

# القيم الإعلامية المعاصرة من منظور إسلامي

## دراسة تحليلية مقاصدية

فرمان ميرسويدين حمدا<sup>١</sup>، عثمان خضر حمدامين<sup>٢</sup>

<sup>١،٢</sup> قسم الدراسات الدينية، فاكولتي التربية، جامعة كويبة، إقليم كردستان، العراق

### المستخلص

إن الدين الإسلامي مبني على الأصول والمبادئ الإيمانية والفكرية والأخلاقية، ومن هذا المنطلق فإن موضوع هذا البحث عبارة عن القيم الإعلامية المعاصرة من المنظور الإسلامي. والقيم الإعلامية جزء من القيم الأخلاقية، ومن البديهي أن هذه القيم غير متاحة بشكل كامل للسلوك الإعلامي؛ لذلك فإن، هذه الدراسة هي في صميم هذه الأخلاق، وفي مدى التزام الإعلاميين بأخلاقيات الإعلام ومهنتها، ومدى تطابق القيم الإعلامية المعاصرة مع القيم الموجودة في الشريعة الإسلامية. وينطلق هذا البحث إلى بيان جملة من الأهداف، منها ضرورة التزام المنظومة الإعلامية في مجالها بالقيم من منظور الشريعة الإسلامية، وبيان التحديات التي تواجه الإعلام المعاصر وقيمه، كما ذكرت فيه جملة من القيم الإعلامية، والتعرف على وجهة نظر الشريعة الإسلامية في الربط بين الإعلام ومبادئه الأخلاقية. تكمن أهمية هذا البحث في قضية آنية متصلة بالمجتمع وأثرها البالغ فيه، وهي القيم الإعلامية من منظور الشريعة الإسلامية، ومدى تأثير هذه القيم وتوجيهها في المجال التربوي، والسياسي، والاقتصادي، والاجتماعي، بحيث لو اعتمد الإعلام على القيم الإسلامية أصبح أكثر قبولاً في نفوس جماهيره. ومدى أخذ الإعلام من القيم الواردة في الشريعة الإسلامية لبناء إعلام موضوعي ذو أهمية وتأثير مباشر ومتوازن على المجتمع الإسلامي. إن هذه القيم المنشودة في الإعلام الإسلامي المعاصر تستنبط من القرآن الكريم والسنة النبوية، ومن قواعد مقاصد الشريعة الإسلامية بحيث يستند عليها الإعلامي للارتقاء بالمجتمع في جميع مجالات الحياة، بتجسيد القيم الإعلامية واخلاقيات العمل الإعلامي والمؤسسات الإعلامية، لغرض تنظيم العمل الإعلامي بما فيه القنوات ذات المرجعية الإسلامية، في إقليم كردستان العراق لمواجهة الأفكار المتطرفة، فضلاً عن الأفكار الشاذة في تفكيك قيم هذا المجتمع.

مفاتيح الكلمات: القيم، المهنية، الإعلامية، المعاصرة، الشريعة

### ١. المقدمة

السمة لكافة أنحاء المعمورة، وكي نوجه للعالم النداء الخالد وهو راية توحيد لا إله إلا الله محمد رسول الله، ونشر القيم الإسلامية الرفيعة، بلا تشهير وابتزاز ودون الدخول في خصوصيات الناس، ونقل المعلومات بالأمانة والمصادقية والدقة والنزاهة والعدل والموضوعية، دون إدخال العاطفة السياسية، والقومية، والاجتماعية، والحزبية في نقل المعلومة وتغطية الأحداث، ومن هنا جاء هذا البحث المعنون بالقيم الإعلامية المعاصرة من منظور إسلامي: دراسة تحليلية- مقاصدية).

١-١. موضوع البحث: موضوع هذا البحث هو القيم التي تتحدث عن مجموعة من المبادئ والضوابط التي يتم من خلالها ضبط الإعلام بسلوكيات المهنة الإعلامية المنشودة، ومنعه من الخروج عن وظائفه في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية.

١-٢. أهمية البحث: تظهر أهمية هذا البحث فيما يأتي:

١. إتبها تبحث قضية آنية متصلة بالمجتمع وأثرها البالغ فيه، وهي القيم الإعلامية من منظور الشريعة الإسلامية.

الحمد لله، والصلاة والسلام على رسول الله محمد (صلى الله عليه وسلم) وعلى آله وصحبه أجمعين، وبعد: لا شك أن أمتنا الإسلامية تواجه صراعاً معلناً وخفياً لم يسبق له مثيل، مخططات تستهدف أصولها ومبادئها، ومكر بالليل والنهار لتذويبها وسلخها من دينها، عمل دؤوب لقلب الحقائق، وتبني المفاهيم، وإغراق المجتمعات المسلمة بشتى صنوف الشهوات والشبهات (المتولي، ٢٠١١م، ٢). لا شك أن المسلمين يحتاجون في شتى بقاع الأرض إلى دور إعلامي أكبر في حياتنا حتى تصل الرسالة الإسلامية



مجلة جامعة كويبة للعلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد ٧، العدد ١ (٢٠٢٣)

أستلم البحث في ٢٥ أيار ٢٠٢٣؛ قبل في ٣١ تموز ٢٠٢٣

ورقة بحث منظمة: نُشرت في ٢٢ كانون الأول ٢٠٢٣

البريد الإلكتروني للمؤلف: [farman.sekany@gmail.com](mailto:farman.sekany@gmail.com)

حقوق الطبع والنشر © ٢٠٢٣ فرمان ميرسويدين حمد، عثمان خضر حمدامين.

CC BY-NC-ND 4. هذه مقالة الوصول إليها مفتوح موزعة تحت رخصة المشاع الإبداعي النسبية -

٧-١. **منهجية البحث:** اعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهجين الوصفي والتحليلي في إطار تفسير وتحليل القيم المعاصرة في الشريعة الإسلامية والإعلام، لكونها يناسبان موضوع البحث.

## ٢. مفاهيم البحث:

من المعلوم أن مسائل كل بحث إنما تؤخذ من إطاره المفاهيمي، على أن الإطار المفاهيمي العام لهذا البحث هو: (القيم، الإعلام، المقاصد)، في هذا المبحث نتناول تعريف هذه المصطلحات بما يناسب هذا البحث، على النحو الآتي:

### ١-٢. القيم لغة واصطلاحاً:

**القيم في اللغة:** القيم جمع مفردا قيمة والقيمة، من قوم، يقال: القيم السيد وسائس الأمر، ومن يتولى أمر المحجور عليه، وقيمتُ القوم: الذي يقومُ بِشأنهم وَيُسوِّسُ أمرهم، وأمر قيم: مستقيم، وكتاب قيم ذو قيمة.

والقيمة ثمن الشيء بالتقويم، يقال: والملة القيمة: المعتدلة، والأمة القيمة. (ابن منظور، ١٩٩٧م، ١٢/٥٠٣). تبين أن القيم مع أن مبنائها في اللغة واحد، إلا أن معانيها قد تتعدد، فهي من قام قوماً وقياماً وقومه: انتصب واقفاً، وقوم المعوج: عدله وأزال عوجه، وقوم الشيء: قدر قيمته، واستقام الشيء: اعتدل واستوى، ورمح قوام: مستقيم، وقوام الإنسان: قامته وحسن طولها، وقوام كل شيء: عماده ونظامه، وقوام الأمر: ما يقوم به، وقيمة الشيء: قدره، وقيمة المتاع: ثمنه، والقيم من يقوم بالأمر ويسوسه، والأمة القيمة المستقيمة (العربية، ١٩٩٤م، ٥).

**القيم في الاصطلاح:** وقد عرفت القيم بتعريفات عديدة، من أهمها ما يأتي:

أولاً: مفهوم القيم لا يخرج عن معناه اللغوي، ولذا قيم الشيء ما استقام به.

ثانياً: هي الأفكار العامة التي يشترك فيها الناس حول ما هو جيد، أو غير جيد، أو خطأ، أو صحيح، أو مرغوب، أو غير مرغوب (الفار، ٢٠١٤م: ٢٦٢).

### ٢-٢. الإعلام لغة واصطلاحاً:

**الإعلام في اللغة:** الإعلام مصدرٌ أَعْلَمَ، يقال: أَعْلَمَ، يُعَلِّمُ إعلاماً، أَعْلَمَهُ الأمر، أَعْلَمَهُ بالأمر: أَخْبَرَهُ به، (الجوهري، ١٩٩٠م، ٥). وأصل الإعلام من عَلِمَ، العلمُ نقيض الجهل، (ابن منظور، ١٩٩٧، ٤/٣٠٨٣). ويقال: استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه واشتعلمني الخبر، وأعلم الفارس جعل لنفسه علامة الشجعان، وأعلم الفرس علق عليه صوفاً أحمر أو أبيض في الحرب، وأعلم نفسه وسمها بسميها الحرب (البستاني، ١٩٨٧م: ٦٣٩).

**الإعلام في الاصطلاح:** عرّف الإعلام بتعريفات من أهمها ما يأتي:

أولاً: الإعلام: عبارة عن تحصيل العلم وإحداثه عند مخاطب جاهلاً بالعلم به، ليتحقق إحداث العلم عنده، وتحصيله لديه (الكفوي، ١٤١٩هـ - ١٩٩٨م، ١٤٨).

٢. تبرز أهمية هذه الدراسة في أنها تبين مدى اعتماد الشريعة الإسلامية على المبادئ الإعلامية في الدعوة ونشر رسالتها.

٣. أهمية البلاغ والرسالة الإعلامية في تزويد المجتمع، ومدى تأثيرها وتوجيهها في المجال التربوي، والسياسي، والاقتصادي، والاجتماعي، بحيث لو اعتمدت القيم الإعلامية ووظائفها أصبحت أكثر قبولاً لدى النفوس والمجاهير.

٤. تبرز أهمية وسائل التواصل الاجتماعي والاستفادة منها في الدعوة الإسلامية.

٣-١. أسباب اختيار الموضوع: تكمن أسباب اختيار هذا الموضوع فيما يأتي:

١. إبراز واقعية الشريعة الإسلامية وصلاحيتها للتطبيق في كل زمان ومكان، وفي مجالات الحياة كلها، ومنها الإعلام.

٢. الانحراف في كثير من وسائل الإعلام المعاصر، ولذا كانت الحاجة ماسة لوضع الأطر الشرعية لعمل وسائل الإعلام الإسلامي وتأصيلها وربطها بأحكام مقاصد الشريعة.

٣. لا شك في أن أهمية أي موضوع تتعلق بشخصية الباحث سبب في أسباب تناوله للدراسة، من هذا المنطلق كان أحد أسباب اختياري لهذا الموضوع هو الكتابة والبحث في الإعلام والشريعة معاً، لكوني أعمل في هذا المجال ورغبة في تأصيل هذه المهنة وتطويرها.

٤. إبراز كيفية تزويد الفرد والمجتمع بالمعلومات في جميع مجالات الحياة، وخصوصاً في هذا العصر الذي سرعان ما تتغير فيه المعلومات والأعراف، وتتصارع فيه الثوابت والمتغيرات.

### ٤-١. أهداف البحث: يهدف البحث إلى:

١. إجراء دراسة نظرية عن الإعلام من منظور الشريعة الإسلامية، وبيان التحديات التي تواجه الإعلام المعاصر وقيمه من منظور الشريعة الإسلامية.

٢. التعرف على أساليب الإقناع المستخدمة في الإعلام، ولا سيما في خدمة الدعوة، ونشر رسالة الشريعة الإسلامية.

٣. التعرف على وجهة نظر الشريعة الإسلامية في الربط بين الإعلام وعلومها، واطهار شمولية الشريعة الإسلامية لكافة المجالات الحياتية.

٤. معرفة القيم الإعلامية المعاصرة من منظور الشريعة الإسلامية.

٥-١. **مشكلة البحث:** تكمن مشكلة هذا البحث في تداول قيم إعلامية في الوقت الراهن، وهذه القيم قد تكون منسجمة مع الرؤية الإسلامية وقد لا تكون، فنحن هنا نسعى إلى إيجاد منسجمة مخرج للقيم المتداولة لتكون منسجمة مع تلك الرؤية.

٦-١. **أسئلة البحث:** هناك أسئلة تطرح نفسها حول الموضوع الذي يخض القيم الإعلامية المعاصرة ومدى تطابقها مع مقاصد الشريعة الإسلامية ووظائفها، وتطرح هذه الإشكالية البحثية مجموعة أخرى من الأسئلة الفرعية وهي: ما هي القيم الإعلامية المعاصرة من منظور الشريعة الإسلامية؟ وما هو موقف الشريعة الإسلامية من القيم الإعلامية؟ وهل هناك رؤية واضحة للقيم الإعلامية في الشريعة الإسلامية؟ وما هي أوجه التوافق والاختلاف بين القيم الإعلامية المعاصرة والشريعة الإسلامية؟

### ٣. تأصيل القيم الإعلامية المعاصرة:

تناول في هذا المبحث تأصيل القيم الإعلامية المعاصرة في القرآن الكريم، وفي السنة النبوية، من خلال أثرها في بناء الفرد والأسرة، على النحو الآتي:

١-٣. تأصيل القيم الإعلامية المعاصرة في القرآن الكريم: القرآن الكريم هو الدستور الشامل الجامع المنظم لشؤون المسلمين في الأمور كلها، ومن ثم فهو المرجع الرئيسي للنشاط الإعلامي الذي ينظم للدعاة خططهم، ويحدد مجالات نشاطهم ويحقق أهدافهم؛ ولأنه كلام رب العالمين، لا بد من الركون إليه في تقويمنا للقيم المتداولة في الإعلام المعاصر ومن ثم تأصيل القيم وفق المنظور القرآني والتي يمكن صياغتها في الفروع الآتية:

**الفرع الأول: تأصيل القيمة الإنسانية في الإعلام المعاصر:** في هذا الفرع يتناول الباحث القيمة الإنسانية في القرآن الكريم، ويشير إلى الآيات الدالة على القيمة الإنسانية، التي بها تختلف عن بقية المخلوقات، منها:

١- قوله تعالى: ﴿وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا﴾ {سورة الإسراء: ٧٠}، هذه الآية فيها قيمة إعلامية معاصرة، وهي القيمة الإنسانية، التي تحترم كرامة الإنسان؛ لأن الله كرم بني آدم بالعقل والتفكير، وسخر له كل شيء في الكون كالماء والهواء، وكرمه بأن خلق له كل ما في السموات والأرض، وكرمه في خلقه السوي وقامته المرفوعة، وكرمه بالتكليف وإرسال الرسل (عليهم الصلاة والسلام) خاصة محمد (صلى الله عليه وسلم).

٢- وقال تعالى: ﴿هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ رِزْقًا وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتْلَوْكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَحِيمٌ﴾ {سورة الأنعام: ١٦٥}، هذه الآية الشريفة جامعة لكل أعمال المسلم، فيجب عليه أن يوطد العزم، ويعقد النية على صلاته وعبادته، وحياته، وما يأتيه فيها، وموته وما يلاقي فيه، كل ذلك لله لا لشيء آخر، فإن عاش فلله، له الحكم، وله الأمر، فالسلم لا يحرص على الحياة، ولا يهرب الموت، بل يكون الموت في سبيل الله أسمى أمانيه، لا يتعد عن الجهاد، ولا يتوانى عن الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر. (الحجازي، ٦٩١/١).

من هذه الآية الكريمة نستنبط قيمة إعلامية معاصرة، وهي القيم التنموية، بحيث من الضروري للإعلام أن يدعم القيم الإنسانية التنموية؛ لأن أصل عمل الإنسان هو إعمار الأرض.

**الفرع الثاني: تأصيل قيمة الموعظة الحسنة في الإعلام المعاصر:** المقصود بالموعظة الحسنة هي النصيحة بالعواقب بأسلوب لطيف محبب مقبول، فالموعظة أسلوب من أساليب التبليغ الذي يعتمد على التحبيب بدلاً من التنفير، والتيسير بدلاً من التعسير، والتقريب بدلاً من التباعد، وهو أسلوب يجعل من المخاطب رقيقاً يتم نصحه لما ينفعه ويسعده (فضل الله، ١٣٩٩هـ، ٥٧) وتدل عليها الآيات القرآنية، منها:

ثانياً: هو عملية تهدف إلى توعية وتنشيف وتعليم وإقناع مختلف فئات الجماهير، التي تستقبل مواد مختلفة وتتابع برامج وفقراته، تدور حول معنى معين يهدف مرسله إلى توصيله للجماهير، (الفار، ٢٠١٤م، ٢٨).

### ٣-٢. تعريف المقاصد لغة واصطلاحاً:

**المقاصد في اللغة:** مفهوم المقاصد في اللغة: المقاصد جمع مقصد، يقال: قصد يقصد، مقصداً، فهو يدل على الاعتداد، والإتيان بالشيء، والتوجه، قال تعالى: ﴿وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ﴾ (المائدة: ٢) أي: ولا قاصدين البيت (ابن كثير ١٤٢٠ هـ ١٩٩٩م، ٩/٢). والقصد: استقامة الطريق، قال تعالى: ﴿وَعَلَى اللَّهِ قُصْدُ السَّبِيلِ﴾ (النحل: ٩) أي: على الله تبيين الطريق المستقيم (الزبيدي، ١٣٩١هـ ١٩٧١م: ٣٥/٩). ويقال: قَصَدَ يَقْصُدُ قَصْداً فهو قاصد في أمره، أي: استقام، ويقال: طريقٌ قاصد سهلٌ مستقيم (ابن منظور، ١٩٩٧م: ٣/٣٥٣). ويقال: قصد في الأمر، إذا لم يجاوز فيه الحد ورضي بالتوسط، بحيث لا يميل إلى أحد طرفي التنزيط والافراط (الزبيدي، ١٣٩١هـ ١٩٧١م: ٣٦/٩).

**المقاصد في الاصطلاح:** وقد عرّفت المقاصد بتعريفات من أهمها ما يأتي:

١- تعريف ابن عاشور، حيث قسم المقاصد الشرعية على قسمين مقاصد عامة ومقاصد خاصة، فعرف المقاصد العامة بقوله: "هي المعاني الملحوظة للشارع في جميع أحوال التشريع أو معظمها، بحيث لا تختص ملاحظتها بالكون في نوع خاص من أحكام الشريعة"، وعرّف المقاصد الخاصة، بأنها عبارة عن: "الكيفيات المقصودة من قبل الشارع لتحقيق مقاصد الناس النافعة، أو لحفظ مصالحهم العامة في تصرفاتهم الخاصة"، (ابن عاشور، ٢٠٠٠م، ٤١٥).

٢- تعريف غلّال الفاسي، حيث قال: "المراد بمقاصد الشريعة: الغاية منها، والأسرار التي وضعها الشارع عند كل حكم من أحكامها"<sup>(١)</sup>. (الفاسي، ٢٠١٣م، ١١١). عبر الفاسي عن المقاصد بتعريف موجز في شطرين بحيث يشمل كل أنواع المقاصد: فالشطر الأول (الغاية منها) يبحث المقاصد العامة والخاصة، ويبحث الشطر الثاني (والأسرار التي ...) المقاصد الخاصة.

٦/ وعرّف الرّيسوني المقاصد بقوله: "هي الغايات التي وضعت الشريعة لأجل تحقيقها، لمصلحة العباد"، (الريسوني، ٢٠١٥م، ٧).

وقد حاول الريسوني صياغة تعريف جديد جامع بين تعريفي ابن عاشور والفاسي، وهو في الحقيقة يرجع إلى تعريف الفاسي أكثر، ولكنه حذف الشطر الثاني منه، واكتفى بالشطر الأول على مفهومه، (القحطاني، ٢٠١٣م، ٢٣)، فجمع بين المعاني المعتبرة في المقاصد؛ لأن عبارته (الغايات) تشمل المقاصد العامة، والمقاصد الخاصة، والمقاصد الجزئية، لأنه قسمها بعد ذلك إلى هذه الأنواع.

<sup>١</sup> - مقاصد الشريعة الإسلامية ومكافئها، تحقيق: د. إسماعيل الحسني، (دار السلام، القاهرة، ط٢، ١٤٣٤هـ - ٢٠١٣م): (١١١).

لسنة ٢٠٠٨، المادة الثانية، أو المادة التاسعة في قانون العمل الصحفي في إقليم كردستان العراق. ويجرم الشرع الحكيم هذه المراقبة، لسد الذريعة والفتنة بين الناس، حتى نشر الصور والتسجيلات الصوتية لا يجوز إلا بعد الأخذ بإذن صاحبها.

٢,٣ **تأصيل القيم الإعلامية المعاصرة في السنة النبوية:** ما قيل عن القرآن الكريم كمصدر وأصل للإعلام كذلك يقال في السيرة النبوية، من الالتزام بالقيم في وسائل الإعلام من خلال وسائل الإعلام ورفع الناس إلى المثل الأعلى والإفادة من القصص والأمثال الواردة في السنة (أحمد، ٢٠١٧، ٢٦).

وكان الرسول صلى الله عليه وسلم يهتم كثيرا بالإعلام؛ لأن الدعوة كلها إعلام؛ مثلا حسان بن ثابت شاعر الرسول - صلى الله عليه وسلم - والذي دافع عن الإسلام بشعره؛ لأن الشعر والأدب لها أهمية كبيرة في عصر النبي - صلى الله عليه وسلم - كما تتغير الأحكام المبنية على العرف والعادة بتغير الزمان، ووسائل الدعوة والإعلام تغيرت بتغير الزمان، ولا شك أن الإسلام دين التقدم والحضارة، ومن الضروري والواجب الديني على الإنسان أن يُغيّر أساليب الدعوة لدين الله، والآن كثرت وسائل الدعوة في الإعلام المعاصر، من استخدام الجوال كوسيلة إعلامية حديثة، ويستفيد منها المئات من الناس.

على أن الحديث الشريف يُعد وسيلة إعلامية، إذ يشمل الكثير من القصص والتاريخ وغيرها والتي تعدّ أوسع ثروة من بين المواد الإعلامية التي تغطي احتياجات الإعلام الإسلامي في جميع المجالات، فقد يُعتمد عليه في نشر الدعوة وفي شرح تعاليم الإسلام، والحثّ على العمل والجهاد في سبيل الله، والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وغير ذلك مما يتعلّق بشؤون الحياة الدنيوية والأخروية (الشرقاوي: ٢٠٢٠م: ٣٨، ٣٩)، إذ يمكن أن نستدلّ بجملة منها على تأصيل القيم الإعلامية المعاصرة، في ثلاثة فروع:

**الفرع الأول: تأصيل قيمة الصدق في الإعلام المعاصر:** في هذا الفرع يتناول الباحث بعضاً من الأحاديث الواردة في أهمية الصدق في كافة مجالات الحياة، خصوصاً تأصيله القيم الإعلامية المعاصرة، وتأثيرها للقبول لدى المشاهدين، والمستمعين، والمعلقين في ذلك المجال.

١. عن ابن مسعود رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: « إن الصدق يهدي إلى البر، وإن البر يهدي إلى الجنة، وإن الرجل ليصدق حتى يكون صديقاً، وإن الكذب يهدي إلى الفجور، وإن الفجور يهدي إلى النار، وإن الرجل ليكذب حتى يكتب عند الله كذاباً » (البخاري، ٢٠١٥م: ٩٨٢).

**وجه الدلالة:** يدلّ هذا الحديث على أخذ الصدق بنظر الاعتبار؛ ولا شك أن صدق الحديث من القيمة الإعلامية؛ لأنه من القيم ذي الاعتبار لدى المتلقي ممن يعرض عليهم الخبر بالوسائل المرئية والمسموعة.

٢. عن ابن عمر رضي الله عنه قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: « أربع إذا كنّ فيك فلا عليك ما فاتك في الدنيا: حفظ أمانة، وصدق حديث، وحسن خليفة، وعفة في طعمة »، (أحمد، ٢٠١٣م: ٤٦٢).

١. قال تعالى: ﴿ فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْتَقَصُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴾ [سورة آل عمران: ١٥٩]، في هذه الآية تتبين القيمة التي تغرس في نفوس المؤمنين بما يلبّن لهم فتتجمع حوله القلوب، على أن هذا لا يخرج عن أساليب الموعظة الحسنة.

٢. وقال عز وجل: ﴿ وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ ﴾ [سورة العنكبوت: ٤٦]، تدلّ الآية على أن يكون منك للخصم تبين، وفي خطابك تليين، وفي قبول الحق إنصاف، واعتقاد النصر لما رآه صحيحاً بالحجة، وترك الميل إلى الشيء بالهوى (القشيري، ١٠٠/٣).

ومن آداب الحوار في هذه الآية الكلام اللين حتى مع أهل الكتاب الذين ليسوا بأعداء غير الذين اعتدوا منهم، حيث استثناءهم الله بقوله: ﴿ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ ﴾، وفي مقولة شعبية عند الكورد: (الكلمة الطيبة تخرج الحية من جرها).

وفي هذا المنطلق نستطيع أن نقول: لا يجوز أن يكون كلام المسلمين مثل كلام غير المسلمين، وهذه الجمالية ضرورية في كل مجالات الحياة، وبالأخص في الإعلام الإسلامي المعاصر، لكونه من الوسائل المهمة لنشر المعرفة حسب رأي الباحث، وخاصة في هذا الزمن الذي أدى فيه الإعلام إلى ظهور عادات وتقاليد غير المرضية والمضرة للمجتمع بسبب عدم التزامها بالقيم النبيلة الواردة في الشريعة الإسلامية.

**الفرع الثالث: تأصيل قيمة الخصوصية في الإعلام المعاصر:** تعدّ الخصوصية من الطبيعة الشخصية التي تحظى باهتمام كبير لعلاقتها بحريات الأفراد؛ لأنها تعدّ من الحريات العامة، فحرمة الحياة الخاصة هي لبّ الحرية الشخصية، وهي الحرية الأساسية لأنها تكفل كرامة الإنسان، فهي أقدس حقوق الإنسان وأسماها، وتتسم بطابع السرية والخصوصية، وهي حق في كل الشرائع السابوية والنظم الوضعية على أسس أخلاقية ودينية. والشريعة الإسلامية كانت سباقة في الاعتراف بالخصوصية، فقد وضعت لها ضوابط وقواعد لحمايتها من خلال تجريم كل فعل من شأنه أن ينتقص من حق الإنسان في العيش الكريم في ظلّ الخصوصية، كجرائم الاعتداء على النفس والجرائم المتعلقة بجمرة السكن والرسائل وإفشاء الأسرار، وانتحال الاسم والتزوير فيه، وحماية المحادثات الشخصية بتجريم التجسس وغيره (ببوش، ٢٠٢١، ١٤١، ١٤٢).

والخصوصية من أهم القيم التي تتأصل في القرآن الكريم، قوله تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِمَّا زُكِّرَ لَكُمْ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا أَيُّبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرَهُنَّ مُؤْمَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَحِيمٌ ﴾ [سورة الحجرات: ١٢].

في هذه الآية نهي عن تتبع أخبار الناس وعوراتهم، قال البغوي (رحمه الله): التجسس هو البحث عن عيوب الناس، نهي الله تعالى عن البحث عن المستور من أمور الناس وتتبع عوراتهم حتى لا يظهر على ما ستر منها (البغوي، ١٤٢٠، ٤/٢٦٢).

على أن مراقبة الإعلام المعاصر للأشخاص الذين لهم شهرة في المجتمع ونشر الأخبار المفبركة عنهم ليس من قيم الإعلام وعليها عقوبات قانونية حسب قوانين العمل الإعلامي في إقليم كردستان العراق، كما ورد في قانون الاستخدام السبيء للوسائل الالكترونية

٣. عن عبد الله بن عمرو بن العاص رضي الله عنها، قال: قال رسول الله: « بلغوا عني ولو آية وحدثوا عن بني إسرائيل ولا حرج ومن كذب علي متعمداً فليتبوأ مقعده من النار » (البخاري، ٢٠١٥، ٥٦٧).

**وجه الدلالة:** يتحدث هذا الحديث النبوي على قيمة الأمانة، ويوضح نقل المعلومات كما هي في أصلها.

**الفرع الثالث: تأصيل قيمة الثبوت والدقة في الإعلام المعاصر:** من الأحاديث الدالة على قيمة الثبوت والدقة في الإعلام ما يأتي:

١. قال صلى الله عليه وسلم « إِنَّ الله كره لكم ثلاثاً: قيل وقال، وإصاعة المال وكثرة السؤال » (البخاري، ٢٠١٥، ٢٣٦).

**وجه الدلالة:** يدل هذا الحديث على الثبوت والدقة في الإعلام المعاصر، إذ ينهى النبي صلى الله عليه وسلم عن نقل الكلام دون الثبوت والتدقيق، والتدقيق من قيم الموضوعية والمصداقية، وعلى الإعلامي التمسك في الكلام قبل النطق به، ومن الضروري أن يبتعد عن هذه الصفة المذمومة، وخطأ كبير أن يتحدث الإنسان بكل ما يسمع دون تدقيق وثبوت من الخبر.

٢. قال رسول الله صلى الله عليه وسلم « كفى بالمرء كذباً أن يحدث بكل ما سمع » (البخاري، ٢٠١٥، ٥).

**وجه الدلالة:** يدل هذا الحديث على الثبوت والدقة في الإعلام المعاصر، إذ في هذا الحديث زجر لكل إنسان يتحدث ويشتر كل ما سمع من أخبار، لأنه في العادة يسمع الأخبار الصادقة والكاذبة معاً، والحديث بجميع ما يسمع يقتضي أن يتحدث عن الأخبار الكاذبة أيضاً، حتى وإن لم يكن متعمداً للكذب فيها، وكذلك من كثر كلامه كثر خطؤه (النووي: ١٣٩٢هـ: ٧٣-٧٥).

٣. قال صلى الله عليه وسلم « إِنَّ العبد ليتكلم بالكلمة من رضوان الله، لا يلقي لها بالاً، يرفعه الله بها درجات، وإن العبد ليتكلم بالكلمة من سخط الله، لا يلقي لها بالاً، يهوي بها في جهنم » (البخاري: ٢٠١٥، ١٠٣٥).

**وجه الدلالة:** يدل هذا الحديث على الثبوت والدقة في الإعلام المعاصر، مما يكون من الأسس التي يقوم عليها الإعلام الإسلامي المعاصر في تعامله مع المعلومة هي الدقة والتأكد من حقيقتها قبل إذاعتها (الزبيدي: ٢٠٠٧، ٣٦).

**٣,٣ تأصيل القيم الإعلامية المعاصرة من خلال أثرها في بناء الفرد والأسرة:** لما كانت فلسفة الإعلام الإسلامي تنظر إلى حق الفرد في التعبير عن رأيه كحق يرتقي ليصبح واجباً في كثير من المواضع، وضرورة من ضرورات تمكين الفرد من الاضطلاع بالدور المكلف به في هذه الدنيا، فإن هذا يفرض على المجتمع المسلم واجباً يتمثل في ضرورة إتاحة سبب الكفيلة بتمكين الفرد من التعبير عن آرائه وتمكنه، ثم المشاركة الفعالة في قضايا مجتمعه، وذلك من خلال إعطائه الحق في تلك الوسيلة الإعلامية التي يرى أنها تحقق أهدافه (السايسيري: ٢٠٠٨، ٥٠٦، ٥٠٧).

من المعلوم أن بناء الأسرة مرتبط ببناء الفرد، والأسرة في طبيعتها اتحاد تلقائي، تؤدي إليه الاستعدادات والقدرات الكامنة في الطبيعة البشرية، وهي مؤسسة اجتماعية

**وجه الدلالة:** هذا الحديث فيه جملة من القيم الإعلامية، وهي: أولاً: الأمانة - وكما تحدثنا عن موضوع التأصيل في القرآن الكريم- والقيمة الإعلامية الثانية: في هذا الحديث قيمة المصداقية، فهي مبدأ وقيمة للإعلام المعاصر، على أنه يهتم به الإعلام الإسلامي وغير الإسلامي. والقيمة الثالثة: هي حسن الخلق.

٣. عن عبادة بن الصامت رضي الله عنه أن النبي (صلى الله عليه وسلم) قال: « اضمنوا لي ستاً من أنفسكم أضمن لكم الجنة: اصدقوا إذا حدثتم، وأوفوا إذا وعدتم، وأدوا إذا ائتمتم، واحفظوا فروجكم، وغضوا أبصاركم، وكفوا أيديكم » (أحمد، ٢٠١٣م: ٣٢٣/٥).

**وجه الدلالة:** هذا الحديث فيه قيمتان من القيم التي لا بد من توافرها في الإعلام المعاصر، وهما: المصداقية والأمانة.

٤. عن الحسن بن علي رضي الله عنهما قال: حفظت من رسول الله صلى الله عليه وسلم: « دع ما يريبك إلى ما لا يريبك؛ فإن الصدق طمأنينة، وإن الكذب ريبة » (الترمذي، ٢٠١٥م: ٦٠).

**وجه الدلالة:** يدل هذا الحديث على اعتبار الصدق، من القيم الإعلامية المتداولة والمعاصرة.

٥. عندما رجع النبي (صلى الله عليه وسلم) من غار حراء بعد نزول الوحي ورؤية جبريل عليه السلام واستثنيه خديجة رضي الله عنها وطمأنته، وكان مما قالته: « فوالله لا يخزيك الله أبداً؛ إنك لتصل الرحم، وتصدق الحديث » (البخاري، ٢٠١٥م: ١١١٥).

**وجه الدلالة:** ظاهر هذا الحديث يبين لنا قيم المصداقية التي لا بد منها في الإعلام المعاصر، وكما يشير هذا الحديث إلى أن الصدق في الزمن الجاهلي كان ذو قيم رفيعة في المجتمع، ولا شك الآن نحن كمسلمين ينبغي أن نتمسك بهذه القيم الرفيعة وأن نزين حياتنا بها.

**الفرع الثاني: تأصيل قيمة الأمانة في الإعلام المعاصر:** يتناول هذا الفرع دراسة قيمة الأمانة، وهي نوع من الموضوعية والمصداقية، والأمانة من الفضائل والقيم الرفيعة، التي ينبغي أن يقوم عليها الإعلام المعاصر، ولا ننسى أن رسول الله (صلى الله عليه وسلم) لقب بالصادق الأمين في الجاهلية، ونجد كثيراً من الأحاديث الواردة في مواضع ومناسبات مختلفة للأمانة تحرص على حفظ الأمانة، ولأهمية الأمانة في القيم الإعلامية المعاصرة كان لا بد من الاهتمام بها، ومن الأحاديث الدالة عليها ما يأتي:

١. عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: « آية المتأفيق ثلاث: إذا حدثت كذبت، وإذا وعدت أخلفت، وإذا أوثمت خان » (البخاري، ٢٠١٥، ٣٣).

**وجه الدلالة:** يدل هذا الحديث على القيمة الإعلامية وهي قيمة الأمانة؛ لأنه إذا لم يلتزم الشخص بالأمانة فإنه يوصف بالخيانة، ومن ثم فإن الإعلام ينبغي أن يلتزم بقيمة الأمانة.

٢. عن شداد بن أوس وأنس بن مالك رضي الله عنهما، عن النبي صلى الله عليه وسلم: « أول ما تفتقدون من دينكم الأمانة » (الطبراني، ١٣٩٧، ٤/٥٤٩).

**وجه الدلالة:** هذا الحديث يتحدث عن أهمية الأمانة، مراعاة لكسب المصداقية والثقة.

القيم المعنوية فوق كل اعتبار ويعودها غاية في ذاتها يريدون الوصول إليها في سلوكهم العام والخاص، إلى ذلك الأسلوب من التفكير الذي يضع الإشباع المادي والذي فوق كل اعتبار، إنها سلم القيم التقليدية وبضباع القيم المعنوية تضع الأمة، (الشريف، ٢٠١٤م: ٨٩).

تنطوي وجهة النظر المقاصدي المهنة الإعلام في هذا المبحث في إطار (الموضوعية، الواقعية، المصادقية) في ثلاثة مطالب، وذلك على النحو الآتي:

**٤-١. الموضوعية:** المقصود بالموضوعية بوجه عام هو الإيمان بالحقائق وعدم الانحياز إلى طرف ما، على حساب طرف آخر مجانبين للحق ومعنى آخر هي نقل الأحداث بحيادية وتجرد وبصورة متوازنة، وإعطاء فرصة كل طرف بالطرف الآخر لإبداء رأيه، حتى لا يكون الغبن في موضوع آثار الإعلام في متابعيه، مما نبهته في إطار الموضوعية من خلال ثلاثة فروع، الفرع الأول: مفهوم الموضوعية والفرع الثاني: عناصر الموضوعية والفرع الثالث: أثر الموضوعية في الإعلام.

**الفرع الأول: مفهوم الموضوعية:** يقصد بالموضوعية طرح القضايا والأخبار في الإعلام بأسلوب علمي وبدون تهويل أو مبالغة (أبو عمار، ٢٠١٧م: ٣٣). على الإعلامي محاولة التجرد من جملة القيم المجتمعية والثقافية التي تُؤدّي إلى الميول والنزعات الذاتية في الكتابات الصحفية، والأمر ليس بالهين ولا سهيل؛ لأننا نتحدث عن التجرد من نسق يعد الصحفي أحد العناصر الفاعلة فيه والتي تؤثر وتتأثر بعناصر أخرى (عباس، ١٩٩٠م: ١٤٠)؛ لأن الموضوعية تصوير الواقع صدقاً باختلاف الأوجه على حقيقتها، ودقة استخدام الألفاظ حتى لا تُوهم السامع، أو القارئ بغير الحق، والالتزام بحقائق الموضوع بحيث لا يخرج عنه إلى مواضيع جانبية، أو لا علاقة لها بالموضوع، أو أن ينحرف التنازل للموضوع عن الروح العملية لجوانب القضية (راضي: ١٧٢).

**الفرع الثاني: عناصر الموضوعية:** إن تواجد الموضوعية تتمثل في عناصرها، من أهمها ما يأتي:

**أولاً: الدقة:** الدقة قد تعني في بعض الأحيان الاهتمام بالكيف، على حين السرعة تعني الاهتمام بالكم؛ ووفرة المنتج أو اختصار الوقت، وأن معظم الناس يرتاحون إلى إنجاز الأعمال بدقة، ويفضلونها على إنجازها بسرعة خوفاً من الخلل الذي قد يصاحبه (بكار، دت: ٢٤).

تأ لا شك في أن الإسلام أمر بتحرّي الدقة في الأخبار، والتثبت والتبّين قبل الحديث كما قال تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴾ [سورة الحجرات: ٦]. ولا يفوتنا أن الدقة تعني ضرورة أن يذكر الخبر الحقيقة الكاملة للحدث أو الواقعة دون حذف يخلّ بسياقها ويعطيها معنى أو تأثيراً مخالفاً للحقيقة أو عكس ما كان يعطيه لو كان قد نُشر كاملاً، أي: دقيقاً. (الموسوي، ٢٠١٩م: ٨٥).

**ثانياً: النزاهة:** تعني النزاهة تقديم الخبر والصور بنوع من الحياد، وتجنّب الخلط بين الأمور، ومثل الخلط بين الخبر والتعليق، أو الإشهار وبين المصالح العامة والمصالح الخاصة، والتجرد (الإعتبارات الذاتية) كما تفيد النزاهة التجرد من الهوى

تنبعث عن ظروف الحياة الطبيعية التلقائية للنظم والأوضاع الاجتماعية، وهي ضرورة حتمية لبقاء الجنس البشري، ودوام الوجود الاجتماعي. فهي الإطار الذي يحدّد تصرفات أفرادها وتشكل حياتهم وتبثّ فيهم الوعي بالذات القومي والحضاري، وهي مصدر العادات والتقاليد والقيم والقواعد السلوكية، وللآداب العامة ويقع عليها العبء الأكبر لأهم وظيفة اجتماعية، وهي عملية التنشئة الاجتماعية، والتي يتحوّل الفرد في إطارها من كائن بيولوجي إلى كائن اجتماعي (محمد: ٢٠١٧م: ٦).

على أنه يُعدّ الإعلام سلاحاً ذو حدين، فقد يكون مفيداً ونافعاً، وقد يكون هاماً ضاراً، نتيجة لما يميّز به من القدرة على ثقافة الأمة، وسلوك الأفراد والجماعات على الصعيدين الإيجابي والسلبي؛ لأن وسائل الإعلام لها تأثير كبير وتشكيل البناء الإدراكي والمعرفي للفرد والمجتمع، ويساهم هذا البناء في تشكيل رؤية الفرد والمجتمع تجاه قضايا مجتمعه والقدرة على تحليلها واستعمالها لاتخاذ السلوك المناسب حول هذه القضايا (بركة: ٢٠٠٨م: ٧).

#### ٤. النظرة المقاصدية لقيم مهنة الإعلام:

يتضمن هذا المبحث النظرة المقاصدية حول مجموعة من القيم التي يجب على الإعلام المعاصر الالتزام بها، على أنه يمثّل الأخلاق والقيم الجانب المهني في الإعلام من منظور مقاصد الشريعة الإسلامية، لأنها هي الجوهر والأساس الذي يقوم عليه أيّ إعلام، ولا يعرف وجودها إلا بظهور آثارها، وكما تعد الأخلاقيات - بما فيها أخلاقيات المهنة الإعلامية - من أساسيات ديننا الحنيف الذي دعا إليه رب العزة جل جلاله رسوله الكريم، (صلى الله عليه وسلم)، وتمثّل في الإسلام أسساً وقواعد ينطلق منها الفرد المسلم في سلوكيات وتصرفات منضبطة، في مختلف مجالات حياته، وأدق تفاصيل معيشتة، بحيث ينضبط ظاهراً وباطناً بتلك الأخلاق الصادرة عن نصوص الوحي، الملازمة لأحكام الشريعة في كينونتها ووجودها (إسماعيل، ٢٠٢٠م: ١٨).

وفي واقع الأمر يثير الإنترنت قضية أخلاقيات العمل الإعلامي، إذ ليس هناك قوانين تنظم عما في هذه الشبكة، وليس هناك حارس للبوابة، يتحكمون في المعلومات التي تنشر إلكترونياً، وبالتالي فالإلتزام بالمعايير المنصوص عليها في مواثيق الشرف الصحفية والإعلامية لن يكون بإمكان أحد مراقبته أو المعاقبة على إختراقه، كما أن الكثير من الشركات مزودي خدمة الإتصال بالإنترنت (servers) تقوم بتجميع المعلومات عن روادها والتصرف في هذه المعلومات دون المشترك (أمين، ٢٠٠٧م: ٧٤).

وفي هذا المقام حرّى بنا التطرق إلى أن القيم شيء مختلف تماماً عن العادات والتقاليد؛ لأنها من الأمور الفطرية التي فطر الناس عليها ولم يصنعها البشر، والدليل على ذلك أن لها طابعاً علمياً إنسانياً يجعلها فوق الزمان والمكان، فالبشر جميعاً متفقون إلا من شذ منهم على أن الصدق قيمة لا يجوز التهاون فيها، والأمانة قيمة ليس من حق أحد أن يجري عليها شيء من أشكال التغيير، وكذلك العدل لا يقبل التجزئة أو المساومة بشأنه، وهذا شأن بقية القيم المعنوية الأخرى. وفي نفس الصدد أن القيم الأخلاقية انعكاس للأسلوب الذي يفكر به الناس في سياق ثقافي معين وفي مدة زمنية محددة، وحينما تغير الأسلوب التقليدي لتفكير الناس من ذلك الأسلوب الذي يضعون فيه

ولأن الخلق لا يكون إلا عن وعي بقيمته ومعرفته بمعناه، وخوطف الإنسان بالأمانة وكلف بها لأنه يعرفها ويعرف مفهومها ويستطيع أن يتصف بها، كما قال (عليه الصلاة والسلام: «آية المنافق ثلاث: إذا حدث كذب، وإذا وعد أخلف، وإذا أؤتمن خان» (بخاري، ٢٠١٥: ١٧) و (مسلم، ٢٠١٥: ٥٩)، وقال تعالى: ﴿لَئِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا﴾ (الأحزاب: ٧٢) وهي الشهوة المركبة في الإنسان، أو التكليف التي

تعم جميع وظائف الدين، من أوامر، ونواه، أهمتها: ضبط جراح النفس، والصبر على الطاعات، وعن المعاصي والشهوات [وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا] وخفن من حملها [إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا] لنفسه؛ لأنه لم يراع ما حمل: فعرض نفسه للعقاب [جَهُولًا] بحقيقة ربه؛ إذ لو علم حقيقته وقدره؛ لما وسعه إلا التمسك بطاعته، والابتعاد عن معصيته، وهذا العرض، والإباء:

هو من قبيل الأمثال، ولسال الحال (ابن الخطيب، ١٩٦٤م: ٥١٩/١). ي

يرى الباحث أنه يجب على كل إعلامي الحفاظ على الأمانة حسب قدرته واستطاعته على المستوى النظري والمستوى التطبيقي؛ لأن في هذه الآية الكريمة يأمر سبحانه وتعالى المؤمنين بأن لا يخونوا الأمانة، لأن خيانة الأمانة خلق ذميمة لا يليق بالمسلم الذي دينه يحثه على الالتزام بالأمانة ونبذ الخيانة، وقال علي بن أبي طلحة، عن ابن عباس، الأمانة: الفرائض، عرضها الله على السموات والأرض والجبال، إن أدوها أثابهم، وإن ضيعوها عذبهم ففكروها ذلك وأشفقوا من غير معصية، ولكن تعظيما لدين الله ألا يقوموا بها، ثم عرضها على آدم قبلها بما فيها (ابن كثير: ١٩٩٩م ٤٨٨/٦).

وحرماً بنا التطرق إلى المردودات المتعلقة بالأمانة في الحياة الدنيوية، فإن من أعظم الآثار الدنيوية، أن الأمين يصبح موضوع ثقة الناس واحترامهم، والخائن محط سخطهم وحقدهم؛ ولهذا نجد أن الإسلام قد شدد على الإيمان والعهد؛ لبناء مجتمع سليم أمين يشق طريقه بكل ثقة وطمأنينة وجعل رعاية الأمانة والعهد سمة النفس المؤمنة، كما جعل خيانة الأمانة، وإخلاف العهد سمة المنافق والكافر.

**خامساً: الاستقلالية:** يثير مصطلح الاستقلالية في الإعلام جدلاً كبيراً، وكثيراً ما يتم الإشارة إليه دون وضع تعريف واضح ومحدد له، غالباً ما تُستخدم تعبيرات فضفاضة أو قاصرة على تعريف مفهوم الاستقلالية باعتبارها مدى حيادياً أو استقلالية المحتوى المعروض عبر وسيلة إعلامية ما، انحيازه لطرف سياسي، أو جاعة اجتماعية، أو اقتصادية معينة، ولكن مصطلح الاستقلالية لا يقتصر على الاستقلالية التحريرية فقط، بل هو في حقيقة الأمر أعم وأشمل. (المصري، سارة، د ت: ٧)

إتياً تعلق فكرة الاستقلالية بجوانب العمليات والممارسات الإعلامية في توليد نتاجات نظرية، تجسد التجرد والحياد بدرجة عالية أدنى رتبة منها، وأنها تقترح أن ممارسات الإعلام تتم على وفق الاعتبارات الإعلامية صرفة على وفق الغايات الإعلامية (هيو، ٢٠١٥ م: ١٤٩): لأن الاستقلالية من العناصر الموضوعية، ولها أهمية كبيرة للموضوعية وكشف الحقائق، ويؤثر على إستقلالية التمويل المالي للمؤسسة الإعلامية.

**الفرع الثالث: أثر الموضوعية في الإعلام:** الموضوعية حجر أساسي للإعلام الإسلامي، لا يدخل في الإعلام الإسلامي العواطف والمشاعر الشخصية، والمسلمون يحسبون الخروج من الموضوعية هو خروجاً عن الصدق، إذن ويمكننا أن نجعل من الصدق

والاستقلالية في العمل، والاستقلالية وعدم الخضوع لأي تأثير أو رقابة داخلية (المنشأة) كانت أم خارجية (الجمهور)، والضغوط السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية بجميع أشكالها (الشابلية، ٢٠١٥م: ٣١).

هذا يقتضي عدم قبول الإعلامي رشاي من أي نوع، سواء كانت في شكل هدايا عينية، أو شيكات بنكية، أو عضوية لجان بمكافآت مالية، أو قبول رحلات مجانية، اللهم إلا رحلات العمل من جهة تغطيتها؛ لأنه إذا قبل سيضطر إلى الخضوع لأهواء الراشي (إساعيل: د ت: ٢٤٩).

**ثالثاً: الحيادية:** الحياد يعني عدم اتخاذ موقف من مسألة أو قضية معينة، والانسحاق وراء هذا الموقف أثناء العمل الإعلامي (إساعيل: د ت: ٣٢)؛ لأن الحيادية في مجال الإعلام تقتضي اتخاذ مسافة واحدة من وجهات النظر المختلفة، وعدم الانحياز قدر الإمكان لرأي على رأي آخر، بمعنى أن تكون الوسيلة الإعلامية الجماهيرية بمثابة قناة لمختلف الآراء والتوجهات، واحترام مختلف الآراء مهما بدت هشاشتها من وجهة نظر الجهة الإعلامية العاكسة للموضوع (بلقاسم، ٢٠٢٠م: ٨٦).

تقتضي وجهة النظر المقاصدي أن لا يكون الإعلام متحيزاً لأي طرف من أطراف الموضوع الذي ينشره أو يبثه، وأن يقوم بنقل الخبر والصورة كما هو لأن من حق الجمهور أن يحصل على الحقائق كما هي دون تشويه أو تجميل (عمر، ٢٠٢٢م: ٣٣). ولما كان كذلك يجب الالتزام بمبدأ الحيادية في عدم الإيحاء لمصادر التحقيقات الصحفية والبرامج الحوارية بالإدلاء بآراء معينة على حساب الحقيقة، فمن الشائع في أثناء الإعداد لحوار صحفي، أو تلفزيوني، أو إذاعي أن يوحي المحرر للضيف بتبني وجهة نظر على حساب الحقيقة، فهذا مخالف للقيم الأخلاقية ومهنة الصحافة (إساعيل، ٢٠١٤م: ٢٤٨).

ومن البديهي في الإعلام الإسلامي المعاصر أنه معروف بحياديته على المستوى التطبيقي؛ لأن الخروج من الحيادية يخرج الإعلام من إطار الإعلام الإسلامي، فضلاً عن الأخلاقيات المهنية.

**رابعاً: الأمانة:** الأمانة في اللغة ضد الخيانة، وهي مصدر، مشتق من مادة (أمن) قال في اللسان: (أمن) الأمان والأمانة بمعنى يقال: أمن: أماناً وأماناً، وأمانة وأماناً وأمانة، بمعنى: اطمأن ولم يخف، فهو آمن وأمن وأمين (ابن منظور، ١٩٩٧م، ١٣).

على أن الأمانة من أخلاق المسلم الأصيلة، التي تنبع من عقيدته، وتدل على صدق إتجاهه و شرف غايته، وهي صفة جامعة للفضائل بكاملها، بل الإسلام باعتقاده وأصوله و فروعه، والمرء مأمور أن يؤديها على وجهها الصحيح، سواءً أكانت من حقوق الله تعالى (قرقوش، ٢٠٠١م: ١٢١). وقال تعالى: ﴿فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الْأَيْمَانَ وَتُؤَدِّ أَمَانَتَهُ﴾ (البقرة: ٢٨٣) في هذه الآية الكريمة يأمر الله (سبحانه وتعالى) أن يؤدي المسلم كل العمل بالأمانة ولا يخون فيه، وهذا عمل الإعلامي من هذه الجهة تعني الموضوعية.

ولعل من المفيد أن نؤكد على أن الأمانة سمة فاضلة من سمات الإنسان، وأودعها الله في طبيعة البشر، فهم بها يتعاملون مع الله، وهم يتعاملون مع بعضهم البعض، وإذا وصف بعض المخولقات بالأمانة فهذا من باب التجاوز في الوصف؛ لأن الأمانة خلق،

والإنصاف اصطلاحاً في العمل الإعلامي ببساطة عبارة عن: اتخاذ الإعلامي لكل الوسائل والإجراءات الكاملة اللازمة لحماية الجمهور والمشاركين في المادة الإعلامية (المصادر على سبيل المثال) من أي تداعيات سلبية غير موضوعية ترتب على إعداد المادة ونشرها أو بثها، على أن يكون ذلك في إطار لا يمس نزاهة المادة ودقتها، ولا يحرم الجمهور من حقه في الاطلاع على التفاصيل اللازمة (التلفازي، ٢٠١٠م: ١٠٦). إذن فالإنصاف أخذ الحق، وإعطاء الحق أي: أن تعطي الناس من الحق، كالذي تستحقه لنفسك وهو قريب العدل (راضي: ١٧٢).

**الفرع الثالث: أثر الواقعية في الإعلام:** إن ما يميز الإعلام الإسلامي عن غيره، هو الالتزام بالواقعية وذلك بإيصال المعلومة إلى المتلقي كما هي، دون أن يكون سبباً للتشويش على الفكر والقيم التي يحملها؛ لأننا نعيش اليوم في رحاب تعددية أهداف الإعلام والمختلفة والمتنوعة، فلا بد من الالتزام بالهدى الإسلامي في مجال إيصال رسالة الإعلام، وذلك أن الواقعية تعني بأنها لا تستقر أحكامها ولا تضبط قواعدها إلا بملاحظة المصالح المطلقة وهي بعيدة عن الأغراض والأهواء، فضلاً عن ذلك أن الواقعية في الإعلام الإسلامي هي إحدى الخصائص العامة للإسلام، أو إحدى خصائص الفقه الإسلامي الذي تنتمي إليه النظرة الإسلامية في الإعلام.

على أن رؤية الواقعية من منظور المقاصد الإسلامي ينير الواقع ويقوم بتغييره ليتطابق مع المجتمع، ولوسائل الإعلام تأثير على فكر الإنسان الحديث، فينبغي التحذير من عدم الواقعية؛ لأن ذلك يشكل خطراً على مستقبل البشرية. (الشرقاوي، ٢٠٢٠م: ٤٦)، لذا يجب ممارسة المهنة الإعلامية وفقاً لعناصرها.

**٤-٣. المصدقية:** تعد المصدقية مكوناً أساسياً لنجاح عملية الإعلام المعاصر، كما أنها أحد المعايير المهمة المميزة للمهنية في الإعلام، وهي مهمة سواء بالنسبة للقائم بالإعلام المعاصر أو الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية، لذا يتم البحث عنها في ثلاثة فروع، الفرع الأول: مفهوم المصدقية والفرع الثاني: عناصر المصدقية، والفرع الثالث: أثر المصدقية في الإعلام، على النحو الآتي:

**الفرع الأول: مفهوم المصدقية:** يقصد بالمصدقية كسب ثقة المتلقي لما تداوله وسائل الإعلام والمصادر التي تعتمد عليها (مجمع اللغة العربية، بدون رقم الطبعة: ٢٠٠٨م: ١٥). وعلى أن القصد من ذلك الالتزام بالشفافية في نقل المعلومة بأن تكون إجابات شافية لما يدور في ذهن المتلقي من أسئلة ودون أن يكون هناك أي تحيز ويظهر حسن المظهر ومصدقته بالتدريب والخبرة بالموضوع والقدرة على الإتصال بما تحتويه من محارات الكلام، والكتابة والتعبير، والإحترافية والإنسجام مع القيم الإجتماعية (كروي، السيد، ١٩٩٨: ٥٣). فالمصدقية هي أولويات دوافع التعامل مع المادة الإعلامية فهي محور المحرك للإعلام. الإعلام هادف بعيد عن الطرق المتنوية، فالطرق المتنوية تخدش برسالة الإعلام وتعن في مصداقيتها وواقعيته وحين لا تسود الواقعية يكون الوصول إلى الحقيقة صعب المنال، فرسالة الإعلام في الإسلام رسالة ذات طابع ملتزم بالصدق والواقعية والأدب في التخاطب سواء كانت الوسيلة مسموعة أم مرئية (الديلمي، ٢٠١٩م: ٩).

معياراً لتمييز الإعلام الإسلامي عن غيره من الإعلام المشوه للعقول جزء من حياة المسلمين، ومن الضروري مطابقته للواقع كما قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ﴾ (الصف: ٢). هذه الآية فيها إشارة صريحة لمطابقة القول مع العمل.

وتجدر الإشارة إلى أن الالتزام بالموضوعية طريق للوصول إلى الحقيقة النهائية؛ لأن الموضوعية تقيض الذاتية، التي تعني أن يعبر عن الموضوع المراد إيصاله إلى الجمهور من دون تأثر مباشرة بأمور الذات، وقضاياها واهتماماتها، ولا بالعواطف والتصورات، ومن أثر الموضوعية الإعلامية من أهوائه الحزبية والفكرية والاجتماعية، حين يصوغ الخبر (محمد، ٢٠١٧م: ٢٩٤). مما تؤثر فيه بالتجرد لأي الأبعاد الذاتية والالتزام بالحياد والتوازن، والارتكاز إلى الحقائق والتأكد من صحة المعلومات من مصادرها الأصلية، حتى تضارب مع المصالح القائم بالإعلام نفسه (الموسوي، ٢٠١٩م: ٨٤).

#### ٤-٢. الواقعية:

**الفرع الأول: مفهوم الواقعية:** الواقعية اسم منسوب إلى واقع، يقال: قصة واقعية، وفكرة غير واقعية: خيالية، وهي مذهب يعتمد على الوقائع ويطلب من الفن أن يعكس الواقع، ويعني بتصوير أحوال المجتمع على ما هو عليه (عمر، ١٤٢٩هـ ٢٠٠٨م: ٢٤٨٢).

تتميز القيم الإسلامية بالواقعية، فهي ليست ضرباً من المثاليات، ولا هي من قبيل الخيال الذي يعلو على الواقع، ولا يمكن تحقيقه وتنفيذه في ميدان الحياة، وإنما القيم ممارسات راقية تتحقق في واقع البشر بالفعل؛ لأنها تتوافق تماماً مع هذا الواقع وتتاسب طبيعة الإنسان، فهو يميل إلى القيم رغبة حقيقية، لا عن تكلف مصطنع (المانع، ٢٠٠٥م: ١٦٤).

من وجهة النظر المفاصدي أن الواقعية الإسلامية لا تعني بها المدلول الشائع من الخضوع لواقع ومسايرته، فواقعية الإعلام الإسلامي لا تعني أنه يخضع لواقع المجتمع فيسايره، أو يخضع لواقع العصر فيصطبغ بصغته، وإنما تعني بها تلك الواقعية المستمدة من موافقة المنهج للفطرة البشرية، والواقعية التطبيقية في بناء الحياة الإنسانية كلها، بحيث يتسق الإعلام المعاصر مع منهج الإسلام في تلك الجوانب.

**الفرع الثاني: عناصر الواقعية:** تتكون الواقعية من مجموعة العناصر من أهمها:

**أولاً: العدل:** في اللغة: ضد الجور وهو ما قام في النفوس على أنه مستقيم، وقيل: هو الأمر المتوسط بين الإفراط والتفريط والاعتدال توسط بين حالين في كم وكيف (الزبيدي، ١٣٩١هـ ١٩٧١م: ١٠/٨)

**والعدل في الاصطلاح:** عبارة عن الأمر المتوسط بين طرفي الإفراط والتفريط (الجراني، ١٩٨٨م: ١٥٢).

**ثانياً: الإنصاف:** الإنصاف في اللغة: (نَصَفَ) النون والصاد والفاء أصلان صحيحان، أحدهما: يدلُّ على شطر الشيء، والآخر على جنس من الخدمة والاستعمال، فالأول نصف الشيء ونصيفه: شطره، والإنصاف كأنه الرضا بالتصف، والنصف أيضاً (ابن فارس، ١٩٧٩م: ٤٣١/٥) وأُصِفَ الرجل أي: عدل (ابن منظور، ١٩٩٧: ٩/٣٣٢).



الفرع الثاني: عناصر المصادقية: من أهم عناصرها ما يأتي:

**أولاً: التزام الصدق:** هذه الصفة بالغة الأهمية في الإعلام الناجح، وفي الدعوة إلى الله، فإن تحزبي الحقائق والوقائع والالتزام بروايتها كما وقعت هي الضمانة الأساسية للفوز بثقة الناس، الذين هم غرض المادة الإعلامية، أو الهدف إلى الله، وليس أدل على أهمية الصدق وتحري الحقيقة في الإعلام من تأريخ الوقائع الإسلامية نفسها، لقد أثبتت مجريات التأريخ الإسلامي أنّ الأكاذيب والأساطير التي وجمت بها الدعوة الإسلامية قد سقطت كلها أمام الاستقامة والطهارة في مناقب أصحاب الدعوة إلى الله (الوشلي، ١٩٩٤م: ٤٤، ٤٥).

على أن الصدق هو قول الحق أو مطابقة القول للإعتقاد وللواقع والحقيقة، ولذا لا يكون الإنسان صادقاً إلا أن يجمع الصدق مع نفسه بأن يتكلم ما يعتقد ويؤمن به، والصدق مع الواقع، بأن يطابق قوله الواقع والحقيقة التي يعملها أو يحسبها بجوارحه السلمية، وأي اخلال بهذين الشرطين يعدّ المتكلم كاذباً، فقد أنكر المناقنين الذين قالوا حقاً ولكنه ليس موافقاً لما يظنونه في أنفسهم أو يعتقدونه، يقول الله تعالى: ﴿إِذَا جَاءَكَ الْمُتَأَفِّقُونَ قَالُوا نَشْهَدُ إِنَّكَ لَرَسُولُ اللَّهِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ إِنَّكَ لَرَسُولُهُ وَاللَّهُ يَشْهَدُ إِنَّ الْمُتَأَفِّقِينَ لَكَذِبُونَ﴾ {سورة المناقنون: ١}، في هذه الآية إشارة إلى أن نقل أي كلام ضروري لا شك عن صحته ومن مصادره الموثوقة، يفقهون، إذا سمع لقول المناقنين: أي لصحاتهم وحسن حديثهم، خشب: واحداً خشباً وهي الخشبة التي تُخرجونها (المراخي، ١٩٤٦م: ٢٨/١٠٦).

وقد أنزل الإسلام الصدق منزلة عظيمة حتى عدّه سبيلاً لكل خير وبر وطمأنينة (البدر، ٢٠١٢م: ٤٦)، لذا فإن الصدق نظراً إلى كونه من عناصر المصادقية من أسباب النجاح في المهنة الإعلامية، خصوصاً في مجال الدعوة؛ لأنه تما وصف به نفسه، ولا يوصف إلا بصفات الكمال، ومن أصدق من الله قبلاً، قال سبحانه وتعالى ﴿قُلْ صَدَقَ اللَّهُ فَاتَّبِعُوا مِلَّةَ إِبْرَاهِيمَ حَنِيفًا وَمَا كَانَ مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾ {سورة آل عمران: ٩٥}، وأنه من صفات الأنبياء والمرسلين وسمة من سماتهم، وبه يتميز المخلصون ورواد الإصلاح، وقادة التوجيه.

**ثانياً: حرية التعبير:** حرية التعبير يسبقها حرية التفكير الواعي، وهذه الحرية تعني سقوط العوائق تحول دون أن يعبر الإنسان بفطرته الطبيعية عن ذاته وعن مجتمعه تحقيقاً لخيرهِ وسعادته على أساس من العقل والتسامح (عبدالمجيد، ٢٠٢٠م: ٥).

ويلاحظ أنه تشكلت فلسفة الإعلام الإسلامي حول الحرية الإعلامية والالتزامات التي ينبغي تحمّلها مقابل التمتع بممارسة هذه الحرية، وحدود هذه الممارسة، تبعاً للمقولات التي طرحها الفكر الإجماعي الإسلامي حول طبيعة الإنسان، وطبيعة الحقيقة، وطبيعة الدولة، والتصور الذي أقامه في ضوء ذلك لما ينبغي أن تكون عليه العلاقة بين الإنسان والدولة، والذي رأى أنه كفيل بتحقيق غايات المسلم في مجتمع الاستخلاف (الساميري، ٢٠٠٨م: ٤٥٥، ٤٥٦).

على أن منطلق الإسلام في حرية الاعتقاد نابع من قواعده التشريعية، وأصوله الثابتة؛ فقد كفل الحرية في الاعتقاد للجميع، وأمر المسلمين أن يحافظوا عليها، ويدودوا عنها، وجمع المسلمين على وحدة اعتقادية، يلزم منها اتحادهم على أصول دينهم (بركة:

٢٠٠٨م: ٢٨)، ومن هذا المنطلق يترسخ مبدأ حرية التعبير، ويتم ذلك من خلال ما يأتي:

**أ- مفهوم الحرية لغة واصطلاحاً:** كلمة الحرية لغة تعني، الشرف والطيب وكرام الأصل، يقال حرّ بحرّ حرّية، من حرّية الأصل، فالحرّ من الناس، أخيرهم وأفضلهم، ومن الأشياء أحسنها، يقال: طين حرّ، أي: لا رمل فيه، فالحرّ: خلاف العبد (ابن دريد، ١٩٨٧م: ٩٦/١)، ويقال: حرّ الرجل بحرّ من الحرية (ابن فارس، ١٩٧٩م: ١/١٨٨)، الحرية بمعنى الحرارة والسخونة، وهي من الحرور، وتعني الريح الحارة بالليل أو النهار، ويقال الحر الماء أي سخن (الفيروزآبادي، ٢٠٠٥م: ٣٧٤).

**والحرية في اصطلاح:** هي حالة يكون عليها الكائن الحي الذي لا يخضع لغيره أو قيد أو غلبة، ويتصرّف طبقاً لإرادته وطبيعته (مختار، ٢٠٠٨م: ٤٧٠/١).

وانطلاقاً من ذلك تعني الحرية أن يكون الإنسان حرّاً في التعبير عن ذاته وعن رأيه، سواءً في القضايا الخاصة أو في قضايا المجتمع الذي يعيش فيه. وتشمل حرية التعبير بمعناها الواسع حرية الاعتقاد وحرية الرأي، وتمثل الاعتقاد حجر الزاوية في الحريات الإنسانية؛ لأنها تحدّد ماعداها من حريات، وتعني حرية الاعتقاد التفكير والإيمان بما نرى أنه الحقيقة، وتعني الحرية من جانب آخر: سقوط القيود التي تعوق الفرد في التعبير عنه وعن مجتمعه بما يعتقد أنه يحقّ خيره وسعادته.

من وجهة نظر تاريخية أنّ مفهوم الحرية مفهوم قرآني أصيل، تناول القرآن المجيد بما يزيد عن مائتي آية، وأصل له بشكل دقيق، وكرسه كقيمة من القيم العليا، وقد تناولت بعض الآيات معالم هذه الحرية وطرائق ممارستها وضوابطها بشكل كان له أثره في تصوير القرآن الكريم للإنسان (مصطفى وآخرون، ٢٠١٠م: ١٢٧)، ومن إطار ضوابط الحرية من منظور مقاصد الشريعة الإسلامية كانت الحرية حقاً واجباً لكل إنسان، سواء كان المرسل أو مستقبلاً لها، وواجب على الآخرين رعاية هذا الحق الإنساني، على أساس أن حق الفرد على المجتمع واجب ملزم للجاعة بأسرها (حجاب، ٢٠٠٢م: ٨٠). ينبغي على الإعلاميين والدعاة أن لا يتجاوزوا إلى الحرية على أن تكون عقيدة بالقانون المحلي، أما الحرية المطلقة فهي حقاقة كبرى، بل مجموعة من الحماقات، وديننا يعلي من قيمة الحرية، فجمع الإكراه في الدين (الطالب، ٢٠١٧م: ٤٦).

**ب- شروط الحرية:** يتطلّب تحقيق حرية التعبير والرأي في مجتمع ما توافر عدد من الشروط الثقافية والفكرية في هذا المجتمع وهي:

١. الإيمان الراسخ بالعقل والوعي بأهمية الحوار السلمي وفاعليته بين الأفكار والآراء.
٢. عدم التمييز بين أفراد المجتمع على أساس الفروق الفردية، أو الجنس أو العرق، أو اللون، أو العقيدة، فالكل في المجتمع سواسية، وبالتالي فإنّ الحقيقة ليست حكراً على مجموعة دون أخرى أو طبقة دون طبقة أخرى.
٣. سيادة روح التسامح، والإيمان بحق الآخرين في التعبير عن آرائهم ولو كانوا أقلية (نصر، ٢٠١٠م: ١٩).

من منطلق هذه الشروط يعمل الإعلام المعاصر الحرّ على بناء الرأي العام الإسلامي، بناءً صحيحاً وسليماً، كما يعمل على إزالة التناقض بين ما يؤمن به الإنسان المسلم من قيم ومبادئ إسلامية رفيعة وبين ما يسلكه في هذه الحياة الدنيا، وذلك يحتاج بلا شك

البخاري، ٢٠١٥م: ٩٨٢)، والتأكد من المصدر الذي ينقل منه الخبر هل كان صحيحاً أم كذباً، ومما حذرت الشريعة الإسلامية وعدهته كذباً وإثماً، أن يتحدث الإنسان بكل ما يسمع من أحاديث وأخبار دون تحرير لها ولا تنقيح؛ لأنه من غير تثبت يعمل على نشر الأكاذيب والإشاعات (الزبيدي، ٢٠١٣، ١٠٤)، يقول الله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾ {سورة الحجرات: ٦}، وفي القراءة الصحيحة {فتبينوا} ويقول صلى الله عليه وسلم: «كفى بالمرء كذباً أن يتحدث بكل ما يسمع»، (مسلم، ٢٠١٥م: ٥).

وتبرز أهمية المصادقية في أنها تجعل الرسالة أكثر إقناعاً للمشاهدين والقراء والمستمعين، كما أنها تعدّ عاملاً أساسياً في تحديد العلاقة بين الفرد والوسيلة الإعلامية، ويمكن القول: أن انخفاض مصادقية وسائل الإعلام أصبح يشكل قلقاً متزايداً للمهتمين بأخلاقيات الإعلام، وللمهنيين على حدّ سواء، فلقد شهدت السنوات الأخيرة تراجعاً حاداً في مصادقية وسائل الإعلام إلى حدّ نستطيع أن نقول: هناك أزمة في المصادقية، بحيث يسمع الخبر ويقوم بنقله من غير تدقيق أو متابعة لمصدره.

## ٥. الخاتمة:

### ١-٥. النتائج:

١. اهتمت الشريعة الإسلامية بالمنظومة الإعلامية، نظراً إلى أن الإعلام ضرورة إنسانية، رافقت الإنسان في مختلف عصوره، من هذا المنطلق جعلت مراعاة مقاصد الشريعة أمر ضروري في تكوين قيمها.
٢. القيم ضرورة هامة لاستمرار وفاء المجتمع بوصفه كياناً اجتماعياً ثقافياً، يحمل هوية الذين يعيشون فيه وينتمون إليه، والمنظومة الإعلامية نظراً إلى أثرها في كيان المجتمع وقوامه فهي بحاجة إلى توظيف القيم في مجالها.
٣. الشريعة الإسلامية في ضوء مقاصدها العامة تضمنت جملة من القيم والمبادئ الإعلامية المعاصرة، فيمكن التعبير عنها بالأخلاق، والقيم المهنية، ومعظمها مستنبط من القرآن الكريم والسنة النبوية والمبادئ العامة للشريعة.
٤. الإعلام المعاصر بدون توظيف هذه القيم في منظومته، يصبح معول الهدم للمجتمع بمختلف مكوناته، ويصبح المجتمع في عديد المجالات العقدية من ظهور الفرق المنحرفة أخلاقياً، واجتماعياً، وسياسياً.
٥. تجسيد القيم الإسلامية في المنظومة الإعلامية له تأثير مباشر على ارتقاء المجتمع في جميع مجالاته خصوصاً في مجال التربية والتنمية الاجتماعية، وعدم ذلك تتضرر كافة مجالات الحياة في المجتمع، بما في ذلك المهنة الإعلامية نفسها.
٦. إن الشريعة الإسلامية في ضوء المقاصد والمالات تضع لكلّ مستجد من الضوابط ما يمتي التوظيف الإيجابي لاستخدامه، بما فيه الوسائل الإعلامية المعاصرة.
٧. إن الشريعة الإسلامية جاءت بالمقاصد التي تكمن فيها قيم عالية لصناعة الإنسان الصالح المصلح الذي يعمل لأجل الشريعة الإسلامية.

إلى تقدير المصلحة الراجحة لأحداث التغيير المطلوب في النفوس على وفق سنة الله تعالى في المجتمع (بن ثابت، ب ت، ١٥٠)؛ لأن الله عز وجل قال: ﴿إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ﴾ {سورة الرعد: ١١}.

على أن حرية الإعلام هي نقل المعلومات أو الأفكار إلى الآخرين، سواء تمثلت تقنية النقل في بث التلفاز، أو المذياع، أو شبكات المعلومات، أو ما يُنشر في الصحف والكتب وغيرها من المطبوعات، سواء تم نقل المعلومات مقروءة أم مسموعة أم مرئية أم رقمية.

**ج- علاقة الحرية بالمسؤولية:** من البديهي أن العلاقة بين الحرية والمسؤولية تختلف اختلافاً كبيراً من زاوية رجال الحكم المعنيين ببقائهم في مواقع السلطة عنها من زاوية الصحفيين والعاملين في قطاع الإعلام المعنيين بالبحث عن الحقيقة وحق الجمهور في معرفتها، وعندما يتحدث رجل الدولة عن الصحافة، والمسؤولية فإنه في معظم الأحوال يهدف إلى ترويع الصحفيين واستأنتهم إلى جانب الدولة ضدّ الشعب (نصر، ب ت: ٢٧٣).

وفي المهنة الإعلامية، خصوصاً الإعلام الإسلامي إذا كانت قاعدته الحرية؛ فالمسؤولية هي قننه، حتى لا تتطوّر الحرية بدون ضوابط، ومن أهم الضوابط في هذا المجال العقيدة، والأخلاق، وعدم المساس بالآخرين، وهي خاصية يمتاز بها الإعلام الإسلامي دون الإعلام الغربي، الذي يطلق للحرية عنواناً، مالم ينتج عنه التفريط، وبها أصبح الإعلام الغربي إعلاماً بإحيا وفساداً، والإعلام الإسلامي يتوسط ويمتثل التوازن (الشرقاوي: ٢٠٢٠م: ٢٦).

ومن زاوية حرية التعبير قد تمارس بعض وسائل الإعلام المعاصر بعض الممارسات التي تنتهك حقوق الإنسان من خلال عدم القيام بمهامها المهنية بما يتفق والمواثيق المهنية ووفقاً للمعايير المستقر عليها، وبطبيعة الحال هذا النوع من الإعلام المعاصر يعدّ غير المسؤول.

**الفرع الثالث: أثر المصادقية في الإعلام:** بما لا شك أن المصادقية ضرورة من ضرورات الإعلام المعاصر، ومن فضائل السلوك البشري ذات النفع العظيم للمجتمعات الإنسانية وسبب بناء حضارتها (مركز تفسير للدراسات القرآنية، ٢٠١٩م: ٢٠ / ٤١٤).

تعد المصادقية في الوقت الراهن سمة محمّقة للغاية لأيّ وسيلة إعلامية، وعاملاً محمّماً لاختيار المحتوى الإعلامي في وقت تعددت فيه وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، وأصبحت المعلومات تندقق ليلاً نهاراً، نظراً إلى أن وسائل الإعلام تمثل المصدر الأول لاستقاء المعلومات، إذ يعتمد عليها أفراد الجمهور لتكوين آرائه ووجهات نظره حول العديد من الأحداث والموضوعات، فإنّ مصادقية تلك الوسائل الإعلامية لدى هؤلاء الأفراد سترتبط إيجابياً مع انتقائهم لوسيلة إعلامية دون أخرى، كما سترتبط من فاعلية وسائل الإعلام ونجاحها في تشكيل معارف الأفراد واتجاهاتهم، بل تشكيل الواقع الاجتماعي وصياغته المتطور والمتنوّف (كدواني، ٢٠١٧م: ٩).

ومن المعلوم أن الكذب يحطّم المصادقية، لهذا اعتبر الإسلام الكذب من الآفات، قال رسول صلى الله عليه وسلم: «... وإياكم والكذب فإنّ الكذب يهدي إلى الفجور، وإنّ الفجور يهدي إلى النار، وإنّ الرجل ليكذب حتى يكتب عند الله كذاباً»

- ابن منظور، محمد بن مكرم بن علي، أبو الفضل (١٩٩٧م)، لسان العرب، ط٦، دار الفكر العربي، بيروت.
- أبو داود، سليمان بن أشعث إسحاق بن بشير الأزدي السجستاني (٢٠١٥م) تحقيق: رائد بن صبري ابن علقمة، سنن أبو داود، ط٢، دار الحضارة للنشر والتوزيع، الرياض-السعودية.
- أبو عمار، الدكتور ياسر عثمان (٢٠١٧م)، الإعلام الأمني والأمن القومي، بين النظرية والتطبيق، ط١، الطابعون، الخرطوم.
- أحمد: (٢٠١٧م)، د.نجلاء إسماعيل، الإعلام الديني والتعددية الثقافية، ط١، المعزز للنشر والتوزيع.
- أحمد: (٢٠١٣م)، الإمام الأحمدي بن حنبل، تحقيق: مجموعة علماء الحديث في مكتبة دار السلام، ط١، مكتبة دار السلام، الرياض، السعودية.
- إسماعيل، الدكتور إبراهيم (٢٠١٤م) الإعلام المعاصر وسنانه مآثراته تأثيراته أخلاقياته، ط١، وزارة الثقافة والفنون والتراث، القطر.
- إسماعيل، الدكتور علي سيد (٢٠١٩م، ط١، ٢٠٢٠م). مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات والأخلاقيات المفروضة دار التعليم الجامعي، الإسكندرية.
- بوش: (٢٠٢١م) د. محمد العربي بن ياسين: وسائل الاتصال الحديثة وأثرها على أحكام العلاقة بين الجنسين في الفقه الإسلامي، شركة الأصاله للنشر، الجزائر.
- بخاري، صحيح البخاري (١٤٣٦هـ - ٢٠١٥م)، تحقيق: رائد بن صبري ابن أبي علفة، ط٣، دار الحضارة للنشر والتوزيع، الرياض.
- البدري، قيس سعود (٢٠١٢م) مدى التزام الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية بالمعايير المهنية من وجهة نظر الجمهور الكويتي، قيس سعود، جامعة الشرق الأوسط،
- البر، د. محمد موسى (٢٠١٠) الإعلام الإسلامي دراسة تأصيلية، ط١، دار النشر الجامعات، القاهرة، مصر العربية.
- بركة، إيمان محمد سلامة (٢٠٠٨م)، الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي، الجامعة الإسلامية، عمادة الدراسات العليا، كلية الشريعة والقانون، قسم الفقه المقارن، غزة - فلسطين
- البنستاني، بطرس (١٩٨٧م)، محيط المحيط، مكتبة لبنان، بيروت.
- بكار، الدكتور عبدالكريم (د ت)، المصداقية، دار وجوه للنشر والتوزيع، الرياض - المملكة العربية السعودية.
- بلقاسم، الدكتور حبيب وآخرون (٢٠٢٠م)، أخلاقيات الإعلام في الزمن الرقمي، ط١، مكتبة الرشيد الرياض - السعودية.
- الجرجاني، علي بن محمد الزين الشريف (١٩٨٨). التعريفات، دار الكتب العلمية، بيروت.
- الجوهري (١٩٩٠)، الصحاح، تحقيق: عطار، أحمد عبد الغفور، دار العلم للملايين، بيروت.
- حجاب، الدكتور محمد منير (٢٠٠٢م)، الإعلام الإسلامي، المبادئ النظرية التطبيقية، ط١، دار الفجر للنشر، القاهرة.
- الحجازي (١٤١٣هـ)، محمد محمود، الواضح، ط١٠، دار الجيل الجديد، بيروت - لبنان.
- الدهلي، د. عبدالرزاق (٢٠١٩م)، أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، بدون رقم الطبعة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن.
- الريسوني، أحمد (٢٠١٥م)، نظرية المقاصد عند الإمام الشاطبي، ط٥، دار الكلمة للنشر والتوزيع، القاهرة - مصر.
- الزبيدي، محمد مرتضى الحسيني (١٣٩١هـ ١٩٧١م) تاج العروس من جواهر القاموس، تحقيق، عبدالستار أحمد فراج، مطبعة حكومة الكويت، الكويت.

٨. من أسباب فاعلية القيم الإسلامية لجميع جوانب الحياة بما فيها المنظومة الإعلامية نظرتها الشاملة والمتكاملة للإنسان، ولعلاقته بالكون المحيط به.
٩. الإعلام من منظور الشريعة الإسلامية يؤدي العملية الإعلامية بكونه رسالة سامية، قبل أن تكون حرفة تدر دخلا، وتحقق ربحا، إذ من شأنه أن يمزج كافة عناصر العملية الإعلامية بمزج من مقاصد الشريعة، والالتزام بكافة جوانب القيم الدينية النبيلة والأخلاقيات المهنية مع تجنّب كل ما يضرّ بالمتلقين والمتابعين.
١٠. الإعلام في إطار القيم الإسلامية ومقاصدها الشرعية إعلام يمثل أنموذجا للتصور العقدي للمجتمع، وابتثاق حضاري يعبر عن وجهته في الحياة، وضرورة عصرية آتية ومستقبلية لتغيير واقع الأمة والمجتمع إلى الوضع الأمثل.

## ٥-٢. التوصيات:

١. إيجاد دعم مادي ومعنوي لأكثر وسائل الإعلام المعاصر المعتدل والمتوازن والمتزم بالقيم الإعلامية المستنبطة من الشريعة الإسلامية.
٢. اهتمام أكثر بإجراء البحوث المتصلة والمرتبطة بالقيم وأخلاقيات العمل الإعلامي في الجامعات والمؤسسات الإعلامية.
٣. ضرورة تأسيس مجلس إعلامي خاص لغرض تنظيم العمل الاعلامي في إقليم كردستان العراق، مع دعم البرامج ذات الاتجاه الديني لمواجهة الأفكار الشاذة، لغرض الحفاظ على قيم المجتمع الكردي.
٤. تفعيل الرقابة الإيجابية الأكثر في وسائل الاعلام التقليدية والمعاصرة، للحفاظ على القيم الإعلامية، والحفاظ على عقائد وثوابت المجتمع.
٥. إعداد الإعلاميين قبل دخولهم إلى العمل الإعلامي في وسائل الاعلام، لغرض ممارسة عملهم الاعلامي بصورة مهنية، ولكي يلتزموا بالقيم الإعلامية المعاصرة.
٦. توصية الجهات المختصة بحماية المجتمع الكردي من الهجمة الثقافية الضارة عن طريق تأسيس وسائل إعلامية إسلامية، انطلاقاً من نظرية المسؤولية في أثناء أداءها لوظائفها.
٧. توصية الجهات المختصة بتوظيف مختصين إعلاميين وصحفيين ملتزمين بالقيم الإسلامية في وسائل الإعلام الكردية.

## ٦. المصادر

- ابن الخطيب، محمد محمد عبد اللطيف (١٩٦٤م)، أوضح التفاسير، المطبعة المصرية ومكتبتها - مصر.
- ابن دريد (١٩٨٧م) جمهرة اللغة، تحقيق: رمزي منير بعلبكي، ط١، دار العلم للملايين - بيروت- لبنان.
- ابن عاشر، محمد الطاهر (٢٠٠٠م). مقاصد الشريعة الإسلامية، ط٢، دار النفائس، عمان، الأردن.
- ابن فارس، (١٣٧٩هـ - ١٩٧٩م)، معجم مقاييس اللغة، تحقيق: عبدالسلام محمد هارون، دار الفكر، بيروت.

- ابن كثير؛ إسماعيل بن عمر بن كثير بن ضو بن درع القرشي (١٤٢٠هـ ١٩٩٩م)، تفسير القرآن العظيم، تحقيق: سامي بن محمد سلامة، ط٢، دار طيبة للنشر والتوزيع، سعودية.

- الزبيدي، د. طه أحمد، الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، ط١، دار النفائس للنشر والتوزيع، بغداد، العراق.
- الزبيدي، د. طه أحمد، (٢٠١٣م) المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي، ط١، دار الفجر و الدار النفائس، العراق.
- السياسيري، محمود يوسف (٢٠٠٨م) فلسفات الإعلام المعاصر في الضوء المنظور الإسلامي، ط١، المعهد العالمي للفكر الإسلامي..
- الشرقاوي، د. عبدالرزاق أحمد، (٢٠٢٠م)، الإعلام والتعددية الثقافية، ط١، دار غيداء، عمان-الأردن.
- الشريف، عبدالعزيز (٢٠١٤م)، أخلاقيات الإعلام، ط١، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
- الشابلية، الدكتور ماهر عودة الشابلية وآخرون (٢٠١٥)، أخلاقيات المهنة الإعلامية، ط١، دار الاغصان العلمي، عمان.
- الطالب، د. هشام (٢٠١٧م)، ميثاق الشرف الدعوي نحو بناء عمل دعوي معتدل ط٢، هيردون - أمريكا.
- الطبراني: (١٣٩٧هـ) سليمان بن أحمد بن أيوب بن اللخمي، تحقيق: حمدي عبدالمجيد السلفي، المعجم الكبير، ط٢، مكتبة ابن تيمية، القاهرة، مصر العربية.
- عمر. الدكتور محمد مختار (١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م)، معجم اللغة العربية المعاصرة، ط٢، عالم الكتب، القاهرة، مصر العربية.
- الغاز: الدكتور محمد جمال (٢٠١٤م)، معجم المصطلحات الإعلامية، نبلاء ناشرون وموزعون - عمان، ط١، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- الفاصي، علال، (٢٠١٣م) مقاصد الشريعة الإسلامية ومكارمها، تحقيق: د. إسماعيل الحسيني، ط٢، دار السلام، القاهرة - مصر.
- فضل الله: (١٣٩٩هـ) محمد حسن، أسلوب الدعوة في القرآن، ط٣، دار الملائكة، بيروت، لبنان.
- الفيروز آبادي: (٢٠٠٥م)، مجد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب القاموس المحيط، بدون رقم الطبعة، تحقيق التراث بمؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان.
- التحطاني، الدكتور. مسفر بن علي (٢٠١٣م)، الوعي المقاصدي، ط٢، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت - لبنان.
- قرقوش: (٢٠٠١)، د.كايد، القضاة، د. خالد الأخلاق في الإسلام، ط٢، دارالمنهج للنشر، عمان، الأردن.
- القشيري: ب. ت، عبد الكريم بن هوازن بن عبد الملك بن طلحة أبو القاسم، ط٣، هيئة المصرية للكتاب، القاهرة، مصر العربية.
- كدواني: (٢٠١٧م)، د. شيرين محمدصادقية الإنترنت العوامل المؤثرة ومعايير التقييم، ط١، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- الكنفوي: (١٩٩٨م)، أيوب بن موسى الحسيني القريبي الكليات معجم في المصطلحات والفروق اللغوية، ط٢، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت.
- المتولي (٢٠١١م) عاطف إبراهيم، صور الإعلام الإسلامي، جامعة المدينة العالمية، كلية العلوم الإسلامية، قسم التفسير والعلوم القرآن، عمادة الدراسات العليا، ماليزيا.
- مجمع اللغة العربية (١٩٩٤م)، المعجم الوجيز، الهيئة العام لشؤون المطابع الأميرية.
- المراعي: (١٩٤٦م)، أحمد بن مصطفى تفسير المراعي، ط١، شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده، القاهرة-مصر
- مسلم: (٢٠١٥م)، صحيح مسلم، تحقيق: رائد بن صبري ابن أبي علفة، ط٢، دار الحضارة للنشر والتوزيع، الرياض.
- المصري(د ت).، سارة، الإعلام المصري استقلالية منقوصة ومهنية معيبة، ورقة عن مفهوم الاستقلالية وواقعها في الإعلام المصري بعد(٣٠ يونيو)، مؤسسة حرية الفكر والتعبير، القاهرة.
- مصطفى، إبراهيم مصطفى وآخرون، (د ت). المعجم الوسيط، ط٥، مؤسسة الصادق، طهران، إيران.
- الموسوي: (٢٠١٩م)، الدكتور إسراء جاسم فلهي الخصائص المهنية للناظم بالاتصال في الصحافة، ط١، دار أمجد للنشر والتوزيع عمان - الأردن.
- النوي، يحيى بن شرف الخزازي، شرح النووي على صحيح مسلم، ط٢، دار إحياء التراث العربي، بيروت-لبنان.