

## الأخلاقيات الإعلامية من منظور قيمي

أ. أحسن خشة  
جامعة قالمة- الجزائر

### مقدمة:

تعتبر المفاهيم بمثابة حجر الزاوية في كل بناء نظري ومعرفي، باعتبارها تعبيرات تجريدية تعكس الملاحظات الميدانية، وتجمل مفرداتها. وإذا نظرنا إليها في شكلها النسقي فإنها تمكننا من صياغة بناء نظري متكامل يوجه الباحث إلى فهم وتفسير الظواهر والتنبؤ بها. ولا ريب في أن هذه المفاهيم هي إبداع بشري يتأسس على معطيات ميدانية لها خصوصياتها الثقافية والمعرفية، وبالتالي فما ينطبق على بيئة ما قد لا يناسب خصوصية بيئة أخرى، وخاصة إذا تعلق الأمر بالبيئة العربية والإسلامية وما يرتبط بمنظومتها القيمية والحضارية.

تعاني العديد من الحقول المعرفية في العلوم الإنسانية والاجتماعية- مع التفاوت المسجل بين حقل معرفي وآخر- من حالة "تبعية" لما ينتجه الفكر الغربي عموماً، مما يجعل مجتمعاتنا في حالة "ارتهان" معرفي ومنهجي يبتعد بنا عن موروثنا الثقافي، وبالتالي يجعل الاستفادة محدودة ولا تفي بالحاجات الموجودة ولا تعالج الإشكالات المطروحة ولا ترقى بالواقع المعيش إلى مستوياته المأمولة، وينسحب هذا الإشكال -وربما بصورة أعمق- في مجال علوم الإعلام والاتصال بصورة خاصة نظراً لحدائثة هذا العلم مقارنة مع غيره من العلوم الاجتماعية والإنسانية الأخرى.

كثيراً ما يستخدم الباحثون في ميدان علوم الإعلام والاتصال العديد من المفاهيم الغربية، وهو ما قد يلقي بظلاله على مدى مصداقية تعبيره عن واقعنا الاتصالي في السياق الثقافي العربي والإسلامي.

ولعل من بين النماذج التي يبدو فيها التباين جلياً بين مختلف المرجعيات الثقافية نجد المسألة الأخلاقية والتي تطرح العديد من الإشكالات سواء تعلق الأمر بالسياق العام للموضوع، أو من خلال ارتباطه بسياق معرفي محدد، والمتمثل في بحثنا ضمن علوم الإعلام والاتصال.

وتتبدى أهمية مراجعة نقاط التباين في المرجعيات الثقافية في النقاط التالية:  
أ-بناء الممارسة الإعلامية على قاعدة صلبة ترتقي بالممارسة الإعلامية في سياقنا الاجتماعي وتحفظها من الانحرافات الأخلاقية المحتملة.

ب-السعي في تطوير الأدوات والوسائل التي يتم من خلالها ضبط العمل الإعلامي بطريقة مناسبة.

ج-الاستفادة من القيم و تفعيلها في واقع العمل الإعلامي بمختلف تطوراتها.

أولاً: ضبط المصطلحات المستخدمة.

## 1- المفاهيم

انطلاقاً من المرجعية التي يمكن أن تعبر عنها المفاهيم فإنها تعد بمثابة تعبير عن الإطار الفلسفي أو خصائص التصور الذي تنطلق منه كل حضارة في نظرتها للإنسان والكون والحياة<sup>1</sup>

ولا شك في أن معالم هذا التصور مستوحاة من القيم التي يتضمنها الوحي السماوي، وهذا ما يحيلنا إلى ضرورة إعمال العقل والتفكير في استخلاص القيم الشاملة التي تضبط حركة الحياة في علاقة الفرد بنفسه ومجتمعه وبالكون من حوله في شتى المجالات.

وبناءً على المدلول الذي يشير إليه المفهوم فإنه يتمثل في تجريد يعبر عنه بكلمة أو رمز يشير إلى مجموعة من الأشياء أو الأنواع التي تتميز بسمات وخصائص مشتركة أوهي مجموعة من الأشياء أو الأنواع التي تجمعهم فئات معينة<sup>2</sup>.

وهنا نجد المحصول المعرفي المتولد من جهد الباحثين في إحداث التنسيق بين جزئيات الواقع المتناثرة هنا وهناك، فيوحد بينها في صياغات لفظية متميزة، ومعبرة عن خصوصية المكان والزمان والسياق الثقافي من حوله.

ونظراً لحجم تبعيتنا المتزايد معرفياً ومنهجياً فإن الحاجة تبدو ملحة للوعي بالمفاهيم السائدة والعمل على تحليلها وفهمها، وتفكيكها لمعرفة مكامن الإصابات والانحرافات الفكرية ونواحي القوة والضعف، ومنافذ التغيير في التركيب الفكري الذي يعبر عنه المفهوم، ذلك أنها تمثل خلاصة الأفكار والنظريات والفلسفات المعرفية وأحياناً نتائج خبرات وتجارب العمل به، في النسق المعرفي الذي يعود إليه وينتمي إلى بنائه الفكري<sup>3</sup>

## 2- القيم:

وهي جملة المبادئ والمعايير الموجهة للسلوك الإنساني، ويكون "مصدر القيم في الأساس الدين"<sup>4</sup>، والمعروف أن هذه القيم نجدها مبنوثة في نصوص الوحي بشكل رئيسي، الأمر الذي يضيف عليها الطابع المقدس على اعتبار أنها وحي الهي، وهذا يجعلها تتميز بالمثالية التي يبذل كل واحد منا ما استطاع لكي يتمثل بها أو ببعض منها، ومن البديهي أن نستنتج أن التمثل بهذه القيم بشكل كامل غير متاح للسلوك الإنساني، فلا يمكنه الوصول إلى قمتها السامقة، ولا يمكن لرجل الإعلام أن يجسدها بصورة مثالية، إنما هي محاولات للاقترب

<sup>1</sup> سيف الدين عبد الفتاح، بناء المفاهيم الإسلامية ضرورة منهجية، ص 56

<sup>2</sup> أحمد حسين اللقاني، على الجمل، معجم المصطلحات التربوية المعرفية في المناهج وطرق التدريس، القاهرة،

عالم الكتب، 1996، ص 172

<sup>3</sup> طه جابر العلواني، مقدمة بناء المفاهيم، ص 7

<sup>4</sup> عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003، ص 106

من هذه القيم بطريقة أو بأخرى، لأن السلوك البشري يعتره القصور والنقص مهما بذل من الجهد في سبيل تحقيق ذلك.

### 3- الأخلاقيات:

الأخلاق هي شكل من أشكال الوعي الإنساني يقوم على ضبط وتنظيم سلوك الإنسان في كافة مجالات الحياة الاجتماعية<sup>1</sup>

يرى الدكتور عزي أن القيمة ذات المرجعية الدينية هي المنبع في تأسيس الأخلاقيات<sup>2</sup> وهناك من يفرق بين مصطلح "الأخلاق" و"الأخلاقيات" بحيث أن الأولى ذات طابع إنساني، والثانية تختص بمجتمع معين، بالإضافة إلى كون الأولى مصدرها الدين بشكل رئيسي، والثانية تستند إلى مصادر أخرى كالقوانين والأنظمة إلى جانب الدين.

كما أن هناك اختلاف بين الأخلاق والقانون، فالأولى لها طابع التزامي ينبع من ذات الفرد، أما الثاني تتوفر على إلزام خارجي، يعرض مخالفه إلى عقوبات.

وهناك من يعتقد بأن الأخلاق هي التعبير الأشمل والأقوى عن القانون، لأنها تعد قانونا داخليا و خارجيا معا.

و"الخلق منه ما هو محمود، ومنه ما هو مذموم"<sup>3</sup>

ويمكن تمييز الأخلاق الحميدة عن غيرها بأنها كل سلوك فردي أو اجتماعي تلتقي النفوس البشرية على استحسانه، مهما اختلفت أديانها ومذاهبها وتقاليدها ومفاهيمها. ويلحق به ما كان أثرا من آثاره، أو فرعا من فروعه.<sup>4</sup>

لكل قطاع من القطاعات الإنسانية المختلفة الداخلية والخارجية أخلاق، للفكر أخلاق، وللاعتماد أخلاق، وللقلب أخلاق، وللنفس أخلاق، وللسلوك الظاهر أخلاق.<sup>5</sup>

فمن فضائل أخلاق الفكر تحري الحقيقة بإنصاف وتجرد وحياد، والصبر على التفكير والتدبر، والبحث عن كل نافع مفيد من الأفكار والمعارف والعلوم، والبعد عن سفايف الأفكار وتوافهها، والاشتغال بتذكر كل صالح مفيد، ونسيان الأحداث المثيرة للأحقاد والضغائن أو الباعثة على الغضب والانفعالات غير الحسنة، وعدم التطلع إلى مثيرات الحسد، أو مثيرات الشهوات والأهواء المحرمة، إلى غير ذلك من فضائل.<sup>6</sup>

ثانيا: الخلفية النظرية الغربية لأخلاقيات الإعلام:

<sup>1</sup> هند عبيدين، الأخلاق تواصل وتوازن في المجتمع الإنساني، مجلة المعارف، العدد 115، 2009، ص 74

<sup>2</sup> عبد الرحمن عزي، حفريات في الفكر الإعلامي القيمي، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2011، ص 66

<sup>3</sup> عبد الرحمن حسن حبنكة الميداني، الأخلاق الإسلامية وأسسها، دمشق، دار القلم، ص 10

<sup>4</sup> المرجع السابق، ص 16

<sup>5</sup> المرجع السابق، ص 55

<sup>6</sup> المرجع السابق، ص 55

تجدر الإشارة في مستهل عرض هذه النظريات الأخلاقية إلى أنها موجهة لتفسير السلوك الإنساني بشكل عام، وباعتبار العمل الإعلامي جزء من كل، فإننا نخلص من خلال إسقاط وتكييف هذه النظريات الأخلاقية على الممارسة الإعلامية إلى أن هذا الأخير يحتكم في المنظور الغربي إلى أطر نظرية متعددة نذكر منها :

**1-نظرية الواجبات الأدبية :** ترى أنه من واجب الشخص أن يفعل ما هو صحيح ، وبعض الأعمال تكون دائما صحيحة، وبعض الأعمال تكون دائما خطأ .

وما يجعلنا نتوخى الحذر من تطبيقات هذه النظرية، أن السياق الاجتماعي والثقافي الذي تطبق في ظله يمكن أن يترتب عنه الاختلاف في تكييف الممارسات الإعلامية، فما هو مقبول قيميا عند مجتمع قد يكون مرفوضا عند مجتمع آخر .

### **2-النسبية الأخلاقية**

وهنا لا مجال للحديث عن معايير أخلاقية لها قابلية التطبيق عالميا، فالقرار الإعلامي يمكن أن يكون مقبولا فقط لمجتمع بعينه في زمن محدد وفي مكان محدد.

وترجع أسباب الغلط أو المغالطة عند أصحاب فكرة نسبية الأخلاق، إلى ثلاثة عوامل<sup>1</sup>:

أ- تعميمهم اسم الأخلاق على أنواع كثيرة من السلوك الإنساني، فلم يميزوا الظواهر الخلقية، عن الظواهر الجمالية والأدبية، وعن العادات والتقاليد الاجتماعية، وعن التعاليم والأحكام المدنية أو الدينية البحتة، فحشروا مفردات كل هذه الأمور تحت عنوان الأخلاق، فأفضى ذلك بهم إلى الخطأ الأكبر، وهو حكمهم على الأخلاق بأنها أمور اعتبارية نسبية.

ب- أنهم جعلوا مفاهيم الناس عن الأخلاق مصدرا يرجع إليه في الحكم الأخلاقي، مع أن في كثير من هذه المفاهيم أخطاء فادحة، وفسادا كبيرا، يرجع إلى تحكم الأهواء والشهوات والعادات والتقاليد فيها، ويرجع أيضا إلى أمور أخرى غير ذلك.

ج- اعتمادهم على أفكارهم وضمائرهم فقط، وجعلها المقياس الوحيد الذي تقاس به الأخلاق.

### **3-نظرية الموقف**

وهنا لا بد من النظر إلى البيئة الإعلامية وما تتضمنه من خصائص وملابسات لمعرفة طبيعة القرار الإعلامي المناسب، ومن ثم يمكننا تقييم مدى مشروعية الفعل الإعلامي، فليس هناك حكم ثابت يصدق على جميع الظروف .

وبالنسبة لهذه النظرية فإن اعتمادها بصورة مطلقة يفتح المجال واسعا لتسويق أي فعل مهما بلغت درجة إساءته لمصلحة الفرد أو الجماعة.

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص102

#### 4- النظرية التيلولوجية

وتسمى أيضا نظرية النتائج ، وتحكم على الممارسة السياسية من خلال النتائج التي تتحقق في نهاية المطاف ، بصرف النظر على البدايات والوسائل التي تعتمدها المنظمة الإعلامية في تواصلها مع البيئة.

ومن أنصار هذا الاتجاه نجد جون ستيوارت مل، ووليام بنتام، وهم يرون أن القضايا الأخلاقية لا تحكمها القيم المطلقة، ولكن تأثير فعل معين على النظام لتحقيق السعادة القصوى لأكثر عدد من الناس، فالسرقة خطأ ليس لأن الوصايا العشر قالت ذلك، ولكن لأن السرقة تؤثر سلبا على الوظيفة أو الكفاءة الاقتصادية للمجتمع، فالشيء خير إذا جعل النظام يسير بشكل أفضل، وأصبحت النزعة العملية (Practicality) هي المعيار الأخلاقي الوحيد (If it works ,it must be good)، وهذه النظرة النفعية هي التي جعلت الكفاءة الاقتصادية للنظام تغض الطرف عن استغلال الأطفال في العمل، وجوع الفقراء. وفي يومنا هذا في الغرب هي المسؤولة عن الإجهاد، لأنها تقلل عدد الافراد الداخليين في نظام الأمن الاجتماعي ودولة الرفاه، وتعاقب على الموت الرحيم (Mercy killing) للمرضى الميؤوس من شفائهم لأنه يقلل عوائد المستشفيات<sup>1</sup>.

ويمكن القول أن هذه النظرية تقوم على منطق الغاية تبرر الوسيلة ، ويمكن الاعتراض على ذلك من وجهة نظر قيمية من خلال التأكيد على أن الغاية المشروعة تتطلب الوسيلة المشروعة أيضا . لأن القول بخلاف ذلك يسوغ لكل إعلامي استخدام أي أسلوب ولو كان يندرج في دائرة غير مقبولة اجتماعيا ، بحجة أن الغاية نبيلة .

#### ثالثا: الاختلاف بين المنظور القيمي والمنظور الغربي لأخلاقيات الإعلام:

يمكن أن نجل الفرق بين المنظور القيمي والمنظور الغربي لأخلاقيات الممارسة الإعلامية في العناصر التالية:

#### 1- اختلاف المنطلقات الفكرية لكل منهما:

تجدر الإشارة إلى أن النظرية التي يبنى عليها القرار الأخلاقي في الفكر الغربي ينطلق من مرجعية وضعية بشرية، تمثل اجتهادات قد يعترها الخطأ أو الصواب، وفي سياق قيم ما بعد الحداثة فان الموضوعات الأخلاقية هي قضايا جدلية غير محسومة<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد حسام الدين إسماعيل، الصورة والجسد دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2008، ص 47 .

<sup>2</sup> محمد حسام الدين إسماعيل، الصورة والجسد، ص 67

"لا توجد المعاني أو الأخلاقيات أو الحقيقة بشكل موضوعي في العالم، ولكن يكونها المجتمع، ولذلك لا يمتلك أحد الحقيقة المطلقة أو جوهر معرفة الأشياء، كما أن الاتفاق بين البشر أفضل من معرفة الحقيقة".<sup>1</sup>

بينما القرار الأخلاقي القيمي يستند إلى مرجعية الوحي، وترتبط ارتباطا وثيقا بأسماء الله الحسنى، وفي هذا الإطار يجتهد كل فرد في التمثل بهذا الصفات ما أمكنه ذلك، وما يدعم ذلك أن تعبير "الأخلاقيات" في اللغة العربية له ثلاث اشتقاقات متماسكة<sup>2</sup>:

أ- الخالق سبحانه وتعالى (في ذاته أو صفاته "الأسماء الحسنى")

ب- الخلق (بفتح الخاء) أي المخلوقات ومنها الإنسان المكرم المفضل، "ولقد كرّمنا بني آدم وحملناهم في البر والبحر ورزقناهم من الطيبات وفضلناهم على كثير ممن خلقنا تفضيلا"

ج- الخلق (بضم الخاء)، أي القيم التي تحكم الخلق (بفتح الخاء) بوصفها، بلغة النورسي، تجليات أسماء الخالق الحسنى.

ورجل الإعلام يمكن أن يحظى بنصيب من تجليات أسماء الله الحسنى في الكون، مثل اتصافه بالصدق، والعدل، والأمانة، والحكمة، والرحمة، والعفو، وغير ذلك من الأسماء والصفات. وهو يتمثل بها بدافع ذاتي فيه حرص شديد على صفاء القصد لله والانقياد لتوجيهاته ونواهيه، وليس رغبة في تحقيق محمّدة عند الآخرين، أو من باب التصنع وإشباع حاجات نفسية في تحقيق العلو والمكانة عند الناس.

## 2- اختلاف المقصد والغاية:

وفقا للمنظور الغربي لأخلاقيات الممارسة الإعلامية فإن الغاية هي تحقيق السعادة الدنيوية للمؤسسة الإعلامية والعاملين فيها ، بحيث تتحقق المنافع المادية والمعنوية، أما الغاية من الالتزام بالأخلاق وفقا للمنظور القيمي فهي تتمثل في:<sup>3</sup>

أ- اكتساب مرضاة الله تعالى الخالق الرازق المنعم المحي المميت الذي يجازي على الحسنة بأضعافها، ويجازي على السيئة بمثلها.

ب- تحقيق أفساط من السعادة المستطاعة التحقيق في ظروف الحياة الدنيا، وهي أنواع السعادة التي تمنحها سنن الله في كونه، الشاملة لجميع خلقه، من امن به منهم ومن كفر به، والنجاة من أفساط من الشقاوة التي تجلبها الجرائم والجنايات وفق سنن الله في كونه، الشاملة لجميع خلقه من امن به منهم ومن كفر به.

---

<sup>2</sup> عبد الرحمن عزي، حفريات في الفكر الإعلامي القيمي، تونس، الدار المتوسطة للنشر، 2011، ص

40

<sup>3</sup> عبد الرحمن حسن حبنكة الميداني، مرجع سابق، ص ص 88، 89

فالعمل الإعلامي هو من مجالات الاجتهاد البشري التي يثاب عليها المرء إن أحسن فيها صنعا ويجازى بالعقاب إن زاغ عن الطريق القويم.

### 3- اختلاف الدافع للالتزام بالأخلاقيات:

"الدوافع هي كل ما يدفع إلى السلوك، ذهنيا كان هذا السلوك أم حركيا، وهي بمثابة محركات تعمل على تنشيط السلوك وإثارته وذات مصادر مختلفة فسيولوجية واجتماعية ومواقع متباينة داخلية وخارجية<sup>1</sup>

ويمكن القول أن الدافع الإسلامي للالتزام بالأخلاق هو تحقيق النجاح الدنيوي والفلاح الآخروي، خاصة وأن هناك من الأحاديث النبوية التي تشير إلى أن الدرجة الرفيعة في المصير الآخروي لا يدركها إلا من حسن خلقه، مصداقا لقول المصطفى-صلى الله عليه وسلم-: "أنا زعيم ببيت في ربض الجنة لمن ترك المراء وان كان محقا، وبيت في وسط الجنة لمن ترك الكذب وان كان مازحا، وبيت في أعلى الجنة لمن حسن خلقه" رواه أبو داود بإسناد صحيح عن أبي أمامة الباهلي.

فرجل الإعلام يعمد إلى التزام فضائل الأخلاق حتى لو ترتب عليها تضییع لفرص في الساحة الإعلامية، ذلك لأن الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها لا تكمن في مجرد الوصول إلى ربح مادي مقصود لذاته، لأن هذه الأخيرة مجرد وسيلة تتحقق بها غايات أخرى، وهو في هذه الحالة لا يكلف إلا بالاجتهاد والسعي ولا يطالب بالنتيجة، وهذا النوع من التفكير هو الذي يجعله يحس بالطمأنينة والاستقرار في أحلك الظروف، وفي هذا السياق يقول أبو الأعلى المودودي: "وإذا كان الأمل في نعيم الجنة، وخشية النار، راسخين بقوة في أعماق قلب الإنسان فإنهما يمدانه ببواعث قوية على ممارسة الفضائل حتى في الظروف التي تبدو له فيها نتائج تلك الممارسة شديدة الضرر له ويمدانه ببواعث تباعد بينه وبين الشرور حتى في الظروف التي يبدو فيها الشر بالغ الجاذبية والفائدة"<sup>2</sup>

### 4- الاختلاف حول الصلاحية الزمنية والمكانية:

إن القواعد الأخلاقية الغربية يتم إعادة النظر فيها، كلما وجدت مصلحة ما، أو تدور مع مقتضيات الحال فيتم تعديلها وتكييفها مع الظروف والمستجدات.

<sup>1</sup> جمال حسين الالوسي، الأسس النفسية لآراء الماوردي التربوية، بغداد، مطبعة بغداد، 1988، ص 29.

<sup>2</sup> أبو الأعلى المودودي، منهج الحياة الإسلامية، ترجمة أحمد عبد الرحمن، دار التوزيع، 2006، ص

وفيما يتعلق بالمنظور القيمي فإن " الأخلاق الإسلامية هي حقائق في ذاتها، وهي ثابتة ما دام نظام الكون ونظام الحياة ونظام الخير والشر أموراً مستمرة ثابتة، وهي ضمن المفاهيم الإسلامية الصحيحة غير قابلة للتغيير ولا التبديل من شعب إلى شعب، ولا من زمان إلى زمان"<sup>1</sup> والثبات في الأخلاق الإسلامية مرده إلى مصدرها وهو الوحي الذي له صلاحية التطبيق على مر الأزمان والأوطان، ومن غير الممكن أن تتحول الفضيلة إلى رذيلة، والعكس بالعكس.

#### رابعاً: روافد معرفية لتأصيل الأخلاقيات الإعلامية:

تتهل المفاهيم في العلوم الإنسانية والاجتماعية عامة، والإعلامية منها على وجه الخصوص من الروافد التالية:

#### 1- الوحي السماوي:

"إن في القرآن كل شيء. ولكن لا يستطيع كل واحد أن يرى فيه كل شيء. لأن صور الأشياء تبدو في درجات متفاوتة في القرآن الكريم. فأحياناً توجد بذور الشيء أو نواه، وأحياناً مجمل الشيء أو خلاصته، وأحياناً دساتيره، وأحياناً توجد عليه علامات. ويرد كل من هذه الدرجات، إما صراحة أو إشارة أو رمزا أو إبهاماً أو تنبيهاً. فيعبر القرآن الكريم عن أغراضه ضمن أساليب بلاغته، وحسب الحاجة، وبمقتضى المقام والمناسبة"<sup>2</sup>

وفي دراسة حول المنظور القرآني لوظائف علم الاتصال<sup>3</sup>، وتحديدًا في سورة البقرة وجدت أن الوظائف الاتصالية التي يمكن استخلاصها تتمثل بالدرجة الأولى في العناصر المختصرة في الجدول التالي:

وظيفة التوجيه والإرشاد الاتصالية	التذكير بمبدأ الثواب والعقاب
وظيفة الدعوة الاتصالية	الدعوة إلى التوحيد
وظيفة الإعلام والإخبار	تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات
وظيفة الحوار والنقاش	الحوار بالأدلة والبراهين
وظيفة إعلانية واتصالية	الإعلان عن الأحكام والفرائض والتعاليم
وظيفة ربط أجزاء المجتمع	تنظيم الحياة الاجتماعية
وظيفة التواصل التاريخي	سرد الوقائع والأحداث
وظيفة التنشئة الاجتماعية الاتصالية	ترسيخ القيم
وظيفة التعليم الاتصالية	غرس الاتجاهات
وظيفة خلق الدوافع	الحاجة إلى الفهم

وما يمكن استخلاصه أنه لغرض تأصيل المفاهيم الإعلامية قيمياً يجب الرجوع إلى مصدر القيم ممثلاً في القرآن الكريم، ووفقاً له يمكن توجيه السلوكيات الإعلامية وإيجاد حلول

<sup>1</sup> عبد الرحمن حسن حبنكة الميداني، مرجع سابق، ص 103

<sup>2</sup> بديع الزمان النورسي، الكلمات، ص 276

<sup>3</sup> وداد غازي، المنظور القرآني لوظائف علم الاتصال، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.



لكل المشكلات التي تعترض عملية التواصل والتبليغ، وكذا الاستفادة من الطرق والأساليب التي تعين القائم بالاتصال وتوجه نشاطاته المختلفة.

ومن دون شك فإن عملية البحث والاجتهاد في تحصيل هذه الإرشادات والتوجيهات القيمة - اعتمادا على تعاليم الوحي السماوي- التي توجه العمل الإعلامي مستمرة في الزمن، وتتلائم مع جميع السياقات المكانية و الزمانية والوسيلية.

## 2- السنة النبوية وسير الصحابة والتابعين:

تزخر أحداث السيرة النبوية بالكثير من الدروس والعبر التي تحتاج إلى إعادة قراءة ومراجعة في ضوء علوم العصر الحديثة، مما يسهم في تقديم اضاءات للمختصين في مجالات العلوم الإنسانية، ذلك أننا نعتقد من حيث المبدأ أن التحول الهائل الذي شهدته منطقة شبه الجزيرة العربية، والإسهامات الحضارية التي أسهم فيها المسلمون في مناطق مختلفة من العالم، لم تأتي مصادفة وإنما كانت نتيجة طبيعية للتفوق في المجالات الإدارية والسياسية والنفسية وغيرها، وان لم تكن هذه المجالات المعرفية معروفة بتسمياتها المتداولة حاليا، لكنها من ناحية تطبيقاتها بارزة للعيان .

أنا بحاجة إلى تجديد الفهم للسنة النبوية في ضوء العلوم والمعارف الحديثة في شتى الميادين، في الإدارة، العلاقات الإنسانية، الروابط الأسرية، سياسة شؤون الرعية، العلاقات الدولية، المجال الاقتصادي، التربية الروحية، حقوق الإنسان والحيوان والبيئة وغيرها. فحتى ولو كانت هذه المعارف والعلوم من إبداع وتطوير غيرنا، وضعف اسهامتنا فيها إلا أن توظيفها والاستفادة منها من الضرورة بمكان في التعامل مع تراثنا والاستفادة منه.

"إن الممارس الإعلامي في المنطقة العربية والإسلامية، ويوصفه يحمل ضمنا رسالة حضارية يصعب عليه أن يقفز على تلك السمات الحقيقية التي مكنت الرسول صلى الله عليه وسلم من التكفل بدعوة غيرت وجه البشرية بشكل غير مسبوق"<sup>1</sup>.

وتكون نظرة الممارس الإعلامي إلى مهنته وأدائه"ناقصة" إن لم يقصد جزئيا بتلك الصفات والاستراتيجية الإعلامية التي اتبعها الرسول صلى الله عليه وسلم ومن اهتدى بهديه في تبليغ الرسالة وإقناع المتلقي بالحكمة والموعظة الحسنة والجدل والتي هي أحسن"<sup>2</sup>

## 3- التراث الفكري الإسلامي:

وهو حصيلة ما أبدعه المفكرون في شتى المجالات المعرفية، وهنا لا بد من الإشارة إلى أن هذه الكتابات مرتبطة بسياقها المكاني والزمني، إضافة إلى كونها قد تكون مجملة وتغطي مجالات معرفية متعددة، وهنا يكون دور الباحث في استخلاص ما يراه مناسبا لطبيعة التخصص ووفقا

<sup>1</sup> عبد الرحمن عزي، حفريات في الفكر الإعلامي القيمي، تونس، الدار المتوسطية للنشر، 2011، ص65  
<sup>2</sup> المرجع السابق، ص65

لمقتضيات العصر، ولعل دراسة المسألة الأخلاقية تأسيساً على ما ورد في رسائل النور، ونقصد بذلك دراسة الدكتور عبد الرحمن عزي حول "أخلاقيات الإعلام في الرؤية النورانية النورية مثال جدير بالتنويه في هذا الإطار، لأنه يتعلق بمحاولة تأصيلية للأخلاقيات الإعلامية مستوحى من محتوى تفسيري للقران الكريم تضمنته كتابات بديع الزمان النورسي.

وفي هذا الإطار يقول الدكتور عزي أن "الأخلاقيات الإعلامية تكون دالة وفاعلة إذا كانت جزءاً من تجليات عدد من أسماء الله الحسنى التي نعطيها المعنى والطاقة الداخلية التي تدفع الممارسة الإعلامية إلى الأرقى. فإحداث الصلة"الموصولة لا المقطوعة" بين المرسل ووظيفته بوصفه أداة تجسيد، أو تجلي في تعبير النورسي صفات الله وآياته في المحيط الاجتماعي والتاريخي يمثل المنبع الأساس في أداء إعلامي حضاري متميز"<sup>1</sup>

وفيما يلي توضيح للأبعاد المفترضة للأخلاقيات الإعلامية من منظور قيمي، تأسيساً على مقارنة الدكتور عزي للمسألة الأخلاقية وفقاً لما ورد في رسائل النور.

القيم ومصدرها الاعتقاد	المرجعية الأخلاقيات الإعلامية
معاني الأسماء الحسنى وتجلياتها الإعلامية	الفكرة "الوسيط"
القدوس"التجلي: صفاء المعنى"، العدل"التجلي: الموازنة"، الحكم"التجلي: الاستقلالية"، الفرد"التجلي: الإيمان بالله"، الحي"التجلي: العبادة"، القيوم"التجلي: ربط الأسباب بالمسبب".	التجليات الأخلاقية الإعلامية"السلوك"

ووفقاً لما تقدم يمكننا استخلاص ما يلي:

أ- أن المرجعية الأخلاقية الإعلامية وفقاً لمنظور قيمي، لا يمكن أن تكون منفصلة عن الاعتقاد، والذي مصدره ديني، يستقي توجيهاته من الوحي السماوي.

ب- أن الفكرة التي يمكن إعمالها في تجسيد القيم في بعدها الأخلاقي، هي حصيلة فهم واجتهاد وإعمال للفكر في التعامل مع القيم، وهنا فإن دائرة الإسهام والإثراء واسعة، ويمكن مراجعتها باستمرار، والإضافة عليها، وتعديلها أو التراجع عنها واستبدالها بغيرها حسب معطيات المكان والزمان والأشخاص ونحو ذلك.

ج- أن التجليات الإعلامية قد تشكل قاسماً مشتركاً بين مختلف المرجعيات الثقافية، ولكن تفحص المنطلقات والدوافع والمقاصد يكشف عن الفروقات المحتملة بينها.

#### الخاتمة:

من خلال ما تقدم بيانه فإنه يمكن استخلاص ما يلي:

أولاً- يجدر القول أن تلك النظريات السابقة نشأت في بيئة غربية لها خصوصياتها الثقافية ومنطلقاتها الفكرية التي لا تتسجم بالضرورة مع سياقنا الثقافي والاجتماعي، وكثيراً ما يمكن استعمالها لتبرير السلوكيات مهما بلغت أساءت للفرد والجماعة، لذلك فالحاجة ملحة لصياغة

<sup>1</sup>، المرجع السابق ص 81

نظرية أخلاقية إعلامية تراعي الاعتبارات القيمية لمجتمعاتنا، خاصة في ظل المناخ الإعلامي السائد حاليا والذي تتخلله الكثير من السلبيات التي لا يمكن السكوت عنها، لأنها تنذر بتداعيات سلبية أكبر في المستقبل.

**ثانيا-** أن المعايير التي وضعتها هذه الأطر النظرية الأخلاقية الغربية تمثل خلاصة لفهم وتجربة بشرية، وهو أمر يعتره القصور والخلل، مما قد يحول دون إمكانية التعميم والجزم بملائمتها للتطبيق على كل المجتمعات.

**ثالثا-** أنه بالنسبة للمجتمعات العربية والإسلامية، فإنها تتميز بمنظومة قيمية أخلاقية ذات أبعاد اعتقادية تستند إلى الوحي وتتناغم مع العقل، وتحتاج إلى معاشية وتجسيد في واقع الفعل. وهنا قد يقترب السلوك السياسي أو يبتعد عن جوهر القيم الأخلاقية، لذلك يمكن القول أن ما نشهده من تجاوزات في الممارسات السياسية، إنما مرد إلى الابتعاد عن التجسيد الفعلي للقيم الأخلاقية، وليس إلى خلل في القيم الأخلاقية المفترضة.

**رابعا-** على الرغم من وجود الكثير من الكتابات حول المسألة الأخلاقية بشكل عام من وجهة نظر دينية ، إلا أنه يمكن القول أنه في سياقنا الثقافي لا نجد في حدود إطلاعي - مرجعية نظرية أخلاقية، واضحة المعالم، محكمة الصياغة، يمكن الرجوع إليها في الموازنة بين السلوكيات، أو بمعنى آخر تتضمن معيارا ملائما لاتخاذ القرارات المقبولة من الناحية الثقافية في جميع مجالات الحياة، وذلك على الرغم من الثراء الذي يميز تراثنا الثقافي والقيمي والحضاري، فحتى الرسالة المحمدية من حيث بعدها الأخلاقي كانت في الاتجاه الذي عبر عنه الحديث النبوي "إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق"، وفي هذا اعتراف ضمني بوجود فضائل أخلاقية تميز المنطقة العربية تتوافق مع الفطرة الإنسانية السليمة.

#### • الهوامش و المراجع :

1. سيف الدين عبد الفتاح، بناء المفاهيم الإسلامية ضرورة منهجية، ص 56
2. أحمد حسين اللقاني، على الجمل، معجم المصطلحات التربوية المعرفية في المناهج وطرق التدريس، القاهرة، عالم الكتب، 1996، ص 172
3. طه جابر العلواني، مقدمة بناء المفاهيم، ص 7
4. عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، 2003 ، ص 106
5. هند عبيدين، الأخلاق تواصل وتوازن في المجتمع الإنساني، مجلة المعارف، العدد 115 ، 2009، ص 74
6. عبد الرحمن عزي، حفريات في الفكر الإعلامي القيمي، تونس، الدار المتوسطية للنشر، 2011، ص 66
7. عبد الرحمن حسن حبنكة الميداني، الأخلاق الإسلامية وأسسها، دمشق، دار القلم، ص 10

8. محمد حسام الدين إسماعيل، الصورة والجسد دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2008، ص 47 .
9. عبد الرحمن عزي، حفريات في الفكر الإعلامي القيمي، تونس، الدار المتوسطية للنشر، 2011، ص 40
10. جمال حسين الالوسي، الأسس النفسية لآراء الماوردي التربوية، بغداد، مطبعة بغداد، 1988، ص 29.
11. أبو الأعلى المودودي، منهج الحياة الإسلامية، ترجمة أحمد عبد الرحمن، دار التوزيع، 2006، ص 37.
12. وداد غازي، المنظور القرآني لوظائف علم الاتصال، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.
13. عبد الرحمن عزي، حفريات في الفكر الإعلامي القيمي، تونس، الدار المتوسطية للنشر، 2011، ص 65 .