

قوانين وأخلاقيات الإعلام

إعداد: د. شريهان محمد

DGM 131

المحاضرة التاسعة



تذكره بما تم تناوله في المحاضرة الماضية

المحاضرة
الثامنة

الممارسة الإعلامية... المفهوم والضوابط



- * مفهوم الممارسة الإعلامية.
- * كيف يمكن ضبط الممارسة الإعلامية؟
- * أهم ضوابط الممارسة الإعلامية.

محتويات المحاضرة

آليات الضبط والتنظيم الذاتي في الفضاء الإعلامي



* إشكالية الضبط والتنظيم الذاتي للإعلام.

* لوائح القيم ومجالس الصحافة.

* موثيق الشرف الإعلامي.

* مدونات السلوك في الفضاء الإلكتروني.

* الخلاصة

* المراجع المقترحة.

المحاضرة
التاسعة



إشكالية الضبط والتنظيم الذاتي للإعلام

آليات الضبط والتنظيم الإعلامي:

بشكل عام تنقسم آليات الضبط والتنظيم للعمل الإعلامي إلى نوعين خارجية وذاتية، وتمثل القوانين المختلفة سواء المتعلقة مباشرة بالإعلام والصحافة مثل قوانين المطبوعات والصحافة أو التي تتصل بالعمل الإعلامي مثل قوانين العقوبات والإجراءات الجنائية والقوانين المدنية وغيرها الشكل الخارجي من آليات الضبط والتنظيم.





أما آليات الضبط والتنظيم الذاتي فتتمثل في الآليات والضوابط التي يضعها أبناء المهنة الإعلامية لأنفسهم خارج إطار التنظيم القانوني، وبعيداً عن السيطرة الخارجية للحكومات، ونعني به ما يضعه الإعلاميون من قواعد للعمل الإعلامي يلزمون أنفسهم به، وتصب في النهاية في صالحهم كإعلاميين وفي صالح مهنة الإعلام وأخيراً في صالح المجتمع ككل.

إشكالية التنظيم الذاتي للإعلام:

الحقيقة الأولى التي يجب أن نعيها هي أن
الإعلاميين بالمفهوم الواسع للكلمة (الصحفيون
والإذاعيون والتلفزيونيون وغيرهم) لا يتمتعون
مثل غيرهم من أصحاب المهن الأخرى كالأطباء
والمهندسين والمحامين بالحرية في إدارة شؤون
مهنهم ويتضح هذا فيما يلي:





- يمكن لنقابة الأطباء أو نقابة المهندسين
على سبيل المثال شطب الطبيب أو المهندس الذي
يخالف أخلاقيات المهنة، وحرمانه من ممارستها،
بينما لا تستطيع نقابات الإعلاميين أو اتحاداتهم
المهنية فعل ذلك.

- يتم قصر العمل في المهن الأخرى على
المؤهلين أكاديمياً لها، أما مهنة الإعلام فمفتوحة أمام
كل الراغبين في امتيائها.

- إن أقصى ما يمكن أن تعاقب به
اتحادات الصحفيين والإذاعيين المخالفين
لأخلاقيات المهنة هو نشر مخالفاتهم على
الجمهور باعتبار أن ذلك عقاب مناسب يضر
بسمعة الصحفي والصحيفة أو الإذاعة.





- مع تنوع وسائل الإعلام وزيادة تخصصها في جميع المجالات تعددت الاتحادات والمنظمات التي تراقب الأداء الأخلاقي للمهن الإعلامية.
- تقوم بعض اتحادات الإعلاميين المتخصصين بوضع موثيق شرف مهنية لأعضائها، وتقوم هذه الاتحادات بمراجعة ما ينشره الأعضاء وتحديد مدى اتفاقها أو اختلافها مع بنود ميثاق الشرف.

وفي إطار هذا الجدل الشائك تطرح (ليلى عبد المجيد) رؤيتها التي تتحدد في ضرورة وجود مجموعة من المعايير لضبط أخلاقيات الإعلام وهي:

- الإعلام مسألة مقدسة ينبغي أن يكون دقيقًا غير
محرف أو مخادع أو مكبوت.
- ضرورة الفصل بين المعلومات أو الوظيفة
الإخبارية والتعليق أو وظيفة التعليق وإبداء
الرأي.





- أن يخدم النقد والتعليق مصلحة
العامة لا أن يكون هدفه مجرد الافتراء أو
تشويه السمعة.

- تتضمن كل المواثيق فقرة تتصل
بالحفاظ على سر المهنة.

المحاضرة
التاسعة



لوائح القيم ومجالس الصحافة

منذ أن تبنت الولايات المتحدة الأمريكية
نظرية المسؤولية الاجتماعية في أوائل القرن
الماضي، رأت فيها خيراً كثيراً للمجتمع، وتبعهم بعد
ذلك الإنجليز فاندفعوا لتطبيق مبادئ نظرية
المسؤولية الاجتماعية، حتى أصبح يطلق عليها
النظرية الأنجلو أمريكية.





وخلال منتصف القرن الماضي أي بعد أفول
الحرب العالمية الثانية **تحرك المجتمع الدولي** حيث
فوضت الجمعية الدولية للصحافيين الطلب من هيئة
الأمم المتحدة ومكتب العمل الدولي النظر في مستقبل
الصحافيين في جميع أنحاء العالم، ليس فقط فيما
يتعلق بظروف عملهم وأجورهم، ولكن في كيانهم المهني،
وفي تدريبهم وتجنيدهم ومسؤولياتهم في المجتمع وفيما
يختص بظروف عمل وحياة الصحفيين.

وبناءً على ذلك تم التأكيد على مشروعية انطلاقة مهنية الإعلام والصحافة، وأنها مهنة كباقي المهن وهذا يتطلب تدريب العاملين بالوسط الصحفي أو تدريب الوسط الصحفي نفسه واستبعاد الهواية، وكذلك السعي لاستبعاد النفوس الضعيفة التي اخترقت العمل الصحفي دون معرفة بأسس ومنطلقات أخلاقيات التعامل الأخلاقي والإحساس بمسئولية المهنة.





وأعقب هذه المرحلة عدد من المبادرات
لصياغة مسودة قواعد القيم العالمية والإقليمية،
ويبدو أن أقدمها كان قانون القيم الصحفية والذي
تبنته لجنة مؤتمر الصحافة الأمريكية الأول الذي
عقد في واشنطن (1926م).

ومع بداية الربع الأخير من القرن
الماضي **تبنت اليونسكو** ما يسمى **بأخلاقيات**
الإعلام من خلال خلق مظلة إعلامية تعني
بالقيم الإعلامية التي يجب أن يراعيها الوسط
الإعلامي.



مجالس الصحافة:-

تعرف هذه المجالس بأنها منظمات تطوعية خاصة تسعى إلى تحسين أداء الصحافة ووسائل الاتصال والإعلام من خلال دراسة الشكاوى المتعلقة بالممارسة الصحفية والإعلامية وهي تسمح للناس أن ينتقدوا أداء وسائل الإعلام بدون تهديد رسمي أو قانوني لوسائل الاتصال والإعلام، وتستهدف موثيق الشرف الأخلاقية إلى تحسين الأداء الإعلامي والتحكم في وسائل الإعلام لصالح عامة الناس.



ويختلف مفهوم ووظيفة مجلس الصحافة
باختلاف النظام الإعلامي القائم في الدول المختلفة،
ففي الدول الغربية ينظر إليه على أنه منظمة تطوعية
تضم خبراء ومثقفين وصحفيين وممثلين عن المجتمع،
ويعمل على تحسين الممارسة الصحفية من خلال
تلقي وبحث الشكاوى المتصلة بالمواد المنشورة في
الصحف سواء من أفراد أو هيئات وإصدار توصيات
بشأنها تصل إلى حد توجيه اللوم للصحف التي تنتهك
حقوق الجمهور.

* مهام المجالس الصحفية:

وتقوم المجالس الصحفية بأربع مهام
رئيسية تتحدد في:

1- التأكد من استقلالية الصحافة من
السلطة وأصحاب النفوذ المالي والسياسي في
المجتمع.





2- التأكد من احترام أخلاقيات ومبادئ
العمل الصحفي من قبل المؤسسات الإعلامية، وأن
أصحاب الشأن من إعلاميين وناشرين ومهنيين
ينظمون أنفسهم في نقابات وجمعيات واتحادات
لحماية المهنة من المتطفلين والمستغلين الخارجيين
والداخليين.

3- حماية حرية الصحافة والحرص على وجود موثيق الشرف وأخلاقيات المهنة، والتأكد من العمل بها واحترامها من قبل الصحفيين والناشرين.

فالمجالس هنا تعمل على حماية الجمهور بالدرجة الأولى من أجل الحصول على إعلام نزيه ومسئول وملتمزم وحر وموضوعي وذا مصداقية، ومن جهة أخرى تعمل المجالس على حماية المهنة من المتطفلين والمبتزين سواء تعلق الأمر بالقائمين بالاتصال أنفسهم أو بأصحاب النفوذ السياسي والمالي في المجتمع.

4- التأكد من خضوع الصحافة للقانون،

مثلها مثل أي مؤسسة في المجتمع. فللمجتمع ولل فرد
حقوق على الصحافة يجب على هذه الأخيرة أن تؤمنها
لهم، وإلا فقد يكون هناك تجاوز أو تقصير أو
استغلال في رسالة الصحافة وهذا ما يجعلها تخضع
للمساءلة والمحاكمة.



المحاضرة
التاسعة



مواثيق الشرف الإعلامي

تُعد موائيق الشرف المهنية Professional Codes من أهم محددات الأداء الأخلاقي لوسائل الإعلام، والميثاق المهني في أبسط تعريف له هو مدونة سلوك تتضمن معايير مهنية يجب الالتزام بها من جانب الصحفيين والإعلاميين في المجتمع، وهو "قائمة من التوجيهات مصاغة على نمط (افعل ولا تفعل) بهدف إرشاد الصحفيين ومساعدتهم في إصدار أحكام أخلاقية عندما يواجهون مشكلات أخلاقية في عملهم الصحفي."

والميثاق الأخلاقي لأي مهنة: هو عبارة عن القواعد المرشدة لممارسة المهنة للارتقاء بمثاليته وتدعيم رسالتها، ورغم أهميتها في تحديد الممارسات والأولويات داخل مهنة معينة، ألا أنها لا يمكن أن تُفرض بالإكراه ولكن بالالتزام، والطريقة الوحيدة للحكم على مهنة معينة هو سلوك أعضاء المهنة إزاءها والحفاظ على قيم الثقة والاحترام والكفاءة والكرامة ويجب أن يتميز ميثاق الشرف بما يلي:





- 1- الاختصار.
- 2- السهولة والوضوح.
- 3- أن تكون معقولة ومقبولة علميًا.
- 4- شاملة.
- 5- إيجابية.



وتتكون موثيق الشرف الصحفية من مجموعة من المبادئ التوجيهية الخاصة بالسلوك الصحفي الأمثل، وهي تختلف عادة من بلد إلى آخر وفقًا للقواعد أو المبادئ العامة السائدة في المجتمع. ويتبنى علماء وخبراء الإعلام اتجاهات مختلفة حول موثيق الشرف الصحفية.

فالبعض يرى أن هذه المواثيق تُستخدم لتكون بمثابة وسيلة شرعية لضمان حفاظ الصحافة على حقوق المواطنين في المجتمع، بينما يرى آخرون أن هذه المواثيق لم تفعل شيء يذكر في مهمة غرس القيم الأخلاقية في الصحفيين. وبالرغم من الانتقادات الموجهة إلى هذه المواثيق إلا أن وجودها يبقى أمرًا ضروريًا لضبط المنظومة الأخلاقية للعمل الصحفي.





إذا كانت التشريعات والرقابة هما
عمل تقوم به الدولة فميثاق الشرف المهني هو
التشريعات والرقابة الداخلية التي يسنها
الفرد على نفسه في رضا وقناعة كاملين،
انطلاقاً من مواصفات العمل التي يراها
وترسخت داخله. على هذا الأساس انتشرت
موثيق الشرف شرقاً وغرباً وأثيرت قضاياها.

خلاصة القول إن **ميثاق الشرف** هو الجانب الأخلاقي في المهنة متفرع من عقيدة الأخلاق في كل الثقافات والديانات، وهو مظهر من مظاهر المنظمات غير الحكومية، نشأ في الغرب ثم انتقل إلى الشرق، وهو فكرة فعالة غير أنه مما يقلص من فاعليتها انتشار أنظمة الحزب الواحد والعشيرة الواحدة والزعيم الأوحده، ومن هنا فإن هذه الفكرة مرتبطة بمناخ حضاري أو مرتبطة بحالة تخلف على صعيد المنظمات التطوعية ووسائل التعبير في مجتمع له هويته، حتى تتأسس الفكرة في بنية سليمة وتعتبر موثيق الشرف تكمل القوانين، ولكن حين تتباعد المسافة بين طرفي الثنائية فهذا يعني أن المجتمع في أزمة.

المحاضرة
التاسعة



مدونات السلوك في الفضاء الرقمي

اتسمت العشرية الأولى من القرن الحادي
والعشرين بحلول ما أمكن تسميته بالإعلام الرقمي
الذي يتسم بدرجة عالية من الحرية يتيحها الفضاء
الرمزي الذي لا يخضع لأي ضوابط سوى الأخلاقية
المهنية للمستخدم.





إضافة إلى أن الإعلام الرقمي يتميز بقدرته
عالية على متابعة الحدث والتواصل المباشر مع
المتلقي، ناهيك عن عدم الحاجة للكودر الواسعة
والمكونات المادية التي تتطلبها الصحافة الورقية الأخرى
وفق هامش الحرية المتاح للصحافة المكتوبة.



2- الإنترنت وسيلة ذات اتجاهين على عكس الوسائل الأخرى مثل التلفزيون، وبالتالي يمكن استخدامه في الاتصالات التفاعلية مثل المحادثة ولا يمكن توفير هذه الخدمة في وسائل إعلام أخرى.

3- قدرته الفائقة للوصول إلى عالم الممنوعات والمحرمات والدخول إلى عالم الأسرة واختراق الخصوصية.

4- في حالة حجب المواقع المرسله لمواد مسيئة لا يستطيع منع المواد المرسله بالبريد الإلكتروني.

من هنا فإنه مع بروز ظاهرة الإعلام الرقمي والصحافة الرقمية ازدادت الحاجة إلى أخلاقيات الإعلام، وهذا الإعلام يفتقد حالياً إلى قدر كبير من العقلانية والوسطية والضوابط الأخلاقية، ومما لا شك فيه أن الإعلام الذي تعوزه الضوابط الأخلاقية يشكل خطراً فعلياً على المجتمع كما أنه يقوض الثقة في هذه المهنة.

إذ تتمثل الإشكالية الحقيقية في العمل الرقمي، في
عدم وجود مرجعية حقيقة للعاملين تراقب وتقوم
وتصحح مهنية العمل الإلكتروني، وبالتالي تضع القواعد
وميثاق الشرف الذي لن يختلف كثيراً عن المواثيق في
الإعلام التقليدي، ولكن الجديد سيكون فقط في
الأدوات والطرق التي سيُفعل بها.





مظاهر الضبط والتنظيم على الساحة

الرقمية:

كان ظهور الإرهاصات الأولى لأخلاقيات
الإنترنت نتيجة لمساعي مستخدمي الشبكة من أجل
تهذيب السلوك العام في إطارها ومحاولة الحفاظ على
صورة مُتحضرة ومحترمة.

وقد بدأ ظهور بعض المواثيق الأخلاقية في مجال الإنترنت والصحافة الإلكترونية من أهمها ميثاق رابطة الإنترنت في جنوب استراليا (SAIA) عام 1998، وميثاق جمعية محرري المجلات الأمريكية ،The American Society of magazine editors وبروتوكول معهد بوينتر Poyenter عام 1997.





والميثاق الذي أصدرته منظمة ACM وهي
منظمة تضم 80 ألف عضو يعملون في مجال الكمبيوتر
عام 1998، والميثاق الذي أصدرته رابطة موفري خدمات
الإنترنت ISPA عام 1996، وإعلان كونسرتيوم الشبكة
الإلكترونية في اليابان عام 1996. بالإضافة إلى بعض
البيانات التي أصدرتها الجامعات لتشكيل أساسًا لتطوير
موثيق أخلاقية في مجال الإنترنت مثل الجامعة الدولية
اليابانية عام 1996، وجامعة جرينفيلد.

ويرى بعض الباحثين أنه من الممكن اعتبار ثورة الإعلام الحالية **تطور إيجابي** يدفعنا لتطوير أخلاقيات الصحافة بما يتلاءم مع متطلبات هذا العصر، والنجاح في تطوير هذه المنظومة الأخلاقية يعتمد على مشروعين كبيرين: الأول يقوم على بناء قاعدة نظرية ثرية لأخلاقيات الصحافة، والثاني يعتمد على صياغة أخلاقيات الإعلام المختلطة التي تستفيد من النماذج الأخلاقية السابقة لكل وسائل الإعلام وتضيف لها ما يتناسب مع خصائص الوسيلة الجديدة.

محتويات المحاضرة



آليات الضبط والتنظيم الذاتي في الفضاء الإعلامي

* إشكالية الضبط والتنظيم الذاتي للإعلام.

* لوائح القيم ومجالس الصحافة.

* موثيق الشرف الإعلامي.

* مدونات السلوك في الفضاء الإلكتروني.

المراجع المُقترحة:

- 1- عبد العزيز الدليهي، أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2019.
- 2- فتحي حسين عامر، إعلام بدون أخلاق.. قواعد وأخلاقيات العمل الصحفي، العربي للنشر والتوزيع، 2019.
- 3- إبراهيم السيد حسنين، أخلاقيات الإعلام وقوانينه، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2015.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY



Thank You





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

قوانين وأخلاقيات الإعلام

المحاضرة التاسعة

DGM 131

إعداد: د. شريهان محمد

www.midocean.ae