



التربية الإعلامية في ظل الشريعة الإسلامية  
وأثرها في الواقع المعاصر

د. طه حميد حريش الفهداوي  
أستاذ محاضر في كلية الإمام الأعظم  
العراق \_ بغداد

الباحثة. شرفي حنان  
جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية  
قسنطينة \_ الجزائر

**Abstract**

Every one Knows the importance of mass media. It provides Services to the Individuals and so liety under the range of item information and ideas marketing that effect the life of people under the development of the means of media. our Islamic law is the light. Favour and morals used in every time and place. These things make me show the bases of mass works- There are many things affects the media works which are legal. mass. professional and morals to show the shortage obtained. we can show them by the following Questions

- 1-Whats the meaning of mass education and its judgment in the Islamic law?
- 2-Is there any specifics that are taken into consideration in the mass works and its effect on individual and society?
- 3-How to deal with the disadvantage of media in the frame of Islamic law?

The importance of this research is represented by the effect of mass media and political economical and thoughts which effect the society that represented the leader and decision maker to break the honour of morals media to organize the mass position.

## المقدمة:

الحمد لله الذي له الكبرياء والعظمة،، وأصلي وأسلم على عبده ورسوله محمد، وعلى آله وصحبه إلى يوم الدين وبعد :

لا يخفى على الجميع أهمية وسائل الإعلام، لما توفره للفرد والمجتمع من خدمات في نطاق الخبر وتسويق المعلومة وترويج الفكرة، مما يمس حياة الناس جميعا، ولا سيما في ظل التطورات الهائلة في مجال الإعلام ووسائله، وإن شريعتنا الغراء جاءت نورا وهداية وأخلاقا، صالحة لكل زمان ومكان، وهذا ما دفعنا لبيان الأسس والقيم الإسلامية للعمل الإعلامي ليزدان حصانة.

## أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث بعد أن أصبحت لوسائل الإعلام آثار ونتائج سياسية واقتصادية وفكرية، تؤثر في المجتمع، واتخذت لنفسها تادية دور الموجه القائد وصناعة القرار بعد أن حاولت مواثيق الشرف الإعلامية وأخلاقياتها تنظيم مهنة الإعلام.

## مشكلة البحث:

إن العمل الإعلامي تتنازعه مؤثرات كثيرة : شرعية وإعلامية ومهنية وقانونية وأخلاقية من أجللا تهذيب العمل الإعلامي وتقييم مستوى الجودة فيه وبيان التقصير الحاصل فيه والآثار المترتبة على ذلك، ويمكن أن نختصرها في هذه الأسئلة:

1/ ما معنى التربية الإعلامية وبيان حكمها في الشريعة الإسلامية ؟  
2/ هل هناك ضوابط خاصة يجب مراعاتها في العمل الإعلامي، وهل يترتب على تركها ضرر على الفرد أو المجتمع ؟

3/ كيف يتم التعامل مع ضرر الإعلام في إطار الشريعة الإسلامية ؟

أهداف البحث: كان الغرض من هذا البحث هو :

أ / إيضاح معنى التربية الإعلامية لغة واصطلاحا، إثبات مشروعيتها.

ب/ بيان الضوابط الشرعية للعمل الإعلامي.

ج/ محاولة تطوير العمل الإعلامي وتقويمه من خلال النصوص الشرعية.

د/ الوقوف على الأثر الإعلامي وتعويض المتضرر من جراء وسائل الإعلام.

وقد اقتضت خطة البحث أن يتكون من مقدمة وثلاثة مباحث وخاتمة، فالمقدمة تم فيها بيان أهمية البحث ومشكلته وهدفه، وذكرنا في المبحث الأول: بيان مفهوم التربية الإعلامية



ومشروعيتها في الشريعة الإسلامية، وحمل المبحث الثاني: الضوابط الشرعية للعمل الإعلامي وموثيقه، وكان عنوان المبحث الثالث: الوقوف على الأثر الإعلامي وتعويض المتضرر من جراء وسائل الإعلام، ثم الخاتمة وفيها أهم النتائج، عسى أن نستفيد منها جميعاً، وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

المبحث الأول: مفهوم التربية الإعلامية في اللغة والاصطلاح وبيان حكمها  
المطلب الأول: مفهوم التربية الإعلامية في اللغة والاصطلاح:

### 1\_ التربية في اللغة والاصطلاح:

أ\_ في اللغة: ورد في لسان العرب: (ربيت فلانا أي غذوته) <sup>(1)</sup>، ورباه: هذبه ونمى قواه الجسدية والعقلية والخلقية <sup>(2)</sup>.  
ب\_ في الاصطلاح تعني السمو بالنفس نحو الكمال البشري الذي أودع الحق سبحانه متطلباته في الإنسان <sup>(3)</sup>.

### 2\_ الإعلامية في اللغة والاصطلاح:

أ\_ في اللغة: مشتقة من (علم) الذي يدل على أثر في الشيء يميزه عن غيره، ومن ذلك أخذت العلامة <sup>(4)</sup>، ويأتي بمعنى التبليغ يقال: بلغت القوم بلاغاً وإبلاغاً: الإيصال <sup>(5)</sup>، وقال الاصبهاني: إن الإعلام اختص بما كان إخباراً سريعاً <sup>(6)</sup>  
ب\_ في الاصطلاح ( عملية تزويد الجماهير بالأخبار والحقائق والمعلومات الصادقة عن طريق وسائل خاصة، أو هو اطلاع الرأي العام في الداخل والخارج على ما يدور من أحداث ووقائع، وبت الثقافة والوعي بين صفوفه ) <sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup> ينظر: لسان العرب، 14 \ 306.

<sup>(2)</sup> ينظر: المعجم الوسيط، 1 \ 326 المعجم العربي الأساسي ص 502.

<sup>(3)</sup> ينظر: ابن زكريا، مقاييس اللغة، القاهرة، مطبعة الحلبي 1951، (4 / 109)، والفيومي، المصباح المنير، مطبعة بولاق، (509/1).

<sup>(4)</sup> ينظر: مقاييس اللغة، (4 / 109)، المصباح المنير، (509/1).

<sup>(5)</sup> ينظر: المعجم العربي الأساسي، ص 860.

<sup>(6)</sup> ينظر: الاصبهاني، معجم مفردات القرآن الكريم، باب علم، مصر، مطبعة البابي الحلبي، ص 195.

### المطلب الثاني : مشروعية الإعلام:

لقد أصبح الإعلام من الحاجات الضرورية في حياة الإنسان والمجتمع لمعرفة ما يحيط به كما يستمد الإعلام مشروعيته إذا كان هادفاً من كتاب الله تعالى وسنة رسوله -صلى الله عليه وسلم- أيضاً :

أولاً/ من القرآن الكريم: هناك الكثير من الآيات القرآنية تشير الى ذلك مثل قوله تعالى: (( وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ))<sup>(2)</sup> فالمقصود منها أن تكون فرقة من هذه الأمة متصدية لهذا الشأن، وان كان واجبا على كل فرد من الأمة بحسب قدرته<sup>(3)</sup>، والآية تدل على وجوب الدعوة من قبل المسلمين لوجود لام الأمر في قوله ((ولتكن)) أما قوله (منكم) ف: من هنا للتبيين وليست للتبعيض<sup>(4)</sup> فالدعوة والإعلام حين يكون كل منهما عاملاً في الخير وفي ما يصلح شأن الناس فإن ذلك الأثر هو المطلوب والمثمر والمعطاء، إما إذا كان لنشر رذيلة أو فساد أو دعوة لباطل فإنه عمل لا تنطبق عليه قياسات الخير والصلاح. ثانياً/ من السنة النبوية:

قال رسول الله -صلى الله عليه وسلم-: (بلغوا عني ولو آية)<sup>(5)</sup> فالحديث يوضح إن تبليغ الدين للناس واجب على كل مسلم<sup>(6)</sup>، والإعلام وسيلة تستمد الوجوب في تبليغ الدين الإسلامي لكل البشرية<sup>(7)</sup>.

وغير ذلك من الأدلة الشرعية التي توجه المسلمين الى استغلال الفرص المتاحة لتبليغ الدين ونشر الأمن في الأرض إذ يقول تعالى: ((قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ))<sup>(8)</sup> فالإعلام يجب أن يعكس ثوابت الحقيقية للإسلام من الجهة الفكرية للناس وكذلك الأشخاص الذين يمثلون

(1) د.هادي إلهيتي، الإعلام العربي والدعاية الصهيونية، بغداد، دار الجمهورية، 1969، ص 21 د. إبراهيم أمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1983، ص 12.

(2) سورة آل عمران / الآية 104.

(3) ينظر: ابن كثير، تفسير القرآن العظيم ( 1 / 330 ).

(4) ينظر: القرطبي، الجامع لأحكام القرآن، ( 4 / 522 ).

(5) رواه البخاري في صحيحه،، كتاب الأنبياء، (3/ 1275) برقم (3274).

(6) ينظر: د.جعفر الشيخ إدريس، دعاة يستحقون المساعدة، مجلة البيان، ع140، أب1999، ص 54.

(7) ينظر: د. إبراهيم أمام، أصول الإعلام الإسلامي، ص 19.

(8) سورة يوسف / الآية 108.

هذه الجهة بمستواهم العلمي، وبالمصادقية السلوكية لما يقتضيه ما يحملونه من العلم<sup>(1)</sup>، بطريقة علنية ومنصفة<sup>(2)</sup> بلا إكراه للطرف الآخر<sup>(3)</sup>، وأن يكون موضوعيا قال تعالى: ((وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا))<sup>(4)</sup>.

المبحث الثاني: الضوابط الشرعية للإعلام ومواريقه الأخلاقية

المطلب الأول: الضوابط الشرعية للإعلام : هي القواعد التي يحتكم إليها، وتأتي بمعنى لزوم الشيء وحفظه حفظا بليغا لكي لا يفلت منه شيء<sup>(5)</sup>، وعلى الرغم من أن أنظمة الإعلام تقوم على أسس نظرية وفلسفية، فلا غرابة أن يكون النظام الإعلامي في المجتمع المسلم مرتبطاً بمبادئ ومصالح معروفة المصدر والنسبة تستند إلى العقل والمنطق<sup>(6)</sup>، حتى في نشرات الأخبار وسوق الأحداث يكشف عن فلسفته ومذهبه وتقديره الخاص لما يكون، وفي مواد الثقافة والترفيه أيضاً يضيف لونه الخاص، وحين تنهض وسائل الإعلام بواجبها فسوف تغرس الحياة السعيدة والعيش الآمن في المجتمع<sup>(7)</sup> فلا بد أن يصاغ الإعلام بدقة وعناية، ينسجم مع الدين والمقاصد، بعيداً عن الأهواء والمصالح الفردية والحزبية أو الأطماع السياسية، يحافظ على مصلحة الجماعة، وأمنها واستقرارها، ومراعاة حالة النفس البشرية<sup>(8)</sup> التي تنسجم مع يجلب المنفعة ودفع المضرة في كل أنظمة المجتمع الدينية والسياسية والاقتصادية والإعلامية<sup>(9)</sup> ومن أهم الضوابط الشرعية التي تضبط عمل الإعلام هي:

(1) د. عماد الدين الرشيد، المرجعية دراسة في المفهوم القرآني، دمشق، نحو القمة، 2005، ص 31.

(2) ينظر: د. إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، 49.

(3) ينظر: د. علي الصلابي، السيرة النبوية، بيروت، دار المعرفة، 2005، ط 3، ص 243.

(4) سورة البقرة / الآية 83.

(5) ينظر: ابن منظور، لسان العرب، فصل الضاد، حرف الباء: 7/340.

(6) ينظر: عبد الله الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، اليمن، دار البشير، 1994، ص 63.

(7) ينظر: عصمت الحموي، سياسة الإعلام في الدولة الإسلامية، رسالة ماجستير، جامعة القدس، فلسطين، 2009، ص 23.

(8) سيد محمد ساداتي الشنقيطي، دراسات إعلامية، الرياض، دار المسلم للنشر، 1995، ص 181.

(9) ينظر: فؤاد العاني، الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة، ص 63.

### أولاً: الاعتماد على المعلومات الصادقة:

فالمعلومة هي مادة الإعلام وقد أكد الإسلام على دقة النقل وضرورة التثبت منه قبل إذاعته<sup>(1)</sup>، قال تعالى: ((يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ))<sup>(2)</sup>، وفي قراءة (فتثبتوا)، يؤكد النبي-صلى الله عليه وسلم- على قيمة الكلمة وبيان أثرها سلباً وإيجاباً بقوله: ((إن العبد ليتكلم بالكلمة من رضوان الله لا يلقي لها بالا يرفعه الله بها له درجات، وإن العبد ليتكلم بالكلمة من سخط الله لا يلقي لها بالا يهوي بها في جهنم))<sup>(3)</sup> كما حث الإسلام على اجتناب قول الزور لأنه يقتل المصداقية ويعد كبيرة من أعظم الكبائر، يقول الله تعالى: ((وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ))<sup>(4)</sup> يقول عليه الصلاة والسلام: ((ألا أنبئكم بأكبر الكبائر، ثلاثاً قلنا: بلى، قال:..... ألا وقول الزور وشهادة الزور....))<sup>(5)</sup>، ويؤكد أيضاً على احترام مصدر المعلومات، بحيث لا يضيف معلومات خاطئة أو غير مؤكدة وإن يفصل الرأي الشخصي عن حقيقة الموضوع<sup>(6)</sup>.

### ثانياً: البعد عن التجريح والسب والقذف:

لقد حذر الإسلام من تجريح الآخرين أو الطعن فيهم بالسب والقذف<sup>(7)</sup>، ورتب عليه حداً: ((إِنَّ الَّذِينَ يَرْمُونَ الْمُحْصَنَاتِ الْغَافِلَاتِ الْمُؤْمِنَاتِ لُعُنُوا فِي السُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَلَهُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ))<sup>(8)</sup> ونهى عن السب حتى مع من يختلف معهم سداً للذريعة ((وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِن دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ))<sup>(9)</sup> يقول صلى الله عليه وسلم: (ليس المؤمن بالطعان ولا اللعان ولا الفاحش ولا البذيء)<sup>(10)</sup>.

(1) ينظر: د. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي: المبادئ-النظرية-التطبيق، ص 128.

(2) سورة الحجرات / الآية 6.

(3) رواه، البخاري برقم: 6487.

(4) سورة الحج / الآية 30.

(5) رواه البخاري، (17 / 258) برقم (5976).

(6) ينظر: إسراء فلحي، الخصائص المهنية للقائم بالاتصال، أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2004، ص 90

(7) ينظر: تيسير الفتاني، مقومات رجل الإعلام الإسلامي، ص 160.

(8) سورة النور / الآية 23.

(9) سورة الأنعام / الآية 108.

(10) رواه الترمذي في سننه، ت: أحمد شاكر، برقم (1977) وقال عنه حسن غريب.

### ثالثاً: منع الإثارة غير المسئولة:

فلا يلجأ إلى إثارة الغرائب في الموضوعات حتى يتقبلها الناس وتستوعبها مداركهم بل إن الحقائق التي قد لا يستوعبها الناس يؤدي إلى تكذيبها فتكون فاقدة لما ينبغي إن يكون الإعلام من الايجابية<sup>(1)</sup>، فالانتقاء مطلوب وليس كل ما يعرف يذاع، قال صلى الله عليه وسلم: (كفى بالمرء أثماً أن يحدث بكل ما يسمع)<sup>(2)</sup>

### رابعاً: المحافظة على القيم:

أصبحت وسائل الإعلام في كثير من الأحيان بديلاً عن الكتاب ولأنها تقدم مواد متنوعة ومختلفة وان تأثيرها في مجال تنمية المفاهيم والقيم والاتجاهات وربما يكون له تأثيراً سلبياً كإشاعة الفوضى والأباطيل والهروب من الواقع والاستغراق في الخيال والسلبية والتقليد الأعمى والتأثر بشخصيات لا تصلح أن تكون مثلاً أعلى، وفي هذه الحالة يشكل الإعلام خطراً على القيم<sup>(3)</sup>، وفي المقابل لا ننسى أثره الإيجابي في مجال تنمية القيم بنجاح بأسلوب عصري يعتمد على العقل والمنطق، واستخدام الحكمة في الخطاب مع انتقاء الكلمة الطيبة التي تفتح العقول والقلوب بالحجة والبرهان وحسن البيان مع الالتزام بالأدب<sup>(4)</sup>.

**خامساً: ضمان حرية الإعلام:** احترم الإسلام حرية التعبير وأقرها، فقد جعل النبي -صلى الله عليه وسلم- من صفات المسلم وانضمامه إلى الرعية الإسلامية قول الحق والمجاهرة به سعياً لإحقاقه في المجتمع<sup>(5)</sup> وقد أكد-النبي صلى الله عليه وسلم- على الحرية الإعلامية حتى في مقابلة السلطة في قوله عليه-أفضل الصلاة والسلام-(أفضل الجهاد كلمة حق عند سلطان جائر)<sup>(6)</sup>، فالإسلام أقر الرقابة الذاتية المتمثلة بمراقبة الله تعالى في كل ما يصدر عنه فيكون بذلك

(1) عبد الهادي الزيدي، تجديد الخطاب الإخباري في الإعلام الإسلامي، بحث ضمن كتاب: الإعلام الإسلامي في عصر المعلوماتية، عمان، دار النفائس، 2010، ص 197

(2) رواه ابن ابي شيبة في مصنفه (42/6) برقم: 3525، وقال الحاكم صحيح على شرط الشيخين (1/57).

(3) ينظر: د. طه الزيدي، الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، مجموعة باحثين، عمان، دار النفائس، ص 45.

(4) ينظر: عصمت عوني الحموري، سياسة الإعلام في الدولة الإسلامية، ص 104 وما بعدها.

(5) ينظر: د. وليد البدر، الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، مجموعة باحثين، ص 338.

(6) رواه الترمذي في سننه، (4/345) برقم: 2329، وقال حديث صحيح.

الأساس الفردي<sup>(1)</sup>، وعلى الأساس القضائي أيضا يمنع الإعلامي من أن يتخذ وظيفته سلماً لأغراض أخرى لا تتعلق بشرف مهنته ليجنب نفسه الوقوف أمام القضاء<sup>(2)</sup>.

سادساً: عدم نقل الشائعات: يقول الله تعالى: ((وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوْ الْحَوْفِ أَدَّعَوْا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ))<sup>(3)</sup> هذا يعصم الإعلام من أن يتحول إلى أداة إرباك للرأي العام فالإسلام يمنع من اللجوء إلى الإشاعة الكاذبة لتحطيم المجتمع<sup>(4)</sup>، فتقع مسؤولية مقاومة الشائعات على كل فرد من أفراد المجتمع بتجنب نشرها وضرورة إبلاغ المسؤولين عنها<sup>(5)</sup>، وتفنيدها بالحجج والبراهين المنطقية والحقائق الواقعية لقوله تعالى: ((إِنْ تَلَقَّوْنَهُ بِالسِّنِّتِ كُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيئًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ))<sup>(6)</sup>.

سابعاً: تشجيع الحوار البناء: وهو مراجعة الكلام وتداوله بين طرفين قال تعالى: ((قَالَ لَهُ صَاحِبُهُ وَهُوَ يُحَاوِرُهُ))<sup>(7)</sup> بهدوء والبعد عن الخصومة والتعصب وهو ضرب من الأدب الرفيع<sup>(8)</sup>. ثامناً: اختيار المصطلحات: نجد أحيانا مصطلحاً له تداعيات وآثار يؤدي إلى حروب، وصراعات، يساهم في تغييب الحقيقة وخلق الغموض<sup>(9)</sup>، فعلى الإعلامي أن ينتبه إلى المصطلحات المتداولة، فلا يستخدم مصطلحاً قبل الوقوف على معناه ومدى الفائدة المتحققة من تداوله<sup>(10)</sup>.

المطلب الثاني: المواثيق الأخلاقية في العمل الإعلامي:

تعد مواثيق الشرف الإعلامي جزءاً مكملًا للقوانين الإعلامية في الممارسة والتطبيق<sup>(11)</sup>، إذ هي مجموعة النظم الضابطة يلتزم بها العاملون في هذا المجال من الناحية السلوكية والأخلاقية في

(1) ينظر: فؤاد العاني، الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة، ص 230.

(2) ينظر: د. إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، ص 83.

(3) سورة النساء / الآية 83.

(4) عبد الهادي الزيدي، الحرب النفسية مفاهيم إعلامية وأحكام فقهية، عمان، دار النفائس، 2010، ص 96.

(5) ينظر: د. محمد منير حجاب، الشائعات وطرق مواجهتها، القاهرة، دار الفجر، 2007، ص 231.

(6) سورة النور / الآية 15.

(7) سورة الكهف / الآية 37.

(8) ينظر: يحيى زمزمي، الحوار آدابه وضوابطه، الرياض، دار التراث والتربية، 1414 هـ، ص 22.

(9) ينظر: د. رشدي شحاته، مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد، ص 258.

(10) ينظر: علاء الدين أحمد خليفة، الخطاب السياسي في الصحافة الإسلامية، ص 140.

(11) د. محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ص 371.



ممارستهم للعمل<sup>(1)</sup>، ويشير التاريخ إلى إن أول ميثاق أخلاقي صدر من رابطة محرري ولاية كانساس الأمريكية عام 1910، في حين ظهر لأول مرة مصطلح أخلاقيات عام 1889 في مقال بعنوان أخلاقيات الصحافة، وتبعه بعد ذلك ظهور مواثيق أخرى في السويد عام 1916، وفي فرنسا عام 1918، وإن قواعد الأخلاق الصحفية من أقدم المواثيق الذي تبنته لجنة مؤتمر الصحافة الأمريكية الأول الذي عقد في واشنطن عام 1926، ثم بواسطة لجنة المؤتمر الصحفي الأمريكي الداخلي الذي عقد في نيويورك عام 1950 والذي تم قبوله كمذهب لجمعية الصحافة الأمريكية الداخلية وبعد أن تم إنشاء الاتحاد الدولي للصحفيين في عام 1926، يتضمن إنشاء محكمة دولية عام 1931، وتطبيق ميثاق الشرف المهني عام 1939، وقد تم حل الاتحاد بعد الحرب العالمية الثانية، وأكد الاتحاد الدولي لجمعيات مديري الصحف والناشرين، والذي أسس في عام 1933، وفي مؤتمراته المتتالية، على مبدأ الإصلاح السريع للأخبار الكاذبة، ووضع اتفاقيات في هذا الموضوع للتوقيع عليها من مؤسسي الجمعيات وقد طبق الاتحاد الدولي لجمعيات الصحف عددا من هذه المبادئ منذ عام 1936 ونتيجة للتطورات السريعة في النصف الثاني من القرن العشرين وعجز هذه المواثيق عن تغطية كل ما يجري في الساحة لذا نشأت مواثيق جديدة، مثل ميثاق جمعية الصحفيين المحترفين في الولايات المتحدة عام 1973، وتبع ذلك مواثيق أخرى في دول مختلفة لاستيعاب ما يجري في المشهد الإعلامي وحتى يومنا الحاضر<sup>(2)</sup>، وتجدر الإشارة إلى تقسيم المواثيق إلى ثلاثة أقسام :

القسم الأول: المواثيق الدولية: \*في عام 1973 أصدر المؤتمر العام لليونسكو،<sup>(3)</sup> في جلسته الثامنة عشرة وثيقة الاستشارات الجماعية بشأن لوائح القيم في أجهزة الإعلام تضمنت بعض المسؤوليات الإعلامية منها:<sup>(4)</sup>

(1) د. كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، ص 159 سهيلة زين العابدين، الإعلام في العالم الإسلامي: الواقع والطموح، ص 100.

(2) يراجع بشأن هذا الموضوع، د. سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام، ص 129 وما بعدها.

(3) اليونسكو هي: منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة: تأسست عام 1945، على أساس الإسهام بإحلال السلم العالمي واحترام القانون عن طريق الدعوة إلى زيادة التعاون بين الدول.

(4) ينظر: جون ل هاتلنتج، أخلاقيات الصحافة، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، ص 105 وما بعدها، ود. إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية، القاهرة، دار الفكر العربي، 2004، ص 450 وما بعدها.

- يجب على الإعلامي التحقق من الأنباء التي ينشرها أو يعلق عليها، وإذا صعب التأكد منها فعليه التحفظ في نشرها، ويجب عدم تشويه الأنباء، وتصحيح الأنباء إذا ثبت أنها خاطئة.  
- ينبغي على الإعلامي حماية كرامة المهنة، والابتعاد عن الطرق غير الآمنة في الحصول على الأنباء، ولا يجب عليه تقبل أية مكافأة أو ميزة شخصية من أجل النشر- أو منعه أو تشويه المعلومات.

- مهمة الإعلامي هي خدمة المصلحة العامة، فمن خلال عمله ينبغي عليه تقوية المبادئ الأساسية لحقوق الإنسان وتطوير تبادل المعرفة والتفاهم بين الناس.

\* في عام 1978 اشتركت معظم الدول الأفريقية والآسيوية وكتلة عدم الانحياز داخل اجتماعات اليونسكو- في وضع نظام إعلامي جديد يتيح لهذه الدول كسر الاحتكار والتركيز في الإعلام الدولي على دول لا تتعدى أصابع اليد الواحدة، وصدر النص الكامل عنها بشأن وسائل الإعلام وتضمن (11) مادة أبرزها :

- التأكيد على أن ممارسة حرية الرأي والتعبير والإعلام جزء لا يتجزأ من حقوق الإنسان، والحريات الأساسية عامل حيوي لتدعيم السلام والتفاهم الدولي، والتعبير عن الشعوب المضطهدة التي تقاوم الاستعمار الحديث والاحتلال الأجنبي وكل مظاهر التمييز العنصري والاضطهاد والتي لا تستطيع أن تجعل أصواتها مسموعة داخل أراضيها لضعف آلة الإعلام لديها.  
- لابد من تصحيح وضع عدم المساواة في تدفق الأنباء من وإلى الدول النامية، ولذلك فلا بد أن توفر لوسائلها الإعلامية الظروف والموارد التي تمكنها من اكتساب القوة والتوسع وأن تتعاون مع بعضها ومع وسائل الإعلام في الدول المتقدمة.

\* في عقد التسعينيات من القرن العشرين تم التوقيع على أكثر من ميثاق بشأن أخلاقيات الممارسة الإعلامية من بينها: -إعلان وندهوك- في 3 أيار 1991، وإعلان -أما أتا- في 19 تشرين الثاني 1992 -إعلان سنتياجو - في 6 أيار 1994 - وإعلان صنعاء- في 11 شباط 1996، مؤكدة على رفض مفاهيم السيطرة الغربية على الإعلام، وضرورة التدفق الإعلامي الحر.

القسم الثاني: الموثيق العربية: (1)

(1) د. وائل البكري، تطور النظام الصحفي في العراق 1958-1980، بغداد، 1994، ص 259، و د.حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الاعلامي، ص 152 وما بعدها.

صدر أول ميثاق شرف عربي في نيسان 1953 أثناء انعقاد المؤتمر الأول للصحافة العربية بالقاهرة وقد أقر المؤتمر -ميثاق الصحافة العربية - وأكد على حرية الإعلام والحفاظ على شرف المهنة والحصانة المهنية ثم اقر اتحاد الصحفيين العرب في مؤتمره الثالث الذي عقد ببغداد في نيسان 1972 -ميثاق العمل الإعلامي العربي- وتضمن:

\*الالتزام بأهداف الجماهير وحق الأمة العربية في وحدتها وحريتها وتقدمها.  
\*يلتزم الإعلاميون باحترام الحياة الخاصة للمواطنين بما لا يمس سمعتهم وعدم نشر الفضائح الفردية والعائلية التي من شأنها إضعاف أو تمزيق الوشائج، فرسالة الإعلام مقدسة لا تخضع للانتهازية أو الابتزاز أو التشهير أو الوشاية أو الاستغلال الشخصي.  
\* للزمالة في الإعلام العربي حقوق مرعية تقوم على الدفاع عن شرف المهنة، وعدم التستر على الذين يسيئون بسلوكهم أو الذين يخضعون أقلامهم للمنفعة الشخصية أو الابتزاز أو التشهير المتعمد، أو التهم الجذافية التي لا تستند إلى دليل أو تلفيق أقوال ونسبتها إلى الغير أو إثارة الغرائز أو إشاعة الابتذال أو وصف الجرائم بطريقة تغري بارتكابها.

وفي آب 1978 بحث مجلس وزراء الإعلام العرب في القاهرة ميثاق الشرف الإعلامي العربي، لإيجاد سياسة إعلامية بناءة وأكد على أن تكفل الحكومات العربية حرية تنقل الإعلاميين في مختلف أرجاء الوطن العربي، كما تكفل لهم حرية العمل والتنظيم المهني، وتسهل حرية انتقال وتداول الصحف العربية وسريان الأخبار والمعلومات، ولا تلجأ إلى المصادرة والرقابة إلا عند الضرورة القصوى<sup>(1)</sup>.

وأعلنت قناة الجزيرة الفضائية في عام 2006، ميثاق الشرف المهني لإيضاح رؤيتها الإعلامية في بنود أهمها<sup>(2)</sup>:

\*التمسك بالقيم الإعلامية المهنية من صدق وجرأة وإنصاف وتوازن واستقلالية ومصداقية وتنوع دون تغليب للاعتبارات التجارية أو السياسية.  
\* معاملة الجمهور 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.

(1) د. إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية، ص 496.

(2) موقع الجزيرة توك، [www.aljazeeraatalk.net](http://www.aljazeeraatalk.net).

\* تقديم وجهات النظر والآراء المختلفة دون محاباة أو انحياز لأي منها، والتعامل بموضوعية مع التنوع الذي يميز المجتمعات البشرية بكل ما فيها من أعراف وثقافات ومعتقدات وما تنطوي عليه من قيم وخصوصيات ذاتية لتقديم انعكاس أمين وغير منحاز عنها.

القسم الثالث: المواثيق الإسلامية :

للمؤسسات الإسلامية حضور في مجال المواثيق الإعلامية ومن ابرز هذه المواثيق:

1/ ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي: (1) الذي أعدته منظمة إذاعات الدول الإسلامية التي أسست بقرار من المؤتمر السادس لوزراء الدول الإسلامية المنعقد في جدة، شهر رجب 1395 هـ، تموز 1975، وتضمن الميثاق ديباجة و21 مادة، وبرز ما دعا إليه:

\* في مجال المهام والواجبات: تقع على عاتق الإذاعات الإسلامية بقسميها المسموع والمرئي مسؤولية خاصة إزاء الإنسان المسلم، فهي ملتزمة تجاهه : بان تقدم له الحقيقة الخالصة، وان تعمل على تكامل شخصيته الإسلامية، مع تنميتها فكرياً وثقافياً واجتماعياً وسياسياً، وان تبين له واجباته تجاه الآخرين وحقوقه وحرياته الأساسية، وترسخ إيمانه بالقيم الإسلامية والمبادئ الخلقية الأصلية النابعة من الدين.

\* في مجال الأخلاقيات والمبادئ: يلتزم الإذاعيون المسلمون بأسلوب عف كريم في تأدية رسالتهم وحرصاً على قدسية المهنة وشرفها وصوناً لكرامة الأمة الإسلامية وسمعتها ومكانتها في المجتمع الدولي وإسهامها في توحيد القوى الإسلامية وتعبئة الرأي العام الإسلامي تعبئة صحيحة، وعليهم تحاشي الانفعال والانسحاق في تيارات العصبية الإقليمية وغيرها فقد ساوى الإسلام بين الجميع وقال تعالى: (إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ) وكذلك: الإعراض عن السخرية واللمز والظعن الشخصي والقذف والسب والمهاترات (لا يَسْحَرُ قَوْمٌ مِّنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّنْ نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَرُوا بِاللِّقَابِ).

\* وفي مسؤولية الحكومات والواجبات اقر الميثاق: ضرورة أن تحترم الحكومات والمؤسسات الرسمية الإسلامية حق الإذاعيين المسلمين وحرية تنقلهم في مختلف أنحاء الدول الإسلامية، وتكفل حرية تعبيرهم عن آرائهم تعليقاً وتفسيراً وتحقيقاً ونقداً، شريطة أن تمارس هذه الحرية، في إطار خلقي وموضوعي سليم، وعلى كل دولة إسلامية وضع التشريعات اللازمة

(1) د. محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ص 364.

لتجريم أية رسالة إعلامية تخرج عن حدود النقاش الموضوعي والنقد البناء، أو تسيء إلى العلاقات بين الدول الإسلامية، أو تتعرض بالتجريح -المباشر أو غير المباشر- لرؤساء هذه الدول. /2 ميثاق جاكرتا: (1) اقر المؤتمر الأول للإعلام الإسلامي العالمي الذي عقد في جاكرتا في جلسته الختامية يوم الأربعاء 23 شوال 1400 هـ، الموافق 3 / 9 / 1980 ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي وهو امتداد لمشروع ميثاق شرف للصحافة الإسلامية الذي قدم في المؤتمر التمهيدي للصحافة الإسلامية الذي عقد في قبرص عام 1399هـ - 1979 م، وقد أطلق عليه ميثاق جاكرتا وتضمن تمهيدا وأربع مواد، منها:

\* أن يلتزم الإعلاميون المسلمون ببناء شخصية المسلم بما يلي :

أ- ترسيخ إيمانه بقيم الإسلام ومبادئه الخلقية، والعمل على تكامل شخصيته الإسلامية.  
ب- تقديم الحقيقة له خالصة في حدود الآداب الإسلامية، وتبيين واجباته له تجاه الآخرين وبحقوقه وحرياته الأساسية.

\* يعمل الإعلاميون على جمع كلمة المسلمين ويدعون إلى التحلي بالعقل والإخوة الإسلامية والتسامح في حل مشكلاتهم ويلتزمون:

أ- بمجاهدة الصهيونية واستعمارها الاستيطاني بأشكال القمع والقهر التي يمارسها العدو الصهيوني ضد الشعب الفلسطيني والشعوب العربية.  
ب- باليقظة الكاملة لمواجهة الأفكار والتيارات المعادية للإسلام.

\* يقرر المؤتمر إنشاء (أمانة عامة دائمة) للإعلام الإسلامي مقرها مكة المكرمة تنظم وتنسق شؤون الإعلام والإعلاميين المسلمين في العالم من حيث عقد المؤتمرات واللقاءات التي تستهدف الارتقاء بالإعلام الإسلامي ككل وسيلة وغاية.

3/ ميثاق شرف رابطة الصحافة الإسلامية: (2) وقد اعتمده أعضاء رابطة الصحافة الإسلامية في المؤتمر الثاني الذي عقد في الخرطوم في تموز 2007، وافر بنود أهمها:  
\* في الحقوق الأساسية:

أ/ للمؤسسة الصحفية حصانة مهنية فلا يجوز انتهاك حرمة مكاتبها أو الاعتداء عليها بأي وجه كان، ومن قبل أي جهة كانت، لأي سبب يتعلق بعملها المهني.

(1) ينظر: د. حسن مكاي، أخلاقيات العمل الإعلامي، ص 85، وسهيلة زين العابدين حماد، الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، ص 94.

(2) ينظر: د. طه الزبيدي، المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي، ص 117.

ب/ لإشاعة أجواء الثقة في المتعاونين مع الصحافة من حق المؤسسة الصحفية أن تحتفظ بمصادر معلوماتها، ولا يجوز لأي جهة أياً كانت أن تجبرها على الكشف عن مصادرها، إلا في حالة ارتكاب جريمة منصوص عليها في القانون.

\*في الالتزامات والواجبات :

أ- تعظيم الثوابت الشرعية والمقدسات الإسلامية، والذب عنها، وان تلتزم بتبني قضايا الأمة الإسلامية وتحرص على دعم استقلاليتها وسيادتها وسلامة حياتها الفكرية، وتلتزم الصحافة الإسلامية بالصدق، باعتباره مقوماً رئيساً للرسالة الإعلامية، تحقيقاً لقوله تعالى: ((والذي جاء بالصدق وصدق به))<sup>(1)</sup>.

ب- تلتزم الصحافة الإسلامية ببيان الحق بدليله، تحقيقاً لقول الله تعالى: ((قل هاتوا برهانكم إن كنتم صادقين))<sup>(2)</sup>، كما تحرص على تقديم الرسالة الإعلامية مبنية على نصاعة الحجة وقوة البرهان، التزاماً بقوله تعالى: (وقل لهم في أنفسهم قولاً بليغاً))<sup>(3)</sup>.

\*في الجوانب الإجرائية:

إن علاقة الأعضاء برابطة الصحافة الإسلامية علاقة أدبية وأخلاقية إلا أن مجرد التوقيع على هذا الميثاق يضع التزامات خاصة تجاه الأعضاء والرابطة يترتب عليها أمور محددة، كما يجب التزام كل أعضاء الرابطة بميثاق شرف الصحافة الإسلامية والإعلان عنه ودعمه والدعوة إلى الالتزام به لدى كل العاملين.

4 / ميثاق البصيرة:<sup>(4)</sup>

عبر هذا الميثاق عن رغبة عدد من الإعلاميين الإسلاميين في العراق في خدمة قضايا الإعلام الهادف الذي يتخذ من بناء الأمة والارتقاء بها منهجاً له، في قوله تعالى: ((قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي))<sup>(5)</sup> لذا فهو إسهام جاد ورأي إعلامي حر ومعلن لتطوير

(1) سورة الزمر/آية 33.

(2) سورة البقرة:آية 111.

(3) سورة النساء:آية 63.

(4) صدر عن جمعية مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي المؤسس في عام 2006 ببغداد، واعترف به في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي العراقية عام 2011، والباحث عضواً مؤسساً فيه، ونائباً لرئيسه في الانتخابات الأولى التي جرت في آذار 2012.

(5) سورة يوسف،آية / 108.

العمل الإعلامي، وقد تضمن الميثاق بنوداً مختلفة عالجت قضايا الإعلام ومسئوليته في التصور الإسلامي، منها:

\* في مجال المسؤولية الأخلاقية نحو الأمة الإسلامية:

أ- نشر الدعوة الإسلامية في العالم اجمع عن طريق وسائل الإعلام كافة، والتعريف بالقضايا الإسلامية وتعظيم الثوابت الشرعية والمقدسات الإسلامية والدفاع عنها.

ب- الاهتمام بالتراث الإسلامي، والإسهام في إعادة كتابة وتصحيح التاريخ الإسلامي والإفادة منه، والتمسك بأصالة الأمة ووصل ما انقطع من التراث بالمعاصرة، وعرض الصورة الحقيقية عن الحضارة الإسلامية وأثارها وفضلها على الإنسانية في العلوم والمعارف.

ج- خدمة ودعم الجهود الرامية إلى إحلال الشريعة الإسلامية محل القوانين الوضعية، وكونها المرجعية العليا للأمة.

\* وفي مجال مسؤولية الإعلام نحو الإنسانية:

أ- احترام كرامة الإنسان وصونها والدفاع عن حرياته وحقوقه المشروعة، والجهاد في سبيل تحقيق العدل والمبادئ الإنسانية السامية والمثل العليا.

ب- احترام تنوع الثقافات وتعدد الحضارات للشعوب المختلفة، وتعميق أو اصر التآخي والتعارف والتعاون بين جميع الشعوب، والانفتاح على الحضارة الإنسانية وتوظيف معطياتها الإيجابية لصالح الإنسان المسلم وقيم الإسلام ومبادئه.

ج- مقاومة الحروب العدوانية والامتناع عن تبريرها، ودعم واحترام حق الشعوب في مقاومة الاحتلال والعدوان بكل صوره وأشكاله، وفي تقرير مصيرها.

\* وفي مجال المسؤولية الأخلاقية للإعلام نحو المجتمع ومكوناته:

أ- الدفاع عن المصالح العامة للمجتمع، ودعم البناء والتنمية الشاملة والعمل الجماعي وترشيد الأداء العام.

ب- احترام وتعميق القيم الأخلاقية للفرد والمجتمع المستمدة من الدين الإسلامي والتقاليد العربية الأصيلة، والدعوة إلى بث روح الأمل والتفتح للحياة، والابتعاد عما يشيع روح اليأس والهزيمة.

ج- كشف الانحرافات والفساد في المجتمع والامتناع عن إذاعة ونشر كل ما يشكل إساءة للآداب العامة أو يوحي بالانحلال الخلقي، الفردي أو الجماعي، وكل ما يشجع على الجريمة أو العنف والانحار والرعب وما إلى ذلك، سواء بطريق مباشر أو غير مباشر، وكل ما يمثل إثارة رخيصة

للغرائز، ولا يتم التوسع في أخبار الجريمة ذات الطابع الأخلاقي أو الجنسي- الجارح لمشاعر الناس وحياتهم.

\* وفي مجال المسؤولية نحو مهنية الإعلام:

أ- الالتزام بالضوابط الشرعية والحرص على مهنية الإعلام وشرف المهنة، والسعي الجاد إلى الارتقاء بحرفية وسائل الإعلام الإسلامية ومهنية العاملين فيها.

ب- عدم اللجوء إلى أي تمويل داخلي أو خارجي يؤثر على حرية وسائل الإعلام ورسالتها، وينزلق بها إلى مواقف تتعارض مع الواجب الديني وواجباتها تجاه مجتمعاتها وأخلاقيات المهنة.

ج- التمسك بالقيم الصحفية من صدق وجرأة وإنصاف وتوازن واستقلالية وموضوعية وتنوع دون تغليب للاعتبارات التجارية أو السياسية على الشريعة والمهنية، والترحيب بالمنافسة النزيهة من دون السماح لها بالنيل من مستويات الأداء، حتى لا يصبح السبق الصحفي هدفا بحد ذاته ومبررا للإساءة أو الاستغلال.

\* وفي مجال المسؤولية نحو الإجراءات :

أ- على الدول الإسلامية والمؤسسات الإعلامية وضع التشريعات اللازمة لتجريم أية رسالة إعلامية تخرج عن حدود الشريعة أو النقاش الموضوعي والنقد البناء، والتجريح - المباشر أو غير المباشر - للرموز الإسلامية والشعائر الإسلامية المنضبطة، وكذلك الإساءة إلى العلاقات بين الدول الإسلامية وافتعال الأزمات بينها.

ب- النهوض بالمشاريع الإعلامية الاستثمارية والعمل على إنشاء مصارف إسلامية للاستثمار الإعلامي.

المبحث الثالث: الأثر الإعلامي وتعويض المتضرر من جراء وسائل الإعلام

المطلب الأول: الأثر الإعلامي في المجتمع : يتحتم على المسؤولية الإعلامية في جانبها الاجتماعي مجموعة من الوظائف يلتزم بتأديتها الإعلاميون في مختلف المجالات وعدم إيقاع الضرر به، فالصحفي مسئول عن دقة المعلومات التي يقدمها للقارئ وعن عدم التسبب في الأذى لأفراد المجتمع<sup>(1)</sup>، فالإعلامي يتحمل تبعه نشاطه<sup>(2)</sup>، وان يراعي حق الخصوصية لكل واحد حياته الخاصة بعيدة عن العلانية والتشهير، فلا يفيد نشرها الصالح العام، وقد يترتب على مخالفة هذا

(1) ينظر: د. محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ص 98.

(2) د. طه الزبيدي، معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، عمان، 1010، ص 219.

المبدأ الوقوع تحت طائلة الحساب،<sup>(1)</sup> وكذلك الجهر بالأسرار فلا يليق بالمسلم وهو عمل سيء، والله تعالى يمقت ذلك<sup>(2)</sup>، والحفاظ على سرية مصدر المعلومة أيضا يرتبط بواجب الحفاظ على حرية الرأي بكل أشكالها<sup>(3)</sup>، وأما التصحيح الإعلامي فينشأ نتيجة لعدم تحري الإعلامي الدقة في جمع المعلومات، أو حجب المعلومات من جانب السلطات أو تقديم معلومات منقوصة أو خاطئة، أو التجاوز في ممارسة حرية الرأي والتعبير، وقد تقتصر ممارسة التصحيح على التعليق أو التوضيح أو تمتد إلى الدعوى القضائية<sup>(4)</sup>، لأنه حق عام مقرر لكل الأفراد بلا تمييز وإن هذا الحق مقرر لأصحاب الشأن سواء شكل ما تم نشره بشأنهم جريمة أم لا<sup>(5)</sup>، فالدقة ركن مهم في العمل الصحفي فهي جوهر الحقيقة في الحدث<sup>(6)</sup> فالخبر الناقص غير دقيق سواء جاء عن عمد أو نتيجة الإهمال والسرعة<sup>(7)</sup> ترتبط السياسة الإعلامية<sup>(8)</sup> بالأوضاع السياسية والاقتصادية والفكرية الأمنية والاجتماعية، بمعنى إن الإعلام يرتبط بقوى الدولة الشاملة فهو يسعى لتحقيق الأمن أولا ثم توعية الأفراد ثانيا، من خلال الرسالة الإعلامية التي تهدف إلى بناء الإنسان ويقوم الإعلام بدور الوعي السياسي للناس لما يدور على الساحة الداخلية من أحداث، حيث يتناول القضايا التي تؤثر في قدرات الدولة السياسية، من خلال الشرح والتحليل لهذه القضايا وتعريفهم بأسبابها وأسلوب التعامل معها<sup>(9)</sup>، ويترك خطأ الإعلامي آثاره على سمعة الآخرين وخصوصياتهم<sup>(10)</sup>، فإن مالك المؤسسة الإعلامية أو رئيس التحرير يعتبران مسئولين عن التي يرتكبها كاتب الموضوع وتضر بالغير ضررا ماديا أو أدبيا، فضلا عن مسؤولية كاتب الموضوع

(1) د.حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، ص267.

(2) ينظر:السعدي، تفسير السعدي، (5 / 231).

(3) ينظر:علاء فتحي عبد الرحمن،الحماية الدولية للصحفيين إثناء النزاعات الدولية المسلحة،ص98.

(4) ينظر: د.حسن عماد مكاوي،أخلاقيات العمل الإعلامي،204 وما بعدها.

(5) د. ليلي عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، ص182.

(6) د.كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، بيروت، دار الجبل، ص13 د. كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، ص145

(7) ينظر: د.مصطفى الدميري، الصحافة في ضوء الإسلام،ص63 .

(8) السياسة الإعلامية:مجموعة القواعد والأسس التي تشكل أساسا لبث الرسالة الإعلامية بما تتضمنه من مبادئ أو أفكار أو أخبار.ينظر:عصمت الحموري، سياسة الإعلام في الدولة الإسلامية، ص11.

(9) ينظر:د.عزيزة عبدة،الإعلام السياسي والرأي العام، ص72.

(10) ينظر: سامان فوزي عمر،المسؤولية المدنية للصحفي،ص107 وما بعدها.

إذا كان ظاهراً<sup>(1)</sup>، والإعلام لا يخلو من التعرض للتهديد أو الإكراه لاتخاذ مواقف معينة أو تجنب مواقف معينة، منها: (مضايقات عدة قد تمنعهم من أداء واجباتهم الصحفية، سواء من جانب السلطة أو من جانب الأفراد) أما التهديد فيعد جريمة عمدية لما يترتب عليه من إدخال الخوف أو الرعب في نفس المجني عليه -الإعلامي- بالنظر لما ينتظره من ضرر يصيبه في نفسه أو ماله أو نفس الغير أو ماله، ويتبين إن المشرع عاقب على مجرد التهديد لما له من تأثير على نفسية الصحفي ولا عبرة بالباعث على التهديد.<sup>(2)</sup>

المطلب الثاني: تعويض المتضرر من وسائل الإعلام :

إن ضمان حرية وسائل الإعلام، لا يعني انعدام المسؤولية كما لا يكون خاليا من الرقابة التي تحكم وتحدد سبل العمل الإعلامي ومعاينة من يخالف التعليمات الإعلامية من خلال أنماطه وفنونه المختلفة كالإعلان والدعاية والحرب النفسية والرسائل الإعلامية المزيفة للحقائق والأخبار غير الدقيقة وغيرها وربما يصيب المتلقي منها ضرر<sup>(3)</sup> والضرر الإعلامي هو: الأذى المباشر أو غير المباشر الذي يصيب المتلقي، عبر وسائل الإعلام وتمس دينه أو عقيدته أو سمعته أو أخلاقه أو شرفه وكل ما من شأنه الإساءة إلى كرامته الإنسانية ويشترك الضرر مع الجريمة بكونهما محظورات أي وممنوعات<sup>(4)</sup>، وقد وردت بعض صور الضرر الإعلامي كالجرائم والمعاصي والمخالفات التي يقع أثرها الضار على المتلقي، وهي ليست من باب القصاص أو الحدود مما يؤهلها لان تثبت بها تعازير معينة يمكن أن تطبقها السلطة الحاكمة على الإعلامي أو الوسيلة الإعلامية، مثل: <sup>(5)</sup> الحبس، التوبيخ، الغرامة المالية، إيقاف الإعلامي عن العمل، أو غلق المؤسسة الإعلامية، أو إلزام وسائل الإعلام بالاعتذار، وغيرها، يمكن أن يعمل بها شرعا وقانونا في قضايا جرائم الإعلام<sup>6</sup>، يقررها ولي الأمر بالنظر إلى طبيعة الجرم أو المعصية المرتكبة<sup>(1)</sup> فان

(1) ينظر: د.سعد صالح الجبوري، مسؤولية الصحفي الجنائية عن جرائم النشر، ص 75.

(2) د.نوال العبيدي، الجرائم الماسة بحرية التعبير عن الفكر، ص 100 و 193.

(3) ينظر: د. فاروق ناجي، إستراتيجية الاتصال مع الآخر، عمان، دار النفائس، 2010، ص 110.

(4) ينظر: الماوردي، الأحكام السلطانية والولايات الدينية، ص 219.

(5) ينظر: د.ناصر علي الخليلي، الظروف المخففة والمشددة في عقوبة التعزير في الفقه الإسلامي، الرياض، 1992، ص 75 وما بعدها.

(6) هي الجرائم المرتكبة عن طريق وسائل الإعلام بالسب أو الإهانة أو القذف أو التحريض وغيرها، وتقوم على ركن مادي هو العلانية وعلى ركن معنوي بشقيه: العلم والإرادة. ينظر: د. سعد الجبوري، مسؤولية الصحفي الجنائية عن جرائم النشر، مصدر سابق، ص 38 وما بعدها.

وسائل الإعلام ملزمة بالتعويض جزاء عن التقصير في العمل الإعلامي والغاية منه إصلاح الخل واستبدال التالف وتعويض المتضرر يمكن الأخذ بالتعويض المالي عن الضرر الحاصل من وسائل الإعلام لأن الشريعة الإسلامية فرضت تعويضات مالية كالدية، وعقوبات غير مالية على الاعتداء على الشرف والكرامة مثل الجلد ثمانين جلدة للقفز، وكذلك التعزير على أي اعتداء محرم على العرض والشرف والتشهير، وغيرهما بالسب والاهانة<sup>(2)</sup>، وقد تضافرت النصوص على تحريم الضرر بأنواعه وأن التعويض بالمال قام على أساس المبادلة والمعاوضة بين الضرر والجزاء، وفيه تخفيف الألم عن المصاب بإرضاء نفسه ومحو الغل والحدق من قلبه وذلك ما يقوم به المال يدفع إليه إرضاءً له، فالشريعة الإسلامية تنظر إلى أن إخلال الشخص بالتزامه يوجب عليه الجزاء والتعويض كدليل على تحمل المسؤولية عن أفعاله<sup>(3)</sup> ولا يخرج مثل ذلك عن هذا الحكم إذا حدث في وسائل الإعلام.

#### الخاتمة:

بعد توفيق الله تعالى وفضله توصلنا إلى :

- \* إن التربية الإعلامية مجموعة القيم والأخلاقيات التي يلزم الإنسان بها نفسه إلزاماً فطرياً بالخلقة ومكتسباً بالمهنية لرعاية حق الجمهور في المعرفة الصادقة والهادفة.
- \* إصدار القوانين والتعليمات التي تنظم العمل الإعلامي وفق ضوابط الشريعة الإسلامية
- \* وظيفة التربية الإعلامية: تعزيز السلم والتفاهم الدولي، احترام كرامة الدول والشعوب والأفراد، رفض التفرقة العنصرية، والدفاع عن حقوق الإنسان، والحفاظ على الأمن.
- \* تهدف التربية الإعلامية الى الامتناع عن نشر المعلومات التي تشكل ضرراً بالمصلحة العامة، وكذلك احترام خصوصية الفرد، وعدم نشر معلومات خاصة عن الأفراد أو تصويرهم من غير موافقتهم.
- \* مواثيق الإعلام مجموعة من المبادئ الأخلاقية يتفق عليها المختصون لتنظيم عملهم وعلاقتهم بالمجتمع والسلطة.

(1) ينظر: الماوردي، الأحكام السلطانية، ص 293.

(2) ينظر: السرخسي، المبسوط، (26 / 59).

(3) ينظر: د. عبد الكريم زيدان، الفرد والدولة في الشريعة الإسلامية، الكويت مكتبة المنار، 1965، ص 67.



\* الضرر الإعلامي أذى المباشر أو غير المباشر يصيب المتلقي، عبر وسائل الإعلام لذا يجب منعه وإزالته وتعويضه.

\* إن الإعلامي يستطيع إن يبقي عمله المهني في إطار المصلحة العامة، ويتجنب التقصير في مسؤوليته.

\* يتحمل المرء تبعه ما يصدر عنه ومحاسبته على ذلك.

\* توخي الحذر في الممارسة الإعلامية، فأى تصرف غير أخلاقي قد يكلف الوسيلة الإعلامية أموالاً طائلة بغض النظر عن حجم موضوعه الإعلامي.

\* الالتزام بالحقيقة، وهنا لابد للإعلامي من وثائق أو تسجيلات يلجا إليها في حالة اتهامه بإيقاع ضرر ما بحق فرد أو جماعة.

\* الموضوعية: فلكي يتجنب الإعلامي اتهامه بقذف شخص لص أو مرتش، فلا بد له من أدلة تثبت صحة كلامه، وان يقول مثلاً : سبق لهذا الشخص أن اتهم بتقاضى الرشوة.

\* إذا وقع الإعلامي بما يوجب اتهامه بارتكاب جريمة القذف أو غيرها، فعليه أن يبادر بنشر- تصحيح أو تراجع أو اعتذار عما نشر، فيكون ذلك بمثابة تخفيف عن الجرم المقترف.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

### المصادر والمراجع:

وهي بعد القرآن الكريم :

1. إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1983.
2. إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985.
3. ابن زكريا، مقاييس اللغة، القاهرة، مطبعة الحلبي 1951.
4. ابن كثير، تفسير القرآن العظيم، بيروت، دار الكتاب العربي.
5. ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، بدون تأريخ.
6. أحمد بدر، الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية، الكويت، دار القلم، 1974.
7. إسراء فليحي، الخصائص المهنية للقائم بالاتصال، أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2004.
8. تيسير محجوب الفتياني، مقومات رجل الإعلام الإسلامي، دار عمار، عمان، 1987.
9. جعفر الشيخ إدريس، دعاة يستحقون المساعدة، مجلة البيان، ع140، آب، 1999.
10. حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، القاهرة، 1994.



11. الراغب الأصفهاني، معجم مفردات القرآن الكريم، دمشق، دار القلم.
12. رشدي شحاتة أبو زيد، مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد، دار الفكر العربي، القاهرة، 1999.
13. سامان فوزي عمر، المسؤولية المدنية للصحفي، عمان، دار وائل للنشر، 2007، ط1.
14. السرخسي، المبسوط، بيروت، ط3، 1978.
15. سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2005، ط2.
16. سهيلة زين العابدين، الإعلام في العالم الإسلامي الواقع والطموح، الرياض، 2003.
17. سيد محمد ساداتي الشنقيطي، دراسات إعلامية، الرياض، دار المسلم للنشر، 1995.
18. الشيخ عبد الرحمن السعدي، تفسير الكريم الرحمن، الرياض.
19. صحيح البخاري، دار ابن الهيثم، القاهرة، ط1، 2004.
20. طه الزبيدي، المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي، عمان، 2012.
21. عبد الكريم زيدان، بحوث فقهية معاصرة، مؤسسة الرسالة، 2004.
22. عبد الله الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، اليمن، دار البشير، 1994.
23. عبد الهادي الزبيدي، الحرب النفسية مفاهيم إعلامية وأحكام فقهية، عمان، دار النفائس، 2010.
24. عبد الهادي الزبيدي، تجديد الخطاب الإخباري في الإعلام الإسلامي، بحث ضمن كتاب: الإعلام الإسلامي في عصر المعلوماتية، عمان، دار النفائس، 2010.
25. عصمت الحموي، سياسة الإعلام في الدولة الإسلامية، رسالة ماجستير، جامعة القدس، فلسطين، 2009.
26. علاء الدين أحمد خليفة، الاتجاهات السياسية للخطاب الإسلامي أثناء الاحتلال الأمريكي للعراق، أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة بغداد، سنة 2010.
27. علي الصلابي، السيرة النبوية، بيروت، دار المعرفة، 2005، ط3.
28. عماد الدين الرشيد، المرجعية دراسة في المفهوم القرآني، سورية، نحو القمة، 2005.
29. فاروق ناجي، إستراتيجية الاتصال مع الآخر، عمان، دار النفائس، 2010.
30. فؤاد توفيق العاني، الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة، بيروت، مؤسسة الرسالة، 1993.
31. القرطبي، تفسير القرطبي، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1965.



32. كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، جدة، دار الشروق، 1988.
33. ليلي عبد المجيد، تشريعات الصحافة في مصر وأخلاقياتها، القاهرة، 1999.
34. الماوردي، الاحكام السلطانية، بيروت، دار الكتب العلمية، 2006.
35. محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
36. محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي بالقاهرة، ودار الرفاعي، 1989.
37. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي: المبادئ-النظرية-التطبيق، القاهرة، دار الفجر، 2002.
38. المعجم الوسيط، القاهرة، مكتبة الشروق الدولية، 2004، ط 4.
39. نوال العبيدي، الجرائم الماسة بحرية التعبير عن الفكر، عمان، دار الحامد، 2009.
40. هادي إلهيتي، الإعلام العربي والدعاية الصهيونية، بغداد، دار الجمهورية، 1969.
41. [www.aljazeeraatalk.net](http://www.aljazeeraatalk.net)