

المبادئ الأخلاقية للعمل الإعلامي في القرآن

Principes d'éthique du travail médiatique dans le Coran

خلاف جلول

جامعة سطيف 2 (الجزائر)، khellafdjelloul@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2024/07/31

تاريخ القبول: 2024/03/28

تاريخ الاستلام: 2023/10/09

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مبادئ أخلاقيات العمل الإعلامي في ضوء القرآن الكريم، وذلك من خلال الأخلاقيات المتعلقة بمصدر الخبر، وكذا الرسالة، والمجتمع وقيمه ومبادئه، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الكيفية، وفي هذا الإطار استخدم الباحث أسلوب تحليل المضمون الكيفي وتم جمع بيانات الدراسة من خلال كتب التفسير. توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: أن أخلاقيات الإعلام فريضة شرعية وضرورة إعلامية لممارسة المهنة، ولتحسين نوعية مضمون وسائل الإعلام، وأكد على ضرورة التحلي بمجموعة من المبادئ الأخلاقية وعلى رأسها: التثبت في نقل الخبر، وإسناده لمصادره الأصلية، وكذا مبدأ أهمية الخبر والرسالة المنقولة للمتلقي وأن تكون بالكلام الحسن اللطيف، وأن تمارس وسائل الإعلام الرقابة على أفراد المجتمع، وصيانه واحترام الخصوصية، وعدم الإساءة للغير بما يمس حياته أو عرضه أو سمعته وحجب المعلومات التي فيها إضرار بالمصلحة العامة أو ما يهدد الصالح العام للمجتمع.

كلمات مفتاحية: الأخلاقيات؛ الإعلام؛ أخلاقيات الإعلام؛ القرآن.

Abstract:

A study was conducted to determine the principles of media work ethics using the Holy Quran as a basis. The study focused on the source of news, the message, and society's values. It used qualitative research methods and analyzed content from explanation books. The study concluded that media ethics is essential for improving the quality of media content and practicing the profession effectively. It emphasized principles like verifying news transmission and relying on original sources. The study also highlighted the importance of considering the impact of news on recipients. Additionally, it suggested that media should censor members of society, protect privacy, avoid offending others' lives or reputations, and withhold information that could harm public interest or threaten society. Ultimately, the study aimed to establish ethical guidelines for media professionals based on Islamic teachings

Keywords: ethics; media; media ethics; Quran.

1. مقدمة :

تنقل إلينا وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي الكثير من الأخبار والمعلومات والتقارير والصور والتعليقات عما يجري من أحداث، فبعد الانتشار الواسع لهذه الوسائل، ولما يميزها من خصائص اتصالية نقلتها من وسائل عمومية في أيدي الجهات الرسمية أو فئة من الناس، إلى وسائل في متناول الأفراد جميعا فكلٌ يمتلك وسيلةً ينشر بها ما يسمع أو يقرأ، أو يقدم تعليقه ونظرة إلى الأحداث، والتي تتأثر بفهمه أو مصالحه.

إن تنامي هذه الوسائل وسرعتها سمح بالتنوع وتعدد مصادر الخبر والرأي، لكنه تسبب في أزمة واضحة في صناعة الأخبار أو تداولها وتحليلها، مما بات يعيق من الوصول إلى المعلومة الدقيقة والخبر الصادق والرأي الصحيح في ظل غياب ميثاق الشرف الإعلامي والمعايير الأخلاقية المنظمة للإعلام، فاختلط الأمر حول تلك المواقع باعتبارها مصدرا هاما للمعلومات لا يمكن الاستغناء عنه، وبين كونها وسيلة تساعد في نشر الإشاعات والأكاذيب

إن الأخلاق من صميم الصفات والميزات التي يجب أن يتحلى بها الإعلامي الناجح والمؤمن على مصالح الناس وحياتهم، والتي تجعله يتحلى بالمصادقية والصبر ورحابة الصدر، ويعتمد لغة التروي والتقارب، بما يؤسس لأدبيات اجتماعية تطفئ نار العصبية والأنانيات لصالح المصلحة العامة.

إن القرآن الكريم دستور البشرية الخالد الذي لا يأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه، وهو الرسالة الإعلامية المقدسة وهو الدستور الشامل الجامع المنظم لشئون المسلمين في الأمور كلها، ومن ثم هو المرجع الرئيسي للنشاط الإعلامي، ينظم ويحدد مجالاته ونشاطه، ويحقق أهدافه، ويستطيع القائم بالاتصال أن ينهل منه ليدعم الحقيقة ويستعين في معالجة قضايا المجتمع المعاصرة .

وفي مواجهة الإعلام والتعامل مع ما نلقاه من أخبار وأحداث، جاء القرآن لبيان كيفية التعامل مع هذا الحجم الكبير من المعلومات التي تضخمها وسائل الإعلام والتواصل، من خلال مبادئ إعلامية محكمة بالضابط الأخلاقي الذي دعا إليه المنهج الإسلامي، هذه المبادئ لا غنى للإنسان عنها مهما كان نوع المنظمة التي يعمل بها أو يرأسها ومهما كان حجمها ، من هنا جاءت إشكالية البحث والتي تتمحور حول

ما مدى وجود وتوفر مبادئ وضوابط أخلاقيات العمل الإعلامي في القرآن الكريم ؟

وفي ضوء هذا التساؤل يمكن صياغة عدداً من التساؤلات الفرعية وهي ما كما يلي:

- المبادئ الأخلاقية الخاصة بمصادر المرسل في ضوء القرآن الكريم؟
- ما مبادئ العمل الإعلامي الخاصة بأخلاقيات الرسالة ، في ضوء القرآن الكريم؟
- ما مبادئ الأخلاقيات الخاصة بوسائل الإعلام تجاه المجتمع ونظامه العام في ضوء القرآن الكريم؟

2.1. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في محاولة التأصيل للأخلاقيات الإعلامية في ضوء القرآن الكريم، وتبصير الإعلاميين والمؤسسات المعنية بأخلاقيات العمل الإعلامي في ضوء القرآن الكريم، للاستفادة من المنهج القرآني وخطابه الإعلامي، وإثبات وجه الإعجاز الإعلامي في القرآن الكريم في مجال المنظومة القيمية والأخلاقية الضابطة للعملية الإعلامية.

3.1. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أهم أخلاقيات العمل الإعلامي وضوابطه في ضوء القرآن الكريم، ويندرج تحت هذا الهدف الرئيس عدد من الأهداف الفرعية، وذلك على النحو الآتي:

- التعرف على المبادئ الأخلاقية الخاصة بمصادر المرسل في ضوء القرآن الكريم.
- التعرف على مبادئ العمل الإعلامي الخاصة بأخلاقيات الرسالة، في ضوء القرآن الكريم .
- الوقوف على الأخلاقيات الخاصة بوسائل الإعلام نحو المجتمع وقيمه وعاداته، ونظامه وآدابه العامة في ضوء القرآن الكريم.

4.1. نوع الدراسة ومنهجها:

تدخل هذه الدراسة ضمن البحوث الكيفية، التي تحقق فهم أفضل للموضوعات والظواهر والسلوكيات وذلك من خلال الاستكشاف والوصف الدقيق والشرح المتعمق، وقد تستخدم البيانات في بناء نظرية مبدئية عن الموضوع مجال الدراسة. (بركات، 2012 ، ص 484)

وتقوم دراسة على المنهج المسحي، كونه جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضع البحث، ويستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات، ومصدرها وطرق الحصول عليها. (عبد الحميد، 1997، ص 81). وفي إطاره استخدم الباحث أسلوب تحليل المضمون من خلال التحليل المتعمق للمحتوى بما يتيح توضيح الأفكار العامة والتفصيلية فيه، وما يكمن وراءها من معان ودلالات للوصول إلى وصف شامل للموضوع، مع تدعيم هذا الوصف باستنتاجات سليمة واستدلالات منطقية، (بركات، 2012 ، ص 493) وسيتم استخدامه للتعرف على ما في القرآن الكريم من مبادئ تتصل بأخلاقيات العمل الإعلامي.

5.1. مجتمع الدراسة وعينها:

يتمثل في سور القرآن الكريم ، المبدوء بسورة الفاتحة والمختتم بسورة الناس، والبالغ عددها 114 سورة،

وسيقوم الباحث بعمل مسح للآيات التي تتضمن معاني أخلاقية ودراستها وتحصيلها، والاستنباط منها، بما يتناسب والدراسة وفق التفاسير المعتمدة.

2. مصطلحات الدراسة:

1.2 الأخلاقيات: الخلق: هو الدين والطبع والسجية، والجمع أخلاق، (ابن منظور ، ص 139، 140) . والأخلاقيات هي : " النظام الذي يتم وضعه لتوضيح القواعد المتعلقة بممارسة مهنة بعينها بما يحقق صالح المجتمع والأفراد، ويحقق الممارسة السليمة لهذه المهنة، علاوة على أنه يساعد في تحقيق أهدافها الرشيدة، ويشمل ذلك النظام الموثيق التي تحكم الممارسة وحدودها بين الصواب والخطأ. Encyclopedia (Britannica, 1985 , p 278) أما أخلاقيات المهنة فهي "مجموعة من المبادئ والمعايير التي تعد مرجعا للسلوك المطلوب لأفراد المهنة الواحدة، والتي يعتمد عليها المجتمع في تقييم أدائهم إيجابا أو سلبا " . (السكرانة، 2009 ، ص 12). وهذا يعني أن الأخلاقيات الإعلامية " مجموعة معايير وقيم مرتبطة بمهنة الإعلام، يلتزم بها الإعلاميون عند استقاء الأنباء ونشرها والتعليق عليها، وطرحهم لأرائهم، وقيامهم بوظائف الإعلام المختلفة " . (حجاب، 2004، ص 33)

2.2. الإعلام: لغة : " (مادة : ع ل م) . أعلم فلانا الخبر : أي أخبره به. عَلِمَ عِلْمًا الرَّجُلُ : حصلت له حقيقة العلم، والشيء أي عرفه وتيقنه، والشيء شعر به وأدركه. أعلم الأمر وأعلم بالأمر : أطلعته عليه، وأعتلم الشيء أي علمه. استعمله الخبر أي استخبره إياه، والعلم هو جمع علوم وهو إدراك الشيء بحقيقته " . (المنجد، 1988، ص 526، 527)

واصطلاحا : " الإعلام هو تلك العملية التي يترتب عنها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي ، ويقوم الإعلام على التنوير والتثقيف، مستخدما أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي " (حمدي وآخرون ، 2011، ص 3). والإعلام هو "تزويد الناس بالأخبار الصادقة والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة معينة" (قاسم، 1979، ص 4) .

3. مبادئ أخلاقيات الإعلام وضوابطه في ضوء القرآن

يعتبر القرآن الكريم وسيلة إعلامية عظيمة تنزلت على رسول صلى الله عليه وسلم ليبلغ أمر ربه _ سبحانه وتعالى _ وحملت هذه الوسيلة معاني ومبادئ سامية، تحتاجها الأمم لتفسير عليها لذلك لا بد من التعامل مع كل آية من آيات القرآن والنظر في قيمها ومبادئها الإعلامية الهادفة سواء ما تعلق منها بالمصدر أو الرسالة أو الوسيلة أو الأثر وذلك ما نحاول بيانه ووضع مبادئه في هذا البحث.

1.3 المبادئ الأخلاقية الخاصة بمصادر المرسل في ضوء القرآن

إن منظومة المعايير الأخلاقية التي تشكل المسؤولية الأخلاقية للإعلاميين نحو مصادر المعلومات؛ تحتل أهمية كبيرة في الموثيق، والأدبيات الأخلاقية الإعلامية، وذلك لأنها تشكل ضرورة لعمل وسائل الإعلام، ولقد رتقا على أداء وظيفتها الرئيسية؛ في الوفاء بحق الجماهير في المعرفة. (صالح، 2001، ص433) وهي تقوم على مجموعة من المبادئ منها:

1.1.3 مبدأ عدم التسرع ونقل الخبر دون مصدر موثوق

قال الله تعالى "وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ"، أي لا تتبع ما ليس لك به علم، بل تثبت في كل ما تقوله وتفعله فلا تظن ذلك يذهب لا لك ولا عليك. (السعدي)

وهذه الكلمات القليلة - التي اشتملت عليها الآية - تقيم منهجا كاملا للقلب والعقل ، يشمل المنهج العلمي الذي عرفته البشرية حديثا، ويضيف إليه استقامة القلب، ومراقبة الله، ميزة الإسلام على المناهج العقلية. فالتثبت من كل خبر ، ومن كل ظاهرة، ومن كل حركة، قبل الحكم عليها، هو دعوة القرآن الكريم ، ومنهج الإسلام فلا يقول اللسان كلمة، ولا ينقل رواية، ولا يروى حادثة، ولا يحكم العقل حكما، ولا يبرم الإنسان أمرا . إلا وقد تثبت من كل جزئية، ومن كل ملابسة ومن كل نتيجة، فلم يبق هنالك شك ولا شبهة في صحتها. (الطنطاوي)

فينبغي على الصحفي الواعي دراسة مصادر المعلومات حتى يتحقق من صدق الخبر ويكون ذلك بالتدقيق في اختيار المصادر التي يتعامل معها ومعرفته الجيدة بسلوك هذه المصادر ومدى التزامها؛ لأن بعض المصادر الشخصية للمندوب لا ينبغي الأخذ أو التسليم بروايتهم للأحداث التي يزعمون أنهم شهدوها أو شاهدوها، بل ينبغي التيقن من صدق روايتهم ، وكذلك الأمر بالنسبة للأشخاص من غير المصادر الدائمة للإعلامي، مثل شهود العيان لحادث، وفي هذه الحالة يجب التأكد من دقة المعلومات التي يستقيها من أكثر من مصدر واحد من المشهود لهم بالصدق ورجاحة العقل والأمانة. (شليبي، 1988، ص118)

2.1.3 مبدأ إسناد الخبر لمصادره الأصلية

نجد هذا الضابط وهو إسناد المعلومات إلى مصادرها الأصلية في قوله تعالى لسان إخوة يوسف " واسأل القرية التي كنا فيها والعير التي أقبلنا فيها وانا لصادقون" فالمراد بالقرية: أهلها، أي: فأرسل من تريد إرساله إلى أهل القرية التي حصلت فيها حادثة السرقة، فإنهم سيذكرون لك تفاصيلها، واسأل (العير) أي: قوافل التجارة التي كنا فيها؛ عند ذهابنا وإيابنا، فإن أصحاب هذه القوافل يعلمون ما حدث من ابنك بنيامين". (الطنطاوي) . والشاهد في الآية: أن أهل القرية وجماعة قوافل التجارة هم مصادر المعلومات التي أراد أبناء

يعقوب ؛ إسناد المعلومات إليهم لأنهم كانوا على اطلاع وعلى صلة وثيقة بالحدث؛ بسبب مشاهدتهم المباشرة للأحداث وحيثياتها، وبهذا يتضح لنا أن إسناد المعلومات إلى مصدرها الأصلي، قد أكد عليها القرآن الكريم منذ أكثر من أربعة عشر قرناً.

3.1.3 مبدأ دراسة شخصية مصدر الخبر والمعلومة وخلفياته:

قول تعالى " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ" . وقد وردت هذه الآية التي ينبغي أن تشكّل لنا منهجاً في التعامل مع مصادر المعلومات، في الوليد بن عقبة بن أبي معيط عندما أرسله الرسول صلى الله عليه وسلم على الصدقات ليحضرها من الحارث بن ضرار الخزاعي فخافهم فرجع إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم فقال : منعوني الزكاة وأرادوا قتلي فغضب رسول الله صلى الله عليه وسلم وضرب لهم بعثاً وما لبثوا أن قدم الحارث ومعه زكاة قومه وقال : والذي بعثك بالحق ما رأيته ولا أأتاني فنزلت آية الحجرات" . (ابن كثير، 1419هـ، ص345) فمن خلال أقوال المفسرين وسبب النزول يتبين أنه على المؤسسة الإعلامية أو الصحفي تطبيق هذه الآية عند تقديم خبر يختص بشئون الناس في المجتمع، وأن يثبت في جمع رسالته الإعلامية، ولا يعتمد على خبر مجهول الحال فلا ينشر الخبر إلا بعد التأكد من صحته

4.1.3. مبدأ تعدد مصادر الخبر وتنوعها:

لا شك أن تنوع المصادر يساعد في فهم عملية التغطية الخبرية؛ على اعتبار أن مسؤولية وسائل الإعلام كحارس بوابة؛ لا تتوقف عند اختيار الأخبار فقط؛ بل وقبل ذلك في اختيار المصادر التي تحدد الطريقة التي يتشكل بها الخبر (عمران، 2009، ص470)، وبشكل عام؛ فإن تنوع المصادر، وقربها من الحدث، يعبر مصداقية الخبر والقصة الصحفية (العمري، 2003، ص 106). ونجد هذا المبدأ في قوله تعالى " واسأل القرية التي كنا فيها والعير التي أقبلنا فيها " فقد استدل إخوة يوسف على صدق كلامهم بأكثر من مصدر يثبت أن ما قالوه هو الحقيقة ، وفي حالة كون الحدث كبيراً، تزداد الحاجة إلى التوثيق والتثبت ، كما في قوله تعالى " لَوْلَا جَاءُوا عَلَيْهِ بِأَرْبَعَةِ شُهَدَاءَ فَإِذْ لَمْ يَأْتُوا بِالشُّهَدَاءِ فَأُولَئِكَ عِنْدَ اللَّهِ هُمُ الْكَاذِبُونَ" فقد يعجز الرجل عن إقامة البينة وهو صادق في قذفه، ولكنه في حكم الشرع وظاهر الأمر كاذب لا في علم الله تعالى . وقال ابن عاشور " أن الذي يخبر خبراً عن غير مشاهدة يجب أن يستند في خبره إلى إخبار مشاهد، ويجب كون المشاهدين المخبرين عدداً يفيد خبرهم الصدق في مثل الخبر الذي أخبروا به؛ فالذين جاءوا بالإفك اختلقوه من سوء ظنونهم فلم يستندوا إلى مشاهدة ما أخبروا به ولا إلى شهادة من شاهدوه ممن يقبل مثلهم فكان خبرهم إفكاً " . (ابن عاشور)

وقد دل الحظ على أمرين؛ أولهما: أنه لا يصح التكلم إلا بأربعة شهداء يشهدون؛ فإنه في هذه الحال يحل التكلم؛ لأنه سيقام الحد؛ ويشهد عليه طائفة من المؤمنين. والأمر الثاني: أنه لا يصح المبادرة إلى الكلام؛ بل يكف؛ ويلزم الصمت إذا لم يكن هؤلاء الأربعة من الشهداء؛ وإلا حق عليه الحد للافتراء. (أبو زهرة، 1422 - 2001. ص 5159)

إن هذا التعدد والتنوع في المصادر والأدوات التي تستقي منها الصحيفة أخبارها، يمثل في حقيقة الأمر تعددا وتنوعا في الأخبار التي تنشرها هذه الصحيفة، ذلك لأنه كلما تعددت مصادر الأخبار لصحيفة ما؛ ارتفعت درجة الثقة بها، وزاد اهتمام القراء بها، وعلى هذا الأساس، فقد أصبح نجاح الخدمة الإخبارية للصحيفة يقاس بمدى ما تملكه هذه الصحيفة من مصادر إخبارية. (شليبي، 1988، ص 69) وتلجأ الصحيفة أحيانا لأكثر من مصدر للخبر أو الواقعة الواحدة للتأكد من صحتها، وعليه فالمصادر الصحفية تمثل ركيزة أساسية في صناعة الأخبار في وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها، ومن غير مصادر لا توجد أخبار.

2.3 ضوابط العمل الإعلامي الخاصة بأخلاقيات الرسالة، في ضوء القرآن الكريم

إن القرآن الكريم هو رسالة الله للبشرية التي تقوم على الصدق والدقة والأمانة في تحري الأخبار والتوثيق منها، وكذا تجنب التحريف، والتشويه، ولكي نقف على هذه المبادئ الأخلاقية وكيف أفاد القرآن الكريم فيها باتجاه الرسالة الصادقة، البعيدة عن التحريف والغبن تجاه الآخرين؛ فإن الباحث سوف يعرض لها على النحو الآتي:

1.2.3. مبدأ دراسة الخبر والمعلومة في ضوء معايير العقل والمنطق والواقع

قال تعالى " إذ تلقونه بألسنتكم وتقولون بأفواهكم ما ليس لكم به علم وتحسبونه هينا وهو عند الله عظيم". هذه الآية تبين مدخلات الخبر السليم ومخرجاته، إذ يكون التلقي بالأذن لينتقل إلى العقل، ليعقله ويزنه بميزان الشرع ومن ثم يعود إلى اللسان لينطق به، ولا يمكن أن يكون بأي حال من خلال التلقي باللسان والبت المباشر بالأفواه دون تمحيص بين الحق والباطل. (أشتاوي و عبد الغاني زلكيل، 2016)

وقد يحتاج الأمر لمعرفة أبعاد الخبر، إلى العودة إلى من يملكون الخبرة والعلم، قال تعالى " وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدَّاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنبِطُونَهُ مِنْهُمْ". فقد دعا من لا تتوفّر له إمكانيات التدقيق والبحث، إلى سؤال من يملكون الخبرة في تنقية المعلومات والتدقيق فيها، وتبيان صحتها من عدمه، من أهل الاختصاص ومن يملك المعرفة لتمييز الصحيح من الفاسد، والحق من الباطل فيما يرد من أخبار ومواقف، بعد أن تحوّل بتّ الخبر والمعلومة والصورة علماً وفناً يدرّس في المعاهد

والجامعات، ولا يستطيع أيّ كان اكتشاف صدقه من عدمه إلا بتخصص.

2.2.3 مبدأ أهمية الخبر والرسالة المنقولة للمتلقي :

نجد هذا المبدأ في قوله تعالى "إِنِّي وَجَدْتُ امْرَأَةً تَمْلِكُهُمْ وَأُوتِيَتْ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ وَلَهَا عَرْشٌ عَظِيمٌ وَجَدْتُهَا وَقَوْمَهَا يَسْجُدُونَ لِلشَّمْسِ مِنْ دُونِ اللَّهِ وَزَيَّنَ لَهُمُ الشَّيْطَانُ أَعْمَاهُمْ". إن أهم ما تشير إليه هاتان الآيتان هو أن ملكة سبأ وقومها على غير عبادة الله الواحد الأحد. وهنا تتضاعف أهمية الخبر لأن النتائج المترتبة عليه أصبحت أكثر أهمية وخطورة وهذا عنصر جديد آخر تكشف عنه الآيات، يمكن أن يطلق عليها النتائج المترتبة على الخبر. "إن سليمان عليه السلام غاظه ما سمع من عبادتهم للشمس فطلب منه الانتهاء إلى ما أخبر به وتحصيل علم ما غاب عنه من ذلك". (القرطبي)

3.2.3 مبدأ كتابة الكلام الحسن اللطيف مبدأ التحبيب لا التنفير

نجد هذا المبدأ في قوله تعالى: "قَالَتْ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُوْا إِنِّي أَتِيْتُ إِلَىٰ كِتَابِ كَرِيمٍ إِنَّهُ مِنْ سُلَيْمَانَ وَإِنَّهُ بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ" قال القرطبي: قيل: "كريم" حسن، وقيل: وَصَفَتْهُ بِذَلِكَ؛ لما تضمن من لين القول، والموعظة في الدعاء إلى عبادة الله عزَّ وجلَّ، وحسن الاستعطاف والاستلطاف من غير أن يتضمن سباً ولا لعناً، ولا ما يُغيِّرُ النَّفْسَ وَمِنْ غَيْرِ كَلَامٍ نَّازِلٍ وَلَا مُسْتَعْلَقٍ، عَلَىٰ عَادَةِ الرُّسُلِ فِي الدُّعَاءِ إِلَى اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ (القرطبي)

ونجده أيضاً في قوله تعالى "فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لِّئِنَّا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى"؛ ففي الآية الكريمة إشارة إلى أن يكون التعبير والقول بالخير لكل الناس برهم وفاجرهم، وهو ما ينبغي أن تكون عليه الرسالة الإعلامية. لأنَّ الغاية من الرسالة هي الدعوة من أجل تغيير المفهوم المنحرف لدى المخاطبين، بتغيير القاعدة الفكرية التي ينطلق منها هؤلاء فيما يفكرون فيه ويتحركون نحوه، ولا بدَّ في هذا المجال من دراسة أفضل الأساليب الفكرية والعملية والروحية، من أجل تحقيق الاتصال الهادئ الذي ينفذ إلى القلب بهدوء، بعيداً عن كلِّ عوامل الإثارة القاسية التي تشبه الصدمة القوية المضادة؛ لأنَّ الأسلوب هو العنصر الحيوي في تحريك الفكر والشعور نحو الارتباط بالقناعات الرسالية، فهو الذي يهيئ لعملية الانسجام مع الفكرة في خطواتها العملية، ولهذا أكَّد الله سبحانه في الآية، أنَّ عليهما أن يختارا الأسلوب اللين في الكلمة والأسلوب، والابتعاد عن طبيعة الإثارة في ذلك.

ويستفاد مما سبق أنَّ مَنْ أراد الاشتغال بالدعوة والإعلام ليس له إلا أن يجيد فنَّ الكلمة الجذابة المحببة إلى النفس بغير ابتذال ولا فُحش، ولنا في رسول الله صلى الله عليه وسلم، وكلامه، ومنطقه الحسن؛ أسوة حسنة، فلم يكن طعناً ولا لعناً ولا فاحشاً ولا بذيقاً، وهو خير أسوة وقدوة يتأسى ويقتدي بها الإعلاميون؛

بل وكل البشرية. فالرسالة الإعلامية ينبغي أن يغلب عليها الرفق واللين حتى يحصل المقصود كما يجب أن تصاغ بأسلوب بسيط لتصل إلى جميع الناس مهما كانت مستوياتهم وثقافتهم

4.2.3 مبدأ الصدق في نسبة الخبر إلى مصدره:

ورد هذا المبدأ في قوله تعالى "فَوَيْلٌ لِلَّذِينَ يَكْتُمُونَ الْكُتُبَ بِأَيْدِيهِمْ ثُمَّ يَقُولُونَ هَذَا مِنْ عِنْدِ اللَّهِ لَيْسَتْ رُؤْيَا بِي ثُمَّ قَلِيلًا فَوَيْلٌ لَهُمْ مِمَّا كَتَبَتْ أَيْدِيهِمْ وَوَيْلٌ لَهُمْ مِمَّا يَكْسِبُونَ" قال الطنطاوي والمعنى: فهلاك وفضيحة وخزي لأولئك الأخبار من اليهود الذين يكتبون الكتابات المحرفة والتأويلات الفاسدة بأيديهم، بدلا مما اشتملت عليه الكتب من حقائق، ثم يقولون لجهلهم ومقلديهم كذبا وبهتاننا هذا من عند الله، ليأخذوا في نظير ذلك عرضا يسيرا من حطام الدنيا، وقوله بأيديهم ليؤكد أنهم قد باسروها عن تعمد وقصد، فهم يحرفون الكلم عن مواضعه، ثم يزعمون أنه من عند الله ليتقبله أتباعهم بقوة واطمئنان (الطنطاوي) وعند الرجوع إلى سبب النزول نجد أن اليهود الذين توعدهم الله في الآية قد كذبوا في مضمون ما كتبه من صفات الرسول صلى الله عليه وسلم أو من تحليل حرام أو تحريم حلال ولم يكفهم هذا التزوير بل نسبوه إلى الله . (الألوسي، ص 210)

وكذلك الإعلامي حين يجمع مادة إعلامية أو يختلقها ثم ينسبها إلى عالم أو مسئول فيكون قد أساء لمن نسب الخبر إليه واستخف بالجمهور الذي منحه الثقة، وكذا لو نسبها إلى نفسه وهي من جهد غيره .

5.2.3 مبدأ المحافظة على سر التحرير:

نجد هذا الضابط في قوله تعالى "وقال رجل مؤمن من آل فرعون يكتم إيمانه أتقتلون رجلا أن يقول ربي الله وقد جاءكم بالبينات من ربكم وإن يك كاذبا فعليه كذبه وإن يك صادقا يصبكم بعض الذي يعدك إن الله لا يهدي من هو مسرف كذاب" . وكان كتبه الإيمان تقيّة من فرعون وقومه إذ علم أن إظهاره الإيمان يُضره ولا ينفع غيره كما كان سقراط يكتم إيمانه بالله في بلاد اليونان خشية أن يقتلوه انتصاراً لألهتهم (ابن عاشور)

والظاهر أن مؤمن آل فرعون كان يكتم إيمانه، لا بسبب الخوف، بل ليحصل على حرية الحركة في خدمة الرسالة من خلال الإيحاء بالحياد والاعتدال، إزاء واقع التطرف المتمثل في موقف فرعون المتوتر والحاقد ضد الرسالة والرسول. لذلك نلاحظ أن هذا المؤمن يتخذ في البداية مظهر الإنسان الحيادي البعيد نسبياً عن موضوع الخلاف، فيناقش المسألة المطروحة باعتباره فرداً من أفراد العائلة الحاكمة، بأسلوب هادئ خفيف، فلما كان فرعون يطلب من قومه إعطاءه الحرية في قتل موسى دفاعاً عن العقيدة والنظام، اللذين جاء موسى لتخريبهما حسب ادّعاءه. هنا يتدخل هذا المؤمن في أسلوبه الواقعي الحذر. ليواجههم باستنكار فكرة قتل

موسى لأنه قال إن ربي الله، في حشدٍ من البيّنات والبراهين التي تدعم دعواه وتؤيّدّها .

3.3 ضوابط العمل الخاصة بأخلاقيات وسائل الإعلام تجاه المجتمع وقيمه وعاداته،

مع اهتمام القرآن بحرية الرأي والتعبير إلا أنه وضع لها القيود والضوابط الكفيلة بحسن استخدامها، وتوجيهها إلى ما ينفع الناس ويرضي الخالق جل وعلا ويحفظ النظام العام وحسن الأدب (الحقيل، 2000، ص 54) وذلك فيما يلي:

1.3.3 مبدأ رقابة المجتمع على أفراده :

يُحمّل الإسلام المجتمع قسطاً كبيراً من تبعة التوجيه إلى الخير، والتنفير من الشر، وتبعة حماية الخير وإشاعته ومحاربة الشر وحصره، ولذلك كانت القاعدة الأساسية التي ربط بها خيرية هذه الأمة ؛ هي قاعدة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر قال سبحانه: "كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَهُمْ مُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ" ولو أن أي انحراف يظهر أو محرم يُنتهك وُجد من يقف أمامه منذراً محذراً لانطوت الشور وماتت في مهدها، ولم تجد لها أعواناً أو أنصاراً، ولاستقامة الفضيلة على عودها، وانطلقت في المجتمع تنشر العفاف وتشيع الطهر (مجموعة من المؤلفين) . "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ" ، أي انقادوا لتكليف الله تعالى تبينون عن دين الله، لأن الشاهد يبين ما يشهد عليه (الرازي، ص320) ، فالآية تدل على وجوب القيام لله تعالى بالحق، وكل ما يلزمنا القيام به من الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر (الطبري، ص60)

ووسائل الإعلام ليست محيرة في أداء واجب الرقابة على المجتمع وإنما هي مسؤوليتها التي أنيطت بها لغرض الإرشاد العام لتقويم المعوج، وتشجيع المستقيم وإعانتته على الاستمرار وكانت فرضاً على عموم الأمة التي تعتبر وسائل الإعلام لسان حالها لقوله تعالى "وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ" وقد ذم القرآن بني إسرائيل من أجل أنهم لم يأخذوا بمبدأ الرقابة هذا مأخذ الجد، فأفسحوا مكاناً للشر في مجتمعهم بترك الرقابة على المفسدين فقال تعالى: "لُعِنَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ بَنِي إِسْرَائِيلَ عَلَى لِسَانِ دَاوُدَ وَعِيسَى ابْنِ مَرْيَمَ ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ كَانُوا لَا يَتَنَاهَوْنَ عَنْ مُنْكَرٍ فَعَلُوهُ لَبِئْسَ مَا كَانُوا يَفْعَلُونَ" . وينظر الإسلام إلى الرقابة على أنها انتصار لكرامة الجماعة، وتلبية لنداء الفضيلة والرجولة، وأنها عنصراً من عناصر احترام المجتمع وتقديسه، وعامل من عوامل انتعاش الأمة وتماسكها، ومظهر من مظاهر المجتمع الفاضل الذي يكسب احترامه لنفسه من نفسه. (مجموعة من المؤلفين)

2.3.3 مبدأ صيانة الأعراض واحترام الخصوصيات :

نجد هذا المبدأ الأخلاقي في قوله تعالى: "أيها الذين امنوا لا تدخلوا بيوتا غير بيوتكم حتى تستأنسوا

وتسلموا على أهلها ذلكم خير لكم لعلكم تذكرون فإن لم يجدوا فيها أحدا فلا تدخلوها حتى يؤذن لكم وإن قيل لكم ارجعوا فارجعوا هو أزكى لكم والله بما تعملون عليم " ، قال القرطبي: "المعنى إن الاستئذان، والتسليم خير لكم من الهجوم بغير إذن ومن الدخول على الناس بغتة، فإن لم تجدوا في البيوت أحدا يأذن لكم بالدخول إليها فاصبروا ولا تدخلوها حتى يسمح لكم بالدخول؛ لأن للبيوت حرمة، ولا يحل دخولها إلا بإذن أصحابها وإن لم يؤذن لكم وطلب منكم الرجوع فارجعوا ولا تلحوا؛ فالرجوع أظهر وأكرم لنفوسكم، وهو خير من اللجاج والانتظار على الأبواب، والله تعالى عالم بالخفايا والنوايا وبجميع أعمالكم فيجازيكم عليها؛ وهذا فيه توعده لأهل التجسس. (القرطبي، ص 221)

والتجسس أسلوب نهى الله عنه في قوله: "ولا تجسسوا ولا يغتب بعضكم بعضاً أيحجب أحدكم أن يأكل لحم أخيه ميتا فكرهتموه واتقوا الله إن الله تواب رحيم" وفي معنى الآية قال الطبري عن ابن عباس رضي الله عنه أي لا يتتبع بعضكم عورة بعض، ولا يبحث عن سرائره يبتغي بذلك الظهور على عيوبه، ولكن اقنعوا بما ظهر لكم من أمره وحاكموه على أساسه ولا تبحثوا عن سرائره. وقال مجاهد خذوا ما ظهر لكم ودعوا ما ستر الله. (الخالدي، 1990، ص 41، 40)

إن للناس حرياتهم وحرماهم التي لا يجوز أن تنتهك في صورة من الصور، ولا أن تمس بحال من الأحوال، ففي المجتمع الإسلامي، يعيش الناس آمنين على أنفسهم آمنين على بيوتهم آمنين على أسرارهم آمنين على عوراتهم، ولا يوجد مبرر مهما يكن لانتهاك حرمة الأنفس والبيوت والأسرار والعورات، حتى ذريعة تتبع الجريمة وتحقيقها لا تصلح في النظام الإسلامي ذريعة للتجسس على الناس". (سيد قطب، 2003 ، ص 3346)

3.3.3 عدم الإساءة للغير بما يمس حياته أو عرضه أو سمعته:

نجد هذا المبدأ من قوله تعالى: "إن الذين جاؤوا بالإفك عصبة منكم لا تحسبوه شرا لكم بل هو خير لكم لكل أمري منهم ما اكتسب من الإثم والذي تولى كبره منهم له عذاب عظيم لولا إذ سمعتموه ظن المؤمنون والمؤمنات بأنفسهم خيرا وقالوا هذا إفك مبين". إن قصة الإفك كما روتها سورة النور، وكما فصلتها كتب الصحاح، تمثل أنموذجا عمليا لأخطار القذف وأضراره - وآثاره على الفرد والمجتمع - خاصة عندما يمس رموز الأمة وقادتها، ويصيبها في مثلها العليا، فقد فضحت الآيات الكريمة المنافقين، مبينة أهدافهم الخبيثة من خبر الإفك، وهو حبهم الكبير ورغبتهم الشديدة في إشاعة الفاحشة بين المؤمنين، من خلال تشهيرهم وتناولهم عرض رسول الله، الذي تتمثل فيه قدوة الأمة وطهارتها، فإذا اهتزت ثقة الناس بهذه القدوة واتهم عرض أظهر الناس؛ فإن الفاحشة ستنتشر انتشارا واسعا بين أفراد المجتمع الإسلامي .

معنى هذه الآية أن يظل الناس أبرياء مصونة حقوقهم وحرّياتهم ، حتى يتبين بوضوح أنهم ارتكبوا ما يؤخذون عليه، ولا يكفي الظن بهم لتعقبهم بغية التحقق من هذا الظن، والتجسس هو الحركة التالية للظن وقد يكون حركة ابتدائية لكشف العورات والاطلاع على السوءات وهذا النهي هو مبدأ إسلامي من المبادئ الرئيسية في النظام الاجتماعي. (الخالدي ، 1990 ، ص 139،140)

وعليه فإن هذا المبدأ يعتبر جزءاً لا يتجزأ من الأخلاقيات، والقواعد الوقائية للحفاظ على المجتمع المسلم، فيدعو القرآن المؤمن إلى إحسان الظنّ بأخيه المؤمن وعدم الخوض في عرضه. " فلولا إذ سمعتموه ظن المؤمنون والمؤمنات بأنفسهم خيراً" وعلى هذا يخاطب الاعلامي الذي يبحث عن مادة إعلامية لنشرها بأن عليه أن يقدم حسن الظن على غيره فإن كان ولا بد فعليه أن يوثق ما لديه من أخبار والمعلومات بالطريقة التي تثبت صدقه وتبعده عن المساءلة الشرعية والقانونية.

4.3.3 مبدأ حجب أي معلومة فيها إضرار بالمصلحة العامة للمجتمع :

قال تعالى " وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدَّعَوْا بِهِ.. " أي إذا سمعوا شيئاً من الأخبار التي تتعلق بأمن المسلمين أو خوفهم أذاعوها وأظهروها قبل أن يقفوا على حقيقتها. (الطنطاوي، ص 236). وقال القرطبي " أي علموا ما ينبغي أن يشاع وما ينبغي أن يكتم " . (القرطبي، ص 291)

فبعض الناس عندما تقع الفتن يحرصون على نقل الأخبار كيفما كانت، وإلقائها كما سمعها، دون أن ينظر في غاياتها وعواقبها، فربما تكون القضية تمس جانب السلامة للإسلام والمسلمين، عندما تتعلق بالأسرار العسكرية في الداخل والخارج، مما يكون للحديث عنها تأثير سلبي على سلامة المجتمع في حالتي السلم والحرب. وقد تكون المسألة ذات أبعاد بعيدة عن الأجواء الذاتية التي يعيشها الناس، فلا يعرفون قيمتها السلبية والإيجابية على طبيعة الأحداث العامة في حياة الناس؛ ولهذا توجه القرآن إلى المسلمين بإرجاع ذلك إلى الرسول أو إلى أهل الخبرة الذين أعدّهم للمسؤولية في حماية المجتمع وإدارة قيادته؛ " وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ "

إن في الآية تأديبا من الله لعباده على فعلهم هذا غير اللائق ، وأنه ينبغي لهم إذا جاءهم أمر من الأمور المهمة ، والمصالح العامة مما يتعلق بالأمن ، وسرور المؤمنين أو الخوف الذي فيه مصيبة عليهم أن ينتبهوا، ولا يستعجلوا بإشاعته، بل يردونه إلى الرسول صلى الله عليه وسلم وإلى أولي الأمر منهم : أهل الرأي، والعلم والنصح والعقل ، والرزانة الذين يعرفون الأمور ، ويعرفون المصالح وضدها، فإن رأوا في إذاعته مصلحة أو نشاطا للمؤمنين، وسرورا لهم ، وتحزنا من أعدائهم فعلوا ذلك ، وإن رأوا غير ذلك لم يذيعوه . (السعدي، 1996، ص 154)

وينطبق الأمر هنا على كل مصدر إعلامي سواء كان الناشر فرداً أو جماعةً أو محطةً أو إذاعةً، فالرجوع لجهة الاختصاص قبل نشر المادة الإعلامية أياً كانت هذه الجهة من الأهمية بمكان درءاً للخلل. ومن هنا يتبين أن على كل مرسل سواء كان محرراً أو ناقلًا أو مذياعاً أن يتوقف عن إرسال أية معلومة، للمسؤولية التي تقع على عاتقه لقوله تعالى " وقفوههم إنهم مسؤولون" كما ينبغي للمرسل أن يحرص على مصلحة المجتمع فلا يذيع أو ينشر ما ليس فيه خير، وهذا من باب المحافظة على الأمن الاجتماعي وذلك بإقرار القيم والأخلاق والآداب وعدم إتاحة الظهور لأي مادة بها أدنى مساس بالقيم والمبادئ.

4. خاتمة:

بناءً على استقراء المبادئ الأخلاقية للعمل الإعلامي وضوابطها من كتب الإعلام وتشريعاته وموثيقه، ثم تم اجراء هذه الدراسة قصد استنباط هذه المبادئ والضوابط من وحي آيات القرآن الكريم، التي تم جمعها وتحليلها بالرجوع إلى كتب التفسير والدراسات التي سبقت في هذا المجال؛ وقد تم الوصول إلى مجموعة من النتائج هي:

- أن أخلاقيات الإعلام فريضة شرعية وضرورة إعلامية في ممارسة المهنة.
- أن الأزمة في أخلاقيات الإعلام؛ جاءت نتيجة لعدم الالتزام بما جاء في القرآن الكريم من فروض وواجبات، وما نصت عليه موثيق الإعلام وتشريعاته، وبسبب إساءة استخدام بعض الصحفيين لوسائل الإعلام بطريقة غير أخلاقية، كالتجسس والسرقة الفكرية.
- تناول القرآن الكريم جميع المبادئ الواردة في موثيق أخلاقيات الإعلام، وأكد على ضرورة التحلي بها، مثل: الحق في التعبير عن الرأي، والصدق والأمانة والعدالة والتوازن، وعدم التحيز لطرف على حساب طرفٍ آخر..
- حثَّ القرآن الكريم بشكل واضح على إسناد المعلومات إلى مصدرها الأصلي ومُنشئها، والحفاظ على سِرِّ التحرير، وهي أمورٌ أكدت عليها حديثاً- التشريعات الإعلامية وموثيق الشرف الصحفي.
- نهى القرآن الكريم عن اللجوء إلى استخدام المصادر المجهولة وأساليب الغش في الحصول على الأخبار ؛ لأنه يخلق عدم ثقة واحترام بين الإعلامي ومصادره .
- أكَّد القرآن الكريم على أهمية التثبت والتبين من الخبر، ولا أن يُقدَّم سبق الصحفي على حساب أخلاقيات ومبادئ المهنة.
- حماية كرامة المواطنين وأسرارهم الخاصة، وعدم التطفل عليهم أو المساس بخصوصيتهم، وضرورة التفريق بين النقد والتشهير ، وهي ضوابط ينبغي أن تستفيد منها التشريعات الإعلامية.

- حث القرآن الكريم على أخلاقيات الكلمة، ومنها الدقة والأمانة ، وأن يكون التعبير عن الكلمة بالخير، وألا يسيء إلى الآخرين، إضافة إلى حَقِّ الرَّدِّ والتصحيح والمحافظة على سرِّ التحرير.
- عرض القرآن الكريم الضوابط الأخلاقية الخاصة بالنظام العام والآداب العامة ومنها: الحفاظ على الآداب والأخلاق العامة للمجتمع والحفاظ على مقوماته وأمنه.
- حذر القرآن الكريم من خطورة نشر المعلومات السرية والخاصة لجهات معادية، لأن نشرها يشكل ضرراً بالمصلحة العامة أو الأمن الوطني، أو يثير النزعات الطائفية والمذهبية وهو ما أكدته المواثيق والتشريعات

9. قائمة المراجع:

- **The New Encyclopedia Britannica(1985), Geneva ,vol 4**
- بركات عبد العزيز(2012)، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، .
- عبد الحميد، محمد(1997)، بحوث الصحافة ، ط2 ، عالم الكتب، القاهرة، .
- ابن منظور، لسان العرب، مج 5، ط جديدة دار المعارف، القاهرة .
- السكارنة، بلال خلف(2009)، أخلاقيات العمل، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.
- حجاب محمد منير(2004)، المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- المنجد في اللغة والإعلام(1988)، ط30 دار المشرق بيروت لبنان،.
- محمد الفاتح حمدي وآخرون(2011)، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، الاستخدام والتأثير، ط1، دار كنوز الحكمة، الجزائر، ،.
- يوسف محمد قاسم(1979)، ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية وأنظمة المملكة العربية السعودية، الرياض، م.
- صالح سليمان (2001) أخلاقيات الإعلام ، دراسة تحليلية ، ط3، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت،
- السعدي. (2022) ، ولا تقف ما ليس لك به علم. تاريخ الاسترداد 18 12 ، 2022 ، : <http://www.quran7m.com/searchResults/017036.html>
- الطنطاوي. (2022)، ولا تقف ما ليس لك به علم. تاريخ الاسترداد 18 12 ، 2022 ، : <http://www.quran7m.com/searchResults/017036.html>
- كرم شلبي (1988)، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، دار الشروق جدة،.
- الطنطاوي. (2022) وأسأل القرية التي كنا فيها والعير التي أقبلنا فيها تاريخ الاسترداد 19 12 ، 2022، من الوسيط للطنطاوي : <http://www.quran7m.com/searchResults/012082.htm>
- ابن كثير، أبو الفداء إسماعيل بن عمر الدمشقي (1419)، تفسير القرآن العظيم، ج7، ط1. دار الكتب العلمية بيروت.

- عمران أميمة(2009)، مصداقية المصادر لدى القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد 34، جامعة القاهرة.
- العمري وليد(2003)، إفشاء الأسرار في كتابة الأخبار، معهد الإعلام، جامعة بيرزيت، فلسطين.
- الطاهر بن عاشور (2022) المكتبة الشاملة . تاريخ الاسترداد 12 3 , 2022، من التحرير والتنوير :
<https://shamela.ws/book/9776/6353#p1>
- محمد أبو زهرة (2001)، زهرة التفاسير ، دار الفكر العربي للطباعة والنشر والتوزيع. ط1.
- محمد محمد اشتاوي وعبد الغاني زلكيل(18، 12، 2016)، الإعلام الاسلامي الرؤية والاشكالية.. تاريخ الاسترداد 01، 11، 2023، من :
USIM Research Repository System:
- لقرطبي، شمس الدين. (2023) المكتبة الشاملة. تاريخ الاسترداد 01 12 , 2023، من كتاب الجامع لأحكام القرآن
: <https://shamela.ws/book/20855/5003>
- الألوسي محمود شكري، روح المعاني في تفسير القرآن الكريم والسبع المثاني، دار إحياء التراث العربي ج1،
- الحقييل، سليمان بن عبد الرحمان(2000)، حقوق الإنسان في الإسلام والرد على الشبهات المثارة حولها، ط1 ،
الرياض.
- مجموعة من المؤلفين (2023) المكتبة الشاملة. تاريخ الاسترداد 01 3 , 2023، من كتاب مجلة الجامعة الإسلامية
بالمدينة المنورة، <https://shamela.ws/book/4473/12352>
- الرازي فخر الدين، التفسير الكبير أو مفاتيح الغيب ، مج 11، دار الفكر.
- الطبري ، أحكام القرآن، ج 3 المكتبة العلمية ، بيروت.
- صلاح الخالدي (1990) مختصر تفسير الطبري، ط1 ، دار القلم ، دمشق ، 1990 ، ج7
- سيد قطب (2003)، في ظلال القرآن ، ط30 ، ج 6، دار الشروق للنشر والتوزيع،
- السعدي، عبد الرحمان بن ناصر(1996)، تيسير الكريم الرحمان في تفسير كلام المنان، ط1 ، مؤسسة الرسالة بيروت