

المواثيق الأخلاقية بين الحرية الإعلامية والقيم الكونية

دراسة في ضوء المبادئ الإنسانية العالمية

Ethical Charters between media freedom and universal Values

A study on universal human principles

د. نصير بوعلي*

تاريخ الاستلام : 2021/05/31 ؛ تاريخ القبول : 2021/09/29

ملخص:

تتعلق هذه الدراسة من تساؤل محوري: من الذي سيحدث ذلك التوازن المنطقي بين الحرية الإعلامية والحقوق العامة المنبثقة عن القيم الكونية؟. كالحقوق الفردية (Privacy)، والحقوق المجتمعية، والحقوق الإنسانية، وحقوق الدولة نحو وسائل الإعلام، وحقوق مصادر المعلومات إلخ . وبتعبير أكثر وضوحاً أين تكمن مسؤولية وسائل الإعلام نحو الأفراد؟ و نحو المجتمع؟ و نحو الدولة؟ ونحو الإنسانية؟ ومسؤولية وسائل الإعلام نحو مصادر المعلومات؟ . تعتبر هذه المسؤوليات من المبادئ الأساسية العالمية التي تنص عليها كل المواثيق الأخلاقية الإعلامية العالمية، وقد كانت موجودة منذ النصف الأول من القرن العشرين منذ أن ظهر أول ميثاق أخلاقي إعلامي لجمعية الصحفيين المحترفين في أمريكا عام 1926م. فعدم التمييز العنصري على سبيل المثال حق و مبدأ إنساني عالمي وهو من واجبات رجال الإعلام، وكذا الشأن فإن احترام الأديان حق منصوص عليه في معظم المواثيق الأخلاقية على المستوى الإقليمي أو العالمي وهو

*أستاذ مشارك.كلية الاتصال بجامعة الشارقة nbouali@sharjah.ac.ae

في نفس الوقت من واجبات الإعلاميين إلخ. إن المواثيق الأخلاقية ضرورية للتنظيمات المهنية الإعلامية وهي التي تحدث ذلك التوازن بين الحرية الإعلامية والحقوق العامة ، وإن الالتزام بهذه المواثيق والاسترشاد بها يجنبنا الكثير من الهفوات الإعلامية... وقد أصبح الإعلام طرفا كبيرا فيما يحصل مع الأسف في بعض المجتمعات نتيجة عدم الالتزام بهذه المعايير المهنية والأخلاقية الإنسانية والعالمية...

الكلمات المفتاحية : المواثيق الأخلاقية، الحرية الإعلامية، القيم الكونية، الحقوق والواجبات، المبادئ الإنسانية.

Abstract:

This study is based on a pivotal question: Who will produce this logical balance between “Media freedom” and the “universal values”? Such as Individual rights, social rights, human rights, privacy, etc. In more explicit terms, where is the responsibility of the media towards individuals, towards society, towards humanity, towards the state, and the responsibility of the media towards the information sources? These responsibilities are among the basic global principles existing and stipulating in the ethical charters, and have been in existence since the first half of the twentieth century. The Association of professional Journalists in America appeared in 1926 proposed in her first ethical charter a set of related principles, which have a relationship with media practice. For example, “Non – racial discrimination “is a universal human principal and it is one of the duties of Journalists, etc. This study suggests to Journalists a deeper review into these ethical charters for its benefits in professional work.

Keywords: Ethical Charters; Media freedom; Universal values; Human principles; Rights and Duties.

1. مقدمة :

تُعد مبادئ الشرف الأخلاقية من المبادئ الهامة التي يسترشد بها المهنيون في قطاع الإعلام أثناء تأديته واجباتهم المهنية . فهي التي تُحدّد العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع، وسائل الإعلام والأفراد، وسائل الإعلام والدولة، ووسائل الإعلام والإنسانية... ولقد شغل مفهوم الحرية الإعلامية أو حرية الصحافة الإنسانية منذ فترة طويلة من الزمن، ومازال الجدل حول الحرية الإعلامية متواصلا ومتشابكا والمناقشة ممتدة ومحتدمة خاصة مع ظهور الإعلام الجديد وانفجار شبكات التواصل الاجتماعي ... ولا شك أن هذه المناقشة قد أنتجت تراثا علمياً يتميز بالثراء ويكشف عن الإدراك الإنساني لأهمية هذه الحرية وضرورتها للمجتمع. ولقد كان الخلاف حول مفهوم الحرية نتيجة طبيعية لتتوّع المجتمعات الإنسانية دينياً، إثنياً، ثقافياً وحضارياً. ومن الطبيعي أن تتنوع الاجتهادات وتختلف الآراء حول علاقة الحرية الإعلامية بالقيم الكونية (Global Values) ... فبالنسبة للمجتمع الذي ننتمي إليه ألا وهو المجتمع العربي الإسلامي ، الخصوصية الثقافية والحضارية قد تلعب دورا لا يستهان به في ضل هذه الخريطة الثلاثية : المبادئ الأخلاقية من جهة ، الحرية الإعلامية والحقوق العامة المنبثقة عن القيم الكونية من جهة أخرى. فحقوق المجتمع كالدفاع عن الحريات العامة، وحق الجمهور في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة في المجتمع ونقلها إلى الجمهور ، والدفاع عن مصالح المجتمع وإحترام القيم العامة للمجتمع والحفاظ على الهوية ، هذه المبادئ على سبيل المثال لا الحصر تعتبر من واجبات وسائل الإعلام وهي من هذه الزاوية لا تتعارض ولا تتناقض البتة مع الحرية الإعلامية التي يتمتع بها هؤلاء الصحفيين . كذلك حقوق

الأفراد كإحترام حق الخصوصية (Privacy)، وإحترام الكرامة الإنسانية للفرد، هذه المبادئ وغيرها هي الأخرى تعتبر من واجبات رجال الإعلام، والحفاظ عليها لا يتناقض مع الحرية الإعلامية، وما يقال عن الحقوق الفردية والمجتمعية يمكن أن يقال عن حقوق الدولة كالدفاع عن الأمن القومي، واحترام المؤسسات الديمقراطية، واحترام الدستور والقوانين وعدم نشر المعلومات السرية التي يشكل نشرها ضررا بالمصلحة العامة، هذه المبادئ تعتبر من واجبات الإعلام وينبغي للصحفيين الإلتزام بها كما تنص على ذلك المواثيق. أما المسؤولية الإنسانية لوسائل الإعلام كتدعيم السلام والتفاهم الدولي، والإمتناع عن الدعوة إلى الحرب أو تبريرها، إحترام كرامة الدول، مقاومة التفرقة العنصرية، مقاومة الفقر وسوء التغذية، الدفاع عن حقوق الإنسان، العمل على تحقيق المساوات، إحترام الأديان، إلخ. هذه المبادئ الإنسانية العالمية وغيرها تعتبر هي الأخرى من واجبات وسائل الإعلام ولا تتعارض مع المفهوم العام للحرية الإعلامية. أما المسؤولية الأخلاقية للإعلاميين نحو مصادر المعلومات كاستخدام وسائل عادلة في الحصول على المعلومات وعدم استخدام وسائل الخداع وعدم إساءة الصحفيين تقديم أنفسهم إلى المصادر وإسناد المعلومات إلى مصادرها إلخ. هذه المبادئ ليست من البديهيات في العمل الإعلامي بل تنص المواثيق الأخلاقية على إلزامية احترامها، وأن احترامها لا يتعارض مع الحرية الإعلامية التي يتمتع بها الصحفيون.

من الذي أذن سيحدث ذلك التوازن بين الحرية الإعلامية والقيم الكونية؟ لعل مواثيق الشرف الإعلامية هي التي تحدث ذلك التوازن بين حرية الإعلام والحقوق الفردية والمجتمعية والإنسانية وحقوق الدولة ومصادر المعلومات

المنبثقة عن القيم الكونية. السؤال المحوري الذي ستتعلق منه إشكالية هذه الدراسة وستجيب عليه وفق مقارنة منهجية تحليلية من خلال المفردات التالية:

2. مواثيق الشرف الإعلامية: مقارنة تاريخية:

يرى أشرف فهمي خوجة أن أول ميثاق أخلاقي هو ذلك الذي أصدرته رابطة المحررين في ولاية تكساس (Texas) الأمريكية في سنة 1910 ، لكن ذلك لا يعني تحديدا لنشأة مفهوم أخلاقيات الإعلام ، ذلك أن مصطلح الأخلاقيات Ethics ظهر لأول مرة عام 1889م في مقال بعنوان أخلاقيات الصحافة (فهمي، 2013) .

لكن هل يمكن الاعتماد على ذلك في تحديد النشأة ؟ قد يكون ذلك هو بداية التراث المكتوب في مجال أخلاقيات الإعلام ، الذي بدأ بالقوانين ثم تطور في شكل المواثيق الأخلاقية فيما بعد ، لكن أخلاقيات الإعلام مثل أي مهنة أخرى ظلت غير مكتوبة لفترة طويلة من الزمن ، وما زالت غير مكتوبة في الكثير من المجتمعات ، ولذلك فإن تحديد عام 1889 كبداية لظهور مصطلح أخلاقيات الصحافة أو عام 1910 كبداية لظهور المواثيق الأخلاقية لا يعني تجاهل حقيقة أن الصحفيين خلال القرنين الثامن عشر والتاسع عشر كانت لهم مجموعة من القيم والتقاليد والأخلاقيات (Clifford, 2014) . مع ذلك فإن القرن العشرين قد شهد تطور مفهوم أخلاقيات الإعلام ، وتطور المواثيق الأخلاقية ، حيث ظهرت مواثيق أخلاقية في السويد عام 1916 ، وفي فرنسا عام 1918¹ ، ثم شهدت عشرينيات القرن العشرين ظهور عدد معتبر من المواثيق الأخلاقية في الولايات المتحدة الأمريكية من أهمها ميثاق جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية عام

1923 ، وفي عام 1926 ظهر ميثاق جمعية الصحفيين المحترفين في أمريكا، ثم توالى بعد ذلك ظهور المواثيق الأخلاقية في المجتمعات الأوربية (سليمان، 2005) ... ولكن الجيل الأول من المواثيق الأخلاقية الذي ظهر خلال النصف الأول من القرن العشرين كان يمثل حولا للمشكلات التي ظهرت خلال هذه الفترة (ما بين الحربين العالميتين خاصة) وبالتالي لم يكن هذا الجيل من المواثيق الأخلاقية قادرا على مواجهة المشاكل الجديدة التي ظهرت في النصف الثاني من القرن العشرين خاصة مشكلة التركيز والاحتكار وتنامي تكنولوجيا الاتصال ونمو الوعي السياسي لدى الجماهير وما خلقته من مشكلات أخلاقية ، فقد كانت مواثيق النصف الأول من القرن العشرين مختصرة إلى حد كبير وتركز على المبادئ العامة فقط دون إعطاء تفاصيل أكثر عن سياق هذه المبادئ و من دون أن تتطرق إلى الجو العام الذي ظهرت فيه هذه المواثيق . لذلك ظهر جيل ثان من المواثيق الأخلاقية خلال السبعينيات ، حيث تزايد الاهتمام بأخلاقيات الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون ، ولذلك قامت بعض النقابات أو الجمعيات المهنية الأمريكية بتحديث مواثيقها الأخلاقية وجعلها مواكبة للعصر حيث تبنت جمعية الصحفيين المحترفين الأمريكيين ميثاقا أخلاقيا جديدا عام 1973 (سليمان ، 2005)، وكذلك قامت جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية بتحديث ميثاقها ، مع ذلك فإن الصحفيين الأمريكيين لم يتوصلوا إلى إجماع حقيقي حول موضوع أخلاقيات الإعلام ، كما انتشرت فكرة إصدار مواثيق أخلاقية خلال السبعينيات في الكثير من المجتمعات والدول وخاصة لدى النقابات والجمعيات الإعلامية في دول الجنوب سواء أكانت جمعيات محلية أو إقليمية كإتحاد الصحفيين في إفريقيا وأمريكا اللاتينية وإتحاد الصحفيين

الأسويين بالإتفاق والتنسيق مع منظمة اليونيسكو (Dale, 2007) . لكن هذا الجيل الثاني أيضا من المواثيق الأخلاقية لم يكن قادرا على مواجهة الكثير من المشكلات الأخلاقية التي ظهرت نتيجة للمنافسة الحادة بين الصحافة المكتوبة من ناحية ووسائل الإعلام الأخرى من ناحية أخرى ، و تطور تقنيات الاتصال وغير ذلك من العوامل التي أدت إلى تزايد المشكلات الأخلاقية خصوصا مع ظهور وتنامي شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع والمدونات الخاصة بعد نشأة الإنترنت وتطورها.

وبالرغم من أن الحضارة العربية والإسلامية أخلاقية بالأساس إلا أنها لم تشهد إنتاجا معرفيا يذكر في مجال أخلاقيات الصحافة والإعلام ، كما لم تتصد أي مؤسسة صحفية عربية أو إسلامية لإصدار دليل عمل أو ميثاق أخلاقي ، يذكر عالميا ، في وقت لم يثار فيه الموضوع أصلا بالمنطقة العربية إلا في العقود الأخيرة ، بعد أن استفحل خطر ما يسمى ب : " تجاوزات الصحفيين في بعض الدول العربية ذات الكثافة السكانية " ومع أحداث ما يسمى الربيع العربي وتنامي رقعة الإحتجاجات والحراك الشعبي في عدد لا يستهان به من الدول العربية . وبينما تختلف قواعد السلوك المهني من بلد إلى بلد ، إلا أنه يبرز قاسم مشترك ، لا خلاف عليه فيما بينها ويشمل مبادئ : " عدم الإنحياز ، الموضوعية ، وأن يتجرد الصحفي من أهوائه الحزبية والفكرية والسياسية وألا يلجأ إلى تحريف الحقائق وأن يلتزم بالحفاظ على الآداب والأخلاق العامة التي تعني كل ما يتصل بأسس الكرامة الأدبية لأفراد المجتمع ، وكذلك تجنّب تضخيم الأمور ، وإثارة النعرات العنصرية والطائفية والتعصب الديني والعنف والجروح " . هذه المبادئ في الأصل وليدة النصوص الدينية أو التراثية وليست مواثيق أخلاقية إعلامية

من إنتاج رجال الصحافة والإعلام. إلى غاية ظهور الميثاق الأخلاقي العربي سنة 2004 عن جامعة الدول العربية والذي اعتمد لائحة حقوق الإنسان الأممية مصدرا رئيسيا له (علاء ، 2009).

وتتص الخطوط العريضة لأخلاقيات الإعلام العربي على أن : " وسائل الإعلام العربية تتحمل مسؤولية تجاه الإنسان العربي ، وأنها تلتزم بأن تقدم له الحقيقة الخالصة ، وأنها تحرص على رفض مبادئ التمييز العنصري والعصبية الدينية والتعصب بجميع أشكاله ، وأنها تمتنع عن إتباع الأساليب التي تتعرض بطريقة مباشرة أو غير مباشرة للطعن في كرامة الشعوب مع احترام سيادتها الوطنية ، واختياراتها الأساسية ، وعدم التدخل في شؤونها الداخلية ، وعدم تحويل الإعلام إلى أداة للتحريض على استعمال العنف ". وتنفيذا لميثاق التضامن العربي الصادر عن مؤتمر القمة العربية بالدار البيضاء في 15 سبتمبر عام 1965 أقر مجلس جامعة الدول العربية إعلان ميثاق الشرف الإعلامي العربي . وأوجب الميثاق على الإعلام العربي : " أن يعمل على تأكيد القيم الدينية والأخلاقية الثابتة والمثل العليا المتراكمة في التراث البشري وأن ينشد الحقيقة المجردة في خدمة الحق والخير ويسعى إلى شد الأواصر وتعميق التفاهم والتفاعل والتبادل ، ماديا ومعنويا في المجتمع العربي والدولي خدمة للمبادئ الإنسانية والعالمية . (ميثاق الشرف الإعلامي العربي ، 1965) وأضاف الميثاق : " تحرص وسائل الإعلام العربية على مبدأ التضامن العربي في كل ما تقدمه للرأي العام في الداخل والخارج وتسهم بإمكاناتها جميعا في تدعيم التفاهم والتعاون بين الدول العربية ، وتتجنب نشر كل ما من شأنه الإساءة إلى التضامن العربي وتمتنع عن توجيه الحملات ذات الطابع الشخصي ". كما تحرص وسائل الإعلام العربية

طبقا للميثاق على رفض مبادئ التمييز العنصري والعصبية الدينية والتعصب بجميع أشكاله وهي تناضل في سبيل مبادئ العدالة وحقوق الشعوب في تقرير مصيرها وحقوق الأفراد في الحرية الكاملة (نفس الميثاق) . ويلتزم الإعلاميون العرب بالصدق والأمانة في تأدية رسالتهم ويمتنعون عن إتباع الأسباب التي تتعرض بطريقة مباشرة أو غير مباشرة للطعن في كرامة الشعوب مع احترام سيادتها الوطنية واختياراتها الأساسية وعدم التدخل في شؤونها الداخلية وعدم تحويل الإعلام إلى أداة للتحريض على استعمال العنف وعدم التجريح بالنسبة لرؤساء الدول وعدم الانحراف بالجدل عن جادة الاعتدال . وطبقا للميثاق أيضا يلتزم الإعلاميون العرب بالصدق والموضوعية في نشر الأنباء والتعليقات ويمتنعون عن اعتماد الوسائل غير المشروعة في الحصول على الأخبار والصور والوثائق وغيرها من المضامين الإعلامية ويحافظون على سرية مصادر الأخبار والمعلومات إلا فيما يمس الأمن الوطني والقومي ، ويعتبر الإفتراء أو الاتهام دون دليل من الأخطاء الجسيمة التي تتعارض مع أخلاقيات مهنة الإعلام ، ويلتزم الإعلاميون بتكذيب أو تصويب الأنباء التي يثبت عدم صحتها (أشرف ، 2004) .

3. المواثيق الأخلاقية: محاولة تعريفية:

يرى أشرف رمضان بأن المواثيق الأخلاقية هي مجموعة من الآداب والقيم أو القواعد التي تعتبر صوابا بين أصحاب مهنة معينة . وكلمة ميثاق أخلاقي تعني وثيقة تحدد المعايير الأخلاقية والسلوكية المهنية المطلوب أن يتبعها أفراد جمعية مهنية. وتعرف بأنها بيان المعايير المثالية لمهنة من المهن تتبناه جماعة مهنية أو مؤسسة لتوجيه أعضائها لتحمل مسؤولياتهم

المهنية (أشرف، 2004) . وتختلف المسؤولية القانونية عن المسؤولية الأخلاقية باختلاف أبعادها ، فالمسؤولية القانونية تتحدد بتشريعات تكون أمام شخص أو قانون ، لكن المسؤولية الأخلاقية فهي أوسع وأشمل من دائرة القانون لأنها تتعلق بعلاقة الإنسان بخالقه وبنفسه وبغيره ، فهي مسؤولية ذاتية أمام الله والضمير . أما دائرة القانون فمقصورة على سلوك الإنسان نحو غيره وتتغير حسب القانون المعمول به ، وتتفادها سلطة خارجية من قضاة ، رجال أمن ونيابة . أما المسؤولية الأخلاقية فهي ثابتة ولا تتغير وتمارسها قوة ذاتية تتعلق بضمير الإنسان الذي هو سلطته الأولى . هنا يمكن القول أن الأخلاق بقوتها الذاتية لا تكون بديلا عن القانون ولكن كلاً من المسؤولية الأخلاقية والمسؤولية القانونية متكاملتان ولا يمكن الفصل بينهما في أي مهنة مهما كانت (Merrill, 2009).

إن الميثاق الأخلاقي لأي مهنة يضم القواعد المرشدة لممارسة مهنة ما للإرتقاء بمثالياتها وتدعيم رسالتها ، ورغم أهميته في تحديد الممارسات والأولويات داخل مهنة معينة إلا أننا لا يمكن أن نفرضه بالإكراه ولكن بالالتزام وأن الطريقة الوحيدة للحكم على مهنة معينة هو سلوك أعضاء تلك المهنة إزاءها ، والحفاظ على قيم الثقة والاحترام والكفاءة والكرامة . ويجب أن يتميز الميثاق الأخلاقي للمهنة بالتالي : الإختصار ، السهولة والوضوح ، تكون معقولة ومقبولة عمليا ، شاملة ، إيجابية ، توضح جميع الالتزامات أمام زملاء المهنة الواحدة ، المهنة نفسها ، المؤسسات التابعة لها ، المستفيدين منها ، الدولة ، المجتمع . ويسمي سليمان صالح المواثيق الأخلاقية بأخلاقيات المواثيق والإجراءات والمعايير وهي تعتمد على مجموعة منتقاة من المبادئ الموجهة للسلوك الأخلاقي . وهذه المبادئ

مهمة للمؤسسات الإعلامية خاصة في أوقات الأزمات ، وتستهدف هذه المبادئ تشكيل ذاتية المؤسسة الإعلامية أو الجماعة المهنية (سليمان، 2005) .

4. الحرية الإعلامية: المفهوم والمقاربة البيئية والحضارية:

تعددت آراء العلماء والفقهاء حول إيجاد تعريف جامع مانع لحرية الصحافة (أو الحرية الإعلامية عامة) ويرجع ذلك إلى اختلافهم حول العناصر التي تدخل في إطار هذه الحرية وهي : حق إصدار الصحف لكل التيارات ، حق الحصول على الأخبار والمعلومات ونشرها ، حق التعبير عن الآراء والأفكار و وجهات النظر المختلفة ، حق مراقبة السلطة وقطاعات المجتمع ، التوازن بين حقوق الأفراد والجماعات ، الالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية كضوابط لممارسة هذه الحقوق ، خدمة المصالح العامة للمجتمع (سعد، 1966) . وتأسيسا على ذلك ، فإنه لا ينبغي إغفال أحد هذه العناصر عند وضع تعريف دقيق للحرية الإعلامية ، لأن مفهوم حرية الإعلام يتعين أن يتسع ليشمل كل ما من شأنه أن يُوفّر حرية إصدار الصحف وإطلاق القنوات وعدم خضوعها للرقابة سابقة أو لاحقة (قبلية أو بعدية) من جانب السلطة ، فضلا عن كفالة حرية الصحفيين وإقرار حقهم في استيفاء الأنباء ونشرها وحرية الرجوع إلى مصادر المعلومات وكفالة الضمانات التي تُوفّر لهم الحماية عند ممارسة العمل الصحفي أو الإعلامي وثائقي أو درامي أو إخباري ...

وقد اجتهد حسين عبد الله قايد في تقديم تعريف للحرية الإعلامية بأنها " حرية الأفراد والجماعات في الحصول على الأخبار والتعبير عنها ، وعن أفكارهم بالنشر في إطار ديمقراطي حر وفي ظل احترام المبادئ الإنسانية

العالمية (قايد ، 1994) . يتميز هذا التعريف بأنه يتضمن أهم مقومات أو عناصر حرية الإعلام المتمثلة في حرية تلقي الأخبار وحرية التعبير عن الآراء والأفكار وحرية إصدار الصحف أو إقامة منشآت إعلامية ، بالإضافة إلى ذلك ، فقد اشترط التعريف ممارسة هذه الحريات في ظل نظام ديمقراطي حر وفي ظل احترام المبادئ الكونية ، وهذا التعريف أختارناه لأنه ينطبق مع عنوان هذه الدراسة ، ولم يشترط ممارستها في إطار القانون تأسيسا على أن هذا الأخير ما هو إلا انعكاس لطبيعة النظام السياسي في الدولة ، فإذا كان ديمقراطيا فمن الطبيعة أن يقرر قوانين تعبر عن إرادة الشعب وآماله وتفسح الطريق لحرية الصحافة . وهذا الرأي يُعبّر عن النظرة الغربية لحرية الصحافة والإعلام التي لا تتضبط بأي ضابط ماعدا الضمير الفردي . هكذا فإن حرية الصحافة والإعلام شأنها شأن كل الحريات ترتبط ارتباطا وثيقا بالبعد الحضاري السائد في الدولة ، فهي تضيق وتوسع بحسب المذهب الفلسفي أو الإيديولوجية التي يعتنقها المشرّع في هذا البلد أو ذاك ، والتي يمكن مطالعتها إذا نظرنا إلى تاريخ الصحافة منذ دخول المطبعة مع الحملة الفرنسية (أشرف ، 2004) .

تحدثنا عن المقاربة البيئية (Geographic) للحرية الإعلامية، فكيف يمكن الحديث عن الحرية الإعلامية وفق المقاربة الحضارية (Civilization) . يقال في الأدبيات العامة لكل مجتمع ثقافته وعاداته وتقاليد المتجذرة في عمق التاريخ والتراث ، ومن هذه الزاوية الحرية الإعلامية مفهومها يختلف من مجتمع إلى آخر ومن حضارة إلى أخرى ، وهنا قد نتحدث عن المرجعيات الفكرية والأدبية التي تأسس لمفهوم الحرية سواء الفردية أو الجماعية . فإذا كانت الفلسفة التنويرية تستمد روحها

ومبادئها من الحق الطبيعي للإنسان (الحرية حالة طبيعية في الإنسان على حد قول الفيلسوف الفرنسي جان جاك روسو) وبأن الحرية هي حالة فردية وطبيعية ونزعة فردانية* ، فإن الحرية الإعلامية في المجتمعات التي ننتمي إليها لها مرجعيات أخرى ومنابع أخرى ومصادر أخرى تجعلها تختلف عن الحرية في المجتمع الغربي . إن الحرية وفق المنظور الحضاري العربي الإسلامي ممارسة تعكس كل مجرد موجه للسلوك الفردي والجماعي حسب المفكر مالك بن نبي ، فالإنسان حر في ظل قيم المجتمع وثقافته وهو يتحرك مع المبادئ والمعايير وينشط في إطارها . فتصبح عندئذ الحرية مسؤولية اجتماعية بالدرجة الأولى ، وهذا الطرح لا يختلف كثيرا عن تلك النزعة الغربية التي ظهرت في عام 1948 ، وكان من نتيجتها ظهور مذهب أو نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام (Social Responsibility Theory) بقيادة لجنة "هوت تشينز" البريطانية . مع أن الغرب نفسه تجاوز الآن مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأصبحت هناك دوائر فكرية غربية تتنادي بإعتناق المسؤولية الأخلاقية (Ethical Responsibility) عند تعريف مفهوم الحرية الإعلامية . أي الانتقال الطبيعي والسلس من المسؤولية الاجتماعية إلى المسؤولية الأخلاقية (عبد الرحمن ، 2014) .

5. القيم الكونية :

أصبح مفهوم القيم الكونية من المفاهيم الأكثر رواجاً والأكثر استهلاكاً لدى السياسيين والمثقفين المعاصرين ولدى عامة المنظمات الحقوقية ومن يسمون بالنشطاء الحقوقيين ، بل أصبحت عبارة القيم الكونية تمثل عندهم مرجعية عليا ، مسلمة ومقدسة . وعلى الرغم من كون مصطلح (القيم الكونية) أصبح يحيل على عدد من المعاني الإيجابية والممتازة والمسلّمة في مجملها

فإن التأمل فيه والتمحيص النقدي لمضامينه يكشفان عن جملة من الإشكاليات والثغرات مازالت قائمة في هذا المصطلح وفي مضامينه ، مما يسمح بسوء استخدامه وتوظيفه . ومن ذلك ما معنى وصف " الكوني " و " الكونية " ؟ وما حدود هذه الكونية ؟ وهل هي فعلا نسبة إلى الكون ، بمعنى الوجود كله بأرضه وسماواته ومَجَرَّاته ... إن الكون ليس سوى الكوكب الأرضي الصغير ومن عليه من الناس ؟ إن المقصود بالقيم الكونية هو ما كان مقبولا ومتبعا لدى كافة شعوب الكرة الأرضية وهي تلك التي تُجمع على الإيمان بها والعمل بمقتضاها كل الأمم والشعوب بغض النظر عن إنتمائهم الديني والإثني والعنقي (Damien,2007) .

ويقصد بالقيم الكونية في هذه الدراسة اختصارا الحقوق الفردية (وعلى رأسها الخصوصية Privacy) والحقوق المجتمعية وحقوق الدولة والحقوق الإنسانية (Humanism). وهي إجمالا تلك القيم التي تحدد العلاقة بين وسائل الإعلام والمحيط الداخلي والخارجي. وتتص بعض المواثيق الأخلاقية منذ العشرينيات من القرن الماضي على العلاقات الوثيقة التي تحكم وسائل الإعلام بالأفراد والمجتمع والدولة والإنسانية في جملة من المبادئ والمعايير تُحدد هذه العلاقات .

5. 1 القيم الفردية :

وهي تلك المسؤولية الأخلاقية التي تمارسها وسائل الإعلام نحو الأفراد وعلى رأسها احترام الخصوصية (Privacy) . وقد ظهر هذا المبدأ في 48 ميثاقا أخلاقيا من بين المواثيق التي قام سليمان صالح بتحليلها في دراسته عن أخلاقيات الإعلام (صالح ، 2005) . هناك الكثير من التعريفات لحق الخصوصية لكن الأساس الذي تدور حوله تلك العبارة التي وضعها

لويس برانديز القاضي في المحكمة العليا الأمريكية عام 1980 ، هي حق الإنسان في أن يترك وحده وأعتبر هذا القاضي أن هذا الحق هو أساس كل الحريات . كما يرى البعض أن هذا الحق يشكّل الاستقلال الذاتي للإنسان ويشكل ذاتيته . ويعني التمتع بحق الخصوصية أن يحتفظ كل إنسان بأسراره التي يجب أن لا يطلع عليها آخرون . و يضيف بيلسي بأن هناك ثلاثة أنواع من حق الخصوصية يجب على رجال الإعلام حمايتها ، وهي : الخصوصية الفيزيائية أو الجسدية ، الخصوصية الاتصالية والعقلية ، والخصوصية المعلوماتية. ويعرف عزي عبد الرحمن الخصوصية على أنها حق الفرد في أن يترك لحاله في شخصه وبيته وعائلته ومعلوماته الشخصية وغيرها من تلك لا يؤدّ الفرد أن تأتي إلى العلن عبر وسائل الإعلام لإعتبارات عدة . وتختلف الخصوصية من منضومة قيمة إلى أخرى ومن ثقافة إلى أخرى ومن فرد إلى آخر ومن حالة إلى أخرى . ويُعدّ البيت على حد قول عبد الرحمن عزي المجال الأوضح الذي تتجلى فيه الخصوصية ، وتنبت العديد من قوانين الخصوصية فكرة إرتباط الخصوصية بالمكان الذي يتوقع فيه الفرد خصوصيته ، أي بيته. فأخذ صورة الآخر في مكان عمومي قد لا يخل بالخصوصية ولكن أخذ تلك الصورة في بيت صاحبها باستخدام كامرا بعدسة خاصة تعدّ على الخصوصية (عزي ، 2014). ومعرفيا فقد ذكر العالم الأكاديمي جاكيت (Dale Jacquette) أن مسألة الخصوصية تمس الفرد وحقه في الإعلام والاتصال من ثلاث جوانب على الأقل : 1/ إن الخصوصية شرطا ضروريا في تحقيق حرية التعبير ، 2/ إن الخصوصية حق في حد ذاته وجوهره إحترام الفرد واستقلالته ، و 3/ إن الخصوصية

تحدث السعادة وتجاوزها يحدث الألم لدى الفرد " المتضرر " أو الذي يعتقد أنه تضرر من نقل خصوصيته إلى العلن (Dale , 2007).

5. 2 القيم المجتمعية:

يقصد بالحقوق والقيم المجتمعية مسؤولية وسائل الإعلام نحو المجتمع الذي ينتمون إليه . وتتمثل هذه الحقوق والقيم في الدفاع عن الحريات العامة للمجتمع ، حيث أن هناك علاقة وطيدة بين حرية الإعلام وحرية المجتمع ، ففي مناخ الحرية تزدهر حرية الإعلام والعكس صحيح ، ولذلك فإن دفاع وسائل الإعلام عن الحريات العامة للمواطنين هو مسؤولية مجتمعية . وتتخلص الحريات العامة للمجتمع في حرية العقيدة ، حرية الفكر، حرية الرأي والتعبير ، حرية الصحافة ، ، حق الجمهور في المعرفة ، حماية حق الجمهور في الحصول على المعلومات ، حق وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات ونشرها ، واجب وسائل الإعلام في التغطية الشاملة والمتكاملة للأحداث من حيث التفسير والتحليل ومشاركة المجتمع في التعليقات على الوقائع بكل موضوعية ونزاهة وعدم التحيز وكذا عدم إساءة تقديم المعلومات والصور المخلة بالحياء ، الدقة (Accuracy) في نقل الوقائع والفصل بين الرأي والواقعة ، إدارة المناقشة الحرة في المجتمع ونقلها إلى الجمهور مع احترام حقوق كل الأطراف في المجتمع في التعبير عن آرائها وكذا احترام حق النقد والنقد البناء (Constructive critic) .

5. 3 الحقوق الإنسانية :

هناك مبادئ إنسانية عالمية ينبغي لرجال الصحافة و الإعلام الالتزام بها في كل أنحاء العالم. فقد قامت اليونسكو في السبعينيات من القرن العشرين بالدفاع عن فكرة التوصل إلى ميثاق أخلاقي عالمي لوسائل الإعلام،

ولتحقيق هذا الهدف بذلت جهودا عديدة بالإشتراك مع العديد من المنظمات الإعلامية المهنية الدولية والإقليمية . وتتمثل المسؤولية الإنسانية في وسائل الإعلام في النقاط التالية : تدعيم وسائل الإعلام عبر العالم للسلام والتفاهم الدولي ، الإمتناع عن الدعوة إلى الحرب أو تبريرها ، احترام تنوع الثقافات واحترام الذاتية الثقافية للشعوب المختلفة ، احترام كرامة الشعوب والأفراد ، مقاومة التفرقة العنصرية ، مقاومة الفقر وسوء التغذية والمرض ، احترام حق الشعوب في الكفاح ضد الاستعمار ، احترام سيادة الدول واستقلالها ، الدفاع عن حقوق الإنسان ، العمل على تحقيق المساواة ، احترام حقوق الشعوب في اختيار نظمها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، تشجيع التدفق الحر والمتوازن للمعلومات ، احترام حق الدول والشعوب والأفراد في الاتصال إلخ... ولعل أهم مايمكن أن تحرص عليه وسائل الإعلام هو رفض الظلم والهيمنة والسيطرة والحصار والإبادة الجماعية والإضطهاد والتعذيب وانتهاك حقوق الإنسان والتمييز العنصري ، وفي الوقت نفسه الإلتزام بالإنحياز للحق والعدالة والمساواة واحترام كرامة الإنسان وإنسانيته وحقه في الحياة وحماية الأسرة وحماية الحضارات وثقافات الشعوب وتنوعها (صالح ، 2005)...

5. 4 حقوق الدولة كقيمة إعلامية :

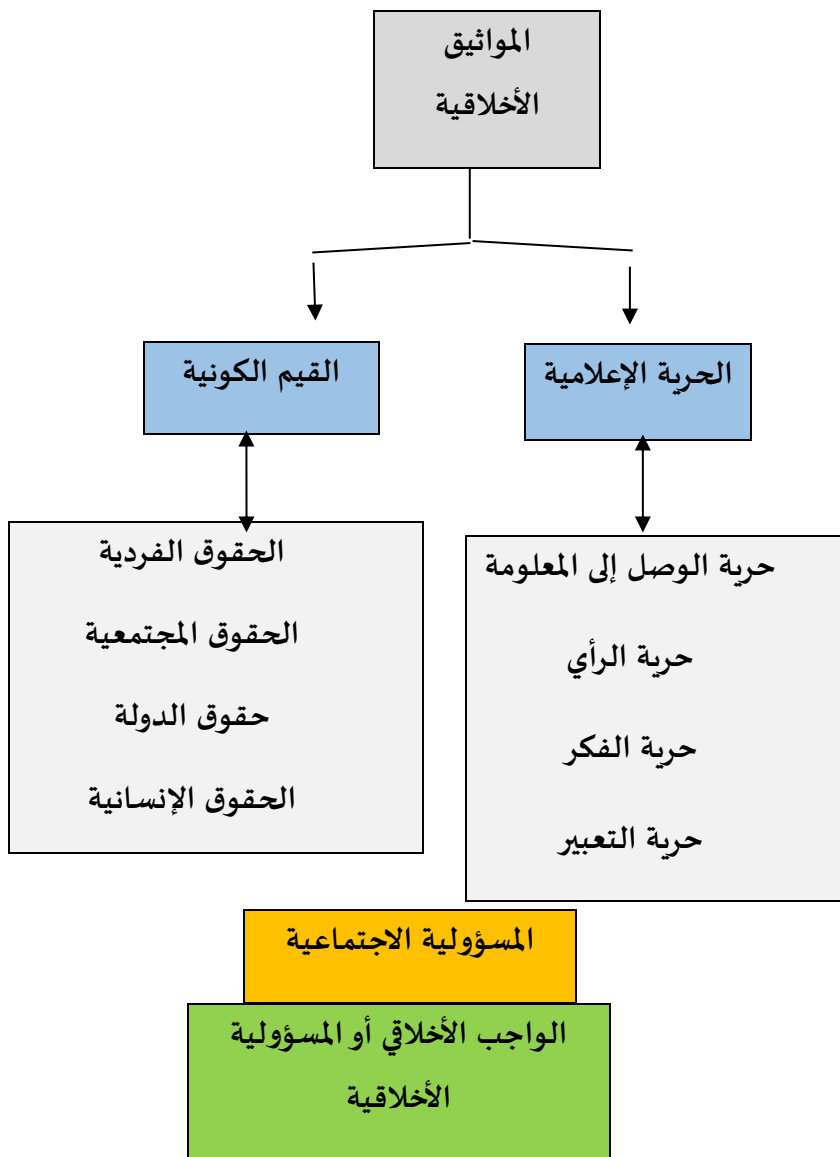
تتمثل المسؤولية الأخلاقية لوسائل الإعلام نحو الدولة حسب المواثيق الأخلاقية في تحقيق المبادئ التالية : حماية الأمن القومي، عدم نشر المعلومات السرية التي يشكل نشرها ضررا بالمصلحة العامة ، احترام مؤسسات الدولة ، إحترام الدستور وقوانين الدولة السارية المفعول . إن المسؤولية الأخلاقية نحو الدولة كما يرى لويس ألفين داي (Louis Alvin

Day) تقوم على : العمل على تحقيق تماسك المجتمع وتوحيده ، الدفاع عن إستقلال الدولة ، الحفاظ على منظومة القيم الأخلاقية والإجتماعية المحلية ، المساهمة في الإدارة الديمقراطية للمجتمع عن طريق إدارة المناقشة الحرة لكل قضايا المجتمع بين كل الاتجاهات الفكرية والسياسية ، احترام دور السلطات الثلاثة ووظائفها مع حق وسائل الإعلام في النقد وكشف الإنحرافات .، المساهمة في تحقيق التغير السلمي للمجتمع وتعديل الدستور أو القوانين بالأساليب الديمقراطية (Alvin Day، 2006).

6. كيفية إحداث التوازن بين الحرية الإعلامية والقيم الكونية ؟

تعتبر الحقوق العامة، أي القيم الفردية والمجتمعية والإنسانية وحقوق رجال الإعلام نحو الدولة ونحو مصادر المعلومات من واجبات الصحفيين والإعلاميين وينبغي الالتزام بها وتطبيقها أثناء الممارسة العملية، أي أثناء التغطيات الإعلامية للأنشطة المختلفة وخاصة تلك المناطق التي تعاني اضطرابات سياسية أو هزات إقتصادية وتكثر فيها الأحداث المتداولة إعلاميا . فهذه الحقوق العامة المتضمنة في المواثيق والتي أشرنا لها لا تتعارض ولا تتناقض مع الحرية الإعلامية التي يتمتع بها الإعلاميون. وقد نستخلص إلى أن المواثيق الأخلاقية ليست وسيلة يسترشد بها الإعلاميون فحسب بل هي التي تحدث ذلك التوازن المنطقي بين الحرية الإعلامية من جهة والحقوق العامة من جهة أخرى. وكلما ارتبطت الحرية الإعلامية بالالتزام الأخلاقي من خلال الأخذ بعين الاعتبار بنصوص هذه المواثيق والمتمثلة في المبادئ والمعايير الأخلاقية الفردية والمجتمعية والإنسانية كلما تقل المشاكل والمغالطات الصحفية . ونحن نعتقد أن المسألة هي عالمية، وتخص جميع الصحفيين بغض النظر عن مستوياتهم وتباينهم الفكري

والإيديولوجي والمذهبي. إن هذا الطرح يضع الممارسة الإعلامية في سياقها الأخلاقي الصحيح ، فالحرية الإعلامية تعكس رؤية معرفية واجتماعية وحضارية في هذه الحالة وليست أداة معزولة وشخصية بقدر ماهي دستورا للنظام الأخلاقي في المجتمع وكلما كانت الصلة بين الحرية والالتزام الأخلاقي حاضرة كان القانون فاعلا حضاريا في الممارسة الإعلامية . إن الأخطاء التي يقع فيها الصحفيون في أيامنا هذه هي أخطاء بالأساس لها علاقة بعدم الالتزام بمواثيق الشرف الإعلامي المحلية والإقليمية والدولية والتي هي في الأصل من إنتاج رجال الإعلام أنفسهم عبر تنظيماتهم المهنية ، فالإلتزام بالمعايير المهنية والفنية للمهنة وحدها لا يلبي الغرض ، والموجه الحقيقي للمهنة الإعلامية ليس من خلال الإلتزام بقوانين الإعلام بل تُعدُّ المواثيق الأخلاقية والإسترشاد بها عند الحاجة ضرورة ملحة لتقليص النقائص الكثيرة الموجودة في الممارسة الإعلامية . إن الإلتزام بنظرية الواجب الأخلاقي قبل المسؤولية الاجتماعية يعتبر حلا لهذه المشكلة، فالعودة إلى الواجب الأخلاقي بوصفه أداة و مرجعية ومرتكز في مواثيق الشرف و في اتخاذ القرارات الأخلاقية في الممارسة الإعلامية شيء إيجابي جدا . ويعني الواجب الأخلاقي في المطلق أن مسؤولية الإعلامي و المؤسسة الإعلامية أخلاقية بالدرجة الأولى و تأتي أخرى الاعتبارات مثل العقلانية و الاجتماعية و المنفعة (مكملة) بمستويات مختلفة عندما لا تتعارض مع المسؤولية الأخلاقية الأولى. تعد نظرية الواجبات الأخلاقية ضرورية و مفهوم الالتزام الإيجابي بين البعدين العقلاني و الروحي يتضح من خلالها ، كما و تسعى الى ربط الممارسة بالوعي الأخلاقي الفردي و المرجعية القيمية.



7. الخاتمة:

وقد تأكد بناء على ما تقدم من معلومات وإنطلاقا من الواقع الإعلامي المتدرج أن المبادئ الأخلاقية ، رغم أهميتها ، لا يلتزم بها كثير من الإعلاميين ولذلك تظل مجرد نصوص جامدة، كما تأكد أنه ليس هناك عقوبات يتعرض لها الإعلامي الذي لا يلتزم بهذه الأخلاقيات (في شكل مبادئ أو نصوص) ، أو ينتهكها. وتوصف المبادئ الأخلاقية بأنها دون أنياب وأنها قليلة الأهمية من حيث الفعل والممارسة المهنية إذا ما قورنت بالتشريعات الإعلامية الأخرى ومنها قوانين الإعلام المتضمنة لمواد تخضع للقاعدة الحقوقية والقانونية بأنها إلزامية ، عامة ومجردة ... و بالرغم من المحاولات التي بذلت للبحث عن وسائل لتوقيع عقوبات على عدم الالتزام بالمبادئ الأخلاقية الإعلامية إلا أنها تظل عقوبات لا قيمة لها ، ولا تؤدي إلى الالتزام بالأخلاقيات . وتوصي هذه الدراسة المتواضعة الصحفيين بالإطلاع على بعض المبادئ الأخلاقية للإعلام واستعراض بنودها وموادها لمعرفة الواجبات والأخلاقيات التي يجب على وسائل الإعلام أن تلتزم بها، لأن معرفة المتلقي للمبادئ الأخلاقية تمثل المقياس الذي يقيس به أداء الوسيلة الإعلامية ومدى التزامها. ويبتعد بذلك عن التفكير الخاطيء الذي يفترض بشكل غير صحيح أن مالك الصحيفة (أو أي مؤسسة إعلامية مكتوبة) له أن ينشر فيها ما يشاء وأن مالك القناة الفضائية له أن يعرض فيها ما يشاء بدون أي ضوابط وأي التزامات وأي أخلاقيات . إن المبادئ الأخلاقية هي "الأنا الأعلى" الإعلامي الذي يحدث التوازن (Balance) بين الحرية الإعلامية التي يتمتع بها الإعلامي والمبادئ الكونية والإنسانية .

التهميش :

1. خوجة ، أشرف فهمي . (2013) . التشريعات الإعلامية بين الرقابة وحرية التعبير . الإسكندرية : مكتبة الوفاء القانونية . ص12.
2. Clifford G. Christians. (2014). Recent trends in global media, conference given at the college of Communication. university of Sharjah. March 11.
3. صالح ، سليمان . (2005) . أخلاقيات الإعلام . الإمارات العربية المتحدة : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع . ص 23.
4. Jacquette, Dale. (2007). Journalistic Ethics: Moral Responsibility in the media. Pearson. New Jersey. pp23.
5. لفقة موسى ، علاء . (2009 م). العوامل المؤثرة على الحريات الصحفية ، دراسة مسحية للدساتير و قوانين الصحافة في الوطن العربي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، معهد البحوث والدراسات العربية ، جامعة الدول العربية ، القاهرة .
6. رمضان، أشرف . (2004) . حرية الصحافة ، دراسة تحليلية في التشريع العربي . القاهرة : دار النهضة المصرية . ص 27 .
7. John, Merrill. (2009) Ethical Communication: Moral Stances in Human dialogue. University of Missouri Press. London.pp 56.
8. صالح ، سليمان ، نفس المرجع السابق ، ص45.

9. محمد، سعد إبراهيم. (1966). حرية الصحافة ، دراسة مقارنة في السياسة التشريعية وعلاقتها بالمنظور الديمقراطي . القاهرة : دار الفكر العربي. ص 27.
10. رمضان، أشرف. (2004). نفس المرجع السابق ، ص 36.
11. عبد الرحمن، عزي. (2014). قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي. تونس : الدار المتوسطة للنشر . ص45.
12. Damien Keown. (2006). Buddhism: Morality without Ethics. in Damien Keown, Buddhist studies from India to America. New York: Routledge. P 67.
13. صالح ، سليمان ، نفس المرجع السابق ، ص 48.
14. عبد الرحمن، عزي. (2014). المرجع السابق نفسه . ص 33.
15. Louis, Alvin Day. (2006). Ethics in Mass Communication. Cases and Controversies. USA: Thompson and Wadsworth. p 89.
- قائمة المراجع :**
- أشرف فهمي خوجة ، التشريعات الإعلامية بين الرقابة وحرية التعبير ، مكتبة الوفاء القانونية ، (الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية ، 2013)
- أشرف رمضان ، حرية الصحافة ، دراسة تحليلية في التشريع العربي، دار النهضة المصرية ، (القاهرة: دار النهضة العربية ، 2004)
- حسين عبد الله قايد ، حرية الصحافة ، دراسة مقارنة في القانونين المصري والفرنسي ، (القاهرة ، دار النهضة العربية ، 1994)

-سليمان صالح ، أخلاقيات الإعلام ، ط2، (الإمارات العربية: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، 2005)

-محمد سعد إبراهيم ، حرية الصحافة ، دراسة مقارنة في السياسة التشريعية وعلاقتها بالمنظور الديمقراطي ، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1966)

-علم الدين محمود ، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين ، (القاهرة: دار النهضة العربية ، 2008)

-عزي عبد الرحمن ، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي ، (تونس: الدار المتوسطة للنشر ، 2014)

-عزي عبد الرحمن ، نظرية الواجب الأخلاقي ، مع تعليق للبروفسر كليفورد كريستنز ، (تونس: الدار المتوسطة للنشر ، 2016)

-ميثاق التضامن العربي الصادر عن مؤتمر القمة العربية بالدار البيضاء في 15 سبتمبر عام 1965.

رسائل جامعية:

-علاء لفقة موسى ، العوامل المؤثرة على الحريات الصحفية ، دراسة مسحية للدراسير و قوانين الصحافة في الوطن العربي ، رسالة ماجستير ، معهد البحوث والدراسات العربية التابع لجامعة الدول العربية ، القاهرة ، مايو ، 2009.

إحالات :

* عاشت أوروبا خلال القرنين السادس عشر والسابع عشر فترة نضال كبيرة من أجل الحرية الطبيعية للإنسان حيث تبلورت أفكار كل من جان جاك روسو ، دفيد هيوم ، جون لوك ، فولتير ، منتسكيو ، جون ميلتون وجون ستيورت مل وغيرهم في ميلاد فلسفة سميت آنذاك بالفلسفة التنويرية التي كانت هي العامل الفكري الأساس في إندلاع الثورة الفرنسية عام 1789 وسقوط النظام الإقطاعي أو حكم النبلاء الذي حل محله النظام الليبرالي أو نظام البرجوازية الصغيرة ، وظهور المبادئ الأربعة المعروفة : الحرية ، العدالة ، المساوات والأخوة . وقد كانت هذه الفلسفة التنويرية المبنية على الحق الطبيعي للفرد في الحرية هي العامل الرئيس في انبثاق لائحة الحرية وحقوق الإنسان التي ظهرت نتيجة للثورة الفرنسية . كما ساهمت هذه الفلسفة

التنويرية في صدور قانون الإعلام الفرنسي عام 1881 الذي كان يسمى قانون منع الرقابة ، وهو قانون الإعلام الأول الذي ألغي تلك القيود التي كانت مفروضة على رجال الفكر والسياسة والصحفيين إبان القرنين الخامس عشر والسادس عشر والسابع عشر في بريطانيا وألمانيا وبغض دول أوربا في تلك الفترة . ويستلهم قانون الإعلام الفرنسي روحه ومبادئه من لائحة الثورة الفرنسية الخاصة بالحرية وحقوق الإنسان التي استفاد منها الفرد في أوربا ولم يكن الأمر كذلك في إفريقيا وأمريكا اللاتينية مثلا.

المراجع باللغة الإنجليزية:

1. Clifford G. Christians, Recent trends in global media, conference given at the college of Communication, university of Sharjah, March 11 ,2014.
2. Dale Jacquette, Journalistic Ethics: Moral Responsibility in the media, Pearson, New Jersey, 2007.
3. Damien Keown, Buddhism: Morality without Ethics, in Damien Keown, Buddhist studies from India to America, Routledge, New York, 2006.
4. John Merrill, Ethical Communication: Moral Stances in Human dialogue, University of Missouri Press, London, 2009.
5. Louis Alvin Day, Ethics in Mass Communication, Cases and Controversies, Thompson and Wadsworth, USA, 2006.