



أخلاقيات العمل الصحفي في بيئة الإعلام الجديد
دراسة في الخلفيات النظرية والتجارب العربية والدولية

إعداد

د. حسن محمد حسن منصور
الأستاذ المشارك في قسم الإعلام
كلية الآداب - جامعة الملك سعود

إصدارات

كرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية

العدد رقم (٦)

١٤٣٦هـ / ٢٠١٤م

كرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية ، ١٤٣٥ هـ
فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

ح



أخلاقيات العمل الصحفي في بيئة الإعلام الجديد
دراسة في الخلفيات النظرية والتجارب العربية والدولية

تصدير:

أ.د. عثمان بن محمد العربي

أستاذ الصحافة والعلاقات العامة

قسم الإعلام جامعة الملك سعود

مقدمة:

عندما بدأت المراجعات النقدية لنظرية الحرية في الصحافة مطلع القرن الميلادي الماضي، لم يكن العالم قد شهد ثورة الإعلام الجديد بتطبيقاته المتعددة وأشهرها شبكة الإنترنت، وظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الصحافة، تحت شعار (صحافة حرة مسئولة) بعد موجات الفوضى والاختلالات الكبيرة التي شهدتها المجتمعات الغربية منذ وقت مبكر.

لذلك يمكن اعتبار نظرية المسؤولية الاجتماعية ضمن الجهود التصحيحية لنظرية الحرية المطلقة التي تبناها الغرب كرد فعل طبيعي يهدف لكسر القيود الصارمة التي سادت في العالم لقرون طويلة في ظل نظرية (السلطة) بانعكاساتها المكبلة لحرية الصحافة والإعلام.

ولأن مفاهيم وأفكار المسؤولية الاجتماعية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالتنظيم الذاتي لوسائل الإعلام من خلال التوافق بين أرباب المهنة على ضوابط وأخلاقيات محددة، فإن أهمية تلك الضوابط والأخلاقيات تصبح مضاعفة في ظل التحديات التي أفرزتها تطبيقات الإعلام الجديد.

موضوع البحث وأهميته:

فرضت بيئة الإعلام الجديد مجموعة من التحديات على العمل الصحفي، بعضها يتعلق بالمهارات التي ينبغي أن يتقنها الإعلاميون، وبعضها يتعلق بالأخلاقيات التي أصبح من اليسير انتهاكها، أو عدم الالتزام بها ، بفضل الإمكانيات الكثيرة التي وفرتها تطبيقات الإعلام الجديد.

ولأن القوانين والأنظمة واللوائح لم تكن كافية لمواجهة كل الاختلالات في العملية الإعلامية في زمن الإعلام التقليدي، فإنها بالتأكيد ستكون قاصرة وغير كافية أيضاً في عصر الإعلام الجديد، لذلك اتجه المهتمون بالشأن الإعلامي قديماً وحديثاً لما يسمى بـ(التنظيم الذاتي) الذي يأخذ أشكالاً متعددة، منها التوافق على موثيق الشرف الأخلاقية.

وتسلط هذه الدراسة الضوء على أخلاقيات العمل الصحفي في بيئة الإعلام الجديد، لما لهذا الموضوع من أهمية علمية وعملية، ففي الجانب العلمي: تحاول الدراسة التعرف على الخلفيات النظرية والاتجاهات البحثية في هذا المجال، بالإضافة إلى رصد التجارب العربية والدولية، وفي الجانب العملي: تسعى لاستخلاص موجبات وإرشادات تفيد في صياغة موثيق شرف أخلاقية تناسب بيئة الإعلام الجديد.

مشكلة الدراسة وأهدافها:

تركز معظم الانتقادات التي ذكرها الخبراء والباحثون في صياغة موثيق الشرف الإعلامية على عدم وجود تفاصيل وتعريفات إجرائية لبنودها ونصوصها، تساعد الإعلاميين على فهمها وربطها بواقع الحياة المهنية.

ومن أكثر الانتقادات التي وجهت إلى موثيق الشرف أنها ببساطة منتج لأغراض العلاقات العامة (Brennan, ١٩٩٦)، وأنها تصاغ لأغراض تجميلية وبلاغية ولا تنعكس على أرض الواقع في مجال العمل الصحفي (Himmelboim and Limor, ٢٠١١, p.٧٧)

ويؤكد فاروق أبو زيد أن الإعلام في بلدان العالم الثالث لا يجب أن يقف عند الحد السلبي كما تشير نظرية المسؤولية الاجتماعية، من خلال الاكتفاء بوضع مجموعة من الموثيق الأخلاقية وإنما يجب أن تتخطاها إلى موقف إيجابي يستهدف تركيز الاهتمام على القضايا والمشكلات المرتبطة بترقية المجتمع وتنميته. (أبو زيد، ١٩٩١م، ص ٢١٥-٢١٦)

ويتعين أن توضح موثيق الشرف الحاجة إلى حماية خصوصيات الناس في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت، والتأكيد على أهمية تضمين تلك الموثيق كيفية التعامل مع موضوعات تتعلق بالخصوصية على الإنترنت online privacy، تحت مظلة عامة هي (التقليل من حجم الضرر وتحقيق العدالة والإنصاف) (Whitehouse, ٢٠١٠, P٣١٤, p٣٢٢).

واعتبر (جون ميرل) أن موثيق الشرف المهنية آليات خطيرة تهدد حرية الصحافة، لأنها - أي الموثيق - تتضمن رغبة للخضوع لرأي واحد، ووصاية من فرد أو مجموعة على الأداء الإعلامي، كما أنها لا تشمل كل المشكلات الأخلاقية التي يواجهها الإعلاميون.. بالإضافة إلى أن صياغتها تتضمن عبارات مطاطة وغير عملية، وأن الصحفيين يستجيبون لضغوط العلاقات العامة أكثر من أي عامل مهني داخلي. (Dennis & Merrill, ١٩٨٤, p.٦٥)

ومع ذلك فلا يوجد ميثاق شرف يمكنه أن يتضمن موجّهات وإرشادات لكل القرارات التي على الصحفي اتخاذها في كل المواقف، وعندما تضمن موائيق الشرف تفاصيل مطولة وكأنها تقود الصحفيين بشكل أعمى وفقا لقائمة من الموجّهات، عوضا عن تدريبهم على التفكير أو الاستدلال الأخلاقي *moral reasoning* لما ينبغي أن يقوموا به. (Keith & Others, ٢٠٠٦, P.٢٥٦)

وتشير دراسة (Lo et al., ٢٠٠٥, p. ١٥٥) إلى أن الخاصية الأساسية التي يمكن رصدها في كل موائيق الشرف الصحفية في الصين - مثلا - أنها تفتقد إلى آليات التنفيذ "lack of teeth".

وبشكل عام فإن بنية الميثاق الأخلاقي تقوم على مستويين مهمين:

الأول: المستوى البنائي *Structural Level* الذي ينطوي على صياغة بنود ونصوص الميثاق الأخلاقي.

الثاني: المستوى الدلالي والإجرائي *The Semantic and Operational Level* وينطوي على تفسير بنود الميثاق وتحديد إجراءاتها، بما يساعد الإعلاميين على تطبيقها في واقعهم المهني. (صلاح الدين، ٢٠١٣م، ص ٣٥)

بناء على ما تقدم.. يتضح أن تقييم فعالية موائيق الشرف الإعلامي كانت وما تزال محل جدل كبير، وتضاعف ذلك الجدل مع ظهور تطبيقات الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، لذلك تبدو الحاجة ماسة لدراسة ترصد الخلفيات النظرية والتجارب المختلفة لتفعيل أخلاقيات العمل الصحفي في بيئة الإعلام الجديد.

ويتمثل الهدف العام للدراسة في التعرف على أخلاقيات العمل الصحفي كما تعكسها دراسات موثيق الشرف الخاصة بالعمل الإعلامي عربيا ودولياً، وخاصة في بيئة الإعلام الجديد، ويتفرع من ذلك، ثلاثة أهداف :

- التعرف على الاتجاهات البحثية التي تناولت أخلاقيات العمل الإعلامي، وأهم المؤشرات التي استخلصتها.
- التعرف على الخلفيات النظرية والتجارب العربية والدولية للمؤسسات والجهات التي حاولت إرساء مبادئ أخلاقية للعمل الإعلامي.
- استخلاص موجهات وإرشادات تفيد في صياغة موثيق شرف أخلاقية تناسب بيئة الإعلام الجديد.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية التي تهدف إلى الرصد بالإضافة إلى التحليل والتفسير، وتعتمد على المنهج المسحي لرصد التوجهات العامة لبحوث ودراسات أخلاقيات الإعلام، وتسليط الضوء على الملامح الرئيسية لمقترحات وتوصيات تلك الدراسات، وكيفية الاستفادة منها خاصة في مجال الإعلام الجديد.

وتعتمد الدراسة على التحليل البعدي *Meta Analysis* أو التحليل من المستوى الثاني *Secondary Analysis* الذي يعد إعادة لاستخدام تراث البحوث السابقة، للإجابة على التساؤلات المنهجية ذات العلاقة بهذه البحوث الأصلية. وتهدف عادة إلى المقارنة بين نتائج هذه البحوث لتحقيق التكامل بين نتائج الدراسات السابقة وصياغة تعميمات جديدة تعتمد على هذه المقارنة ونتائجها. بالتطبيق على الدراسات والأبحاث ذات العلاقة بموضوع أخلاقيات العمل الإعلامي.