع المعلومات.

ويعرف المنهج الوصفي بأنه يصف الظواهر وصفا موضوعياً من خلال البيانات التي يتحصل عليها باستخدام أدوات وتقنيات البحث العلمي.

ويقوم المنهج الوصفي على جمع حقائق ومعلومات ومقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات مقبولة أو هو دراسة وتحليل وتفسير الظواهر من خلال تحديد خصائصها وأبعادها وتوظيف العلاقات بينهما بهدف الوصول إلى وصف علمي متكامل لها.²

¹ هاتلنج جون، أخلاقيات الصحافة، تر: محمد عبد الرؤوف كمال، (د ط ، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 1993م).

² ماينو حيدر، منهجية البحث ، دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجستير والدكتوراه، (د ط، لا م، لان، د ت)، ص 100.

صعوبات الدراسة

عدم وجود مادة إعلامية موثقة تتخذ كنماذج لتحليل واقع أخلاقيات المهنة في العالم العربي الإسلامي، بالإضافة إلى النقص الكبير في الدراسات التي تتناول الموضوع، الأمر الذي اضطرنا توسيع البحث عن الوثائق والمحولات البحثية التي تتعرض للموضوع .

ارتباط موضوع حرية التعبير وأخلاقيات المهنة بالعديد من المواضيع المرتبطة بالتشريع والسياسة والاجتماع والاقتصاد....

المعلومات الموجودة في الانترنت ورغم أهميتها، فإن الحصول عليها في بعض الأحيان يتطلب إذن كتابي من الناشر، أو المؤسسة صاحبة الموقع الإلكتروني.

توسع الموضوع وتشعبه ودخوله في كافة المجالات مما يصعب ضبط المادة العلمية ونقص المادة العلمية في صلب الموضوع .

عدم وجود معايير لتحديد مدى صحة أو خطأ سلوك الصحفيين، مما فرض علي الإحتكام إلى التجارب الصحفية السابقة الموجودة في مختلف الدراسات والبحوث التي تناولت الموضوع في بلدان أخرى رائدة مثل مصر والولايات المتحدة الأمريكية.

الفصل الاول

أخلاقيات العمل الاعلامي وتطوره

المبحث الاول: ماهية اخلاقيات العمل الاعلامي.

المطلب الاول: تعريف الأخلاقيات.

المطلب الثاني: تعريف العمل الإعلامى.

المطلب الثالث: تعريف أخلاقيات الإعلام.

المبحث الثاني: نشأة وتطور أخلاقيات الإعلام ومواثيق الشرف.

المطلب الاول: التطور التاريخى.

المطلب الثاني: مواثيق الشرف الإعلامى الغربية والعربية.

المطلب الثالث: أخلاقيات مهنة الصحافة من خلال قانون إعلام 1990م

في الجزائر.

المبحث الثالث: الأخلاقيات المهنة الاعلامية وقواعدها.

المطلب الاول: أخلاقيات المحرر الصحفى والإعلامى.

المطلب الثاني: أخلاقيات المصور.

المطلب الثالث: أخلاقيات موظفى العلاقات العامة.

المطلب الرابع: أخلاقيات التعامل مع الانترنت.

المبحث الاول: ماهية اخلاقيات العمل الاعلامي:

تمهيد:

رغم اختلاف نظم الإعلام من قطر إلى آخر، لكن هناك إجماع عام في كافة أقطار الدنيا على وجود ضوابط مهنية وأخلاقية، تتمثل بالقوانين ومواثيق الشرف الإعلامية، تحول دون حدوث انزلاقات جرمية أو إنحرافية. وقد تتباين شدة هذه الأنظمة من دولة إلى أخرى بحسب النظام الإِتصالي (الإعلامي) (الذي يسود فيها). ولهذا، فإن الورقة الحالية ستعتمد إلى التمييز أولاً بين هذه النظم، وتتوجه بعد ذلك لمناقشة الثقافة الإعلامية في مدرستها (الهابطة والراقية، ممهدة الطريق للولوج إلى الضوابط الأخلاقية والمهنية التي تطبقها وسائل الإعلام العربية لمواجهة الانحراف والجريمة كما ترد في قوانين المطبوعات ومواثيق الشرف فيها.

المطلب الاول: تعريف الأخلاقيات

أولاً: معنى الأخلاق في اللغة

إن الناظر في كتب اللغة يجد أن كلمة الأخلاق تطلق ويراد بها: الطبع والسجية والمروءة والدين. الخُلُق والخُلُق: بضم الخاء مع ضم اللام وسكونها. وحول هذه المعاني يقول الفيروز آبادي: "الخُلُق بالضم وضممتين: السجية والطبع والمروءة والدين".¹

ثم يفسر ابن منظور ذلك بقوله "وحيقيقته، أي الخلق، أنه لصورة في الإنسان الباطنة وهي نفسه، وأوصافها ومعانيها ولهما أوصاف حسنة وقبيحة"² وفي هذا المعنى يقول الراغب الأصفهاني: "الخُلُق في الأصل شيء واحد كالشرب والشرب والصِّرم، والصِّرم لكن خص الخُلُق بالهيئات والأشكال والصور المدركة بالبصر، وخص الخُلُق بالقوى والسجايا المدركة

بالبصيرة قال تعالى: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ۝﴾ [القلم: 4]

وفلان خليق بكذا: أي كأنه مخلوق فيه ذلك كقولك مجبول على كذا، أو مدعو إليه من جهة الخُلُق.³

¹ الفيروز آبادي، قاموس المحيط، فصل الخاء، باب القاف (ط: 1، بيروت، دار صادر، 2003م)، ص 236.

² ابن منظور، لسان العرب، مادة خلق، ج1، (ط: 1، بيروت، دار صادر)، ص 372.

¹ المرجع نفسه، ص 372

ومن خلال هذا العرض اللغوي يمكن ملاحظة ثلاثة أمور هي:

1- الخلق يدل على الصفات الطبيعية في خلقه الإنسان الفطرية على هيئة مستقيمة متناسقة.

2- تدل الأخلاق على الصفات المكتسبة حتى أصبحت كأنها خلقت فيه فهي جزء من طبعه.

3- أن الأخلاق جانبين: جانب نفسي باطني، وجانب سلوكي ظاهري¹.

ثانيا : معنى الأخلاق في الإصطلاح :

عرف العلماء الأخلاق بتعريفات كثيرة لا يتسع المجال لذكرها ولكن سنذكر أهم تلك التعريفات ومنها:

تعريف ابن مسكويه²: فقد عرف الأخلاق بأنها " حال للنفس داعية لها إلى أفعالها من غير فكر رواية. وهذه الحال تنقسم إلى قسمين: منها ما يكون طبيعيا من أصل المزاج، كالإنسان الذي يحركه أدنى شيء نحو غضب وبهيج من أقل سبب، وكالإنسان الذي يجن من أيسر شيء كالذي يفرغ من أدنى صوت يطرق سمعة أو يرتاع من خبر يسمعه، وكالذي يضحك ضحكا مفرطا من أي شيء يعجبه، وكالذي يفتن ويحزن من أيسر شيء يناله. ومنها ما يكون مستفادا بالعادة والتدريب، وربما كان مبدؤه الفكر، ثم يستمر عليه فأولا حتى يصبر ملكه وخلقاً³.

تعريف الغزالي: حيث عرفها بأنها "هيئة راسخة في النفس تصدر عن الأفعال ببسر وسهولة من غير حاجة إلى فكر وروية"⁴.

ويلاحظ من التعريفين السابقين أنهما يجنحان إلى منهج فلسفي إلى حد بعيد فإبن مسكويه كما يقول عبد الله دراز "كان متأثرا في تفكيره الأخلاقي بالتفكير الأرسطي، بل كان يتبع أرسطو في هذا التفكير تماما...".

¹ الراغب الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن، تحقيق: محمد خليل عيتاني (ط:1)، بيروت، لبنان، دار المعرفة، 1418هـ، (1998م)، ص 164.

² إبن مسكويه، تهذيب الأخلاق وتطهير الأعراق، (ط:2)، بيروت، تقديم تميم، دار مكتبة للطباعة والنشر، د ت)، ص 51.

³ مرجع نفسه، ص 51.

⁴ مرجع نفسه ، ص 51.

وان أفكار أولئك نسخة من أفكار هؤلاء في جميع نواحيها ذلك أن للإسلام ولجهودهم الفكرية أثر في بعض نواحي تفكيرهم أيضا.¹

ومع ذلك فإن التعريفيين قد كشفنا لنا معان مهمة من معان الأخلاق فهي صفات مستقرة في النفس الإنسانية تصدر عنها الأفعال وردوها سريعة بطريقة تلقائية لا تكلف فيها، وبهذا تظهر الأخلاق.

وعرفها عبد الكريم زيدان بقوله "ويمكننا تعريف الأخلاق بأنها مجموعة من المعاني والصفات المستقرة في النفس وفي ضوئها وميزانها يحسن الفعل في نظر الإنسان أو تقبح، ومن ثم يقدم عليه أو يحجم عليه"².

ولا يخفى أن هذا التعريف هو نفسه تعريف الغزالي مع إضافات غير خافية وتكمن إضافته الحسنة بأن المعاني والصفات المستقرة في النفس هي الضابط للإقدام والإحجام عن الفعل بحسب حسنه وقبحه.

وقد عرفها بعض العلماء بأنها "التحلي بالمليح والتخلي عن القبيح".

ولا شك أن هذا التعريف هو أخصر من التعريفات السابقة، وأقرب إلى الدلالة.

على المطلوب، ولكن لو قيد بحسب الشرع لكان ذلك أحسن في نظرنا لنفاذي توهم التحسين والتقبح العقليين وذلك غير مراد، فلو قيل "فعل المليح والتخلي عن القبيح بحسب الشرع" لكان هذا أولى حتى ننأى بالتعريف عن المناهج والتعريفات الفلسفية، وقد تنبه لذلك بعض الباحثين الأفاضل مثل الدكتور بالجن فحدد مفهوم الأخلاقي الإسلام بقوله: "يمكن تحديد مفهوم الأخلاق في نظر الإسلام بأن الأخلاق عبارة عن علم الخير والشر والحسن والقبح وله قواعده التي حددها الوحي لتنظيم حياة الإنسان وتحديد علاقته بغيره على نحو يحقق الغاية من وجوده في هذا العالم على أكمل وجه"³.

والملاحظ أن الأخلاق في المعنى الاصطلاحي لا تبتعد كثيرا عن المعنى اللغوي فنجد بينهما نسباً وصهراً (فالعلماء يريدون بها تلك الصفات التي تقوم بالنفس على سبيل الرسوخ،

¹ مقدار بالجن، علم الأخلاق الإسلامية، (ط:1، الرياض دار عالم الكتب 1412هـ، 1992م)، ص34.

² الكريم زيدان، أصول الدعوة، (ط:3، مصر، دار الوفاء للطباعة 1408هـ، 1987م)، ص379.

³ مقدار بالجن، التربية الأخلاقية الإسلامية، (ط:1، الرياض، دار عالم الكتب 1412هـ، 1992م)، ص81.

ويستحق الموصوف بها المدح أو الذم)¹ ولا شك أن المعاني اللغوية تدور حول هذه المفاهيم الأخلاقية كالدين والمروءة ويستحق من اتصف بها الذم والعكس صحيح، فإن الأخلاق الكريمة مما تدعو إليها العقول السليمة والفترة المستقيمة، ولهذا فإن الناس قد تعارفوا عن أن الصدق والأمانة والوفاء بالعهد ونحو ذلك من الأخلاق الكريمة، كما تعارفوا عن أن الكذب والغش والخيانة من الأخلاق الذميمة التي ترفضها العقول السليمة والفترة المستقيمة، ثم جاءت الشريعة.

داعية إلى المعروف من الأخلاق ناهية عن المنكر منها: فقد قال ﷺ: " إنما بعثت لأنهم مكارم الأخلاق".

ومن المعاصرين فقد عرفه الدكتور عبد المقصود عبد الغني بأنه: ملكة تصدر بها الأفعال عن النفس من غير تقدم روية وفكر وتكلف².

ويعرفه د. عبد الكريم زيدان: بأنه مجموعة من المعاني والصفات المستقرة في النفس وفي ضوئها وميزانها يحسن الفعل في نظر الإنسان أو يقبح ومن ثم يقدم عليه أو يحجم عنه³. وعرف الدكتور عمر الشيباني الخلق فقال: هو عامل يؤثر في سلوك الإنسان وفي مقدرته على تكييف نفسه للبيئة⁴.

- معنى الأخلاق في الشرع :

عند النظر والإستقراء لنصوص الشارع تجد أن الإستخدام الشرعي للفظ "الخلق"، لم يختلف كثيرا عن الوضع اللغوي لهذه الكلمة.

فقد جاءت كلمة الخلق في القرآن في موضعين:

- الأول: قوله تعالى على لسان قوم هود في قوله تعالى: ﴿ إِنَّ هَذَا إِلاَّ خُلُقُ الْأَوَّلِينَ ﴾

[الشعراء: 137]، أي ما هذا الذي جئنا به إلا عادة الأولين يلفقون مثله ويدعون إليه، أو ما

¹ عمر الأشقر، نحو ثقافة إسلامية أصلية، (ط:10، عمان، دار النفائس، 1421هـ، 2000م)، ص 157. عن بصائر ذوي التمييز ، 658/2.

² الأخلاق عند الفلاسفة اليونان وحكماء الإسلام، (د ط، لام ، مكتبة الزهراء ، 1993م)، ص 311.

³ عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة (ط:3، مصر، دار الوفاء للطباعة 1408هـ، 1987م)، ص 90.

⁴ عمر الشيباني، فلسفة التربية في الإسلام (ط:6، طرابلس ليبيا، المنشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان، 1916م)، ص 226.

هذا الذي عليه من الحياة والموت إلا عادة قديمة لم يزل الناس عليها، أو ما هذا الذي عليه من الدين إلا عادة قديمة لم يزل الناس عليها، أو ما هذا الذي نحن عليه من الدين إلا عادة الأولين الذين تقدمونا من الآباء وغيرهم.

فخلق الأولين هنا بمعنى دينهم وعاداتهم ومذهبهم، وهذا مروى عن ابن عباس ؓ وقتادة¹ والفراء وابن الأعرابي ومحمد بن يزيد وغيرهم.

الثاني: قوله: عَلَى - مخاطبا سيد الخلق محمداً ﷺ في قوله تعالى: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾ [القلم: 4] قال الطبري: يقول - تعالى ذكره - لنبيه محمد ﷺ: وإنا يا محمد، لعلى أدب عظيم، وذلك أدب القرآن الذي أدبه به، وهو الإسلام وشرائعه، وبنحو الذي قلنا في ذلك قال أهل التأويل".

ثم نقل عن ابن عباس ومجاهد وابن زيد والضحاك قولهم في تفسير: (خُلُقٍ عَظِيمٍ) أي: دين عظيم وهو الإسلام².

وقال الماوردي: أي إنك على طبع كريم³.

- أما في السنة المطهرة : فقد استخدمت لفظة الخُلُق كثيرا، ومن ذلك قول عائشة رضي الله عنها في وصف خُلُق الرسول صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: (كان خلقه القرآن)⁴. أي متمسكا بالقرآن وبآدابه، وأوامره ونواهيه، وما يشتمل عليه من المكارم والمحاسن والألطف.

¹ محمد بن جرير بن يزيد بن كثير، أبو جعفر الطبري، تفسير الطبري، (ط:1، دار هجرة الطباعة للنشر والتوزيع، بالتعاون مع مركز البحوث والدراسات الاسلامية، 1422هـ، 2001م)، (29،24،25) وانظر تفسير القرطبي (18،227).

² تفسير الطبري ، أخرجه ابن عباس ، المسند(18،227)، ج 23 ، (ط : 1 ، دار الهجرة للطباعة للنشر والتوزيع ، 1422هـ ، 2001م) ، الباب 4 ، ص 529.

³ رواه الشيخان هو قطعة من حديث طويل رواه أحمد في مسنده (52،51/60) نحو حديث أحمد ، ورواه الحاكم في المستدرک (499/2) مختصرا ، ج 14 ، الباب 4 ، ص 256 ، هذا صحيح على شرط الشيخين عن عائشة ، وصححه الألباني في صحيح الجامع (4811).

⁴ ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق ، عن عائشة ، الحديث رواه مسلم أبي الحسن مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري ، صحيح مسلم ، تح ودراسة مركز البحوث وتقنية المعلومات ، (ط : 1 ، دار التأصيل ، 1435هـ ، 2014م)، في كتاب صلاة المسافرين وقصرها ، باب جامع صلاة الليل ، 1/513 ج22 ، ص76.

ومنه: قوله ﷺ: (البرُّ حُسْنُ الخُلُقِ)¹

وحُسْنُ الخُلُقِ هو التخلُّق بأخلاق الشريعة، والتأدب بآداب الله التي أدب بها عباده في كتابه، وقد قيل: "إن الدين كله خُلُق"².

ومنه قوله ﷺ: (أكمل المؤمنين إيماناً أحسنهم خلقاً)³

قال ابن رسلان: "الخُلُق عبارة عن أوصاف الإنسان التي يُعامل بها غيره " وهذه المعاني في حقيقتها لا تُخالف الوضع اللغوي لكلمة الخُلُق، وإن صُبغت بمعنى شرعي حين يعبر حُسْن الخُلُق عن الإلتزام بالآداب الشرعية الصادرة عن الأحكام القرآنية والتعاليم النبوية خاصة.

رابعاً: المفهوم الغربي للأخلاق :

من أقدم التعريفات للخلق ما جاء على لسان الطبيب جالينوس إذ عرفه بأنه: حال للنفس داعية لها إلى أفعالها من غير فكر ولا روية⁴.

وأما مفهوم الأخلاق عند الغربيين المعاصرين فقد تنوعت حدوده عندهم إلا أنها تشترك في كثير من المحددات ومن التعريفات وهي⁵:

- يعرف (لوسن) : الأخلاق بأنها تحديد السلوك الإنساني بشرط أن تفهم من هذا التحديد الطريقة التي تحدد. والتحديد المقتضى من الذات بوصفه محددًا للقيمة.

- ويعرف (فولكويه) بأنها: مجموع قواعد السلوك التي بمراعاتها يمكن للإنسان بلوغ غايته.

وأما (هوسمان، Hausman) فيعرفها بأنها: فرع من الفلسفة يتناول المسائل المتعلقة بالصواب

والخطأ، الخير والشر، وعليه فالأخلاق مصطلح فلسفي، ويقتررب من ذلك كل من (كابلر،

Kappler) و (ماينز Mainz) إذ يعرفانها: بأنها ذلك الفرع من الفلسفة الذي يهتم بعملية وضع

¹ عن معاوية ، أخرجه مسلم (4633) من حديث النواس بن سمرانؓ، إسناد حسن ، ج 27 ، ص 93.

² أخرجه أحمد (795)، وأبو داود (4062) عن أبي هريرة رضي الله عنه، وقال المنذري حسن صحيح.

³ أخرجه أحمد (7354) ، والترمذي (1162) عن أبي هريرة وصححه الألباني في صحيحه الجامع (1220) ج 1 ، باب

أهل السنة أكرم الناس أخلاقا ، ص 80 .

⁴ الأخلاق عند الفلاسفة اليونان وحكماء الإسلام، (د ط ، لام ، مكتبة الزهراء ، 1993م)، ص 11. ويلاحظ أن تعريف

ابن مسكوية والغزالي يقتريان منه كثيرا، ص511.

⁵ هذه التعريفات اعتمدها من كتاب الأخلاق النظرية لعبد الرحمان بدوي (ط:1، الكويت وكالة المطبوعات، 1975م)

ص8 إلى 10. وكتاب أخلاقيات الإعلام، سليمان صالح، (ط:2، الكويت، مكتبة الفلاح، 2005م)، ص57،58.

القرارات من الناحية الأخلاقية، وكذلك (برات) فهي عنده مفهوم فلسفي يحدد الصواب والخطأ في السلوك الإنساني، في حين يعرفها (لامبرج، To Amberg) بأنها: مجموعة القيم التي يبني عليها الحكم بالصواب أو الخطأ، وهي عملية نسبية.

وأخيرا يعرف (جنسن، Jensen) الأخلاق: بأنها المسؤولية المعنوية في أن تختار بشكل مقصود وإختياري ما يجب أن تتبعه من القيم مثل الصحة، الخير، الحقيقة، العدالة، الفضيلة التي يمكن أن تؤثر علينا أو على الآخرين.

مما سبق يمكن أن تحدد الآتي:

- الأخلاق: هي مجموعة من المبادئ والقيم المكتسبة والراسخة في نفس الإنسان التي تصدر عن إختيار و إلتزام وعلى ضوءها يحكم على سلوكه وتصرفاته ومواقفه وقراراته.

المطلب الثاني: تعريف العمل الاعلامي

أولاً: تعريف العمل

العمل في العصر الحاضر له قيمة كبيرة حيث إن العمل في الإسلام مباح بل ومندوب إليه وهو حق من حقوق الأفراد فلكل فرد الحق في ممارسة أي عمل من أنواع الأعمال الجائزة والمشروعة كالتجارة والصناعة، والإعلام وغيرها من الأعمال التي تكفي الإنسان للعيش بكرامة وتوفر له كل أسباب الحياة.

أ- لغة:

تذهب تعريفات معجمية مختلفة إلى اعتبار العمل حركة إرادية أو غير إرادية تصدر عن جسم ما (التعريف الفيزيائي للعمل). ويرتبط غالبا بالكسب والحرفة والمهنة وكل نشاط جسدي تكون غايته الحصول على نتائج فقد ورد في "لسان العرب"¹، أن العمل هو المهنة والفعل، من عمل عملا والجمع أعمال، واعمله واستعمله طلب إليه العمل واعتمل أي عمل بنفسه وأعمل رأيه، والعملية أي العاملون بأيدهم، والعامل على الصدفة الذي يسعى إلى جمعها، والعامل من يعمل في مهنة أو صناعة، وقد يطلق لفظ العمل على تصرفات وسلوك الإنسان، فيقال عمل معروف أي تصرف معروف.

¹ أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب (ط: 1، بيروت، دار صادر، 2003م)، ص156.

والعمل كما جاء في القاموس هو: (المهنة والفعل وجمعه أعمال، وأعماله واستعمله غيره، واعتمل عمل بنفسه.¹

وفي حديث خبير، دفع إليهم أرضهم على أن يعتملوها من أموالهم، الاعتمال، افتعال من العمل أي أنهم يقومون بما يحتاج إليه من عماره زراعة وتلقيح وحراسة ونحو ذلك ويقال استعمل فلان اللبن إذا ما بنى به بناء.²

العمل من مادة عمل، يقال: عمل يعمل عملا وجمعه أعمال، أي فعل فعلا وهو المهنة والفعل، والعمالة بفتح العين أجر العميل، والعامل هو الذي يتولى أمور الرجل في ماله وجميع أعماله والجمع عمال³، فالعمل هو المهنة والفعل.

ب- اصطلاحا:

أقصد في تعريف العمل هنا هو العمل المهني الذي يؤدي إلى التكسب وليس العمل العبادي.

هو "كل جهد وعمل يبذله الإنسان سواء كان ماديا أو معنويا أو فكريا أو جسديا لتحقيق قوته وكسبه وتأمين معيشته"⁴.

إن لكلمة "العمل" في مجال الحياة عدة مفاهيم لدى الناس، فقد تدل بالاصطلاح العام على كل ما يصدر من فعل أو حركة أو ظاهرة عن أي جسم كان سواء بإرادة أو بدون إرادة.

وقد تصدر أفعال أو حركات أو ظواهر مختلفة عن الجمادات والنباتات والحيوانات يسميها البعض أعمالا بمفهوم هذا الاصطلاح العام: فيقال فعل أو عمل الحيوان أو النبات أو الجماد.⁵ وقد تطلق هذه الكلمة على بعض تصرفات أو سلوك الإنسان كيفما كانت فيقال عمل طيب أو معروف أو منكر أي تصرف أو سلوك طيب أو معروف أو منكر.

¹ الفيروز آبادي، عون المعبود، فصل العين، باب اللام، (ط:1، بيروت، دار الفكر، د س)، ص22.

² ابو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب (ط:1، بيروت، دار صادر، 2003م)، ص202.

³ أحمد بن فارس بن زكرياء القزويني الرازي، أبو الحسين، معجم مقاييس اللغة، تح: عبد السلام محمد هارون، مادة عمل (د ط، دار الفكر، 1399هـ- 1979م)، 3/630.

⁴ محمد هادي السيد محمد رضا الخرسان، العمل في الإسلام ودوره في التنمية الاقتصادية، (ط:1، بيروت، دار الهادي، 1422هـ، 2002م)، ص 67.

⁵ كتابنا، العمل وتشغيل العمال والسكان والقوى العاملة (د ط، لام، بغداد، 1978 م) ص 10، 14.

وقد تطلق كلمة (العمل) بالاصطلاح الفلسفي على نشاط الإنسان على نشاط الإنسان الإرادي المقترن بالجهد (أي التعب أو المشقة) لغرض نافع غير التسلية واللهو. وتطلق هذه الكلمة (العمل) بالمعنى الديني أيضا على التعبد والقيام بالفرائض والواجبات أو المستحبات الدينية.

ولقد ذكرت وتضمنت كلمة (العمل) في الدين الإسلامي المعنى الديني والاجتماعي السلوكي والاقتصادي أيضا.

وقد تردد ذكرها في القرآن الكريم في ثلاثمائة وإحدى وسبعين موضع في ثماني وستين سورة من سورة¹. وان المعنى الديني التعبدى والسلوكي هو الغالب عليها وقد جاءت كلمة العمل بمعنى الصنع والخلق بقوله تعالى: ﴿أَوَلَمْ يَرَوْا أَنَّا خَلَقْنَا لَهُمْ مِمَّا عَمِلَتْ أَيْدِينَا أَنْعَامًا فَهُمْ لَهَا مَالِكُونَ﴾ [يس: 71].

ويمكن القول عموما إن منطلقات تعريف ظاهرة العمل قد تتنوع، حيث يمكن اعتبار العمل بمثابة المهنة أو الحرفة بما أنه يمثل نشاطا مهنيا يتلقى من اجله الفرد تكوينا ويكتسب مهارات وخبرة ودراية ترتبط عادة بتجربة وممارسة طويلتين، كما يمكن اعتباره كذلك مهارة بما أنه يتطلب معارف وقدرات معينة يتم انتقاء الفرد تبعا لاكتسابه إياها وتمكنه منها.

كما يمكن أيضا ممارسة نشاط بما انه يمثل جملة من المهام المتناسقة التي يقوم بها الفرد ويستمد منها معاني وجوده ومصادر رزقه. كما يمكن اعتباره وظيفة بما أن العمل قد يتمثل في جملة من المهام التي توكل لفرد ما مقابل أجر معين.

ولكن رغم كل ذلك يبقى أهم ما يستحق التأكيد عليه في تعريف العمل هو اعتباره بدرجة أولى جهدا يتم بذله في إطار ممارسة نشاط معين، ولا يمكن التغاضي تبعا لذلك الهدف أو غير مادي².

وقال الراغب الأصفهاني: "العمل" كل فعل يكون من الحيوان بقصد فهو أخص من الفعل لان الفعل قد ينسب إلى الحيوانات التي منها بغير قصد، والعمل يستعمل في الأعمال

¹ محمد فؤاد عبد الباقي، المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الكريم (د ط ، القاهرة، لا م ، 1364هـ)، ص 483، 488.

² عائشة التايب، النوع وعلم الاجتماع العمل، (ط:1، لا م ، مصر، 2011م)، ص76.

الصالحة والسيئة¹، أعمل فلان ذهنه في كذا وكذا إذا دبره بفهمه، واعمل رأيه وآلته ولسانه واستعمله عمل به.

ثانيا: تعريف الإعلام

أ- لغة:

الإعلام لغة مصدر أعلم ويقال استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه، وأعلم الفارس، جعل لنفسه علامة الشجعان، وأعلم الفرس أي علق عليه صوفا أحمر أو أبيض في الحرب، وأعلم نفسه وسمها بسيما الحرب²، ويقال أعلم فلان الخبر، وبه: أخبره به، وأعلم فلانا حاصلًا: جعله يعلمه³.

ويبري زهير إحدادن أن " كلمة الاعلام مشتقة من العلم، تقول العرب استعلمه الخبر فأعلمه إياه، يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته، فلغويا يكون معنى الإعلام نقل الخبر⁴. والإعلام لغة حسب محمود محمد سفر يعني التبليغ. ويقال: " بلغت القوم بلاغا، أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك⁵ أي وصلتك ففي الحديث: (بلغوا عني ولو آية)⁶.

جاء في "معجم محيط المحيط" لبطرس البستاني: الإعلام في اللغة مصدر اعلم وأعلمت كأذنت، ويقال: استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه واستعلمني الخبر واعلم الفارس جعل لنفسه علامة الشجعان، واعلم الفرس علق عليه صوفا احمر وابيض في الحرب واعلم نفسه وسمها نسيما الحرب⁷.

¹ الراغب الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن، تحقيق: محمد خليل عيتاني (ط:1 بيروت، لبنان، دار المعرفة، 1418هـ، 1998م) مادة عمل، ص351.

² ابن منظور، لسان العرب، نسقه وعلق عليه ووضع فهرسه مكتب تحقيق التراث، مادة علم، المجلد التاسع، (ط:3، بيروت، دار إحياء التراث العربي، مؤسسة التاريخ العربي، 1993م)، ص 371، 372.

³ إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، إشراف مجمع اللغة العربية، الإدارة العامة للمجمعات وإحياء التراث، مادة علم، ج2، (ط:2، اسطنبول، دار الدعوة، 1989م)، ص 624.

⁴ زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، (ط: 2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1993م)، ص14.

⁵ محمود محمد سفر، الإعلام موقف، (ط:1، جدة، الكتاب العربي السعودي، 1982م)، ص21.

⁶ رواه أحمد ، ج 7 ، رقم (6967)، ص 78.

⁷ بطرس البستاني، محيط المحيط، مادة(علم)، تحقيق، صبحي الصالح، (د ط، بيروت، دار العلم للملايين، 2007م)، ص2.

والإعلام كذلك في اللغة مشتق من اعلم، يقال أعلمه إعلاما، بمعنى أخبره إخبارا.¹ الإعلام غير التعليم، لأن الإعلام يختص بما اختص بما كان من إخبار سريع، أما التعليم فينطوي على التكرار والتكثير.² ويعني إخبار أو اطلاع الآخرين، ويحوي معنى التعليم، وهو يعني بالانجليزية (information) أي المعلومات³ فأعلم معناها أخبر أو عرف، واستعمله الخبر أي استخبره إياه. وأصل كلمة (الإعلام) أنها مصدر من اعلم، ومعناها وضع علامة على كل شيء، ومعنى الإعلام هو وضع العلامة على الشيء لإظهاره وإبرازه، يمكن القول: إن وضع العلامة على الشيء إنما وسيلة للكشف عن معرفة لدى واضعها يريد إن يظهرها للناس ويطلعهم عليها ويعمها بينهم، فالإعلام ينطوي على الكشف عن المعلومات والمعارف والاتجاهات وإبرازها للناس.⁴

ب- اصطلاحا:

تعددت تعريفات العلماء للإعلام، واختلقت تلك التعريفات فيما بينهما، نتيجة لتعدد وسائل الإعلام وتطورها السريع، إضافة إلى اختلاف ثقافات العلماء ومجالات عملهم، فما يزال تعبير الإعلام في لغتنا العربية يحتاج إلى تحديد، فبرغم شيوع كلمة الإعلام في ثقافتنا العربية، وبرغم الدراسات الإعلامية الحديثة في الوطن العربي وغيره، فإن اصطلاح الإعلام أحيانا يتسع ليشمل مفهوم الاتصال، ويضيف أحيانا فيقتصر على وسائل الإعلام وحدها ومن أبرز التعريفات:

تعريف العالم الألماني (أتوجرت ، Otogert): الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت.⁵

¹ رشاد شحاتة أبو زيد، مسؤولية الإعلام الإسلامي، (ط:1، القاهرة، دار الفكر العربي، 1999م)، ص8.

² الفيروز آبادي، القاموس المحيط، فصل العين، باب الميم، (د ط، بيروت، لبنان، دار الكتب العلمية، 1996م) ج 18، ص 438.

³ رشاد أحمد عبد اللطيف، تنمية المجتمع وقضايا العالم التربوية، (د ط، لا م، دار المعرفة الجامعية، دت)، ص 135.

⁴ ابراهيم إمام، الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية، (ط:1، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1980م)، ص 14.

⁵ علي جريشة، نحو إعلام إسلامي: إعلامنا إلى أين (ط:1، مصر، مكتبة وهبة، 1409هـ/1989م)، ص24 وسهيلة زين العابدين حماد، الإعلام في العالم الإسلامي الواقع والمستقبل، (ط:1، الرياض، السعودية، مكتبة العبيكات، 1424هـ، 2003م)، ص 11.

وبالنظر إلى هذا التعريف، فإننا نلاحظ أنه يشتمل على كافة مكونات العملية الإعلامية وهي (المرسل، المستقبل، الرسالة، الوسيلة، رجع الصدى)، حيث إنه اقتصر على جانبين فقط هما:

التركيز على الجمهور المتلقي، وضرورة مراعاة أحواله وميوله خلال الرسالة أن تكون الرسالة المعروضة ملتزمة بالموضوعية، وهذا أمر نختلف وسائل الإعلام في مدى الالتزام به بينما غفل اتوجرت بقية المكونات ن فلم يتطرق للمرسل أو الوسيلة، أو حتى التأثير فلا يمكن اعتبار تعريفه جامعا مانعا.

تعريف قاموس (أكسفورد وكاسل، Oxford Castle): الإعلام هو الإخبار، أو هو التبليغ، أو هو الأنباء، وكلها مرادفات تعني انتقال معلومة بين الأفراد بواسطة فرد أو جماعة، بحيث تنشر بينهم، فتصبح لغة للتفاهم، واصطلاحا للتعامل، ووسيلة للمشاركة.¹

ويرى الدكتور عبد اللطيف حمزة، أن الإعلام هو: " تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، ويقدر ما تكون هذه الصحة أو السلامة في المعلومات أو الحقائق، يكون الإعلام في ذاته سليما قويا².

وبأدنى نظرة متأملة في مصادر الإسلام وتشريعاته وواقعه يوم كان المسلمون يطبقونه كاملا نجد أن الإعلام في الإسلام تضمن خير ما حواه هذا التعريف، وتخصص بكونه يحمل أفضل رسالة واصدق مضمون وأوضح حقيقته وابلغ بيان، لذلك عرفه علماء الإعلام الإسلامي بأنه: "الذي يعرف بالله بالواحد، ودينه الحق، ويرسم صورة صادقة لرسالة محمد ﷺ، لا زيادة فيها ولا نقصان"³، ومن خلال رسائله المقروءة والمسموعة والمرئية.

¹ محمد موفق الغلابيني، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة (ط:1، جدة، السعودية، دار المنارة للنشر والتوزيع، 1405هـ/1985م)، ص40.

² عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، (د ط ، لام ، لان ، 1965م)، ص 33.

³ محمد الغزالي، النظرية الإسلامية في الإعلام والعلاقات الإنسانية، الندوة العالمية للشباب الإسلامي ص 281، من كتاب عبد الله قاسم الوشني، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة (ط:2، اليمن، صنعاء، دار عمان للنشر والتوزيع، 1414هـ/1993-1994م)، ص10.

وجاء تعريف الإعلام في معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي¹:
الإعلام: (information): التبليغ والأخبار عملية تزويد الناس بالأخبار والحقائق
والمعلومات الصادقة عن طريق وسائل نشر الأخبار والمعلومات والآراء والحاجات والمشاعر
والمعرفة والتجارب على الجماهير بشكل شفوي أو باستخدام وسائل أخرى بغرض الإقناع أو
تأثير على السلوك.

ج- مفهوم العمل الإعلامي:²

لم أجد تعريفاً محدداً لمفهوم العمل الإعلامي لكن من خلال التعريف اللغوي
والاصطلاحي للإعلام يمكن أن نحدد مفهوم العمل الإعلامي بأنه: "إيصال رسالة معينة من
المرسل (الإعلامي) إلى المستقبل (الجمهور) بهدف تحقيق نفع أو مصلحة من خلال وسائل
الإعلام المتعددة.

وبواسطة أذرع الإعلام التي منها الاتصال، الرأي العام، الإعلان، الدعاية، العلاقات
العامة، وكلها مشروعة ما دامت ملتزمة ومنضبطة بتعاليم الإسلام.
ونقصد بقولنا من منظور إسلامي أي من خلال نظرة إسلامية فاحصة متروية، وأصل
النظر في اللغة تقلب البصر والبصيرة لإدراك الشيء ورؤيته، وقد يراد به التأمل والفحص³
والمقصود هنا هو معرفة أخلاق العمل وفق ما جاء في كتاب الله وسنة رسوله ﷺ.

¹ طه احمد الزيدي، معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي (ط:1، العراق، بغداد، دار الفجر، الأردن، دار النفائس، 1430هـ، 2010م).

² صفاء محمد المبيض، دور المرأة في المجال الاعلامي المعاصر في الفقه الاسلامي، "رسالة ماجستير في فقه المقارن"، كلية الشريعة والقانون، الجامعة الاسلامية، غزة، 1430هـ، 2009م، ص56.

³ الراغب الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن، تحقيق وضبط محمد خليل عيتاني، مادة نظر، (ط:1، لبنان دار المعرفة، 1418هـ، 1998م)، ص 499.

المطلب الثالث: تعريف اخلاقيات الاعلام

أولاً: تعريف الأخلاقيات

شغل الباحثون منذ زمن بتساؤل ما هو مفهوم أخلاقيات الإعلام؟

وتكتنف صعوبة تحديد هذا المفهوم مع تناير وتعدد النظريات الإعلامية التي تستند إلى البعد والمحيط الفكري أو السياسي التي انطلقت منه أو عاشت في وسطه إلا أن ذلك لم يمنع الباحثين والمهتمين من معالجة هذا الأمر لا سيما مع تزايد الحاجة إليه والدعوة إلى صياغة مواثيق شرف إعلامية تتلاءم مع التطور الهائل في وسائل الإعلام. وشدة تأثيرها وإقبال الناس عليها. ويمكن أن نعتمد بعض التعريفات لمفهوم أخلاقيات الإعلام وهي¹:
تعريف (أندرسون، Anderson) لأخلاقيات الاتصال بشكل عام، أنهما المعايير التي توجه المشاركين في النشاط الإتصالي أو التي يمكن أن يستخدمها الناقد في الحكم على النوعية الأخلاقية للاتصال².

تعريف (كوهين، Cohen) و(اليوت، Elliott) لأخلاقيات الصحافة بأنهما ذلك الفرع من الأخلاقيات المهنية الذي تتناول المشكلات المتصلة بسلوك الصحفيين والمحريين والمصورين والمنتجين وجميع المهنيين الذين يعملون في إنتاج الأخبار وتوزيعها³.
وقبل تعريف أخلاقيات الإعلام سننظر قبل ذلك إلى تعريف الأخلاقيات ولا بد أن نميز بين مفهومين للسلوكيات الإعلامية، الأخلاق والأخلاقيات.

فتعبير الأخلاق يستعمل بمعنى "إتيك" éthique وهو يتناول التصرف الأخلاقي العام لأي إنسان. بينما تعبير الأخلاقيات يستعمل بمعنى "ديونتولوجيا" déontologie أي مجموعة الواجبات والالتزامات الخاصة التي تنشأ عن ممارسة مهنة ما⁴.
إن تعبير "إتيك" حسب أرسطو يعني "الطبائع الشخصية الناتجة عن العلاقة بين الرغبات والعقل"⁵. انه الميدان المفضل للتردد وللقرار.

¹ سننعمد اختيار تعريفات لثلاثة مفاهيم (الاتصال والإعلام والصحافة) للإحاطة.

² سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام (ط:2، مكتبة الفلاح، الكويت، 2005م)، ص76.

³ نفس المرجع، ص76.

⁴ أسيل داغر، محاضرات في كلية الإعلام والتوثيق 1978-1979م.

⁵ «Ou'est-ce que l'ethique?» inle magazine littéraire.n472.février 2008«Aristote le désir des savoirs »

ماذا نقرر أمام قضية ما وأي موقف نتخذ. القرار هنا يكون أخلاقيا بقدر ما يسعى إلى الابتعاد عن اعتبارية الفرائز والأهواء أو عن كل ميل غير عقلاني. أنه التطلع إلى تصرف حكيم انطلاقا من القيم السائدة. البعض الآخر يحدد "الآتيك" انطلاقا من الخير العام. من سلم القيم.

"الديونتولوجيا" هي مجموعة الواجبات التي يحددها المهنيون في ممارسة مهنتهم والتعبير مشتق من اليونانية ومعناه علم الواجب، أي العلم الذي يتناول الواجب، أي العلم الذي يتناول الواجبات المهنية المطلوب الالتزام بها. فكما عند الصحفيين كذلك عند الأطباء والمحامين وغيرهم، هذه القواعد تهدف إلى تبني قيم محددة للمهنة مثل الحقيقة والنزاهة والمصلحة العامة. الحرية.¹

تتناول الأخلاقيات (الديونتولوجيا) إذ أن النطاق الخاص بالمهنة. بينما الأخلاق (الآتيك) تتناول النطاق الشخصي للصحافي². إننا في معالجتنا، إنما نتناول الموضوع بعمر مئة. أي كل ما له علاقة بسلوكيات الصحافي. ونستعمل كلمة أخلاق بمعنى عام. معتبرين أن موضوع الأخلاق الإعلامية إنما يشمل الأخلاقيات الإعلامية أيضا. وتعرف الأخلاقيات أيضا:

هي قواعد للسلوك توجهنا إلى الطريقة الأفضل أو الأصح للتصرف في موقف معين وتستمد الأخلاقيات من مصادر متعددة مثل الأديان السماوية أقوال الفلاسفة والعادات والتقاليد.

ويجب أن نفرق بين «الأخلاقيات» بصفة عامة و«أخلاقيات الإعلام» على وجه الخصوص فالأخلاقيات هي:

- ما يجب أن يفعله الإنسان.
- ما يجب أن تفعل وما لا يجب أن لا تفعل.
- مجموعة القيم التي يبني عليها الحكم بالصحة أو الخطأ.
- السلوك المتسق مع الصحة والخير.

¹ Bernier.marc-francois «ethique et déontologie du journalisme» ED.les presses de l'université laval canada. 2004. (pp.50.52).

² Givard-Racinas. Alexandrine. «la déontologie des médias et pratiques». ED.ellipes.paris. 2003. (p4).

ورغم تعدد التعريفات الخاصة بالأخلاقيات بوجه عام فإننا نعتد تعريف سليمان صالح لها بأنها، «مجموعة من المبادئ والمعايير التي يقوم الإنسان بتطبيقها بشكل اختياري لاتخاذ قراراته حول ما يقوم به أفعال وهذه المبادئ هي التي تحدد مدى صحة الفعل الإنساني»¹.

ثانيا: أخلاقيات الإعلام :

أخلاقيات الإعلام هي مجموعة من المبادئ والمعايير التي يقوم الإنسان بتطبيقها بشكل اختياري لاتخاذ قراراته حول ما يقوم به من أفعال، وهذه المبادئ هي التي تحدد مدى صحة الفعل الإنساني. إن الأخلاقيات المهنية تتعلق بسلوك الشخص، وتصرفاته وممارسته عندما يقوم بتنفيذ عمله المهني، ولذلك صنعت معظم دول العالم دساتير أخلاقية أو مواثيق شرف خاصة بها. أشارت جميعها بطريقة ما. إلى أن خدمة الشعب هي من واجب جميع المؤسسات الصحفية والصحفيين، لذلك من خلال البحث عن الحقيقة ونشرها والالتزام بالمصداقية في محتوى الأخبار، وعدم تشويه الحقائق وتصحيح الأخبار الخاطئة بأقصى سرعة².

والجدير بالذكر أن أخلاقيات المهنة ظلت ولوقت طويل حكرا على المهن الحرة قبل أن يمتد نطاقها ليشمل نشاطات أخرى، كالرياضة والطب والصحافة والمؤسسات فأخلاقيات المهنة تبدو ضرورية أكثر كلما كنا أمام ممارسة (مهنة) profession تتمتع بسلطة التأثير Une pouvoir influencer أو تضع الغير في وضعية تسمح له بالإطلاع والمعرفة أو التمتع بصلاحيات معينة أو بنوع من الاحتكار³.

وأخلاقيات المهنة في الإعلام والصحافة فهي تلك الأخلاقيات المتعلقة بمهنة الإعلام وهي مجموعة القواعد والواجبات المسيرة لمهنة الصحافة أو هي مختلف المبادئ التي يجب أن

¹ حسن محمد نصر، قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي(ط،1، العين.الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 1430هـ-2010م)، ص270،271.

² محاضرات : علي منعم القضاة، كتاب قوانين والإعلام وأخلاقياته، ص 39،41.

³ سعيد مقدم، أخلاقيات الوظيفة العمومية(دراسة نظرية تطبيقية)، (ط:1، الجزائر، دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، 1997م)، ص12.

يلتزم بها الصحفي أثناء أدائه لمهامه بعبارة أخرى هي تلك المعايير التي تقود الصحفي إلى القيام بعمل جيد يجد استحسانا عند الجمهور¹.

كما أن أيضا جملة من المبادئ الأخلاقية الواجب على الصحفي الالتزام بها بشكل إرادي في أدائه لمهامه كمعايير سلوكية تقود إلى إنتاج عمل نبيل.

ولأخلاقيات المهنة الإعلامية مجموعة من المبادئ نجدها تشترك في كل مدونة لأخلاقيات المهنة وهي بمثابة أفكار وتصورات تتكرر من مدونة إلى أخرى بناء على ما يحمله المهنيون الإعلاميون من أفكار حول الأخلاقيات وتتركز أغلب هذه المبادئ في ثلاث محاور هامة وأساسية سنحاول التطرق إليها فيما يلي:

1- احترام حق إعلام المواطن والدفاع عنه، وكذا الدفاع عن الوسائل الكفيلة بتحقيقه مثل احترام مصادر المعلومات، نشر المعلومات الصحيحة والدقيقة النزيفة والكاملة التفرة بين الحدث والتعليق²، بالإضافة إلى استعمال وسائل نزيفة في الحصول على المعلومات.

2- احترام حقوق المواطن والدفاع عنها بما فيها الحق في الكرامة والشرف والحق في الصحة البدنية والمعنوية، الحق في التعبير في وسائل الإعلام وحق الرد والحق في احترام الشخصية بما فيها ذات البعد العمومي.

3- الحفاظ على الجانب الاجتماعي بعدم الدعوة إلى العصيان المدني أو التمييز العرقي أو العنصري³.

هناك بعض المبادئ الرئيسية التي تحتوي على موثيق الأخلاقيات أو معايير السلوك المهني في العمل الإعلامي:

1- أن الإعلام مسألة مقدسة ينبغي أن يكون دقيقا غير محرف أو مخادع أو مكبوت.

¹ Bore, libos, Ethique De l'information- Essaisur la Déantolgie journalstique , BRUXLLES, Etidions de bapoelles, 1994. (p20).

² إن مسألة صل الواقعة عن الرأي والتعليق هو محل جدال مستمر بين الباحثين الأكاديميين والصحافيين المهنيين إذ يرى البعض أنه برغم التعهد بالموضوعية والدقة والحقيقة، فإن الأخبار لا تعطي إلا تقرير جزئيا فقط عن العالم وينسون التقالص في التقرير إلى الروتين اليومي والمعتقدات التي تقوم عليها الصحفية اليومية في إنتاج الأخبار، عن كتاب، عزي عبد الرحمان، مجموعة من الباحثين، عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، 1992، ص91.

³ CLment jones, déontologie de L'infurmation code et consetts de presse,UNECO, France, 1981, (p16).

2- ضرورة الفصل بين المعلومات أو وظيفة الإخبار والتعليق أو وظيفة التعليق وإبداء الرأي.

3- أن يخدم النقد والتعليق المصلحة العامة لا أن يكون هدفه مجرد الافتراء أو تشويه السمعة.

4- تتضمن كل المواثيق فقرة تتصل بالحفاظ على سر المهنة¹.

هناك حاجة فعلية لمناقشة أخلاقيات الإعلام من خلال علاقتها بالواقع الإعلامي وبالعمل الذي يقوم به الصحفي والظروف التي يؤدي عمله خلالها، والدور الذي تقوم به الوسائل الإعلامية في المجتمع. والوظائف التي تؤديها وعلاقة هذه الوسائل بالمجتمع والدولة والأفراد.

يرى (هيريل ، Hiril): أن الأخلاقيات تقوم على أساس التشريع الذاتي legislation self، ومع أنها تتصل بالقانون إلا أنها ذات طبيعة مختلفة، وبالمقابل فإن القانون ينبع من القيم الأخلاقية للمجتمع في فترة زمنية معينة، إلا أنه يتم تحديده وفرضه بواسطة المجتمع في حين يتم تحديد الأخلاقيات وفرضها بشكل ذاتي.

فالأخلاقيات تمد الصحفي بمجموعة من المبادئ أو المعايير التي يستطيع أن يحكم على عمل معين هل هو صحيح أم خطأ، جيد رديء مسؤول أم غير مسؤول.

بالرغم من وجود إرشادات للسلوك الأخلاقي فإن العقوبات على انتهاك هذه الإرشادات غير موجودة فلا يمكن أن يكون قانون ضد عدم الذوق على سبيل المثال، ولا يوجد قانون يفرض عليك التزاما معيناً نحو شخص أو مؤسسة، لذلك فإن هذه الأخلاقيات فلسفة داخلية، تحدد ما هو صحيح ومقبول أساس هذه الفلسفة هي تصميمك أنت على أن تكون عادلاً ودقيقاً وتلتزم بالحقيقة وتلتزم بالسلوك المسؤول في علاقاتك مع الآخرين ومع المهنة التي تمتهن.

عرف (رونالد أرنت ، Ronald Arnett) أخلاقيات الإعلام بأنها: عملية صنع القرار الاختيار choicemaking في وسائل الإعلام بمعنى أن القرار الذي يتخذه الصحفي لابد أن يقوم على مبادئ أخلاقية.

وأن القرار الذي يتخذه الصحفي لابد أن يقوم على مبادئ أخلاقية. وأن القرار الأخلاقي يعتمد على الاختيار أن هذا الاختيار لابد أن يبنى على المعرفة والحرية والنقد.

¹ ليلي عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، (د ط، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000م)، ص233.

وتعني كلمة أخلاقيات أنها وثيقة تحدد المعايير السلوكية والأخلاقية المهنية المطلوب أن يتبعها أفراد مهنية وتعرف بأنها بيان المعايير المثالية لمهنة من المهن تتبناه جماعة مهنية أو مؤسسة لتوجيه أعضائها لتحمل مسؤولياتهم المهنية ولكل مهنة أخلاقيات وآداب عامة حددتها القوانين الخاصة بها¹.

¹ حسيبة مصطفى، المعجم الفلسفي، (د ط، عمان، دار أسامة، د ت)، ص 41.

المبحث الثاني: نشأة وتطور أخلاقيات الإعلام ومواثيق الشرف.

المطلب الاول: التطور التاريخي.

أولاً: الجذور الفكرية لمواثيق وأخلاقيات الإعلام :

إن مفهوم أخلاقيات الصحافة ليس مفهوماً حديثاً، فظهوره يعود إلى عام 1916م في السويد حيث تشكلت البدايات الأولى، ثم انتقلت الفكرة إلى فرنسا حيث سعت إلى وضع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية بعد الحرب العالمية الأولى، وكانت هناك محاولات أخرى في جميع أنحاء العالم¹.

وخلال عام 1926 تم وضع قانون الآداب الذي وضع تعديلات عديدة لأخلاقيات المهنة الصحفية في الولايات المتحدة الأمريكية وتضمن ثلاثة فصول هي:

- 1- الآداب.
- 2- الدقة والموضوعية.
- 3- قواعد التسيير.

وخلال منتصف الثلاثينيات من القرن الماضي وبالتحديد سنة 1936م وخلال انعقاد المؤتمر العالمي لاتحاد الصحافة في مدينة "براغ" (PRAHA) ، برها، عاصمة التشيك وأكبر مدنها تقع على نهر فلتا في وسط منطقة بوميهيا التاريخية)² ، تم التطرق إلى ما يجب على الصحافة فعله، وجرى الاهتمام لتحقيق السلم والأمن العالمي بسبب توتر العلاقات الدولية بعد الحرب.

وفي بريطانيا وضعت النقابة الوطنية للصحافة عام 1938م قانوناً تضمن القواعد المهنية التي يجب على الصحف تبنيها، كما وجرت في كثير من الدول، ففي عام 1939م بمدينة "بردوا" (BROADWAY) ، ومعناه الشارع العريض في مدينة نيويورك الأمريكية ، وهو أحد أشهر مناطق الثقافة والترفيه في العالم وأشهر شوارع العروض المسرحية والسينما)³، وخلال انعقاد المؤتمر العالمي للصحفيين انبثق ما يسمى بعهد ميثاق الشرف الصحفي الذي

¹ عطا الله شاكر، إدارة المؤسسات الإعلامية، (د ط، لام، لان، دت)، ص 107.

² مدينة براغ، الموسوعة الحرة، ويكيبيديا، 2015/06/03م.

³ مدينة بردوا، الموسوعة الحرة، ويكيبيديا، 2015/06/03م.

طالب الصحفيين بالموضوعية كما حدد مسؤولياته إزاء المجتمع المتمثل في القراءة واتجاهات الحكومة واتجاهات المهنة.

وفي المكسيك وخلال عام 1942م انعقد المؤتمر الأول للصحافة القومية الأمريكية حيث حدد المؤتمر أن الصحافة تتطلب الموضوعية والصدق واحترام السرية المهنية، كما تطرق إلى نظام العقوبات والمسؤوليات التي تقع على عاتق الصحف، وكذلك مسؤوليات اتحاد الصحفيين، وعلى الصحف أن تعتذر للأشخاص الذين أساءت إليهم في القذف والسب وأن تبتعد عن نشر الانحرافات والعنف وتحمي الحياة الخاصة للأشخاص¹.

وعلى ضوء ذلك انتشرت مجالس الصحافة ومجالس الإعلام ومواثيق الشرف في جميع أنحاء العالم فقد انتقلت إلى الهند عام 1958م، وفي العالم العربي كانت البدايات خلال عام 1960م حيث عرفت مصر مواثيق الشرف وكانت أول دولة عربية، وعلى ضوء ذلك انبثق دستور الاتحاد العام للصحفيين العرب، كما وانتقلت إلى كل من أستراليا وأمريكا وانكلترا عام 1975م.

ثانياً: مجالس الصحافة وأخلاق المهنة :

منذ أن تبنت الولايات المتحدة الأمريكية نظرية المسؤولية الاجتماعية في أوائل القرن الماضي والتي نبعت من كتابات وليم كنج وجون ملتون وغيرهم من أعضاء لجنة الحرية الصحافية ومن عملوا على وضع آداب لمهنة الصحافة والتي أقرتها المؤتمرات العامة التي قامت تباعاً في الولايات المتحدة، ورأت فيها خيراً كثيراً للمجتمع، وتبعهم بعد ذلك الإنجليز فاندفعوا لتطبيق مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية حتى أصبح يطلق عليها النظرية الأنجلور الأمريكية، وقد نبعت هذه النظرية في انكلترا من تقارير اللجنة الملكية البرلمانية لشؤون الصحافة البريطانية، وهي اللجنة التي دعت إلى إعادة النظر في شؤون الصحافة، فاجتمعت لهذه الغاية مرات كثيرة وكان ذلك استجابة للرأي العام البريطاني وكان من نتيجة ذلك أن نشأت في انكلترا ما يسمى بمجالس الصحافة وهو شبيه بنظيره الأمريكي².

¹ عطا الله شاكر، إدارة المؤسسات الإعلامية ، مرجع سابق، ص 105، 106.

² عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، (د ط ، لان ، دار الفكر العربي، د ت)، ص 139، 140.

ثالثا: وظائف مجالس الصحافة :

جاءت مجالس الصحافة لتحقيق جملة من الأهداف والتي يمكن إجمالها فيما يلي¹:

1- التنديد بالأعمال الصحفية التي توصف بالانحراف واستدعاء الصحفيين الذين بدرت منهم هذه الأعمال وتوجيه اللوم إليهم إذا اقتض الحال.

2- التحقيق بالشكاوى التي يكتبها الجمهور ضد الصحفيين عندما يعتدي الوسط الصحفي على الأفراد والجماعات، ولا تجد الجماعات من يدافع عنها.

3- إنصاف المظلومين من الصحفيين من تثبت براءتهم من التهم التي وجهت إليهم.

4- الرد على الشكاوى التي لا تثبت فيها إدانة لوسائل الإعلام.

كما تقوم هذه المجالس بمهام أخرى وهي:

1- التأكيد من صدق الأخبار التي تغطيها وسائل الإعلام.

2- العمل على تقليل قضايا القذف الموجهة ضد وسائل الإعلام وحل مشكلات الجمهور.

3- تدعيم المصادقية في عمل وسائل الإعلام.

4- إتاحة ردود فعل الجمهور حيال الرسائل التي يتلقونها ونشر ما يحسن الجمهور إدراكه ما يسيء إدراكه.

5- إحاطة الناس علماً بالدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في خدمة المجتمع.

6- تدعيم حرية الإعلام والصحافة من خلال الحرص على العدالة وتحسين أداء وسائل الإعلام.

7- حماية وسائل الإعلام من الرقابة.

رابعا: مجالس الصحافة :

تعرف هذه المجالس بأنها منظمات تطوعية خاصة تسعى إلى تحسين أداء الصحافة ووسائل الاتصال والإعلام من خلال دراسة الشكاوي المتعلقة بالممارسة الصحفية والإعلامية وهي تسمح للناس أن ينتقدوا أداء وسائل الإعلام بدون تهديد رسمي أو قانوني لوسائل

¹ عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه ،نفس مرجع، ص 140 .

الاتصال والإعلام وتستهدف مبادئ الشرف الأخلاقية إلى تحسين الأداء الإعلامي والتحكم في وسائل الإعلام لصالح عامة الناس¹.

خامسا: نشأة مبادئ الشرف :

إن مبادئ الشرف ظهرت مع بداية القرن الماضي حيث كانت السويد وفرنسا السباقة في ذلك وتبعها أمريكا وبريطانيا ثم انتقلت إلى جميع اتحاد العالم، وتشير المصادر إلى أن مبادئ الشرف ظهرت قبل تسعة عقود فيها مجالس الصحافة ظهرت خلال مرحلة الستينات من القرن الماضي.

إن فكرة مجالس الصحافة جاءت استجابة حكومية لمواجهة الحرية المطلقة والبحث عن نظرية إعلامية أخرى هي نظرية المسؤولية الاجتماعية، هذا وقد تعرضت هذه المجالس إلى انتقادات حادة بين كبار علماء الإعلام والاتصال فقد اعتبرها "يفيرت دنيس" إلى أن الدور الذي تقوم به مجالس الصحافة غير ضروري بل ينطوي على خطورة ضد المجتمع ووسائل الإعلام فهناك العديد من الدول تمارس الرقابة على الصحف من خلال مجالس الصحافة، وذلك من خلال تحويل هذه المجالس بفرض رخص على إصدار الصحف ومراقبة الممارسات الصحفية ومعاقبة الصحفيين الذين يعارضون سياسات الحكومة².

كما ودافع عن مجالس الصحافة عدد من الباحثين الإعلاميين وأبرزهم "جون ميريل ، John Merrill " قائلاً أن مجالس الصحافة تقوم بوظيفة استشارية تقدم مقترحات تعبر عن الممارسات القوية لوسائل الإعلام بدون الخوف من قوة القانون والجزاءات فهي تحسن من أداء الصحافة لصالح خدمة المجتمع وتفرض القوانين العرفية التي ينبغي أن يلتزم بها الصحفيون من الناحية الأخلاقية، هذا مع بداية انطلاقة الربع الأخير من القرن الماضي تبنت اليونسكو ما يسمى بأخلاقيات الإعلام من خلال خلق مظلة إعلامية تعني بالقيم الإعلامية التي يجب أن يراعيها الوسط الإعلامي، حيث جاء موقف اليونسكو من خلال مقالة نشرت تحت عنوان الاتحاد المهني في أجهزة الإعلام أشارت إلى حقيقة أن هيئات العاملين بالأجهزة الإعلامية أنشأت في حوالي مائة دولة في العالم والتي يكون أحد

¹ حسن عماد مكاي، أخلاقيات العمل الإعلامي، (ط:1، القاهرة، دار المصرية اللبنانية، 1414هـ، 1994م)، ص

145،144.

² المرجع نفسه ، ص146.

اهتماماتها الرئيسية هو تحقيق القواعد المقبولة للسلوك، ومنذ ذلك الحين، ومع النمو التقني البارز لوسائل الإعلام، ومع مدى سرعة تغطيتها وعمق تأثيرها أصبح هذا الموضوع في مقدمة الاهتمامات الإعلامية في المجتمع المعاصر¹.

هذا ومن خلال انعقاد المؤتمر العام اليونسكو الذي انعقد عام 1973م وفي جلسته الثالثة عشرة صدر قرار عن المؤتمر جاء فيه المطالبة بإعداد دراسة بشأن المبادئ المحلية للقيم في أجهزة الإعلام والتي ستوضع من أجل تشجيع الإحساس بالمسؤولية والذي يجب أن يصاحب الممارسة الكاملة لحرية نشر المعلومات على أن تهدف الدراسة إلى تقديم مادة العمل لكافة العاملين بأجهزة الإعلام الذين يجب أن يهتموا إما باستنباط لوائح القيم أو بمراجعة اللوائح القائمة بالفعل في أوطانهم².

هذا وقد أعلن الاتحاد ما يلي:

- 1- أن للصحفي مسؤولية سياسة وفكرية تشتق من طبيعة مهنته وتؤثر في ضمير الجماهير وأن هذه المسؤولية أساسية وتشكل روح طبقة الاجتماعية.
- 2- الثقافة والتعليم يجب أن تكون في متناول الجميع وبما يتفق مع مصالحها.
- 3- أن الثقافة يجب أن لا تكون منفصلة عن مصالح الجماهير³.

¹ ليلي عبد المجيد، تشريعات الإعلام، (د ط، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2001م)، ص 175، 179.

² إبراهيم عبد الله المسيلمي، التشريعات الإعلامية، (د ط، لا م، لا ن، 2003م)، ص 431.

³ نفس المرجع، ص 441، 443.

المطلب الثاني: مواثيق الشرف الإعلامي الغربية والعربية.

أولاً: مواثيق الشرف الاعلامي الدولية

بذلت محاولات كثيرة من قبل منظمات غير حكومية ودولية لوضع قواعد سلوك مهني إقليمية أو دولية، ولتحسين الأداء الإعلامي وتوجيهه لصالح جمهور المتلقين¹. يرى الكثير من المؤرخين أن أول ميثاق أخلاقي هو ذلك الذي أصدرته رابطة محرري ولاية كانساس الأمريكية عام 1910، في حين أن مصطلح أخلاقيات ظهر لأول مرة عام 1889م في مقال بعنوان أخلاقيات الصحافة². وظهرت مواثيق أخلاقية للصحافة في السويد عام 1916، وفي فرنسا عام 1918م.

ومن أقدم المواثيق ما أطلق عليه "قواعد الأخلاق الصحفية" الذي تبنته لجنة مؤتمر الصحافة الأمريكية الأول الذي عقد في واشنطن عام 1926م، ثم بواسطة لجنة المؤتمر الصحفي الأمريكي الداخلي الذي عقد في نيويورك عام 1950م والذي أكد عليه وتم قبوله كمذهب لجمعية الصحافة الأمريكية الداخلية. وتم إنشاء الاتحاد الدولي للصحفيين في عام 1926، واتخذ عدداً من الإجراءات الهادفة إلى تنظيم ذاتي بواسطة المهنيين من رجال الصحافة، ويتضمن إنشاء محكمة دولية محكمة دولية عام 1931م، وتطبيق ميثاق الشرف المهني عام 1939م. وقد تم حل الاتحاد بعد الحرب العالمية الثانية.

وأكد الاتحاد الدولي لجمعيات مديري الصحف والناشرين، والذي أنشئ في عام 1933، وفي مؤتمراته العديدة، على مبدأ الإصلاح السريع للأخبار الكاذبة، ووضع اتفاقيات في هذا الموضوع للتوقيع عليها من مؤسسي الجمعيات وقد طبق الاتحاد الدولي لجمعيات الصحف العديد من هذه المبادئ في عام 1936م.

ثانياً: مواثيق الغربية :

• فرنسا سنة 1918: كانت أول محاولة فرنسية حيث عملت فرنسا على وضع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية مباشرة بعد الحرب العالمية الأولى نظراً للدور الفعال الذي لعبته

¹ إبراهيم عبد الله المسيلمي، التشريعات الإعلامية، مرجع سابق، ص 472-514.

² سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام، (ط:2، الكويت، الفلاح، 2005م)، ص 129-130.

وسائل الإعلام في تلك الفترة، لقد تم تعديله ومراجعته عام 1938 وندد هذا الميثاق بالوسائل الغير أخلاقية للحصول على المعلومات وعدم قبول أي شكل من أشكال الرشوة.¹

• **الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1923:** لقد قامت الجمعية الأمريكية لرؤساء التحرير بوضع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية وقد نص هذا الميثاق على ما يلي: المسؤولية، حرية الصحافة، الاستقلالية، الصدق والموضوعية.

• **بريطانيا سنة 1930:** تعد بريطانيا من الدول التي عهد صحافيوها إلى وضع ميثاق لشرف المهنة الصحفية بمبادرة منهم وبعد ذلك قام الإتحاد الوطني للصحفيين بإصدار الميثاق سنة 1930.²

• **براغ سنة 1936:** قام المؤتمر العالمي للصحافة في مدينة براغ بالتطرق إلى ما يجب على الصحافة أن تفعله وأقرت بأن الصحفي القدير بهذا الاسم ينبغي عليه:³

- أن يراجع كل خبر تنشره الجريدة بكل أمانة وصدق ويخص بهذه العناية كل الأخبار التي قد تثير تعصبا في الرأي.

- أن يعترف بحقه وحقوق الآخرين في نشر الأخبار الموضوعية عن الأحداث الداخلية والمسائل المتصلة بالدول الأخرى.

- أن يتجنب الصحفي كل نقد تافه وغير موضوعي في شؤون السياسة والإساءة إلى دول أخرى.

- أن يبتعد عن تزيين العنف والتحريض على استعماله لتسوية المنازعات الداخلية أو الدولية، وأن يحارب الفكرة القائلة بحتمية الحروب لحل النزاعات.

- بهذا فإن هذا المؤتمر انصب اهتمامه على تحقيق السلم والأمن الدوليين وهذا راجع إلى أنه جاء في فترة ما بين الحربين العالميتين التي تميزت بتوتر العلاقات الدولية.

• **بورديو سنة 1939:** قام المؤتمر السابع للإتحاد العالمي للصحفيين بوضع ما يسمى "عهد الشرف الصحفي" الذي جاء فيه:⁴

¹ حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، مرجع سابق، ص 194.

² علاء أبو النجف، النقابات المهنية في العالم، (د ط، عمان، دار الأنوار للنشر، 1983م)، ص 70.

³ حمزة عبد اللطيف، أزمة الضمير الصحفي، (د ط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2002م)، ص 148.

⁴ المرجع سابق، ص 150.

- إن واجب الصحفي سواء كان مخبراً أو معلقاً أن يذكر أن له تأثير طيباً أو سيئاً يزداد بزيادة عدد القراء، كما أنه يشارك مشاركة فعلية في تسجيل تاريخ عصره.
- أن يكون له ضمير حي لا يسمح له بأن يلجأ إلى طرق غير أمنية للحصول على الأخبار.
- أن يتحمل مسؤولية جميع المعلومات ونشرها في الصحيفة.
- لا يجوز للصحفي أن يكون عميلاً للحكومة أو غيرها من الهيئات الخاصة لكي يتحصل على منافع شخصية دون علم الجمهور.
- لا يجوز للصحفي أن يبالغ في وصف الأحداث التي يشهدها ولا أن يغير من الوثائق التي تصل إليه.

- لا ينبغي للصحفي أن يفترى على الأشخاص بدون دليل أو أن يضر زملائه، بل عليه أن يحافظ على قوانين التضامن الجماعي التي تصدر لصالح المهنة.

• **إعلان مكسيكو 1980:** اجتمع حوالي 1000 ألف من مختلف أرجاء العالم يمثلون منظمات عالمية وإقليمية وجهوية في اجتماعات استثمارية بإشراف من منظمة اليونسكو وفيه عبّر المجتمعون عن تأييدهم المطلق للإعلان الصادر عن اليونسكو الذي يدور حول المبادئ والقيم الأساسية لمساهمة وسائل الإعلام في ترسيخ السلم الدولي وتعزيز حقوق الإنسان وعلاوة عن ذلك أقرّ الاجتماع ما اصطلح عليه في ما بعد إعلان مكسيكو احتوى مجموعة من الأسس والمبادئ العالمية المشتركة بين الأمم والشعوب في مجال الأخلاقيات الصحفية وعدم تطبيق توصياتها ميدانيا أثناء تأدية المهام وهذا ما يفسر استمرار موجة المطالبة بتطبيقها إلى يومنا هذا.¹

ثالثاً: المواثيق العربية:

• **مصر سنة 1960:** وذلك من خلال المؤتمر العام للإتحاد القومي للجمهورية العربية المتحدة وقد كانت هذه المحاولة عبارة عن مشروع فكرت فيه لجنة التوجيه القومي من لجان هذا المؤتمر، ونشرت الصحف هذا المشروع في الرابع والعشرين من شهر جوان 1960م وجعلت عنوانه كالاتي:

¹ حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الاعلامي، مرجع سابق، ص 151.

"ميثاق الشرف للمنشغلين في وسائل الإعلام" وفيه تناول كل ما يتعلق بحقوق المجتمع وسمعة الأفراد وما يتصل بالأخبار نفسها جمعاً، نشرًا وتعليقاً وما يتعلق بحقوق الزملاء في المهنة الصحفية بالإضافة إلى ما يتصل بقضية السلام في العالم كله.¹

• **ميثاق الشرف الإعلامي العربي:** أقر مجلس الجامعة العربية بتاريخ 14 سبتمبر 1978م ميثاق الشرف الإعلامي العربي، وجاء هذا الميثاق تنفيذاً لميثاق التضامن العربي الصادر عن مؤتمر القمة العربي بالدار البيضاء عام 1965م، وقد رتب هذا الميثاق التزامات على الحكومات العربية حيال العمل الصحفي وممارسيه لم يشهد الواقع العربي في أقطار عديدة منه قبل وضع الميثاق وبعده، فقد نصت المادة 12 من هذا الميثاق على "تكفل الحكومات العربية حرية الضمير المهني للعاملين في حقل الإعلام العربي، وتسهل لهم أمر القيام بواجبهم في نطاق روح هذا الميثاق، وعلى ضوء الهدف العربية الكبرى المتفق عليها".²

كما نصت المادة 13 على "تكفل الحكومات العربية حرية تنقل الإعلاميين العرب في مختلف أرجاء الوطن العربي، كما تكفل لهم حرية العمل والتنظيم المهني".

¹ حمزة عبد اللطيف، أزمة الضمير الصحفي، مرجع سابق، ص 153.

² حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، مرجع سابق، ص 152.

المطلب الثالث: أخلاقيات مهنة الصحافة من خلال قانون إعلام 1990م في الجزائر:

أولاً: الأسس القانونية :

يعتبر بعض المختصين في الإعلام أن قانون الإعلام لسنة 1990م من بين أهم المكتسبات التي حققتها الجزائر بعد أحداث أكتوبر 1988م حيث فتح أبواب الممارسة الديمقراطية والتعددية الفكرية وحرية التعبير والفكر والمعتقد، وقد جاء هذا القانون بعد الانتقادات الشديدة التي تعرض لها قانون الإعلام 1982م بخصوص غموضه واحتوائه على عدد كبير من المواد القانونية ذات الطابع الجزائي¹، وهو ما ساهم في إضعاف دور الصحافة في الجزائر كسلطة رابعة من حقها وواجبها مراقبة السلطات الثلاث الأخرى ولكن التبني الرسمي للتعددية الإعلامية لم يتضح إلا إثر صدور المنشور رقم 04 عن رئيس الحكومة الأسبق مولود حمروش بتاريخ 16 مارس 1990م وقد تعرض هذا القانون إلى أخلاقيات المهنة الصحفية من خلال المواد التالية:²

المادة 03: التي تنص على أن يمارس حق الإعلام بحرية مع احترام كرامة الشخصية الإنسانية ومقتضيات السياسة الخارجية والدفاع الوطني. أي أن حرية الحق في الإعلام التي تنص عليها القانون مشروطة باحترام الضوابط التي لخصتها هذه المادة.

المادة 26: فتتص على انه يجب ألا تشمل النشرة الدورية والمتخصصة الوطنية والأجنبية كيفما كان نوعها ومقصدها على كل ما يخالف الخلق الإسلامي والقيم الوطنية وحقوق الإنسان أو يدعو إلى العنصرية والتعصب والخيانة سواء أكان ذلك رسماً أو صورة أو حكاية أو خبراً أو بلاغاً، كما يجب ألا تشمل هذه النشرات على أي إشهار أو إعلان من شأنه أي يشجع العنف أو الجنوح، هذه المادة تضح حدوداً وضوابط للممارسة الإعلامية يجب على النشرات الدورية مهما كان نوعها الالتزام بها.

المادة 33: على أن تكون حقوق الصحفيين في الأجهزة الإعلامية العمومية مستقلة عن الآراء والانتماءات النقابية أو السياسية. ويكون التأهيل المهني شرطاً أساسياً للتعين الترقية

¹ نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، (ط:1، الجزائر، القبة القديمة، دار الخلدونية، 1429هـ، 2008م)، ص 207.

² صالح بن بوزة، السياسة الإعلامية الجزائرية المنطلقات النظرية والممارسات 1979م-1990م، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13، 1996، ص 48.

والتحويل شريطة أن يلتزم الصحافي بالخط العام للمؤسسة الإعلامية، وبذلك ربطت هذه المادة حق الصحافي العامل في الأجهزة الإعلامية العمومية بضرورة استقلاليته عن الآراء والانتماءات النقابية والحزبية، وكذا الالتزام بالخط العام للمؤسسة الإعلامية العمومية.

المادة 35: التي تنص على أن الصحفيين المحترفين الحق في الوصول على مصادر إلى الخبر، ويخول هذا الحق على الخصوص الصحفيين المحترفين أن يطلعوا على الوثائق الصادرة عن الإدارة العمومية التي تتعلق بأهداف مهمتها إذا لم تكن من الوثائق المصنفة قانونا والتي يحميها القانون، أي أن حق الصحفي المحترف في الوصول إلى مصادر الخبر مضمون قانونا عن طريق الاطلاع على الوثائق التي تصدرها الإدارات العمومية ما لم تكن مصنفة قانونا.

المادة 36: تنقص كثيرا من حيز ضمان الحق في الوصول إلى مصادر الخبر عن طريق ربطه بعدم نشر معلومات محددة حسب هذه المادة التي تنص على أن حق الوصول إلى مصادر الخبر لا يجيز للصحافي أن ينشر أو يفضي المعلومات التي من طبيعتها ما يأتي:

- أن تمس أو تهدد الأمن أو الوحدة الوطنية أو أمن الدولة.

- أن تكشف سرا من أسرار الدفاع الوطني أو سرا اقتصاديا استراتيجيا أو دبلوماسيا.

- أن تمس بحقوق المواطن وحرياته الدستورية.

- أن تمس بسمعة التحقيق والبحث القضائي.

المادة 37: تنص على أن السر المهني حق للصحفيين الخاضعين لأحكام هذا القانون وواجب عليهم، ولا يمكن أن يتذرع بالسر المهني على السلطة القضائية المختصة في الحالات الآتية¹:

- مجال سر الدفاع الوطني، كما هو محدد في التشريع المعمول به.

- الإعلام الذي يمس امن الدولة مساسا واضحا.

- الإعلام الذي يعني الأطفال أو المراهقين.

- الإعلام الذي يمتد إلى التحقيق والبحث القضائي.

جعلت هذه المادة الاحتفاظ بالسر المهني حق للصحفيين وواجب عليهم قبل أن تضع مجموعة من الاستثناءات الإستراتيجية التي يسقط فيها هذا الحق ويصبح من واجب مجموعة

¹ نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، مرجع سابق ، ص 207

من الصحفيين إزاءها التخلي عن سرهم المهني والإدلاء بمصادرهم الخبرية لتأتي بعد ذلك المادة الاربعون التي تلزم الصحفي المحترف أن يحترم أخلاقيات مهنته الصحافية بكل صرامة وتحصرها في مجموعة من الواجبات وحق واحد إذا تنص على أنه يتعين على الصحفي المحترف ان يحترم بكل صرامة أخلاق وآداب المهنة أثناء ممارسة مهنته.

ثانيا: مبادئ أخلاقيات مهنة الصحفي في الجزائر:¹

يجب عليه أن يقوم خصوصا بما يأتي:

- احترام حقوق المواطنين الدستورية وحرياتهم الفردية.
- الحرص الدائم على تقديم إعلام كامل وموضوعي.
- تصحيح كل خبر يتبين انه غير صحيح.
- التحلي بالنزاهة والموضوعية والصدق في التعليق على الوقائع والأحداث.
- الامتناع عن التنزيه المباشر وغير المباشر بالعرقية وعدم التسامح والعنف.
- الامتناع عن الانتحال والافتراء والقذف والشائبة.
- الامتناع عن استغلال السمعة المرتبطة بالمهنة في أغراض شخصية أو مادية.
- يحق للصحفي أن يرفض أية تعليمة تحريرية آتية من مصدر آخر غير مسؤولي التحرير.

ومن يلقي نظرة ميثاق أخلاقيات المهنة للصحافي الجزائري المصادق عليه في أفريل 2000 م يلاحظ أن كثيرا من بنوده مستوحاة مما جاء في هذه المادة، وباستثناء هذه المواد التي لها صلة مباشرة بأخلاقيات المهنة الصحافية تراوحت بقية مواد قانون الإعلام الصادر في 1990م بين الأحكام العامة وأسس تنظيم المهنة الصحفية وكيفية ممارسة مهنة الصحفي والمسؤولية وحق التصحيح وحق الرد والنشر والتوزيع والبيع بالتجول مهمة المجلس الأعلى للإعلام وبعض الأحكام الإنتقائية والختامية وأحكام جزائية وصل عددها إلى 23 مادة، وهو ما جعل بعض المختصين في الإعلام يذهبون إلى أن قانون الإعلام لسنة 1990م آمال الجميع في الوصول إلى إعلام ديمقراطي وموضوعي لان الاختلاف بينه وبين سابقه ما هو إلا اختلاف سطحي تجسد في التطور الكمي لوسائل الإعلام الجزائرية وظهور نشرات ودوريات جديدة إلا انه على مستوى مضمون فان الإعلام الجزائري لم يخرج

¹ نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، مرجع سابق، ص 207.

من النفق المظلم الذي كان يعاني منه من قبل، وهذا راجع إلى الخوف من السلطة من جهة ومن الأحكام الجزائية التي تجعل الصحفي الجزائري يمارس الرقابة الذاتية خوفا من العقاب من جهة أخرى.

أما بخصوص واجبات الحكومات والمؤسسات فمما جاء في الميثاق: على القائمين في الحكومات والمؤسسات الإعلامية أن يضعوا في اعتبارهم ضرورة العمل على تطوير المضمون الإعلامي وذلك بتقديم المواد الثقافية والعلمية والعملية الجادة، وذلك استجابة لمتطلبات شعوبهم التي عانت ومازالت تعاني من اجتياح ثقافي وغزو فكري متعدد الأوجه، فعلى القادة والمسؤولين أن يشاركوا من اجل أن تجتاز الأمة الإسلامية هذه المرحلة الحاسمة التي تعاشها.

ثالثا: ميثاق وقواعد مهنة الصحفيين الجزائريين

قبل المصادقة على ميثاق أخلاقيات مهنة الصحفيين الجزائريين في 13 أبريل 2000م لم يكن لرجال الإعلام في الجزائري أي وثيقة وأخلاقيات ممارسة مهنتهم وظل مرجعهم في ذلك قانون الإعلام الصادر في 03 أبريل 1990م بظهور نقابة وطنية مستقلة للصحفيين بدأ التفكير في وضع ميثاق لأخلاقيات المهنة يحدد حقوق وواجبات الصحفيين الجزائريين وتجسد ذلك في تنظيم يوم دراسي بقصر الثقافة (مفدي زكرياء) يوم 22 فيفري 1999م كانت تهدف النقابة الوطنية للصحفيين من خلاله إلى تحفيز الصحفيين وتعبئتهم حول ضرورة وضع ميثاق يضبط قواعد السلوك المهني، وفي هذا الإطار قدمت النقابة مشروعا أوليا لميثاق أخلاقيات المهنة وعرض على عدد من الصحفيين والأخصائيين في الاتصال والقانون، وقد أكدت مختلف التدخلات خلال اليوم الدراسي على انه لا يمكن للصحافي أن يلتزم بواجباته المهنية، إلا إذا وجد جوا كافيا لحرية نشاطه كحرية الوصول الى مصدر الخبر وحرية النشر، وهو ما تعين على السلطات ضمانه.¹

كما تطرقت إلى ضرورة وضع إطار يلتزم به الصحفي أثناء ممارسة المهنة وذلك بالقضاء على مظاهر الشتم العلني والتضليل الإعلامي وكذا إمكانية إسقاط مضامين مختلف الموثائق الموجودة في العالم على الصحفيين الجزائريين مع الأخذ بعين الاعتبار الخصوصيات الجزائرية.

1 نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، مرجع سابق، ص209.

وفي نهاية هذا اليوم الدراسي اتفق المشاركون على إرساء معالم الميثاق بمشاركة كل الصحفيين والاعتماد على التجربة الأوروبية في هذا المجال وتكييفها حسب معطيات اجتماعية وسياسية واقتصادية تتعلق بالواقع الجزائري، كما اتفق المنظمون على إنشاء هيئة مراقبة تتمثل في مجلس لأخلاقيات المهنة يعمل على إلزام كل صحفي بالامتثال لقواعد هذا الميثاق.¹

بالإضافة إلى ذلك أبدت النقابة الوطنية للصحفيين حماسا كبيرا لميثاق أخلاقيات الصحافة، وهيأت له مشروعا يضم الجوانب الأخلاقية وقواعد السلوك التي تضبط المهنة الصحافية، ومن اجل المناقشة والمصادقة عليه، نظمت النقابة بتاريخ 13 أفريل 2000م ندوة وطنية حول أخلاقيات المهنة حضرها قرابة 150 صحفي من القطاعين العام والخاص، دامت نحو سبع ساعات دون انقطاع من النقاش، وانتهت بالمصادقة على ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحافية الجزائرية منذ الاستقلال.

وقد تضمن نص مشروع الميثاق 18 مادة متعلقة بالواجبات وسبعة خاصة بالحقوق بالإضافة للمقدمة التي كان أكثر الفقرات تعرضا للانتقاد من طرف الصحفيين الحاضرين بسبب إغفالها الحديث عن المراسلين والصحفيين المبتدئين والمتقاعدين واكتفائها بتعرف الصحفي المحترف، وقد تميزت المناقشة بالتركيز على مواد دون غيرها.

وفي هذا الخصوص قامت لجنة الصياغة التي تم إنشاؤها خلال المناقشات بتعديل مشروع الميثاق على ضوء الانتقادات الموجهة لمسودته، فتم تعديل المقدمة بإضافة فقرة تتحدث عن مهنة الصحفي وتؤكد على التعددية الديمقراطية وحرية التعبير، من غير إهمال للمراسل الصحفي والمتقاعد بغطاء تعريف لكل منهما مع الصحفي المحترف طبعاً.²

أما أهم المواد التي استحوذت على حيز أكبر من النقاش فهي: 03، 07، 11، 12 والتأكيد على ضرورة إضافة مادة في الحقوق تؤكد على إلزامية احترام المنتج الصحفي والوفاء لمضمونه.

¹ جميلة بن زيدون، التنظيم المهني للصحفيين، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2000م.

² مريم أوشايت، الصحفيون يبنون مشروع أخلاقيات المهنة، الشعب 15 أفريل 2000م، ص 5.

رابعاً: المجلس الأعلى للإعلام

تأسيسه: تم إنشاء المجلس الأعلى بمقتضى قانون الإعلام 07/90 مؤرخ في 03 أفريل 1990م الذي حدد مهامه وصلاحياته، حيث جاء في سياق التعددية الناتجة عن التحول الهيكلي الذي مس النظام السياسي في البلاد بعد المصادقة على دستور 23 فيفري 1989م.

و نظرا لهذا التحول الذي انعكس على الساحة الإعلامية التي عرفت تعدد وسائل التعبير ومجالاته، أصبح من الضروري وضع قواعد تنظيمية وأساليب تكفل ممارسة التعبير التعددي وحق المواطن في الإعلام ضمن إطار يتماشى مع القيم الوطنية والمبادئ لديمقراطية التي نص عليها الدستور وبذلك جاءت هيئة المجلس الأعلى للإعلام كأداة تنظيمية مستقلة ومحايدة مهمتها ضبط قطاع حساس سريع التحول بحكم طبيعته.¹

وفي جوان 1990 م كان الإعلان عن عملية تنصيب المجلس، وشرع في التحضير للانتخابات، التي تمت بقصر الثقافة اشرف محمد الصالح دميري، أحسن جاب الله بلقاسم مدير الوكالة الأنباء الجزائرية سابقا (APS)، بحضور ممثلي الصحافيين، حيث كان هناك 1200 مسجل من بين 1500 صحافي محترف ومتعاون، وكان عدد المنتخبين 1000؟ بالمقابل كان هناك 50 مترشحا تقريبا لـ6 مقاعد للمجلس لديهم أكثر من 15 سنة خبرة في الميدان، وجرت الانتخابات بحضور حركات سياسية وشخصيات معروفة إذ تمت في شفافية كبيرة، وكانت أول انتخابات تتم بهذا الشكل الديمقراطي في الجزائر.

ولقد تم انتخاب ثلاثة صحافيين من قطاع الصحافة المكتوبة و3 من قطاع السمعي البصري و6 أعضاء آخرون ثلاثة منهم عينهم رئيس الجمهورية، وثلاثة يعينهم رئيس المجلس الشعبي الوطني رابح بيطاط آنذاك، عينوا بمرسوم رئاسي في 4 جويلية 1990م.

وقم تم تنصيب المجلس الأعلى للإعلام في 25 جويلية 1990م من قبل رئيس الجمهورية الشاذلي بن جديد بتنصيب بمقر رئاسة، بحضور رئيس المجلس الشعبي الوطني (APN).

وخلال مراسيم التنصيب نشر المجلس أول تصريح له قال فيه رئيس المجلس انه يتعين عليه ان يسهر على احترام الوسائل التبليغية للثوابت الحضارية والثقافية العربية الإسلامية احتراما

¹ التقرير السنوي، المجلس الأعلى للإعلام، أوت 1990 ديسمبر 1991م، ابن عكنون، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية الساعة المركزية، ص 4.

يقظا، تلك الثوابت التي تميز الشعب الجزائري مع تعدد قناعاته السياسية وتتنوع آرائه دون إغفال الحدود التي تفرضها في إطار حوار متميز، المحافظة على الوحدة الوطنية وعلى كرامة وطننا ومجده التليد.¹

وبأشر المجلس الأعلى للإعلام أعماله بداية من 04 أوت 1990 م وكانت اجتماعاته الأولى مخصصة لتفكير شامل حول أحكام القانون المتعلق بالإعلام والوسائل التنظيمية الواجب اعتمادها في تنظيم هذا القطاع.

وكانت أول مداولة للمجلس الأعلى للإعلام في 30 ديسمبر 1990م حول نشر بعض الدوريات باللغة الأجنبية (حسب المادة 6 من قانون الإعلام 90) و قد اتبعت المداولة ببيان يذكر الناشرين للعنوانين باللغات الأجنبية بطلب استشارة المجلس الأعلى للإعلام قبل النشر، ثم لم يدم المجلس حتى تم حله سنة 1993م.

¹ تصريحات وبلاغات استجابات ومحاضرات المجلس الأعلى للإعلام، ديسمبر 1991م، وحدة الرغبة الجزائر، طبع المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية 1992م، ص 7، 8.

المبحث الثالث: الأخلاقيات المهنة الاعلامية وقواعدها.

المطلب الاول: أخلاقيات المحرر الصحفي والإعلامي.

إن أخلاقيات المحرر الصحفي والإعلامي هي نفسها أخلاقيات العمل الإعلامي والصحفي وأهمها المصداقية والنزاهة والأمانة، وهذه الأخلاقيات تسري على كل العاملين من المخبر حتى المصحح حتى المحرر ورئيس التحرير والمخرج.

ومن جهة أخرى فهناك احتمالات كثيرة قد تلحق بالمعلومات عند تحريرها إما بقصد سيء أو سهو عابر أو بخطأ مطبوعي قد يكون خطيرا، وإما بسبب مزاج المحرر فإذا كان بليدا فقد تدفعه بلادته إلى عدم ملاحقة الخبر ومتابعته فينشر عن ذلك مجتزئا.

كما أن السرية مطلوبة ولكن الأهم في أخلاقيات المحرر أو أخلاقيات التحرير الذي يقضي بالخضوع والالتزام بقواعد المهنة ومصصلحة المؤسسة إلا إذا كانت المعلومات ضد المصلحة العامة ومصصلحة الوطن، وهذه سلطة تقديرية قد تفاوتت من محرر إلى آخر تبعاً لمفهومها، أي أن المحرر يجب عليه أن يلتزم بالمصلحة العامة، كلا عليه أن لا ينسى أخلاقيات الإعلام والالتزام بقواعد المهنة أولا وأخيرا.

إن جهاز التحرير ككل وخاصة المحرر يجد نفسه مضطرا للتعاطي مع المعلومات التي يقدمها المخبر بأخلاقية ثابتة بحيث لا يستغلها للتهويل والتضخيم والتخويف فيخلق بذلك ذعرا وسط الناس، وهذا التخويف أو التهويل غالبا ما تطلع به الصحف في صدر صفحاتها الأولى عندما تنصدر العناوين المثيرة التي لا تكون على صلة أحيانا بمضمون الخبر.

لابد من إحداث التوازن ما بين الكلمات والوقائع فهو أمر ضروري وهو واجب المحرر بالذات وهو خلق قبل أن يكون ذو قدرة لأن التضخيم أحيانا يغري المحرر ويدغدغ خياله فيندفع إلى عنوان نافر ومخيف قد يساعد على تقديم الصحفية أو القناة إلى الناس لكنه سيطر بمصداقية الوسيلة الإعلامية والناس معا لأنه سيقدم فيما بعد الانطباع السيئ عن وسيلته الإعلامية.¹

¹ بسام عبد الرحمان المشاقبة، أخلاقيات العمل الاعلامي، (ط:1، الاردن عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012م)، ص169.

إن المحررين مدعون كالمخبرين لانضباط أخلاقي رغم أن الأخلاق الإعلامية تبدو ضرورية للمخبر من صلات، لكن التزام المحرر بالأخلاقيات الإعلامية أساسية فهو بين يديه وسيلة للنشر ويستطيع التوجه بها إعلامياً توجهاً جيداً أو سيئاً أو مأموراً ولا نلغي هنا بالطبع دور صاحب المؤسسة الذي لديه نهاية المطاف في ذلك الالتزام بالأخلاق الإعلامية ويترك بعد ذلك للمحرر أو لرئيس التحرير الرفض أو القبول¹.

المطلب الثاني: أخلاقيات المصور.

يرد في إطار أخلاقيات جهاز التحرير المصور الصحفي سواء أكان مصوراً فوتوغرافياً أو سينمائياً أو فيديو، فالمصور الصحفي يقع في نقطة مشتركة ما بين المخبر والمحرر فهو من خلال الصورة التي التقطها يتحول إلى مخبر ومحرر في آن واحد لأن الصورة تحكي الحدث لوحدها، وعلى المحرر أن يبرز هذه الصورة أو لا يبرزها، كما أن قدرة التصوير هي في هيئته وقدرته على سرقة الصور سراً، وإمكانية التقاط أكثر من صورة، وبشكل سريع جداً وبأي وضع يتوفر، كل ذلك يجعل من التصوير الفوتوغرافي خاصة سلاح تهديد وانعطاف في العمل الإعلامي، كما يمكن الاستفادة من إمكانية توظيف المصور الصحفي بقدراته تلك في حقل تصوير الوثائق واللقطات المشبوهة، كل ذلك يجعل من المصور أن يلتزم بأخلاقيات إعلامية محددة من منطلق أنه ليس مصور فقط بل هو مصور صحفي، الأمر الذي يمكنه من دخول كافة المجتمعات وحضور كافة المناسبات والتحرك بأجهزته أينما يشاء وتكفي كبسة زر صغيرة ليلتقط صورة لما يرى أياً كان يراه، ولذلك على المصور الصحفي الالتزام بالأخلاقيات الإعلامية التي يلتزم بها المصور والمحرر معاً والمتمثلة فيما يلي²:

1- عدم التقاط صورة ما لأي شخص دون موافقته وهو ما لا يحدث عادة.

2- على المصور أن يتقصد سرقة اللقطات المؤذية وإن كان من حقه سرقة اللقطات غير المستوعبة من جانب الشخص موضوع الصورة بمعنى غير مطلوب المصور الصحفي أن يجلس الشخص الذي يريد تصويره أو الأشخاص على كرسي ويقول لهم " أريد أن أصوركم تماماً "، كما يحدث في الاستديو لا بل مطلوب أن يصور الأشخاص وهم في حديث ما في حركة عفوية.

¹ نبيان، الصحافة اليومية والإعلام، (د ط، لا م، لا ن، د ت)، ص 385، 387.

² المرجع نفسه، ص 387، 411.

3- أن ما يهيم المصور الصحفي هو الأشخاص في حالة موضوعية معينة تكون إذا نقلت إلى القارئ أو المشاهد مفيدة أو مريحة لا تضر بصاحب الصورة ولا بمشاهد الصورة. إن المطلوب من المصور الالتزام بالموضوعية الإعلامية التي تقضي بعدم تسخير الصور للتشهير والابتزاز وفضح الأعراض وتهديد المؤسسات الاجتماعية والأمثلة كثيرة على خطورة دور المصور الصحفي إذا لم يكن ملتزماً بالخلق الإعلامي فمثلاً فقد تحول مصورون إلى جواسيس ومصورون تحولوا إلى عاملين في الصحف الصفراء التي تهدف إلى الابتزاز وإثارة الفضائح ومصورون تحولوا إلى مصوري عري ودعارة.

المطلب الثالث: أخلاقيات موظفي العلاقات العامة.

يلعب رجل العلاقات العامة دوراً مهماً وخطراً في نفس الوقت لأنه على صلة وارتباط مع الأوساط والمؤسسات فمن واجبه وحقه وطبيعته عمله إقامة علاقات تساعد على توفير الفائدة للمؤسسة الإعلامية، لكننا نشير إلى أن موظف العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية هو مشروع انحراف خلقي دائم إذا لم يكن يخضع نفسه أو تخضع المؤسسة لضوابط أخلاقية فعمله المغري والسهل غالباً يكمل حياته اليومية إذا ما استعملها بالشكل الصحيح والأخلاقي سيكسب رضا ومصداقية الآخرين، وكل ذلك سيزيد من مدى رضا الآخرين على المؤسسة.

وبالعكس فحينما يتم شراء موظف العلاقات العامة فالمؤسسة الإعلامية سوف تصل إلى حالة من الفوضى والاضطراب وستتهار أخلاقياً لأنه سعى للبادرة وحول نفسه من موظف محترم إلى عميل وخادم للآخرين على حساب مؤسسته، ولذلك فإن موظف العلاقات العامة مطالب بالالتزام بضوابط أخلاقية محددة تحول دون انزلاقه من دائرة عمله الإعلاني الدعائي إلى أعمال لا علاقة لها بعمله ذلك.

ومن هنا فعلى موظف العلاقات أن يكون حذراً من الإنزلاقات بسبب مغريات الوسط الذي يعمل به، فالمال والجاه والصدقات والسفر إلى خارج حدود الوطن، وهناك إمكانية الكسب غير المزدوج له وللمؤسسة، وما عليه إلا أن يوازن ما بين الالتزام بأخلاق عمله وبين عدم الالتزام بها، حينما تفقد الموازنة عذريتها سيسقط هو وتسقط مؤسسته، وخاصة إذا كان دور هذا الموظف في الصف الأول من المؤسسة.

المطلب الرابع: أخلاقيات التعامل مع الانترنت.

ازدادت الحاجة إلى أخلاقيات الإعلام وعلى رأسها التحولات التي جرت وخاصة مع بروز ظاهرة الإعلام الجديد وعلى رأسها الإعلام الإلكتروني والصحافة الإلكترونية، وهذا الإعلام يفتقد حاليا إلى قدر كبير من العقلانية والوسطية والضوابط الأخلاقية ومما لا شك فيه أن الإعلام الذي تعوزه الضوابط الأخلاقية بشكل خطرا فعليا على المجتمع كما أنه يفوض الثقة في هذه المهنة.¹

وعلى رأس أخلاقيات الإعلام أخلاقيات الانترنت والأخلاقيات هي حقل معينة بمنظومة القيم والأخلاقيات بشكل عام معينة بسلوكيات الإنسان سواء الايجابية أو السلبية ولذلك فإن المعايير والقواعد التي تبني عليها الأحكام هي مجموعة الأخلاقيات المنتقاة كما يقول الدكتور " إدوارد جهرينجر " المتخصص في علم أخلاقيات المعلومات الذي اعتبر أن القيم المقصودة بذلك هي القيم المطلوبة للشخص المتصفح أو هي تلك القيم والمفاهيم المتعلقة بالمستخدم وليست متعلقة بتقنية شبكة الإنترنت وأما المشاكل المتواجدة فهي قابلة للزيادة ومع ذلك فكل تقنية فيها جوانب سلبية.

¹ محمد حجاب، الموضوعية والإعلام، (د ط، لام، دار الفجر، 2010م)، ص 46.

الفصل الثاني

الرؤية الإسلامية للإعلام وأخلاقياته

المبحث الأول أخلاقيات المهنة وقواعد الاعلام الاسلامي.

المطلب الاول: تعريف الإعلام الإسلامي.

المطلب الثاني: الإعلام الديني الرسمي.

المطلب الثالث: فلسفة الإعلام الإسلامي.

المطلب الرابع: المقومات الأخلاقية للإعلاميين.

المبحث الثاني: القيم الاعلامية الاسلامية ومواثيق الشرف الاسلامية.

المطلب الاول: الإعلام الإسلامي بين الضوابط والقيم.

المطلب الثاني: المواثيق الإسلامية.

المطلب الثالث: نموذج لأخلاقيات الإعلام من منظور إسلامي.

المبحث الأول: الأخلاقيات المهنية وقواعد الإعلام الإسلامي

المطلب الأول: تعريف الإعلام الإسلامي

ثمة تعريفات متعددة للإعلام الإسلامي ترى فيه بأنه: "الوجه الحضاري المعبر تعبيراً موضوعياً عن روح الإسلام وعقيدته ومبادئه وقيمه ونظمه، وذلك عن طريق بثّ رسائل إعلامية".

فهو ملتزم بروح الإسلام وبمنهجه القويم، كما أن روح الدين الإسلامي كامنة في كليته وجزئياته، وهو يجسد كافة منطلقاته، ويسير وفقها في كافة ممارسته وأنشطته الإعلامية المختلفة، استناداً لقوله تعالى: ﴿قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾ لَا

شَرِيكَ لَهُ ۗ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ ﴿١٦٣﴾ [الأنعام: 162-163]

وقد أُيد هذا التعريف الباحث (منير حجاب)، فالإعلام الإسلامي هو: (الإعلام الذي يعكس الروح والمبادئ والقيم الإسلامية لكل ما يتناوله من معلومات وحقائق وأخبار متعلقة بمختلف مناحي الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية والأخلاقية ويستخدم كافة وسائل الإعلام المتاحة وكافة الجهود الفنيّة والعلمية، وذلك بغرض تكوين رأي عام إسلامي صائب يعي حقائق الإسلام ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته)¹.

وقد أخذ الإعلام الإسلامي نفس التعريف عند كثير من الدارسين والباحثين الإعلاميين الإسلاميين، وذلك بالنظر إلى محتواه وممارساته وأهدافه، فهو: (ممارسة العمل الإعلامي وفق مبادئ وقيم ومعطيات وفلسفة وسياسة الإسلام)²، كما أنه هو: (اللسان الناطق الذي يُبين للبشرية مبادئ هذا الدين الحنيف بشرط شرعية الوسيلة والمضمون)³.

وهو ما ذهب إليه مؤتمر الإعلام الإسلامي، الذي عدّه بأنه: (وهو إيصال صوت الحق، وإيصال رسالة الإسلام إلى القلوب بكل وسيلة مشروعة وشريفة سواء كانت قولية أو عملية، وهو إعلام يخاطب القلوب والعقول بالحكمة والموعظة الحسنة)⁴.

¹ إبراهيم إمام، الإعلام الإسلامي، مجلة الدعوة، العدد 1079، جمادى الثانية 1407هـ/ فيفري 1987م، ص 14، 15.

² عبد الرزاق العصماني، الإعلام الإسلامي، مجلة الدعوة، العدد 1079، جمادى الثانية 1407هـ/ فيفري 1987م، ص 16.

³ أحمد خليل، الإعلام الإسلامي، مؤتمر الفكر الإسلامي السابع حول الإعلام الإسلامي، طهران، مجلة العالم، العدد

260، جمادى الأولى 1409هـ/ فيفري 1989م، ص 31.

⁴ أشغال مؤتمر الفكر الإسلامي السابع حول الإعلام الإسلامي، مجلة العالم، العدد 261، رجب 1409هـ، ص 30.

ويتوسع في مفهوم الإعلام الإسلامي بحيث يرى أن الدعوة الإسلامية، قد شملت الجانب التبشيري بالعقيدة، والدعوة تكاد توازي مفهوم الإعلام، لأن الدعوة هي الإعلام بالإسلام، والتعريف به¹.

والملاحظ من هذه التعاريف أنها قد استرسلت في سرد الجانب الدعوي والتبشيري للإسلام، ولم تؤصل لمصطلح الإعلام الإسلامي كعلم وكفنّ وكنشاط اجتماعي معقد ومتشابك، تشترك فيه جملة من الفاعليات والآليات النفسية، والاجتماعية، والثقافية والمادية والمعنوية، بالإضافة إلى الطروحات الفكرية، والتقنية الاتصالية، والسبب يعود لكون هؤلاء الدارسين من الدعاة وشيوخ الإسلام أكثر منهم باحثين إعلاميين واتصاليين.

ولعل من الباحثين الذين جسدوا لمفهوم الإعلام الإسلامي مصطلحا تأصيلا دقيقا الباحث(مرعي مذكور)، الذي يرى أن الإعلام الإسلامي هو: (تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعدهم على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع، أو في مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتها وميولها)².

وبهذا التعريف يحاول الباحث أن يؤصل مفهوماً دقيقاً لمصطلح الإعلام الإسلامي، يعتمد أساساً على المعارف الإعلامية والحقائق الاتصالية من جهة، وعلى فلسفة الإسلام من جهة أخرى، معتبراً أن الإعلام الإسلامي في ظل التطور التكنولوجي المذهل يستمد منطلقاته من مصادر هامة وأساسية، لا تتغير مهما تغيرت وسائل الإعلام الحديثة، أو تغيرت النظرة إليها؛ وهذه المصادر الأساسية هي القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة³.

غير أننا نستحسن التعريف الذي ذهب إليه الباحث (علي قريشي) حينما عرف الإعلام الإسلامي بقوله: ((هو ذلك النشاط الاتصالي الذي يمارسه الإعلاميون والإسلاميون في مرحلتها التغيير والبناء، لنقل وطرح القضايا السياسية أو الثقافية أو الاجتماعية أو

¹ محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في ضوء الإسلام، (ط:2، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1986م)، ص95

² مرعي مذكور، الإعلام الإسلامي الطباعي في البلاد غير الإسلامية، (د ط، القاهرة، دار المعارف، 1987م)، ص95.

³ المرجع نفسه، ص97.

الحضارية، عبر رموز مشروعة لغوية أو مرئية أو مسموعة أو غيرها، عن طريق مختلف الوسائل الاتصالية لإحداث الاستجابة التي تتناسب وأهداف الرسالة الإعلامية الإسلامية¹. وقد أضيف هذا التعريف على النشاط الاتصالي الهندسي، وعلى مضمون ومحتوى العملية الإعلامية الصبغة الإسلامية المشروعة، وكان . بحق . أدق التعاريف للإعلام الإسلامي المتفتح على كل الرؤى الحضارية، والذي يرى صلاح الوسيلة والعملية الإعلامية والاتصالية بمدى ارتباطها بتعاليم الإسلام.

ومن استقراء التعاريف السالفة الذكر نبين خصائص ومميزات الإعلام الإسلامي وهي:

- 1- أن الإعلام الإسلامي نشاط وممارسة، وعملية اتصالية وإعلامية في آن واحد.
- 2- أنه يحمل وجهة النظر الإسلامية وتصوره للكون وللحياة للطبيعة وللنظام والإنسان.
- 3- أنه علم اتصالي تتوافر فيه شروط وظروف وأركان العملية الإعلامية والاتصالية المكونة من: (مصدر، مرسل، رموز، مضمون، وسيلة، مستقبل، أداة فك الرموز، تأثير وتأثر واستجابة وردة فعل).
- 4- الإعلام الإسلامي علم ونشاط اتصالي، يقوم به المتخصصون الإسلاميون تقانة وفكرا واتصالا.
- 5- جميع رموزه شرعية، مكتوبة كانت أم مسموعة أم مرئية.
- 6- يحاول التأثير في الجمهور المستقبل تأثيرا مشروعا، يتناسب مع كرامة الإنسان وقدراته العقلية، وقيمه الروحية لتوجيه أنظاره إلى حقائق الكون.
- 7- مجالاته متعددة وواسعة، تحدد منطلقاتها وأسسها وممارستها وأهدافها وآفاقها المصادر الأساسية للدين الإسلامي، بدءا من القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة وتجارب السلف الصالح من الأمة.
- 8- وسائله مشروعة كرموزه، وذلك بما يتفق مع مبادئه وأسسها الإسلامية².
- 9- يهيئ المجتمع في فترة التغيير، وهو متميز عن الإعلام الديني الرسمي في المجتمعات الإسلامية التي لا تعتمد في حياتها تحكيم وتوجيه الإسلام.

¹ علي حسن علي قريشي، محاضرات في الإعلام مرقونة لطلبة الدراسات العليا بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 1407هـ/1408هـ، ص20.

² أحمد عيسوي، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، (ط:1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2014م)، ص 99.

- 10- هو جزء من الإطار العام للدين الإسلامي في المجتمع المسلم، وغير المسلم.
- 11- يقوم على تخطيط مدروس، ويعمل وفق البرامج العلمية الدقيقة، ولاسيما فيما له علاقة بالأسلمة.
- 12- جزء من الإطار العام للحضارة الإسلامية والإنسانية الراشدة، وهو متفتح على التجارب الإعلامية والاتصالية العالمية الحيّة والناضجة، ويسعى للتفاعل معها وفق حدوده وقيمه ومبادئه الربانية الصافية.
- 13- إعلام تقوم عليه أجهزة وهيئات إعلامية منظمة.
- 14- إعلام جماهيري وإنساني محلي وعالمي معا، يعنى بشؤون المسلمين وغير المسلمين في العالم.
- 15- القائم بالعمل الإعلامي و الإتصالي فيه سواء في الوجه الإتصالي الهندسي أو الفكري يعكس بصدق فلسفة ورؤية الإسلام الشاملة، كما أنه يؤمن إيمانا مطلقا بعدالة قضيته، وصدق وربانيّة تعاليمه.
- ومن حصيلة هذه الخصائص والمميزات للإعلام الإسلامي يمكننا استخلاص النتائج التالية حول تحديد وضبط مصطلح الإعلام الإسلامي وهي:
- 1- أنه نشاط إعلامي يحمل وجهة النظر الإسلامية للكون وللطبيعة وللحياة والإنسان يضطلع به كل الإعلاميين الإسلاميين المتخصصين.
- 2- وسائله ورموزه مشروعة، بحيث يؤثر على المستقبل تأثيرا إيجابيا ومشروعا، وذلك بما ينفق وقيم ومبادئ الإسلام، سواء في فترة التغيير، أو البناء، لأنه جزء من الإطار العام للحضارة الإسلامية.
- 3- هو علم ونشاط اتصالي مدروس، يقوم على تخطيط وبرمجة علمية ومتفتح على التجارب العالمية الناضجة والراشدة، ويسعى للتفاعل معها، ويتلقى معها في كل الإيجابيات التي تتفق وأسسها ومبادئه، والإعلامي والفني والتقني، في مؤسساته ومنظماته يعكس مبادئ الإسلام وقيمه العلا في إطار معادلة الأصالة والمعاصرة¹.

¹ عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، (د ط، بيروت، عالم الكتب، 1406هـ/1986م)، ص29.

وقدوته رسول الله ﷺ لأنه: (هو الإعلامي الأول في الإسلام، وكان خلقه القرآن والإعلام الإسلامي واضح في رسالته وبالمنهج الواضح المشرق يدعو الناس كلهم والصديق والعدو ليكون الناس جميعا على بيّنة من ربهم...)¹

كل هذا وذاك يؤهل الإعلام الإسلامي ليتبوء المكانة العالمية العالية في طروحاته المعاصرة، ورآه المستقبلية، وفي كل ممارساته الاتصالية لالتزاماته بتعاليم الله سبحانه وتعالى، التي تميّزه عن الإعلام الديني الرسمي الذي تضطلع به الأجهزة والمؤسسات الإعلامية العربية والإسلامية الرسمية.

المطلب الثاني: الإعلام الديني :

إن فهم الإعلام الديني الرسمي الحالي لدينا ينطلق أساسا من فهمنا العميق والسليم للإسلام وللمجتمع الإسلامي، لأن المجتمع الإسلامي الذي يطبق الإسلام تطبيقا كليا وعمليا في مختلف جوانب حياته: السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية، وغيرها. يكون الإعلام فيه إعلاما إسلاميا بحثا يعكس رؤية الإسلام الشمولية للكون وللطبيعة وللحياة وللنظام والإنسان حتى في أدق الأمور.

وهذا الإعلام غير موجود واقعا بهذا الشكل في العالمين العربي والإسلامي، لعدم وجود مجتمعات ودول إسلامية تطبق الإسلام كله وتتخذ منهجا لحياتها، اللهم إلا بعض التجارب الجزئية للإسلام في بعض الدول العربية والإسلامية، وعليه فإن الإعلام الإسلامي مشروع نظري مستقبلي منتظر*.

أما المجتمعات العربية والإسلامية الحالية والتي لا تطبق إلا القليل من الشريعة الإسلامية تعرف ما يسمى بالإعلام الديني الذي تحصره في الحصص والبرامج والمجالات الإعلامية الدينية التالية:

1- نقل خطب الجمعة والعيدين وعاشوراء، والمولد النبوي والاحتفالات الدينية والمناسبات الرسمية.

2- الصفحات الدينية في بعض الجرائد والمجلات والدوريات وأبوابها الدينية الثابتة.

¹ محمد الغزالي، مع الله "دراسة في الدعوة والدعاة"، (ط:4، بيروت، دار الكتب الحديثة، 1396هـ/1976م) ص 18.
* تعرف بعض دول الخليج العربي صحوة إعلامية، حدا بها إلى فتح قنوات فضائية إسلامية كقناة (اقرأ) السعودية الإسلامية وغيرها كماليزيا وسلطنة بروناي، وصار الإعلام الديني والإسلامي الفضائي يملأ العالم كله اليوم.

- 3- الدوريات الإسلامية المتخصصة.
 - 4- الكتب والمنشورات الدينية.
 - 5- البرامج والحصص الدينية في الراديو والتلفزيون.
 - 6- إذاعات القرآن الكريم.
 - 7- المواد الإعلامية المختلفة التي تعكس صورة الثقافة الإسلامية كالمسلسلات والحصص.
 - 8- الإذاعات الحيّة والمباشرة للمناسبات الدينية.
 - 9- المواد الإعلامية لشهر رمضان ولالأعياد والمواسم وغيرها، وقرآن الافتتاح والاختتام في الراديو والتلفزيون.
 - 10- الأفلام الروائية مثل الرسالة والقادسية وعمر المختار وبوعمامة والأفلام ذات الطابع التسجيلي والتوثيقي عن الآثار الإسلامية ومناسك الحج¹.
- وعليه فإن الفرق جوهري بين الإعلام الإسلامي والإعلام الديني الرسمي الحالي، منطلقاً وممارسة وهدفاً، وسيوضح لنا ذلك من خلال عرضنا لفلسفة الإعلام الإسلامي.

المطلب الثالث: فلسفة الإعلام الإسلامي² :

لم يكن اختلاف الناس في الرأي، وكذلك اختلافهم في تطبيقه إلا وليد الاختلاف في تحديد مفاهيم الأشياء، ومدلول الكلمات والمصطلحات، ولم يكن قيام ونشأة المذاهب الفلسفية أو الدينية أو السياسية ولم تكن التبعية لها، والجمود عليها إلا نتيجة الاختلاف في الرأي وفي تطبيقه³. وانطلاقاً من مسألة الاختلاف في التوجيهات العقدية والفلسفية والفكرية والثقافية بين الأمم والشعوب نطرح مسألة الحياد الإعلامي، أو ما يسمى في الدراسات الحديثة بالموضوعية العلمية المطلقة والمجردة، والتي لا يمكن رؤيتها البتة في المجال الإعلامي، لأن الإعلام يتصل بالضرورة بالنظام العام، وبالإطار العام لعالم القيم والأفكار والمعتقدات لأي أمة من الأمم، فهو ينبثق أساساً من قيم وأفكار وعقيدة ذلك المجتمع⁴.

¹ محمد سيد محمد، الإعلام الإسلامي والتحدي الحضاري المعاصر، مجلة الأمة، العدد 58، السنة الخامسة، شوال 1405هـ/1985م، ص 78، 79.

² أحمد عيسوي، مدخل إلى الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص 102.

³ محمد البهي، الإسلام في الواقع الإيديولوجي المعاصر، (د ط، بيروت، دار الكتب الحديثة، 1970م)، ص 9.

⁴ إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، (د ط، دار الفكر العربي، بيروت، 1405هـ/1985م)، ص 16.

ضف إلى ذلك كون أي نظام إعلامي لا بد له من أن يخضع لمجموعة من الأسس والمنطلقات العقديّة والفكرية والحضارية، ومن خلال هذه المنطلقات العامة -التي يمكن أن نصلح على تسميتها بالإطار الفلسفي أو الإيديولوجي- يتحرك النظام الإعلامي بمختلف نشاطاته ووسائله ليحقق غايات معينة وأهدافاً محددة¹.

وبما أن الإسلام له نظرتُه وتصوراتُه المتميزة للكون وللطبيعة وللحياة وللنظام وللإنسان وللعلاقات، فلا بد له من أن يشكل للإعلام الإسلامي الإطار الفلسفي والفكري والثقافي والديني الذي يوجهه ويتحكم في مساره منطلقاً ووسيلة وممارسة وغاية عملاً بقوله تعالى: ﴿قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٣﴾ لَا شَرِيكَ لَهُ ۗ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ﴾ [سورة الأنعام، 162، 163].

وبما أن الإعلام فرع من فروع العلوم الاجتماعية والإنسانية، وهو يتلون - دون شك - بالفلسفات والأفكار والقيم التي ينشأ بينها، ومن ثمة يمكننا أن نطلق وصف الغربي على الإعلام الغربي، ووصف الإعلام الإسلامي على الإعلام الذي يستند إلى قيم ومبادئ الإسلام، إن لم يكن هذا الوصف ضرورة شرعية ضماناً لاحتماية التمايز الفطري عن الوثنيات الأخرى مصداقاً لقوله تعالى: ﴿وَجَاهِدُوا فِي اللَّهِ حَقَّ جِهَادِهِ ۗ هُوَ اجْتَبَاكُمْ وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ ۗ مِلَّةَ أَبِيكُمْ إِبْرَاهِيمَ ۗ هُوَ سَمَّاكُمُ الْمُسْلِمِينَ مِنْ قَبْلُ وَفِي هَذَا لِيَكُونَ الرَّسُولُ شَهِيدًا عَلَيْكُمْ وَتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ فَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَاعْتَصِمُوا بِاللَّهِ هُوَ مَوْلَاكُمْ فَنِعْمَ الْمَوْلَىٰ وَنِعْمَ النَّصِيرُ﴾ [الحج: 78].

فلسفة الإعلام الإسلامي هي -إذن- إطار فكري وثقافي وعقدي شامل، يحدد طبيعة النشاط الإعلامي والممارسات الاتصالية في المجتمع المسلم من حيث الأسس والمنطلقات والمضامين والغايات والوسائل ويحدد تركيبية النظام الإعلامي وأجهزته ومؤسساته في المجتمع الإسلامي والإنساني عموماً.

ولقد رسم القرآن الكريم معالم الإعلام الإسلامي الصالح المستمد من دستوره الجامع في الدعوة والبيان والبلاغ والإرشاد، فقد ورد في القرآن الكريم نحو (1700) آية في الإعلام في

¹ عبد القادر طاش، الإعلام الإسلامي وفلسفته المميزة، مجلة المجتمع، العدد 800، السنة 17، جمادى أولى 1407هـ، ص 26.

مادة (ق.و.ل)، وذلك إدراكا وتنبیها لخطورة الإعلام والدعوة، وضرب في ذلك الأمثال العديدة للإعلام الصالح والمفسد والفاقد معاً¹، حين أخبر المولى تبارك وتعالى بقوله: ﴿أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ ﴿٢٤﴾ تُوِّقَ أَكْلَهَا كُلِّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ﴾ [إبراهيم: 24، 25]

المطلب الرابع: المقومات الأخلاقية للإعلاميين :

إن من أهم المقومات الشخصية الخلقية للإعلامي والتي تعد أصولاً وأعمدة يرتكز عليها الإعلامي الإسلامي ليتكامل عمله ولتصبح رسالته مؤثرة ما يأتي:²

1- الإخلاص:

يعد الإخلاص الأصل الأول لكل الأعمال وهي لا تقبل عند الله إلا بإخلاص النية فيها قال تعالى: ﴿وَمَا أُمُورٌ إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ﴾ [البينة: 5]

ويقول ﷺ: إنما الاعمال بالنيات ولكل امرئ ما نوى³، وقال رسول الله ﷺ: إن الله لا يقبل من العمل إلا ما كان له خالصاً، وابتغى به وجهه⁴. ومنه نحدد أن الإعلامي إن كان ما يقوم به من عمل إعلامي لتكون كلمة الله هي العليا فهو يعمل لله وفي سبيل نصرته دينه، وإلا فإنه يرئى بعمله، والإخلاص يستلزم أموراً منها:

¹ عز الدين بليق، موازين الإعلام في القرآن الكريم، (د ط، بيروت، دار الفتح للطباعة والنشر، 1403هـ، 1983م)، ص 7،6.

² سننعمد في تقرير هذه الأصول على مصادر عدة، أبرزها: رياض الصالحين للإمام النووي، ودستور الأخلاق في القرآن لدراز، وأخلاق المسلم لمحمد الزحيلي، والأخلاق الإسلامية لحبنة، وفلسفة التربية لعمر الشيباني.

³ رواه مسلم، انظر الحديث الأول في صحيح البخاري ومسلم في الإمارة باب قوله ﷺ (انما الاعمال بالنيات) انظر مسلم بشرح النووي، ج13، ص 53، ورواه البخاري في الإيمان، باب حب رسول الله ﷺ، من الإيمان ومسلم، باب وجوب محبته، أنظر الفتح ج1، ص 75، ومسلم بشرح النووي، ج12، ص 15.

⁴ وفي ذلك أحاديث كثيرة منها، حديث أبي أمامة ؓ قال: جاء رجل إلى النبي ﷺ فقال: رأيت رجلاً غزا يلتمس الأجر والذكر ماله؟ فقال ﷺ: " لا شيء له"، فأعادها ثلاث مرات يقول له، رسول الله: " لا شيء له"، ثم قال: " إن الله لا يقبل من العمل إلا ما كان خالصاً وابتغى به وجهه" رواه النسائي في الجهاد (25/6)، باب الشفاعة، ج1، ص 206.

استشعار مراقبة الله، يقول الله تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ لَا يَخْفَىٰ عَلَيْهِ شَيْءٌ فِي الْأَرْضِ وَلَا فِي السَّمَاءِ﴾ [آل عمران: 5]

تقوى الله تعالى في السر والعلن، يقول الله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا﴾ [الاحزاب: 70]، وسئل رسول الله ﷺ، من أكرم الناس؟ قال اتقاهم.¹

حسن التوكل عليه سبحانه، قال تعالى: ﴿وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَلِغُ أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا﴾ [الطلاق: 3]، ويقول الرسول ﷺ: لو توكلتم على الله حق التوكل لرزقكم كما يرزق الطير تغدو خماسا (خاوية البطن) وتروح بطانا.²

الخوف منه سبحانه ورجاء ما عنده: قال تعالى: ﴿إِنَّمَا ذَلِكُمُ الشَّيْطَانُ يُخَوِّفُ أَوْلِيَاءَهُ فَلَا تَخَافُوهُمْ وَخَافُوا اللَّهَ إِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ﴾ [آل عمران: 175]، وروي عنه ﷺ: من خاف الله خاف منه كل شيء.³

الحذر من الرياء: قال تعالى: ﴿إِنَّ الْمُنَافِقِينَ يُخَادِعُونَ اللَّهَ وَهُوَ خَادِعُهُمْ وَإِذَا قَامُوا إِلَى الصَّلَاةِ قَامُوا كُسَالَىٰ يُرَاءُونَ النَّاسَ وَلَا يَذْكُرُونَ اللَّهَ إِلَّا قَلِيلًا﴾ [النساء: 142]

والإخلاص التزام ديني: إن الإخلاص يدفع المسلم إلى الالتزام بأداء العبادات ولاسيما الفرائض وهذه لها تأثير فاعل في تقويم السلوك وتنمية الجانب الأخلاقي في الشخصية الإسلامية، فكل عبادة لها أثر:

فالصلاة يقول الله تعالى: ﴿أَتْلُ مَا أُوحِيَ إِلَيْكَ مِنَ الْكِتَابِ وَأَقِمِ الصَّلَاةَ ۖ إِنَّ الصَّلَاةَ تَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَلَذِكْرُ اللَّهِ أَكْبَرُ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ مَا تَصْنَعُونَ﴾ [العنكبوت: 45] ويقول ﷺ: رأيت لو أن بباب أحدكم نهرا يغتسل منه كل يوم خمس مرات أبقى من درنه

¹ رواه البخاري في كتاب أحاديث الأنبياء (6/551)، رقم الحديث (3374) ومسلم في كتاب البر والصلوة (16/152)، رقم الحديث 2638، وهذا لفظ البخاري ج 219، ص 78.

² أخرجه الترمذي في (الزهد، باب ما جاء في التوكل على الله (495/4)، (2344)، ج 4، ص 318 (2344) حسن صحيح.

³ عن الفضل بن عياض عن شيء، الحادي عشر من شعب الإيمان وهو باب في الخوف من الله تعالى، رواه البيهقي في شعب الإيمان (7241). إسناد مجهول.

(وسخه) شيء ؟ قالوا: لا يبقى من درنه شيء، قال: فذلك مثل الصلوات الخمس يمحو الله بهن الخطايا ¹.

والصوم يقول الله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُتِبَ عَلَيْكُمُ الصِّيَامُ كَمَا كُتِبَ عَلَى الَّذِينَ مِن قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ﴾ [البقرة: 183]

والزكاة: يقول الله تعالى: ﴿خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ﴾ [التوبة: 103]

والحج: يقول الله تعالى: ﴿الْحُجُّ أَشْهُرٌ مَّعْلُومَاتٌ فَمَن فَرَضَ فِيهِنَّ الْحُجَّ فَلَا رَفَثَ وَلَا فُسُوقَ وَلَا جِدَالَ فِي الْحُجِّ وَمَا تَفَعَّلُوا مِنْ خَيْرٍ يَعْلَمُهُ اللَّهُ وَتَزَوَّدُوا فَإِنَّ خَيْرَ الزَّادِ التَّقْوَىٰ وَاتَّقُونِ يَا أُولِيَ الْأَلْبَابِ﴾ [البقرة: 197]

أن يكون ملتزماً بالفرائض والواجبات، مبتعداً على المندوبات، والأمر بالمعروف وغيرها من شعائر الإسلام.

التجرد: وهو أن ينزه نفسه ومكانته الإعلامية من جعلها سلماً يتوصل بها إلى الأغراض الدنيوية من مال أو جاه أو سمعة، قال تعالى: ﴿أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَىٰ اللَّهُ فِيمُهَدَاهُمْ اِقْتَدَةٌ قُلْ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِن هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِلْعَالَمِينَ﴾ [الأنعام: 90]

2- حب الحق والتزام الصدق:

يعد حب الحق وإيثاره من الأصول الخلقية والأعمدة السلوكية، ولذا نجد الشريعة الإسلامية تؤكد على أتباعها حب الحق وحذرتهم من جحوده ولاسيما الإيمان بأن الله حق وأن الرسول حق، ، يقول الله تعالى: ﴿لَقَدْ جِئْتَكُمْ بِالْحَقِّ وَلَكِنَّ أَكْثَرَهُمُ لِلْحَقِّ كَرِهُونَ﴾ [الزخرف: 78]:

التزام الصدق:

الصدق هو قول الحق أو مطابقة القول للاعتقاد وللواقع والحقيقة .

وقد أنزل الإسلام الصدق منزلة عظيمة حتى عده سبيلاً لكل خير وبر وطمانينة، وقال تعالى: ﴿إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَاذِبُ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِعَايَتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ﴾

¹ رواه الشيخان ، رواه البخاري في مواقيت الصلاة ، باب 6 ، ومسلم في المساجد ومواضع الصلاة حديث 283 ، ج 1 ،

[النحل: 105]، يقول النبي ﷺ: عليكم بالصدق فإن الصدق يهدي إلى البر، والبر يهدي إلى الجنة، ولا يزال الرجل يصدق ويتحرى الصدق حتى يكتب عند الله صديقاً.¹

التحذير من كتمان الحق وشهادة الزور:

أغلب الحقوق تضيع بسببهما، والباطل والفساد ينتشران بشيوعهما، هذا في العموم، أما في الدين فإنهما من أكبر الكبائر، يقول الله تعالى: ﴿ذَلِكَ وَمَنْ يُعْظَمْ حُرْمَتِ اللَّهِ فَهُوَ خَيْرٌ لَهُ عِنْدَ رَبِّهِ وَأُحِلَّتْ لَكُمْ الْاَنْعَامُ اِلَّا مَا يَتَلٰى عَلَيْكُمْ فَاجْتَنِبُوا الرِّجْسَ مِنَ الْاَوْثَانِ وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّوْرِ﴾ [الحج: 30-31]، ويقول ﷺ: ألا أنبئكم بأكبر الكبائر، وثلاثاً، الإشراك بالله وعقوق الوالدين، وشهادة الزور، أو قول الزور، وكان متكئاً فجلس، فما زال يكررها حتى قلنا: ليته يسكت.²

3- الأمانة:

الأمانة أصل معتبر من أصول الأخلاق والسلوك، ثابت في النفس يعف به الإنسان عما ليس له به حق، وإن تهيأت الظروف لأخذه، ويجتهد به أن يؤدي ما عليه أو لديه من حق للآخرين، وأن يحافظ على ما استؤمن عليه من حقوق الآخرين، ولا يفرط بها أو يتهاون بشأنها.

مما تقدم أنفا نجد أن الأمانة يتعدى أثرها إلى الآخرين، ومن هنا يتعاضم أمرها، ويشتد خطر التهاون بها، يقول الله تعالى: ﴿إِنَّا عَرَضْنَا الْاَمَانَةَ عَلَى السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ اَنْ يَّحْمِلْنَهَا وَاَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْاِنْسَانُ اِنَّهٗ كَانَ ظَلُوْمًا جَهُوْلًا﴾ [الأحزاب: 72] والمؤسسة الإعلامية الناجحة والموفقة هي التي بعد توفيق الله يكون نجاحها بفضل القيادة الإعلامية الرشيدة وأهل المشورة فيها إذا التزموا المسؤولية الأخلاقية. وإلا فإن انحدار المؤسسات الإعلامية عادة يكون بسبب تقصير قادتها أو أعوانهم، أو بسبب الجهل وسوء الرأي وضعف التوجيه أو الانهماك في الملذات والأهواء والشهوات.

¹ صحيح البخاري ج 7 ، ص 97 ، كتاب الأدب قول الله تعالى : (يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله تعالى وكونوا مع الصادقين) ، وما ينهى عن الكذب ومسلم ج 4 ، ومسلم ، ص 2013 ، كتاب الصلة و الآداب باب قبح الكذب وحسن الصدق وفضله واللفظ لمسلم .

² عن أبي بكره ﷺ ، فتح الباري (ج 8 / ص 164) ، في الباب ما يغني عنه عن أبي بكره عن البخاري(2654) ، ومسلم (87) وعن أنس بن مالك عند البخاري (5977) ، ومسلم (88).

ولذا يحذر النبي ﷺ أمته من ضياع الأمانة وفقدائها، يقول ﷺ: أول ما تفتقدون من دينكم الأمانة¹، وبين ﷺ أنها ستصبح عملة نادرة بين الناس، روى الإمام مسلم² عن حذيفة بن اليمان رضي الله عنه قال: حدثنا رسول الله ﷺ: إن الأمانة نزلت في جذر قلوب الرجال، ثم نزل القرآن، فعلموا من القرآن، وعلموا من السنة، ثم حدثنا عن رفع الأمانة، فقال: ينام الرجل النومة فتقبض الأمانة من قلبه، فيضل أثرها مثل الوكت، ثم ينام الرجل النومة، فتقبض الأمانة من قلبه، فيضل أثرها مثل المجل، كجمر دحرجته على رجلك فنفظ، فتراه منتبرا وليس فيه شيء، ثم أخذ حصاة فدحرجها على رجله، فيصبح الناس يتبايعون لا يكاد احد يؤدي الأمانة حتى يقال إن في بني فلان رجلا أميننا، حتى يقال للرجل ما أظرفه ما أعقله، وما في قلبه مثقال حبة من خردل من إيمان.

4- العدل والإنصاف:

العدل هو إعطاء كل ذي حق حقه من دون زيادة أو نقصان، أو المساواة بين التصرف وما يقتضي الحق بلا زيادة أو نقصان، فهذا هو القسط الذي أمر الله تعالى عباده بالقيام به وهو الميزان الذي أنزله الله تعالى مع كتبه وعند إرسال رسوله: ﴿اللَّهُ الَّذِي أَنْزَلَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ وَالْمِيزَانَ وَمَا يُدْرِيكَ لَعَلَّ السَّاعَةَ قَرِيبٌ﴾ [الشورى:17]

ويقول ﷺ: من التمس رضا الله بسخط الناس كفاه الله مؤنة الناس، ومن التمس رضا الناس بسخط الله، وكله الله إلى الناس³ ويقول ﷺ: من أسخط الله في رضا الناس، سخط الله عليه، وأسخط عليه من أرضاه في سخطه، ومن أرضى الله في سخط الناس رضي الله عنه

¹ أخرجه الطبراني في "الكبير" (9 / 412 ، رقم 9754) ، من طريق شعبة عن سلمة بن كهيل ، به نحو سياق ابن شيبه ، وسند ابن شيبه صحيح ، ج2 ، باب فضائل القرآن ، ص 339 ، .

² أخرجه مسلم ، في الإيمان باب رفع الأمانة والإيمان من بعض القلوب رقم 143.

(الأمانة): الطاعة والتزام الأمر والنهي . (الجذر): هو الأصل من كل شيء ، (الوكت): أثر النار ونحوها ، (المجل): التتقط الذي يحصل في اليد من أثر العمل بالسيف ، أحد رواة الصحيح عن البخاري (أبو جعفر) هو وراق البخاري وكتابه ، باب رفع الأمانة ، ج8 ، ص 104 .

³ إسناد حسن ، عثمان بن واقد : صدوق ربما وهم ، وباقي رجاله ثقات ، وأخرجه القضاعي في "مسند الشهاب" 499 و

500 ، وإبن عساكر 1/278/15 ، من طرق عن عبد الرحمان المحاربي ، بهذا الاسناد ، وأخرجه ابن مبارك في الزهد

199 ، ج1 ، ص 510 ، عن عبد الوهاب بن الورد ، عن رجل من أهل المدينة قال : كتب معاوية إلى عائشة أم

المؤمنين رضي الله عنها .

وأرضى عنه من أسخطه في رضاه، حتى يزينه ويزين قوله وعمله في عينه¹ ويروي الحاكم قوله ﷺ: من أرضى سلطانا بما يسخط ربه، خرج من دين الله²، ويروي الطبراني³ قوله ﷺ: من تحبب إلى الناس بما يحبونه، وبارز الله تعالى، لقي الله تعالى يوم القيامة وهو عليه غضبان، أي إن المجاملة في الحق والطريق السوي تخدم الهدفين: إرضاء الله وإرضاء الناس، والمجاملة في الباطل أو فيما يغضب الله عز وجل ترضي الناس مؤقتا، ولكنها تغضب الله تعالى في الحقيقة والواقع، والغضب الإلهي ينذر بالخسران والدمار ومتابعة الأخطار ثم تخلي الناس عن الظالم ومن يعينه أو يجامله.

5-الصبر:

الدنيا دار ابتلاء واختبار وتمحيص، فلا تدوم على حال واحدة من الشدة والعسر أو السعة واليسر، وإنما تتغير الأحوال بمشيئة الله وإحسانه وحكمته، فعلى المؤمن الشكر عند النعماء والرخاء، وعليه الصبر عند البلاء والشدة واللأواء، حتى يأتي الله بالفرج. والصبر فضيلة عظيمة يحقق للإنسان السلامة والعافية والطمأنينة ويدفع عنه القلق والاضطراب، وإذا لم يصبر الإنسان على الشدة وقع في مشكلات عديدة ولا جدوى له إلا بالعودة إلى الصبر وحمد الله على ما قدر، يقول الله تعالى: ﴿وَلَيَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ وَالصَّابِرِينَ ﴿١٥٥﴾ الَّذِينَ إِذَا أَصَابَتْهُمُ مُصِيبَةٌ قَالُوا إِنَّا لِلَّهِ وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ ﴿١٥٦﴾ أُولَئِكَ عَلَيْهِمْ صَلَوَاتٌ مِّن رَّبِّهِمْ وَرَحْمَةٌ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُهْتَدُونَ ﴿البقرة﴾

[157 - 155]

6-التواضع:

خلق رفيع وثمرة من ثمرات المعرفة بالله وبالنفس، وعمود من أعمدة البناء الأخلاقي ولا سيما لمن هم في موقع المسؤولية أو التأثير الجماهيري كالقادة والعلماء والدعاة والإعلاميين، وكلما كان الإنسان متواضعا غير مترفع ولا متعال على الآخرين، كان محبوبا قريبا من الناس، ومحققا لنفسه فضيلة الانسجام مع النفس ومع المجتمع، وكان قريبا من رضوان الله

¹ حدثنا جبرون عن حصين ، كتاب المعجم الكبير للطبراني ، باب عكرمة عن ، ج 11 ، ص 268 .

² أخبرنا أبو بكر بن إسحاق ، قال سمعت جابر بن عبد الله تفرد به علاق بن أبي مسلم والرواية إليه كلهم ثقافت وآخر كتاب الأحكام ، باب كتاب الأحكام : ج 4 ، ص 116 .

³ حدثنا أحمد بن رشدين ، الطبراني في معجمه الكبير ، ج 17 ، ص 186 ، (499).

وطاعته وظله، وبيارك الله له في عمره وعمله وسمعته، ويمده الله بعنايته ويحيط برعايته، ويشعر بالسعادة والسيادة والرفعة والقبول.

والمراد بالتواضع هو لين الجانب والبشاشة وحسن المعاملة وخفض الجناح وعدم الاعتزاز بالنفس والحديث عنها أمام الآخرين، يقول النبي ﷺ: إن الله أوحى إلي أن تواضعوا حتى لا يفخر أحد على أحد ولا ينبغي أحد على أحد¹، ويقول ﷺ: ما نقصت صدقة من مال، وما زاد الله عبدا بعفو إلا عزا، وما تواضع أحد لله إلا رفعه الله²، ولما سئل الحسن البصري رحمه الله عن التواضع قال: يخرج من بيته فلا يلقي مسلما إلا ظن أنه خير منه³. فعلى الإعلامي أن ينتبه إلى حديثه وإلى تصرفاته في أثناء ممارسته لوظيفته الإعلامية من أن يدخلها الكبر وحب العظمة والغرور والعجب بالنفس، ولذا بين الله عاقبة المتكبرين: ﴿الَّذِينَ يُجَادِلُونَ فِي آيَاتِ اللَّهِ بِغَيْرِ سُلْطَانٍ أَتَاهُمْ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ وَعِنْدَ الَّذِينَ ءَامَنُوا كَذَلِكَ يَطَّعُ اللَّهُ عَلَى كُلِّ قَلْبٍ مُتَكَبِّرٍ جَبَّارٍ﴾ [غافر: 35]، ﴿أَدْخُلُوا أَبْوَابَ جَهَنَّمَ خَالِدِينَ فِيهَا فَبِئْسَ مَثْوَى الْمُتَكَبِّرِينَ﴾ [غافر: 76]

7- الرحمة:

أصل عظيم من الأصول الخلقية يلقي بظلاله على كثير من سلوكيات الإنسان، فهي رقة في القلب تدفع صاحبها إلى مشاركة الآخرين في الآمهم ومسراتهم وهمومهم والشعور بمثل مشاعرهم والاهتمام بأمرهم. إنها منبع كريم يفيض بالعطاء، ولذا اشتقت منها صفتين من صفات الله تعالى الرحمن الرحيم، بل هو أرحم الراحمين: ﴿وَقُلْ رَبِّ اغْفِرْ وَارْحَمْ وَأَنْتَ خَيْرُ الرَّاحِمِينَ﴾ [المؤمنون: 118]، ﴿وَرَبُّكَ الْغَفُورُ ذُو الرَّحْمَةِ لَوْ يُؤَاخِذُهُمْ بِمَا كَسَبُوا لَعَجَلْ لَهُمُ الْعَذَابَ بَلْ لَهُمْ مَوْعِدٌ لَنْ يَجِدُوا مِنْ دُونِهِ مَوْيلًا﴾ [الكهف: 58]، ﴿وَكَذَلِكَ جَعَلْنَا لِكُلِّ

¹ عن عياض بن حمار ، إسناده صحيح ، والد أحمد هو حفص بن عبد الله بن راشد ، أخرجه مسلم (2865) ضمن حديث ، ابن ماجه (4179) من طريق مطر بن طهمان الرزاق ، عن قتادة ، بهذا الإسناد ، باب في الإنتصار ، ج 7 ، ص 257.

² عن أبي هريرة ، شرح النووي على مسلم (ج 8 ، ص 399).

³ طه احمد الزيدي، الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، بحوث وأوراق عمل لعدة مؤلفين، تمهيد ومراجعة طه أحمد الزيدي (ط:1، دار الفجر للطباعة والنشر، العراق، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 1427هـ/2007م)، ص 31.

نَبِيِّ عَدُوًّا شَيْطِينِ الْإِنْسِ وَالْجِنِّ يُوحَى بَعْضُهُمْ إِلَىٰ بَعْضٍ زُخْرَفَ الْقَوْلِ عُرُورًا ۗ وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ مَا فَعَلُوهُ ۗ فَذَرْهُمْ وَمَا يَفْتَرُونَ ﴿١١٢﴾ [الأنعام:112]

8-المحبة والغيرة:

أصل المحبة عند أي مسلم مؤمن هو محبة الله تعالى ومحبة رسوله وهي مقدمة على محبة كل من سواهما.

يقول الله تعالى: ﴿ وَمَنْ النَّاسِ مَنْ يَتَّخِذُ مِنْ دُونِ اللَّهِ أَنْدَادًا يُحِبُّونَهُمْ كَحُبِّ اللَّهِ وَالَّذِينَ ءَامَنُوا أَشَدُّ حُبًّا لِلَّهِ ۗ وَلَوْ يَرَى الَّذِينَ ظَلَمُوا إِذْ يُرُونَ الْعَذَابَ أَنَّ الْقُوَّةَ لِلَّهِ جَمِيعًا وَأَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعَذَابِ ﴿١٦٥﴾ [البقرة:165]

ويقول ﷺ: ثلاثا من كن فيه وجد حلاوة الإيمان: أن يكون الله ورسوله أحب إليه مما سواهما، وأن يحب المرء لا يحبه إلا الله، وأن يكره أن يعود في الكفر بعد إذ أنقذه الله منه، كما يكره أن يقذف في النار¹، ويقول ﷺ: لا يؤمن أحدكم حتى أكون أحب إليه من ولده ووالده والناس أجمعين².

9-الحياء:

من أعلى فضائل القيم في الإسلام، والمميزة له وقد تشرفت الأمة الإسلامية باحتضانها لهذا الخلق، وحثت أبناءها على التمسك به، والتخلق به، لأنه إيمان، والحياء خير كله أو الحياء كله خير³، ولا يأتي إلا بخير كما يقول ﷺ. ومن أقواله ﷺ:الإيمان بضع وسبعون أو بضع وستون شعبة، فأفضلها قول: لا إله إلا الله، وأدناها إماطة الأذى عن الطريق، والحياء شعبة من الإيمان⁴.

¹ عن أنس ، إسناده صحيح على شرط مسلم ، وقد سلف برقم (12783)، عن عفان مقرونا به مؤمل بن إسماعيل وأخرجه البخاري في كتاب الإيمان ، ج2 ، باب حلاوى الإيمان ، ص 16 .
² أخبرنا عمران بن بكار (5015) قال الألباني صحيح ، ج 3 ، ص 232 ، باب الحب في الله والبعض في الله من الإيمان .

³ رواه الطبراني في معجمه الكبير ، ج 18 ، ص 227 (565) ، باب الحياء .

⁴ شعب الإيمان ، ج 4 ، الجامع الصحيح لسنن والمسنايد عن أبي هريرة ، ص 22.

* وأثنى الله سبحانه على من إنتمه في قوله تعالى: ﴿فَجَاءَتْهُ إِحْدَاهُمَا تَمْشِي عَلَى اسْتِحْيَاءٍ قَالَتْ إِنَّ أَبِي يَدْعُوكَ لِيَجْزِيَكَ أَجْرَ مَا سَقَيْتَ لَنَا فَلَمَّا جَاءَهُ وَقَصَّ عَلَيْهِ الْقِصَصَ قَالَ لَا تَخَفْ جَوَّتْ مِنَ الْقَوْرِ الظَّالِمِينَ﴾ [القصص:25]

* ومع تأكيد الإسلام على التزام هذا الخلق العظيم إلا أنه حذر في الوقت نفسه من أن يؤدي ذلك إلى تضييع الحقوق والسكوت عن قول الحق وتبيينه، يقول الله سبحانه: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتَ النَّبِيِّ إِلَّا أَنْ يُؤْذَنَ لَكُمْ إِلَى طَعَامٍ غَيْرَ نَظِيرٍ إِنَّهُ وَلَكِنْ إِذَا دُعِيتُمْ فَادْخُلُوا فَإِذَا طَعِمْتُمْ فَانْتَشِرُوا وَلَا مُسْتَسِينِينَ لِحَدِيثٍ إِنَّ ذَلِكَ كَانَ يُؤْذَى النَّبِيِّ فَيَسْتَحِيءُ مِنْكُمْ وَاللَّهُ لَا يَسْتَحِيءُ مِنَ الْحَقِّ وَإِذَا سَأَلْتُمُوهُنَّ مَتَاعًا فَسْأَلُوهُنَّ مِنْ وَرَاءِ حِجَابٍ ذَلِكُمْ أَطْهَرُ لِقُلُوبِكُمْ وَقُلُوبِهِنَّ وَمَا كَانَ لَكُمْ أَنْ تُؤْذُوا رَسُولَ اللَّهِ وَلَا أَنْ تَنْكِحُوا أَرْوَاحَهُ مِنْ بَعْدِهِ أَبَدًا إِنَّ ذَلِكَ كَانَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمًا﴾ [الأحزاب:53]

10- العفة:

حرص الإسلام على نقاء المجتمع وطهر أبنائه وسلامتهم وعفتهم، ومنع الخصام والنزاع فيما بين الناس، وحرم الفواحش أو الاعتداء على الأعراس، لما في ذلك من لإساءة وضرر وخطر يهدد نسيج المجتمع وروابطه، والمؤمن الطاهر العفيف النظيف هو الذي يترفع عن الدنيا وكل ما يخل بالمروءة والحياء، وهو يحرص على المألوف المعروف الذي يعبر عن سلامة الذوق والنقاء، والبعد عن كل ما يؤدي إلى الأمراض العضوية والنفسية والاجتماعية، فالعفة هي كف النفس عن المحارم واقتراف الشهوة المحرمة واما لا يجمل بالإنسان فعله مما لا يتناسب مع مكانته الاجتماعية، ومما يراه الناس من الدناءات، ويأتي في مقابل العفة الدناءة والخسة في كثير من صورها¹.

يقول الله تعالى: ﴿قُلْ إِنَّمَا حَرَّمَ رَبِّيَ الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَّنَ وَالْإِثْمَ وَالْبَغْيَ بِغَيْرِ الْحَقِّ وَأَنْ تُشْرِكُوا بِاللَّهِ مَا لَمْ يُنَزَّلْ بِهِ سُلْطَانًا وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾ [الأعراف:33].

¹ طه أحمد الزيدي، المسؤولية الاخلاقية في الاعلام الاسلامي، دراسة تأصيلية وتحليلية وأخلاقيات الاعلام في مواثيق الشرف الاسلامية، (ط:1، عمان، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013م)، ص 94، 134.

قال تعالى: ﴿ وَابْتُلُوا آلَ بَنِي إِسْرَائِيلَ إِذًا بَلَّغُوا إِلَيْكُمْ رَسُولًا فَاذْكُرُوا إِلَيْهِمْ آمَانًا وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَهُمْ إِسْرَافًا وَبِدَارًا أَنْ يَكْبُرُوا وَمَنْ كَانَ غَنِيًّا فَلْيَسْتَعْفِفْ وَمَنْ كَانَ فَقِيرًا فَلْيَأْكُلْ بِالْمَعْرُوفِ فَإِذَا دَفَعْتُمْ إِلَيْهِمْ أَمْوَالَهُمْ فَأَشْهَدُوا عَلَيْهِمْ وَكَفَى بِاللَّهِ حَسِيبًا ﴿٦﴾ [النساء:6]

المبحث الثاني: القيم الإعلامية الإسلامية ومواثيق الشرف الإسلامية

المطلب الأول: الإعلام الإسلامي بين الضوابط والقيم.

يعد مفهوم القيمة من المفاهيم التي اهتم بها كثير من الباحثين في مجالات مختلفة كالفلسفة والتربية والاقتصاد، وعلم الاجتماع وعلم النفس، وقد يترتب على ذلك نوع من الخلط والغموض في استخدام المفهوم من تخصص لآخر، فلا يوجد تعريف واحدة لمفهوم القيم يعترف به جميع المشتغلين في مجال علم النفس الاجتماعي أو الإعلام. كموضوع يقع في دائرة اهتمامه فالقيم كما يعرفها عديد علماء الاجتماع مستوى أو معيار للانتقاء من بين بدائل أو إمكانات اجتماعية متاحة أمام الشخص الاجتماعي في الموقف الاجتماعي¹.

المستوى أو المعيار standard or Norme يعني وجود مقياس يقيس به الشخص ويضاهي من خلاله بين الأشياء من حيث فاعليتها ودورها في تحقيق مصالحه وهذا المقياس الذي يقيمه الشخص يرتبط بوعيه الاجتماعي وإدراكه للأمور، وما تؤثر فيه من مؤشرات اجتماعية واقتصادية تحيط به أو بالطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها، وبالمجتمع وما يعايش من ظروف.

الانتقاء Sélection فهو عملية عقلية معرفية، يقوم فيها الشخص بمضاهاة الأشياء وموازنتها في ضوء المقياس الذي وضعه لنفسه، والذي يتحدد بظروف الاجتماعية والاقتصادية وعملية الانتقاء هذه ليست مطلقة² فالقيمة يمكن أن تعرف بأنها السمة التي إذا وجدت في شيء ما جعلته مرغوبا فيه أو جديرا بأن يكون كذلك فالأشياء والسلوكيات لا تبدو في حياة الإنسان بوجه واحد، فمنها ما هو ملائم، ومنها ما هو غير ملائم، ومنها ماله جاذبية، ومنها ما هو منفر يبعث بالاشمئزاز إذن فالسلوك الإنساني يستند في أساسه على التفصيل والاختيار، ويرمي إلى تحقيق مقاصد ونهايات، يعمل على تجنب أخرى ومن ثم فإن سلوك إنساني وراءه قيمة تشكل دافعا أو محركا له، الشيء الذي يعني أن اختيار السلوك قد يكون مرهونا بالبواعث من جهة أو مرهونا بالنتائج المترتبة عليه من جهة ثانية³.

¹ محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، (ط:1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003م)، ص 111.

² نفس المرجع، ص 124.

³ مصطفى عبد القادر عنيقات، القيم الغربية المعاصرة من منظور فلسفي "دراسة تقييمية في ضوء الإسلام" مجلة الجامعية جامعة الملك سعود، العدد 20، العلوم التربوية والدراسات الإسلامية(2)، ماي 2008، السعودية، ص381.

وعرف عزي عبد الرحمان القيم على أنها تشمل كل ما يسمو بالفرد وأصلها الدين وقد تتجسد في جل ما تحمله الثقافة من معايير وضوابط وسلوكيات¹ وإبرادنا لتعريف عزي عبد الرحمان له علاقة بالموضوع المطروح أي علاقة بالموضوع المطروح أي علاقة القيم بالدين الإسلامي فمن وجهة النظر الدينية المستندة للقرآن والسنة النبوية، حيث تعرف أنها "مجموعة المعايير والمثل والمبادئ التي وردت في الكتاب والسنة ودعا الإسلام إلى الالتزام بها" وهي الأحكام التي يصدرها المرء وما تفرع عنهما من مصادر التشريع الإسلامي².

والأخلاق في الإسلام ليست تعبيراً خيالياً وإنما هي منهج واقعي يستمد قيمه من صميم واقع الإنسان بحسبانه أحد من أفراد المجتمع، وهي تظهر مستويين فردي واجتماعي، وهي تؤكد حرية الإنسان وإرادته في الاختيار وتحمل المسؤولية بالفرد مسؤول عن عمله داع لشخصية محقق للنفع العامة لمجتمعه بأسره³، وقد أخبرنا الرسول عليه الصلاة والسلام أنه بعث ليتمم مكارم الأخلاق وهي هذا معنى تعميمها على الفرد والمجتمع حاكما ومحكوما مديرا وموظفا، وهي تعبر عن منهج متجانس يقوم على التوازن والتكامل بين الفرد والجماعة فيكون الإنسان فرديا في الفكر واجتماعيا في العمل.

وأقر القرآن الكريم مفهوم الأخلاق في جانبين متكاملين المعرفة والسلوك، فالمعرفة هي الناحية النظرية، وقد أورد القرآن منها 763 آية والسلوك هو الناحية العملية، وقد أورد فيها 741 آية، وبذلك تكون جملة الآيات التي رسمت منهج الأخلاق في القرآن 1540 آية وبالتالي فهي تمثل ما يقارب ربع آيات القرآن⁴.

وانطلاقاً من هذا نجد أن الإعلام إذا استند على الشريعة الإسلامية فهو إعلام أخلاقي صرف ومعنى ذلك أن الأخلاقيات الإعلامية في ظل الشريعة الإسلامية تكون بين القائم بالاتصال وكذا الجمهور المستهدف ولما لا الوسيلة وقد يلاحظ القارئ لما ورد أعلاه أننا لم نعتمد مبحث أخلاقيات الإعلام الإسلامي لأننا اعتبرنا هذه المحاولة مجرد إضافة لا فائدة

¹ عزي عبد الرحمان، الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي قراءة في تفكيك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية، مجلة المستقبل العربي، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد 321، 2005، ص 76.

² هدى بنت محمد الفقيص، أثر رسوم المتحركة على القيم العقديّة للأطفال، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الأولي للتربية الإعلامية المنعقد بمدينة الرياض، الرياض 2007/03/04، ص 01.

³ أنور الجندي، القيم الأساسية للفكر الإسلامي والثقافة العربية، (د ط، القاهرة، مطبعة الرسالة، د س)، ص 408.

⁴ نفس المرجع، ص 409.

منها بسبب أن الإسلام كله أخلاق وبالتالي فالإعلامي المسلم عليه أولاً قبل كل شيء أن يكون ذو خلق ومنه تصطبغ الوسيلة التي تعمل بها أو يملكها بعقيدته واتجاهه الفكري والأخلاقي، ولهذا ربما اختلفت الإعلام الإسلامي عن الإعلام في النظم الوضعية الأخرى لأن من أهم خصائص أنه عقدي مسلكي فهو يقوم على العقيدة والإيمان مرتبط بأحكام الإسلام وتعاليمه وهدية وأخلاقه¹.

المطلب الثاني: المواثيق الإسلامية:

لقد اجتهدت منظمات إعلامية إسلامية في سبيل وضع ميثاق صحفي إسلامي، وميثاق شرف إذاعي إسلامي، كما يجتهد باحثون مسلمون في المجال نفسه. وتأتي أهمية ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي كونه ليس مجرد تعهد أدبي بل هو أيضاً دليل عمل أو برنامج عمل²، للمؤسسات الإعلامية الإسلامية وللإعلاميين الإسلاميين وهذا ما يتناسب وطبيعة العمل الإعلامي الإسلامي الذي يسعى دائماً للاستقلالية إلا من الضوابط الشرعية، ومن أبرز هذه المواثيق:

أ- ميثاق الشرف الإعلامي الذي أعدته منظمة إذاعات الدول الإسلامية التي أسست بقرار من المؤتمر السادس لوزراء الدول الإسلامية المنعقد في جدة رجب 1395هـ الموافق لتموز 1975م، وتضمن الميثاق ديباجة و 21 مادة.

ب- ميثاق جاكرتا: أقر المؤتمر الأول للإعلام الإسلامي العالمي الذي عقد في جاكرتا في جلسته الختامية يوم الأربعاء 23 شوال 1400هـ، الموافق 1980/9/3م ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي وهو امتداد لمشروع ميثاق شرف للصحافة الإسلامية الذي قدم في المؤتمر التمهيدي للصحافة الإسلامية الذي عقد في قبرص عام 1499هـ/1979م وقد أطلق عليه ميثاق جاكرتا وتضمن تمهيدا وأربع مواد.

ج- ميثاق شرف رابطة الصحافة الإسلامية: وقد اعتمده أعضاء رابطة الصحافة الإسلامية في المؤتمر الثاني الذي عقد في الخرطوم في تموز 2007م، وتميز هذا الميثاق عما سبقه بالتنصيص على الجوانب الإجرائية لتفعيل هذا الميثاق.

¹ إسماعيل سعيد محمد رضوان، الإعلام النبوي ودروره في خدمة الدعوة الإسلامية، أوراق مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر 16-17 أبريل 2005م، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية أصول الدين، ص 485.

² محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في ضوء الإسلام، مرجع سابق، ص 371.

المطلب الثالث: نموذج لأخلاقيات الإعلام من منظور إسلامي¹

نموذج ميثاق البصيرة للإعلام الإسلامي:

أولاً: المسؤولية الأخلاقية في العالم أجمع عن طريق وسائل الإعلام

1- نشر الدعوة الإسلامية في العالم أجمع عن طريق وسائل الإعلام.

2- التعريف بالقضايا الإسلامية، والإهتمام بالتراث الإسلامي.

3- عرض الصورة الحقيقية عن الحضارة الإسلامية التي قدمت للبشرية أصدق مبادئ

الحق والحرية.

4- اليقظة لمواجهة التيارات المعادية للإسلام وتعريف الشعوب الإسلامية بعضها

البعض.

5- تعميق روح الإخاء الإسلامي بين الدول الإسلامية.

6- الجهاد ضد الإستعمار (الصهيونية والصليبية) والعناية باللغة العربية والحرص على

سلامتها.

ثانياً: المسؤولية الأخلاقية نحو الإنسانية²

1- احترام كرامة الإنسان وصونها.

2- احترام حق الشعوب في مقاومة الإستعمار ودعم السلام العالمي.

3- مقاومة الفقر ورفض مبادئ التفرفة والعصبية المنحرفة والتمييز العنصري.

ثالثاً: المسؤولية الأخلاقية إتجاه المجتمع ومكوناته³

1- الدفاع عن المصالح العامة للمجتمع واحترام القيم الأخلاقية للفرد والمستمدة من

الدين الإسلامي.

2- كشف الانحرافات والفساد في المجتمع والإمتناع عن إذاعة ما يشكل إساءة للأداب

العامة وما يرغب في الجريمة أو الفسق والإنتحار، ما يمثل إثارة رخيصة للغرائز.

¹ تأليف عدد من الباحثين ، مراجعة وتقديم ، طه أحمد الزيدي ، التربية الإعلامية والمسؤولية الإجتماعية للإعلام

الإسلامي ، (ط : 1 ، دار الفجر ، بغداد ، دار النفائس ، القدس ، 1433 هـ ، 2013 م) ، ص 348 .

² مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي ، (العراق، بغداد)، 1431 هـ، 2010م.

³ نفس المرجع.

- 3- العمل على مكافحة المسكرات والمخدرات والمقامرة والعنف والجرائم ولا يجب عرض الجريمة بشكل يشجع عليها.
- 4- احترام المهن المشروعة ومكافحة الأمية والتمسك بمبادئ المساواة والعدالة.
- 5- المحافظة على كيان الأسرة وقدسيتها وتمنية أخلاق النشء.
- 6- كشف المخططات الرامية إلى تجزئة البلدان الإسلامية.
- 7- احترام القانون، والعمل على تغليب الشريعة الإسلامية في مواده.
- 8- التحفظ على إذاعة أية أخبار تمس الامن للوطن والحفاظ عن مؤسسات الدولة كونها ممتلكات عامة.

رابعاً: المسؤولية الأخلاقية نحو مهنية الإعلام¹

أ- شرف المهنة:

- 1- الالتزام بالضوابط الشرعية والحرص على مهنية الاعلام والسعي الجاد الى الارتقاء بوسائل الاعلام الاسلامي.
 - 2- عدم اللجوء الى اي تمويل دخلي أو خارجي يؤثر على حرية، وسائل الاعلام.
 - 3- التمسك بالقيم الصحفية، معاملة الجمهور بما يستحق من احترام.
- ب- الاعلاميون أخلاقهم وحقوقهم:

• الواجبات:

- 1- يؤكدون إنتمائهم الاصيل للإسلام والحرص على تقديم الرسالة اعلامية مبنية على نصاعة الحجة وقوة البرهان.
- 2- التزام بقيم العدل واجتناب الظلم والتثبت من الاخبار وصدقها.
- 3- التمسك بالحفاظ على سرية مصدر المعلومات الاعلامية.
- 4- يلتزم الاعلاميون الصدق الخلقى وعرض وجهات النظر بلا تحيز.

• الحقوق:

- 1- عدم المساس بأمن الاعلاميين وحمائتهم من تدخل الحكومة.
- 2- من حق المؤسسة الاعلامية أن توفر لها السلطات المختصة الحماية الامنية الملائمة.

¹ تأليف عدد من الباحثين ، مراجعة وتقديم ، طه أحمد الزيدي ، التربية الإعلامية والمسؤولية الإجتماعية للإعلام الإسلامي ، مرجع سابق ، ص 350، 351 .

3- لا يجوز تجريم المؤسسة الصحفية على رأي أئمتها.

• مصادر المعلومات:

1- الحصول على المعلومات وتغطية الأحداث وحضور الاجتماعات، واستخدام وسائل عادلة ومشروعة في الحصول على المعلومات.

2- احترام الاعلاميين وعودتهم للمصادر، واحترام الملكية الفكرية وحقوق المؤلفين.

• المادة الاعلامية:

1- العناية بكتاب الله وسنة رسوله ﷺ، لكونها المرجعية العليا في الاسلام.

2- عرض الحقيقة في البرامج والنشرات الاخبارية واعتماد اللغة العربية الفصحى.

3- التدقيق فيما يذاع وينتج ويعرض من برامج وافلام ومسلسلات.

4- تجنب الالفاظ النابية والالفاظ السوقية والسخرية والطعن الشخصي.

• نزاهة الاعلاميين:

1- اجتناب القيام بأعمال تشكل اساءة لسمعة المهنة وحضر قبول الرشوة والهدايا الموظفة.

2- عدم استخدام المعلومات للحصول على منافع شخصية.

ج- العلاقة بين الاعلاميين الاسلاميين:

1- اصل العلاقة مبنية على الاخوة في الله حقوق الصحبة في العمل المهني.

2- التوازن بين المنافسة العادلة والتضامن المهني.

3- احترام الاعلامي لكرامة زملائه وحقوقهم المهنية.

4- ينأى الاعلام الاسلامي والاعلاميون بأنفسهم عن المهاترات الاعلامية.

خامسا: المسؤولية الاخلاقية نحو الاجراءات

1- يراعي في اختيار العاملين في المؤسسات الاعلامية الدقيقة فيما يتصل بالمستوى الخلقى والفكرى والمهني.

2- مراعات الضوابط المشروعة لكل مؤسسة.

3- على الدول الاسلامية والمؤسسات الاعلامية تجريم الآتي:

- أي رسالة اعلامية تخرج على حدود الشريعة، والتجريح والاساءة الى العلاقات بين

الدول الاسلامية.

- انشاء التنظيمات الاعلامية المهنية والجامعات والكليات للتحرك من التبعية الأكاديمية للغرب.

أخيرا يدعوا مركز البصيرة للبحوث والتطوير العالمي، المؤسسات والشخصيات الاعلامية كافة الى:

1- اعتماد هذا الميثاق وثيقة أخلاقية.

2- الافادة منه في استنباط في الاجراءات الادارية لتحقيق المسؤولية الاخلاقية في التأصيل والعمل الاعلامي¹.

¹ تأليف عدد من الباحثين ، مراجعة وتقديم ، طه أحمد الزيدي ، التربية الإعلامية والمسؤولية الإجتماعية للإعلام الإسلامي ، مرجع سابق ، ص 355 ، 366.

الخاتمة

الخاتمة

إن عنصر الأخلاق هو بمثابة البوصلة التي توجه الباخرة إلى الشاطئ راسمة لها الطريق السليمة وفي غياب تلك البوصلة تحدق الأخطار بالسفينة وتصبح طريقها عرضة لكل المفاجآت، هكذا هي الأخلاق بالنسبة للصحافة، فهي توج الصحفي وترسم له الطريق، وإذا انتفت تصبح الصحافة مهددة في دورها وهدفيتها وقد وعت المهنة عموماً الأهمية الكبيرة لهذا الموضوع واتجهت إلى سن شرعات أخلاقية وموائيق شرف لضمان حسن سير المهنة ومن أجل تنزيهها من الشوائب التي راحت تهددها.

غير أن هذه المبادئ الأخلاقية لا قوة تنفيذية لها كالقوانين، فهي تتوج بشكل رئيسي إلى الصحفي، إلى ضميره ومهنيته، لكن يبقى حراً في اتخاذ القرار الذي يريد، لذلك ذهب بعض المفكرين إلى التشكيك بدور الشرعات الأخلاقية معتبرين أنها من دون فائدة كبيرة. ويرى هؤلاء أن هذه الشرعات لا تتضمن سوى مبادئ عامة وحالات عامة وبالتالي محدودية التطبيق، ويذهب البعض أبعد من هذا معتبرين أن موائيق الشرف تخل بالفكر الأخلاقي من خلال إقرار مبادئ نسبية وإحلالها مكان المساحة الفكرية المطلوبة أمام مثل هذه القضايا إذ أن الفكر الأخلاقي يتميز عن القواعد السلوكية بأنه أكثر دينامية وتحرراً من الناحية الفكرية ولا يتقيد بمفاهيم جامدة¹.

لكن إذا أسقطنا الشرعات الأخلاقية ما سيكون البديل؟ كيف نعالج الأخطاء الصحافية المتكررة؟ صحيح أن الأخلاق المهنية هي بالدرجة الأولى تصرف شخصي قبل أن تكون قراراً جماعياً، لكنها تساعد الصحفي، الذي يرغب في تنزيه قلمه، على معرفة اتخاذ قرار في اللحظات الصعبة وتزيد من مصداقيته، إن مثل هذه المبادئ توجه الصحفي وترسم له الخط الصحيح الواجب إتباعه، إنها مساعدة لضميره، هذا مع العلم أن ولا أي شرعة يمكنها أن تنص على المبادئ الأخلاقية بأكملها أو أن تتوقع كل ما يمكن أن يواجه ضمير الصحفي في عمله المهني من أسئلة أمام حالات محددة.

وطبعاً فإن الخطر الكبير على الصحافة هو في قبول الأخطاء المسلكية إلى حد اعتبارها طبيعية، فإن ذلك يقضي حتماً على رسالة الصحافة.

¹ Willett, Gilles (sous la direction) « La communication modélisée », Ed, ERPI, Ottawa, Canada, 1992, (p.548).

من ناحية أخرى، فإن الحديث عن التزامات الصحافي الأخلاقية يستتبعه الحديث عن حقوق الصحافي المادية أو على الأقل المستلزمات التي تحصنه للحفاظ على أخلاقية عالية كمثّل الحق في راتب يكفي ويضمن له حياة لائقة، والحق في المشاركة في توج الخط التحريري للمؤسسة، وحق في التعبير عن رأي بحرية ومعالجة الموضوع تبعاً لما يراه وكيف يراه وبالتالي حق في أن يرفض كتابة مقال تملي عليه إدارة المؤسسة إذا لم يكن مقتنعاً به أو يتعارض مع توجهاته، وحق في الوصول إلى مصادر المعلومات كي لا يضطر إلى استجائها، وهذا أمر ضروري كي يتمكن من اتخاذ موقف من القضايا انطلاقاً من معلومات كاملة وغير منقوصة مستقاة من مصادرها الأكيدة وغير المفبركة، وهذا ما يغني عن اللجوء إلى وسائل أو قنوات غير مشروعة لاستعلام كما يغنيه عن استرضاء مصادر المعلومات.

وتؤكد الدراسات الميدانية وجود ثغرات كبيرة في ميدان الأخلاق الإعلامية، كما تبين غياب المواثيق والشرعات في المؤسسات الصحافية على تنوعها، غير أن المعالجة وإن كانت تبدأ بحملات التوعية والتأهيل والمراقبة، وإن كان يلزمها قيام مرصد الإعلامية وإن كانت تتطلب يقظة لدى منظمات المجتمع الأهلي، إنما التوجه الصحيح نحو الحل يتطلب:

أولاً: ضمان حقوق الإعلاميين الضرورية لتطبيق سلوكية سليمة تحمي الصحافي فكيف يمكن تنزيه مهنة رواتبها لا تكفي لحياة كريمة في حدها الأدنى كما هي حال غالبية الصحافيين في المؤسسات الإعلامية؟ فالمطلوب من المؤسسات الإعلامية أن تقدم للعاملين فيها رواتب وضمانات تؤمن لهم حياة كريمة، لا كما تفعل بعضها بان تحثهم على تأمين بقية الراتب من "شطارتهم".

ثانياً: إعادة النظر بالرخص التلفزيونية والإذاعية كي لا تتحول المؤسسات الإعلامية إلى أداة إيديولوجية أو انتفاعية في خدمة أحزاب وأشخاص، إن ترجمة هذه المحاصصة الإعلامية في "أن الانقسام السياسي الحاد الذي يعاني منه العالم العربي والإسلامي يعكس انقساماً حاداً في الجسم الإعلامي، فأصبح للحقيقة وجوه متعددة وللخبر وجوه متعددة وللصور زوايا كثيرة، وعلى المواطن أن يشاهد 8 نشرات أخبار وإن يقرأ 8 صحف، عله يفهم حقيقة ما يجري¹. وكيف يمكن العمل من أجل المصلحة العامة وإظهار الحقيقة للجمهور في مؤسسة ترتبط بمصلحة حزب أو شخص وتملي على صحافيينها مضمون ما يكتبون؟

¹ النهار، 1 تشرين الثاني 2001، يارا نصار، "الجمعية اللبنانية من أجل ديمقراطية الانتخابات".

إن واقع وسائل الإعلام الحالي يفقد الصحافي حريته ويحول إلى موظف يكتب ويفكر في الاتجاه الذي ترسم المؤسسة الإعلامية تبعاً لتوجهات مالكيها.

وما يزيد من حجم هذه المشكلة غياب وسائل إعلام عامة ممولة من السلطة تقوم على الكفاءة والحياد، لو وجدت هذه الوسائل لكان بإمكانها أن تكون المرجع الإعلامي للمواطن بحيث تقدم له الخبر البارز من دون مقدمات متحيزة ومن دون اجتزاء الخبر وتوجيهه.

ثالثاً: تحرير وسائل الإعلام من تبعيتها المادية وتأمين توازنها المالي، لكن تحقيق هذا الأمر يلزم تنمين التوازن المالي للمؤسسة، وهو أمر صعب التحقيق، فإن مداخل وسائل الإعلام الأساسية القائمة على مساهمة السوق الإعلانية ومساهمة الجمهور لا يمكنها بأي حال أن تكفي لتمويل العدد الكبير من الصحف والمجلات والإذاعات ومحطات التلفزة التي يعج بها، لذلك لا يخفى على أحد ارتباط غالبية هذه الوسائل بممولين محليين أو من الخارج مع كل ما يستتبع ذلك من تبعية للمؤسسة وفقدانها حريتها وإمكان استخدامها في كل وقت لصالح الممول، ولو في بعض المرات ضد المصلحة العامة أو المصلحة الوطنية، لذلك لا بد من سياسة حكومية واضحة بدعم وسائل الإعلام من ناحية ومراقبة ماليتها من ناحية أخرى.

رابعاً: إعادة النظر بالبنية الإعلامية بأكملها بعد الترهل الذي أصابها بدءاً بوزارة الإعلام والمجلس الوطني للإعلام المرئي والمسموع، ومؤسسات الإعلام العام (التلفزيون الإذاعة والوكالة الوطنية للإعلام) مروراً بالجسم النقابي وصولاً إلى مؤسسات المجتمع المدني الناشطة في هذا الميدان.

إن أكثرية إعلامييننا وغالبية صحافتنا، مخيرين أم مسيرين، فقدوا الدور النقدي والمراقب المطلوب منهم أن يضطلعوا به. لقد تحولوا إلى "مقاتلين" في خدمة "قضايا خاصة"، لقد فقدوا المسافة الضرورية بينهم وبين الحدث، باتوا صحافيين تابعين يعملون في خط سياسي أو إيديولوجي محدد، أي باتوا كموظفين ينفذون تعليمات مؤسساتهم الممولة والعاملة في خدمة طرف سياسي، هذا ما حوّل وسائل الإعلام إلى متاريس وأفقدتها دورها الحيادي المتوازن، وهذا ما يزيد في التفتت الداخلي ويغذي النعرات.

من الضروري أن يدرك إعلاميوننا أن خطابهم أساسي في نشر ثقافة السلم الأهلي ورفض العنف والانتقاء على قيم المواطنة الجامعة، لذلك لا بدّ من شرعة إعلامية يتبنى فيها الصحافيون كما مؤسساتهم الإعلامية رفض أي خطاب عنفي، اتهامي أو تخويني، أي أن

يرفض الصحفي نقل أو تغطية أي خطاب لمسؤول مدني أو روجي يدعو إلى العنف ويلتزم بدوره خطابا هادئا يسوق لقيم الحوار والتعايش واحترام القانون وتعزيز السلام لقد آن الوقت أن ندرك أن الخطاب الإعلامي العنيف يؤسس للصدام في الشارع. فماذا تفيد القيم الصحافية كالحرية والجرأة والنزاهة، التي نعتبرها أساسا في ممارسة المهنة، إذا لم تكن في خدمة الإنسان والوطن، وإذا لم تسع إلى تعزيز القيم الإنسانية؟ ما هو دورها إذا لم يكن في الدفاع عن المواطن في كل ميادين حياته اليومية وضمان مستقبل والسعي لرخائه؟ لذلك فالمنطلق الأساسي للصحافة هو أن تكون في خدمة الإنسان وخدمة الشأن العام بعيدا عن أي مصلحة شخصية أو فئوية وإلا انتفت الحاجة لوجودها.

النتائج والتوصيات:

- 1- إن المسؤولية الأخلاقية لأي إنسان هي أهليته للجزاء على أفعاله الاختيارية بدافع أخلاقي، ذاتي أو إجتماعي أو قضائي أو ديني، هي تفترض القدرة على الاختيار، وعلى ذلك لا تستوجب الأفعال الضرورية أو القهرية أي مسؤولية، وتفترض المسؤولية الأخلاقية العقل والروية فمن فقدها فلا مسؤولية عليه
- 2- وتمثل أخلاقيات الإعلام الإسلامي مجموعة المبادئ والقيم التي تنضبط التزام الإعلاميين (أفراد ومؤسسات) بالسلوك الحسن سواء في شخصيتهم أو في عملهم الإعلامي وتحدد المسؤولية الأخلاقية للإعلام نحو الإسلام والأمة والإنسانية والمجتمع والمهنة وترسم إجراءات تفعيلها.
- 3- إن الإعلام الإسلامي يرتبط بالمسؤولية الأخلاقية من جانبين : من المسؤولية الأخلاقية في الإسلام بشكل عام، ومن المسؤولية الإعلامية المتمثلة في أهلية الإعلامي أو المؤسسة الإعلامية في تحمل تبعية النشاط الإعلامي الصادر منهما ،
- 4- ويحاط الإعلامي الإسلامي بأربعة أطر تشكل مسؤوليته الإعلامية: المسؤولية الشخصية والمسؤولية الاجتماعية والمسؤولية القانونية والمسؤولية الدينية الإلهية وهي أعظمها تأثيرا في الإعلامي المسلم.
- 5- إن الإعلام بدون مسؤولية أخلاقية يصبح معول هدم للشخصية الفردية وللمجتمع بأكمله.

6- إن الاهتمام الدولي والعربي بتشريع المواثيق الأخلاقية بدأ مطلع القرن العشرين في حين نجد أن الاهتمام بالقيم الأخلاقية في الإعلام والدعوة انطلق مع الإسلام منذ فجره الأول أي قبل أكثر من 14 قرناً.

7- إن الاهتمام بإصدار مواثيق الشرف الإعلامي الإسلامي لا يزال متواصلاً من حيث التنظير بسبب التطور الهائل في وسائل الإعلام لاسيما في مسألة البث الفضائي المباشر، والشبكة العنكبوتية العالمية، وقد ولجتها المؤسسات الإسلامية من غير تهيئة مسبقة تراعي خطورة الانفتاح الواسع والتدفق الحر للمعلومات، أو بسبب تزايد التحديات ضد الأمة الإسلامية، ولذا نرى رابطة العالم الإسلامي في مؤتمرها الذي عقده بمكة في كانون الثاني 2004م دعت الهيئة الإسلامية العالمية للإسلام إلى إصدار ميثاق للإعلام الإسلامي يناسب المرحلة الحالية، ويتضمن الرؤى الإسلامية في مواجهة التحديات ومعالجة آثارها، وتعميمه على وزارات الإعلام والمؤسسات الإعلامية والإعلاميين المسلمين¹.

8- لقد أولت المواثيق جميعها اهتماماً بالمسؤولية الأخلاقية اتجاه المجتمع ومكوناته، إدراكاً منها للتأثير الكبير الذي تتركه وسائل الإعلام على أبناء المجتمع بمختلف مكوناته، وقد تنبه الإعلام الإسلامي إلى ذلك في أول ميثاق أصدره.

9- حاول الإعلام الإسلامي جاهداً أن يوازن بين الضوابط الشرعية ومراعاة المهنية والحرفية ليكون الإنتاج الإعلامي مؤثراً ومقبولاً، ولذلك اهتمت جميع المواثيق بالمسؤولية الأخلاقية اتجاه المهنة حتى حازت على مواد أكثر من بقية المسؤوليات الأخرى، ويبدو أن التوسع الذي شهده الإعلام الإسلامي في العقدين الأخيرين وما شهدته الصحة الإسلامية من اهتمام متزايد بالإعلام، دفعت رابطة الصحافة الإسلامية إلى أن تولي اهتماماً كبيراً بذلك، إما لمعالجة الضعف الفني والمهني الذي تم تشخيصه على أغلب وسائل الإعلام الإسلامي، أو لحماية العمل الإعلامي بسبب ما يعانيه الإعلام الإسلامي والعاملون فيه والقائمون عليه من مصادرة للحريات الصحفية وتضييق على العمل الإعلامي واستهداف متواصل وشديد في أغلب البلدان العربية والإسلامية إن لم نقل جميعاً.

¹ وهذا الأمر لا يقتصر على المواثيق الإسلامية وإنما الدولية أيضاً، ينظر أخلاقيات الإعلام، سليمان صالح، ص 130،

10- يبدو أن التركيز والتعويل على البعد الأخلاقي في الالتزام هو ما دفع ميثاق الشرف إلى عدم التوسع في مواد المسؤوليات الإجرائية، فقد غفل عنها ميثاق جاكرتا وأعطها ميثاق اتحاد إذاعات الدول الإسلامية مساحة ضيقة في مواده، في حين كان اهتمام ميثاق رابطة الصحافة اكبر من سابقه، إدراكا منه بأنه ترك الالتزام بالمواثيق من غير وضع خطوات إجرائية لذلك اضعف تأثيرها على المؤسسات الإعلامية.

التوصيات:

1- على المؤسسات الإعلامية جامعات أو كليات أو معاهد إعلامية، أن تولي اهتمام متزايد بموضوع أخلاقيات الإعلام الإسلامي، من خلال جعله أحد مفردات المناهج الدراسية، وحث طلبة الدراسات العليا على اختياره موضوعا لرسائلهم العلمية لاسيما التجريبية منها، وإقامة الندوات والمؤتمرات العلمية لمعالجة قضايا المسؤولية الأخلاقية ومشكلاتها في وسائل الإعلام.

2- اعتماد ميثاق البصيرة الإعلام الإسلامي من قبل المؤسسات الإعلامية والترويج له، سعيا إلى معالجة القصور الذي تم تشخيصه في المواثيق السابقة واستيعابا للتطور الكبير في وسائل الإعلام وكذا تزايد المساحة الجماهيرية التي تخاطبها وسائل الإعلام. وتعاضم المسؤولية الملقاة على الإعلام الإسلامي ودوره الدعوي والتنموي والإصلاحي في الأمة.

3- على المؤسسات الإعلامية الإسلامية الالتزام بمواثيق الشرف الإعلامي، وإقامة دورات لتفعيل هذه الخطوة.

4- الاهتمام بالدور الرقابي في متابعة الالتزام بمواثيق الشرف الإعلامي، سواء من قبل المؤسسة نفسها، أو جهات إعلامية مستقلة.

وصلى الله على محمد وآله وصحبه وسلم .

الملاحق

الملحق رقم 1 :

أولاً : ميثاق الشرف المهني لقناة الجزيرة¹ :

قناة الجزيرة الفضائية.. الرؤية والمهمة :

الجزيرة خدمة إعلامية عربية الانتماء عالمية التوجه شعارها الرأي والرأي الآخر وهي منبر تعددي ينشد الحقيقة ويلتزم المبادئ المهنية في إطار مؤسسي.

وإذ تسعى الجزيرة لنشر الوعي العام بالقضايا التي تهم الجمهور فإنها تطمح إلى أن تكون جسراً بين الشعوب والثقافات يعزز حق الإنسان في المعرفة وقيم التسامح والديمقراطية واحترام الحريات وحقوق الإنسان.

كونها خدمة إعلامية عالمية التوجه فإن الجزيرة تعتمد ميثاق الشرف المهني التالي سعياً لتحقيق الرؤية والمهمة اللتين حددتهما لنفسها:

1- التمسك بالقيم الصحفية من صدق وجرأة وإنصاف وتوازن واستقلالية ومصداقية وتنوع دون تغليب للاعتبارات التجارية أو السياسية على المهنية.

2- السعي للوصول إلى الحقيقة وإعلانها في تقاريرنا وبرامجنا ونشرياتنا الإخبارية بشكل لا غموض فيه ولا ارتياب في صحته أو دقته.

3- معاملة جمهورنا بما يستحقه من احترام والتعامل مع كل قضية أو خبر بالاهتمام المناسب لتقديم صورة واضحة واقعية ودقيقة مع مراعاة مشاعر ضحايا الجريمة والحروب والاضطهاد والكوارث وأحاسيس ذويهم والمشاهدين واحترام خصوصيات الأفراد والذوق العام.

4- الترحيب بالمنافسة النزيفة الصادقة دون السماح لها بالنيل من مستويات الأداء حتى لا يصبح السبق الصحفي هدفاً بحد ذاته.

5- تقديم وجهات النظر والآراء المختلفة دون محاباة أو انحياز لأي منها.

6- التعامل الموضوعي مع التنوع الذي يميز المجتمعات البشرية بكل ما فيها من أعراق وثقافات ومعتقدات وما تتطوي عليه من قيم وخصوصيات ذاتية لتقديم انعكاس أمين وغير منحاز عنها.

7- الاعتراف بالخطأ فور وقوعه والمبادرة إلى تصحيحه وتقادي تكراره.

¹ موقع الجزيرة نت ، ميثاق الشرف لقناة الجزيرة ، <http://www.aljazeera.net/specialcoverage/coverage>

8- مراعاة الشفافية في التعامل مع الأخبار ومصادرها والالتزام بالممارسات الدولية المرعية فيما يتعلق بحقوق هذه المصادر.

9- التمييز بين مادة الخبر والتحليل والتعليق لتجنب الوقوع في فخ الدعاية والتكهن.

10- الوقوف إلى جانب الزملاء في المهنة وتقديم الدعم لهم عند الضرورة وخاصة في ضوء ما يتعرض له الصحفيون أحيانا من اعتداءات أو مضايقات والتعاون مع النقابات الصحفية العربية والدولية للدفاع عن حرية الصحافة والإعلام.

الملحق رقم 2 :

ميثاق أخلاقيات العمل الإعلامي في الولايات المتحدة الأمريكية :

أخلاقيات الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية¹ :

إنطلقت أخلاقيات الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية من معطف المنظمات والهيئات الأمريكية التي تدعو إلى تشجيع ممارسات وسائل الإعلام من خلال ميثاق اجتماعية ومهنية بدلا من محاولات الإكراه بالقوة وأبرز الهيئات التي عززت الفكرة ما يلي :

أولا : منظمة المجتمع الأمريكي لمحربي الصحف .

ثانيا : جمعية الصحفيين المحترفين .

ومن هنا جاءت أخلاقيات الإعلام الأمريكي من خلال جمعية رؤساء الصحف الأمريكية التي عقدت في 22 تشرين الأول 1985م ، حيث أقرت مبادئ أخلاقيات الإعلام والصحافة.

المبادئ

أولا : **المسؤوليات**: إن الهدف الرئيسي من جمع الانباء والآراء هو خدمة الرفاهية العامة ، وذلك عن طريق إمداد الناس بالمعلومات وتمكينهم من إصدار الأحكام حول قضايا العصر.

ثانيا : **حرية الصحافة**: إن حرية الصحافة هي من أجل الشعب ويجب الدفاع عنها ضد أي انتهاك .

ثالثا : **استغلال الصحفي**: على الصحفيين أن يتجنبوا التصرفات الغير لائقة أو الظهور بمظهر غير لائق وتجنب تضارب المصالح .

¹ طلعت همام ، مائة سؤال عن الإعلان والعلاقات العامة ، (د ط ، عمان ، دار الفرقان ، د ت) ، ص 45

رابعاً : الصدق والمصداقية¹ : الحصول على ثقة القارئ هو أساس الصحافة الجيدة ويجب بذل كل جهد ممكن لضمان مصداقية محتوى الخبر .

خامساً : عدم الإنحياز للصحفي : ليس معنى أن تصبح الصحافة غير منحازة أو تسكت عن السؤال ، ولكن الممارسة السليمة تتطلب أن يكونوا هناك فصل واضح للقارئ بين ما تقدمه الصحيفة من تقارير .

سادساً : كتابة القصة الإخبارية بإنصاف : يجب على الصحفيين أن يحترموا حقوق الأشخاص الذين لهم علاقة بالأخبار وأن يراعوا المعايير المشتركة للأمانة والشرف .

¹ بسام عبد الرحمان المشاقبة ، أخلاقيات العمل الإعلامي ، مرجع سابق ، ص 205

قائمة المصادر والمراجع

1- باللغة العربية:

أولاً : المصادر :

1. القرآن الكريم رواية حفص عن عاصم.
2. أبي الحسين مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري، صحيح مسلم، تحقيق ودراسة مركز البحوث وتقنية المعلومات (ط:1، دار التأصيل، 1435هـ، 2014م)
3. أبي الحسين مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري، صحيح مسلم، تحقيق ودراسة مركز البحوث وتقنية المعلومات (ط:1، دار التأصيل، 1435هـ، 2014م)
4. أحمد أبي داود سليمان الأشعث السجستاني أبو داود، تحقيق طارق بن عوض الله بن محمد أبو معاذ (ط : 1 ، مكتبة ابن تميم ،، 1420هـ ، 1999م)
5. أحمد بن حنبل، مسند الإمام بن حنبل (ط:1، جمعية المكنز الاسلامي، دار المناهج، 1429هـ، 2008م) .
6. الامام ابي عبد الله محمد بن اسماعيل البخاري، صحيح البخاري، تحقيق مصطفى ديب البغا، (ط:1، دمشق، بيروت، دار الكثير، اليمامة للنشر والتوزيع ، 1423هـ، 2002م)
7. الامام الحافظ محمد بن عيسى بن الترمذي، سنن الترمذي، تحقيق أبو عبيدة مشهور بن حسن آل سلمان، (ط:1، الرياض، مكتبة المعارف للنشر والتوزيع، 1993م)
8. الامام المحدث الحافظ محي الدين أبي زكريا يحيى بن شرف النووي ، رياض الصالحين من كلام سيد المرسلين ، (د ط ، لا م ، دار الفكر ، 1397 هـ ، 1977 م).
9. سليمان بن الأشعث الزيدي السجستاني أبو داود، سنن أبو داود، تحقيق محمد عوامة، (ط: 1 دار القبلة، مؤسسة الريان، المكتبة المكية، 1419هـ، 1998 م).
10. محمد ناصر الدين الالباني، سلسلة الاحاديث الصحيحة من فقهها وفوائدها، (ط:1، مكتبة المعارف، 1415هـ، 1995م).
11. محمد بن جرير بن يزيد بن كثير، أبو جعفر الطبري، تفسير الطبري، (ط:1، دار هجرة الطباعة للنشر والتوزيع، بالتعاون مع مركز البحوث والدراسات الاسلامية، 1422هـ، 2001م)،

11. هبة الله بن الحسن بن منصور الطبري الالكائي، تفسير الطبري جامع البيان عن تأويل القرآن، تحقيق بشار عواد معروف (ط:1، بيروت، مؤسسة الرسالة، 1415هـ، 1994م).

ثانياً: المراجع :

أولاً : الكتب :

1. إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، (د ط، بيروت، دار الفكر العربي، 1405هـ، 1985م).
2. إبراهيم إمام، الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية (ط:1، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1980م).
3. إبراهيم عبد الله المسليمي، التشريعات الإعلامية، (د ط، لا م، لان، 2003م).
4. ابن مسكويه، تهذيب الأخلاق وتطهير الأعراق، تقديم تميم، (ط:2، بيروت، دار مكتبة للطباعة والنشر، د ت).
5. أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، (ط:1، بيروت، دار صادر، 2003م).
6. أحمد عيساوي، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال (ط:1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2014م).
7. أنور الجندي، القيم الأساسية للفكر الإسلامي والثقافة العربية، (د ط، القاهرة، مطبعة الرسالة، د ت).
8. الأخلاق عند الفلاسفة اليونان وحكماء الإسلام، (د ط، لا م، مكتبة الزهراء 1993م).
9. بسام عبد الرحمان المشاقبة، أخلاقيات العمل الاعلامي (ط:1، الاردن عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، 2012م).
10. تأليف عدد من الباحثين ،مراجعة وتقديم ،طه أحمد الزيدي ،التربية الإعلامية والمسؤولية الإجتماعية للإعلام الإسلامي ، (ط : 1 ، دار الفجر ، بغداد ، دار النفائس ، القدس ، 1433 هـ ، 2013 م).
11. حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، "دراسة مقارنة"، (ط:1، مصر، الدار المصرية اللبنانية، 1994م).

12. حسن محمد نصر، قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي(ط:1، العين الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 1430هـ-2010م).
13. حمزة عبد اللطيف، أزمة الضمير الصحفي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2002م.
14. الراغب الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن، تحقيق: محمد خليل عيتاني (ط:1، بيروت، لبنان، دار المعرفة، 1418هـ، 1998م).
15. رشاد أحمد عبد اللطيف، تنمية المجتمع وقضايا العالم التربوية (د ط ، لا م ، دار المعرفة الجامعية ، د ت).
16. رشاد شحاتة أبو زيد، مسؤولية الإعلام الإسلامي (ط:1، القاهرة، دار الفكر العربي، 1999م).
17. زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، (ط:2، الجزائر، ديوان، المطبوعات الجامعية، 1993م)، ص14.
18. سعيد مقدم، أخلاقيات الوظيفة العمومية" دراسة نظرية تطبيقية"، (ط:1، الجزائر، دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، 1997م).
19. سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام (ط:2، مكتبة الفلاح، الكويت، 2005م).
20. طه أحمد الزيدي، المسؤولية الاخلاقية في الاعلام الاسلامي، دراسة تأصيلية وتحليلية وأخلاقيات الاعلام في موثيق الشرف الاسلامية، (ط:1، عمان، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013م).
21. طلعت همام ، مائة سؤال عن الإعلان والعلاقات العامة ، (د ط ، عمان ، دار الفرقان ، د ت).
22. عائشة التايب، النوع وعلم الاجتماع العمل، (ط:1، مصر، لان ، 2011م).
23. عبد الرحمان بدوي، الأخلاق النظرية (ط:1، الكويت وكالة المطبوعات، 1975م).
24. عبد الرحمان ، حبنكة الميداني ، (ط : 5 ، دمشق ، دار القلم ، 1460 هـ ، 1999 م).
25. عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة (ط:3، مصر، دار الوفاء للطباعة 1408هـ، 1987م).

26. عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، (د ط، لان، دار الفكر العربي، 1965م).
27. عبد الله قاسم الوشني، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة (ط:2، اليمن، صنعاء، دار عمان للنشر والتوزيع، 1414هـ/1993-1994م).
28. عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، (د ط، بيروت، عالم الكتب، 1406هـ/1986م).
29. عز الدين بليق، موازين الإعلام في القرآن الكريم، (د ط، بيروت، دار الفتح، للطباعة والنشر، 1403هـ/1983م).
30. علاء أبو النجف، النقابات المهنية في العالم، (د ط، عمان، دار الأنوار للنشر، 1983م).
31. علي جريشة، نحو إعلام إسلامي: إعلامنا إلى أين (ط:1، مصر، مكتبة وهبة، 1409هـ/1989م).
32. عمر الأشقر، نحو ثقافة إسلامية أصلية، (ط:10، عمان، دار النفائس، 1421هـ، 2000م).
33. عمر الشيباني، فلسفة التربية في الإسلام (ط:6، طرابلس ليبيا، المنشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان، 1916م).
34. كتابنا، العمل وتشغيل العمال والسكان والقوى العاملة (د ط، لان، بغداد 1978).
35. الكريم زيدان، أصول الدعوة، (ط:3، مصر، دار الوفاء للطباعة 1408هـ، 1987م)، ص379.
36. سهيلة زين العابدين حماد، الإعلام في العالم الإسلامي الواقع والمستقبل (ط:1، الرياض، السعودية، مكتبة العبيكات، 1424هـ/2003م).
37. ليلي عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، (د ط، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000م).
38. محمد البهي، الإسلام في الواقع الإيديولوجي المعاصر، (د ط، بيروت، دار الكتب الحديثة، 1970م).

39. محمد الغزالي، مع الله . دراسة في الدعوة والدعاة، (ط:4، بيروت، دار الكتب الحديثة، 1976م / 1396هـ) .
40. محمد بن عبد الله دراز ، دستور الأخلاق في القرآن ، (ط : 10 ، القاهرة ، مؤسسة الرسالة ، 1418هـ ، 1998م)
41. محمد حجاب، الموضوعية والإعلام، (د ط ، لام ، دار الفجر، 2010م).
42. محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، (ط:1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، المكتبة الإعلامية، 2003 م).
43. محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في ضوء الإسلام، (ط:2، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1986م).
44. محمد موفق الغلابيني، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة (ط:1، جدة، السعودية، دار المنارة للنشر والتوزيع، 1405هـ/1985م).
45. محمد هادي السيد محمد رضا الخرسان، العمل في الإسلام ودوره في التنمية الاقتصادية، (ط:1، بيروت، دار الهادي، 1422هـ، 2002م).
46. محمود محمد سفر، الإعلام موقف (ط: 1، جدة، الكتاب العربي السعودي، 1982م).
47. مرعي مذكور، الإعلام الإسلامي الطباعي في البلاد غير الإسلامية، (د ط، دار المعارف، القاهرة، 1987م).
48. مقداد بالجن، التربية الأخلاقية الإسلامية، (ط:1، الرياض، دار عالم الكتب، 1412هـ، 1992م).
49. نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر (ط:1، الجزائر، القبة القديمة، دار الخلدونية، 2008 م - 1429 هـ).
50. هاتلنج جون، أخلاقيات الصحافة، تر: محمد عبد الرؤوف كمال، (د ط ، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 1993م).
51. وهبة محمد الزحيلي ، أخلاق المسلم وعلاقته بالمجتمع ، (ط : 1 ، القاهرة ، دار الفكر المعاصر ، 2010م).

ثانيا :المعاجم والقواميس :

1. إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، إشراف مجمع اللغة العربية، الإدارة العامة للمجمعات وإحياء التراث، مادة علم، ج 2 (ط:2، اسطنبول، دار الدعوة، 1989م).
2. ابن منظور، لسان العرب، نسقه وعلق عليه ووضع فهارسه مكتب تحقيق التراث، مادة علم، المجلد التاسع، (ط:3، بيروت، دار إحياء التراث العربي، مؤسسة التاريخ العربي، 1993م).
3. أحمد بن فارس بن زكرياء القزويني الرازي، أبو الحسين ، معجم مقاييس اللغة، تح: عبد السلام محمد هارون، دار الفكر، 1399هـ - 1979م.
4. بطرس البستاني، محيط المحيط، مادة(علم)، تحقيق، صبحي الصالح (بيروت، دار العلم للملايين، 2007م).
5. حسية مصطفى، المعجم الفلسفي،(د ط، عمان، دار أسامة، دت).
6. طه أحمد الزيدي، معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي (ط:1، العراق، بغداد، دار الفجر، الأردن، دار النفائس، 1430هـ/2010م).
7. الفيروز آبادي، القاموس المحيط، (د ط، بيروت، لبنان، دار الكتب العلمية، 1996 م).
8. محمد فؤاد عبد الباقي، المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الكريم (د ط ، القاهرة، لان ، 1364هـ).
9. الموسوعة الحرة ويكيبيديا .

ثالثا :المقالات والبحوث والرسائل الجامعية :

1. أحمد خليل، الإعلام الإسلامي، مؤتمر الفكر الإسلامي السابع حول الإعلام الإسلامي، طهران، مجلة العالم، العدد 260، جمادى الأولى 1409هـ فيفري 1989م.
2. أسيل داغر، محاضرات في كلية الإعلام والتوثيق 1978-1979م.
3. إسماعيل سعيد محمد رضوان، الإعلام النبوي ودوره في خدمة الدعوة الإسلامية، أوراق مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر 16-17 أبريل 2005 م، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية أصول الدين.

قائمة المصادر والمراجع

4. الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، بحوث وأوراق عمل لعدة مؤلفين، تمهيد ومراجعة طه احمد الزبيدي، (ط: 1، دار الفجر للطباعة والنشر، العراق، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 1427، 2007 م).
5. التقرير السنوي، المجلس الأعلى للإعلام، أوت 1990 ديسمبر 1991، ابن عكنون، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية الساعة المركزية.
6. جميلة بن زيدون، التنظيم المهني للصحافيين، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، جوان 2000م.
7. صفاء محمد المبيض، دور المرأة في المجال الاعلامي المعاصر في الفقه الاسلامي، "رسالة ماجستير في فقه المقارن"، كلية الشريعة والقانون، الجامعة الاسلامية، غزة، 1430هـ، 2009م.
8. علي منعم القضاة، محاضرات في: كتاب قوانين والإعلام وأخلاقياته.
9. علي حسن علي قريشي، محاضرات في الإعلام مرقونة لطلبة الدراسات العليا بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 1407هـ، 1408هـ.
10. ماينو حيدير، منهجية البحث، دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجستير والدكتوراه، (د ط، لا م، لان، دت).
11. المجلس الأعلى للإعلام، ديسمبر 1991 م، وحدة الرعاية الجزائر، طبع المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية 1992م.
12. مريم أوشايت، الصحافيون بينون مشروع لأخلاقيات المهنة، الشعب 15 أبريل 2000.
13. النهار، 1 تشرين الثاني 2001، يارا نصار، "الجمعية اللبنانية من اجل ديموقراطية الانتخابات".

رابعا : المراجع الإلكترونية :

1. موقع الجزيرة نت ، ميثاق الشرف لقناة الجزيرة ،

<http://www.aljazeera.net/specialcoverage/coverage>

خامسا :المجلات:

1. إبراهيم إمام، الإعلام الإسلامي، مجلة الدعوة، عدد 1079، جمادى الثانية، 1407هـ فيفري 1987م.

2. صالح بن بوزة: السياسة الإعلامية الجزائرية المنطلقات النظرية والممارسات 1979م، 1990م، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13 جانفي جوان 1996.
 3. عبد الرزاق العصماني، الإعلام الإسلامي، مجلة الدعوة، عدد 1079، جمادى الثانية 1407هـ. فيفري 1987م
 4. عبد القادر طاش، الإعلام الإسلامي وفلسفته المميزة، مجلة المجتمع، عدد 800، السنة 17، جمادى أولى 1407هـ.
 5. عبد الله بركات، قضية ساخنة للمناقشة: الإعلام الإسلامي هل يمتلك آليات المواجهة؟، تحقيق: محمد عبد الشافي القوسي، مجلة منار الإسلام، العدد 753، وزارة العدل والشؤون الإسلامية والأوقاف، أبوظبي، السنة (03)، رمضان 2004 نوفمبر.
 6. عزي عبد الرحمان، الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي قراءة في تفكيك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية، مجلة المستقبل العربي، مركز الدراسات الوحدة العربية، بيروت، ع 321، السنة 2005.
 7. محمد سيد محمد، الإعلام الإسلامي والتحدي الحضاري المعاصر، مجلة الأمة، عدد 58، السنة الخامسة، شوال 1405هـ/1985م.
 8. مصطفى عبد القادر عنيمات، القيم الغربية المعاصرة من منظور فلسفي " دراسة تقييمية في ضوء الإسلام" مجلة جامعة الملك سعود، ع20، العلوم التربوية والدراسات الإسلامية(2)، ماي 2008، السعودية.
- سادسا : مؤتمرات وملتقيات:**
1. أشغال مؤتمر الفكر الإسلامي، السابع حول الإعلام الإسلامي، مجلة العالم، عدد 261، رجب 1409هـ.
 2. الغزالي، النظرية الإسلامية في الإعلام والعلاقات الإنسانية، الندوة العالمية للشباب الإسلامي.
 3. هدى بنت محمد الفقيص، أثر رسوم المتحركة على القيم العقدية للأطفال، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الأولي للتربية الإعلامية المنعقد بمدينة الرياض، الرياض 2007/03/04.

2- مراجع باللغة الأجنبية:

- 1.«Ou'est-ce que l'ethique?» inle magazine littéraire.n472.février 2008«Aristote le désir des savoirs »
- 2.Bernier.marc-francois «ethique et déontologie du journalisme» ED.les presses de l'université laval canada. 2004.
- 3.Bore, libos, Ethique De l'information- Essaisur la Déantolgie journalstique , BRUXLLES, Etidions de bapoelles, 1994..
- 4.CLment jones, déontologie de L'infurmation code et consetts de presse,UNECO, France, 1981,.
- 5.Givard-Racinas. Alexandrine. «la déontologie des médias et pratiques». ED.ellipes.paris. 2003..
- 6.Willett, Gilles (sous la direction), «La communication modélisée» ,Ed ,ERPI ,Ottawa, Canada ,1992.

الفهارس

فهرس الآيات القرآنية

الصفحة	الرقم	السورة	الآية
64	157-155	البقرة	﴿وَلَنْبَلُونَكُمْ بِشَيْءٍ ... وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُهْتَدُونَ﴾
60	165	البقرة	﴿وَمِنَ النَّاسِ مَن يَتَّخِذُ مِن دُونِ ... شَدِيدِ الْعَذَابِ﴾
59	183	البقرة	﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُتِبَ ... تَتَّقُونَ﴾
59	197	البقرة	﴿الْحَبْجُ أَشْهُرٌ مَّعْلُومَةٌ ... الْأَلْبَابِ﴾
10	200	البقرة	﴿وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِن خَلْقٍ﴾
58	5	آل عمران	﴿إِنَّ اللَّهَ لَا يَخْفَى عَلَيْهِ شَيْءٌ فِي الْأَرْضِ وَلَا فِي السَّمَاءِ﴾
58	175	آل عمران	﴿إِنَّمَا ذَلِكُمُ الشَّيْطَانُ ... إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ﴾
66	6	النساء	﴿وَابْتَلُوا الَّذِينَ حَتَّى ... عَلَيْهِمْ وَكَفَى بِاللَّهِ حَسِيبًا﴾
58	142	النساء	﴿إِنَّ الْمُنَافِقِينَ يُخَادِعُونَ ... قَلِيلًا﴾
أ	38	الأنعام	﴿مَا فَرَطْنَا فِي الْكِتَابِ ... إِلَى رَبِّهِمْ يُحْشَرُونَ﴾
59	90	الأنعام	﴿أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ ... لِلْعَالَمِينَ﴾
64	112	الأنعام	﴿وَكَذَلِكَ جَعَلْنَا لِكُلِّ ... وَمَا يَفْتَرُونَ ﴿١١٢﴾﴾
50	163-162	الأنعام	﴿قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنُسُكِي ... أَوْلَ الْمُسْلِمِينَ﴾
65	33	الأعراف	﴿قُلْ إِنَّمَا حَرَّمَ رَبِّي الْفَوَاحِشَ ... نَعَامُونَ﴾
59	103	التوبة	﴿خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً ... سَمِيعٌ عَلِيمٌ﴾
57	25-24	إبراهيم	﴿أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ ... لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ﴾
59	105	النحل	﴿إِنَّمَا يَفْتَرِي ... الْكَاذِبُونَ﴾
63	58	الكهف	﴿وَرَبُّكَ الْغَفُورُ ذُو الرَّحْمَةِ ... دُونِهِ مَوْيَلًا ﴿٥٨﴾﴾
أ	107	الأنبياء	﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ﴿١٠٧﴾﴾
70	31-30	الحج	﴿ذَلِكَ وَمَن يُعْظَمَ ... وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ﴾
53	78	الحج	﴿وَجَاهِدُوا فِي اللَّهِ ... مَوْلَاكُمْ فَنِعْمَ الْمَوْلَى وَنِعْمَ النَّصِيرُ﴾

63	118	المؤمنون	﴿ وَقُلْ رَبِّ اغْفِرْ وَارْحَمْ وَأَنْتَ خَيْرُ الرَّاحِمِينَ ﴿١١٨﴾ ﴾
11	137	الشعراء	﴿ إِنَّ هَذَا إِلَّا خُلُقُ الْأَوَّلِينَ ﴾
65	25	القصص	﴿ فَبَاءَتْهُ إِحْدَاهُمَا تَمَثَّى ... الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ ﴾
65	53	الأحزاب	﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ... كَانَتْ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمًا ﴾
58	70	الاحزاب	﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴾
60	72	الأحزاب	﴿ إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ ... إِلَيْهِ وَكَانَ ظُلُومًا جَهُولًا ﴿٧٢﴾ ﴾
18	71	يس	﴿ أَوْلَمْ يَرَوْا أَنَّا خَلَقْنَا لَهُمْ ... أَنْعَمًا فَهُمْ لَهَا مَلَائِكَةٌ ﴾
63	35	غافر	﴿ الَّذِينَ يُجَادِلُونَ فِي ... جَبَارٍ ﴾
63	76	غافر	﴿ ادْخُلُوا أَبْوَابَ جَهَنَّمَ خَالِدِينَ ... الْمُتَكَبِّرِينَ ﴾
61	17	الشورى	﴿ اللَّهُ الَّذِي أَنْزَلَ الْكِتَابَ ... لَعَلَّ السَّاعَةَ قَرِيبٌ ﴿١٧﴾ ﴾
59	78	الزخرف	﴿ لَقَدْ جِئْنَاكُمْ بِالْحَقِّ وَلَكِنَّ أَكْثَرَكُمْ لِلْحَقِّ كَارِهُونَ ﴾
58	3	الطلاق	﴿ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ ... شَيْءٍ قَدْرًا ﴾
14	4	القلم	﴿ وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴾
11	4	القلم	﴿ وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴾
58	45	العنكبوت	﴿ أَنْتَ لِمَا أُوحِيَ إِلَيْكَ ... وَاللَّهُ يَعْلَمُ مَا تَصْنَعُونَ ﴾
57	5	البينة	﴿ وَمَا أَمُرُوا إِلَّا لِیَعْبُدُوا اللَّهَ ... الْقِيمَةَ ﴿٥﴾ ﴾

فهرس الاحاديث النبوية

الصفحة	الحديث
13	"وانك يا محمد، لعلى أدب عظيم، وذلك أدب القرآن الذي..."
14	"خلق عظيم"
15	"البرُّ حُسْنُ الخُلُقِ"
15	"أكمل المؤمنين إيماناً أحسنهم خلقاً"
15	"إن الدين كله خُلُق"
19	بلغوا عني ولو آية
54	"إنما الاعمال بالنيات ولكل امرئ ما نوى..."
57	" إن الله لا يقبل من العمل إلا ما كان له خالصاً"
58	"أكرم الناس؟ قال أنقاهم"
55	"لو توكلتم على الله حق التوكل لرزقكم كما يرزق ..."
58	"من خاف الله خاف منه كل شيء"
59	"أرايتم لو أن بباب أحدكم نهراً يغتسل منه كل يوم خمس مرات..."
56	"عليكم بالصدق فإن الصدق يهدي إلى البر، ..."
60	" ألا انبئكم بأكبر الكبائر... "
57	"إن الأمانة نزلت في جذر قلوب الرجال، ثم نزل القرآن..."
61	"من إلتمس رضا الناس... "
58	"من تحبب الى الناس بما يحبونه... "
59	"إن الله اوحى إلي... "
59	"وما تواضع أحد لله رفعه... "
64	"كم يكره أن يقذف في النار... "
64	"الحياء شعب من الايمان... "

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر و عرفان
	ملخص الدراسة بالعربية
	ملخص الدراسة بالفرنسية
	قائمة الرموز والاشارات المستخدمة في البحث
أ- ز	مقدمة
	الفصل الاول : أخلاقيات العمل الاعلامي وتطوره
10	المبحث الاول: ماهية اخلاقيات العمل الاعلامي.
10	المطلب الاول: تعريف الأخلاقيات.
16	المطلب الثاني: تعريف العمل الإعلامى.
23	المطلب الثالث: تعريف أخلاقيات الإعلام.
29	المبحث الثاني: نشأة وتطور أخلاقيات الإعلام ومواثيق الشرف.
29	المطلب الاول: التطور التاريخي.
34	المطلب الثاني: مواثيق الشرف الإعلامى الغربية والعربية.
38	المطلب الثالث: أخلاقيات مهنة الصحافة من خلال قانون إعلام 1990م في الجزائر.
45	المبحث الثالث: الأخلاقيات المهنة الاعلامية وقواعدها.
46	المطلب الاول: أخلاقيات المحرر الصحفي والإعلامى.
47	المطلب الثاني: أخلاقيات المصور.
48	المطلب الثالث: أخلاقيات موظفي العلاقات العامة.
49	المطلب الرابع: أخلاقيات التعامل مع الانترنت.
	الفصل الثاني : الرؤية الاسلامية للإعلام وأخلاقياته

50	المبحث الاول أخلاقيات المهنة وقواعد الاعلام الاسلامي.
50	المطلب الاول: تعريف الإعلام الإسلامي.
54	المطلب الثاني: الإعلام الديني الرسمي.
55	المطلب الثالث: فلسفة الإعلام الإسلامي.
57	المطلب الرابع: المقومات الأخلاقية للإعلاميين.
67	المبحث الثاني: القيم الاعلامية الاسلامية ومواثيق الشرف الاسلامية.
67	المطلب الاول: الإعلام الإسلامي بين الضوابط والقيم.
69	المطلب الثاني: المواثيق الإسلامية.
70	المطلب الثالث: نموذج لأخلاقيات الإعلام من منظور إسلامي.
80-75	الخاتمة
84-82	الملاحق
94-86	قائمة المصادر والمراجع
97-96	فهرس الآيات
98	فهرس الاحاديث
100-99	فهرس المحتويات