

النظام الأخلاقي والنظام الإعلامي: قراءة في الإتجاهات المعرفية المعاصرة

أ.د. عبد الرحمن عزي

جامعة الشارقة

Prof.azzi@gmail.com

تاريخ القبول: 20 - 06 - 2018

تاريخ الاستلام: 15 - 05 - 2018

ملخص :

تعد نظرية الحتمية القيمية في الإعلام نظرية علمية ومعيارية في نفس الوقت، فهي تقدم نموذجا معرفيا في تفسير الظاهرة الإعلامية وعلاقته بمستويات الفكر والعقل والممارسة ، تبحث فيما ينبغي أن يكون، وقد انشغلت منذ الوهلة الأولى بالمسألة الأخلاقية بإعتبار الإعلام رسالة رغم ثقل الوسيلة في المجتمع المعاصر وبحكم إرتباط القيمة بالمرجعية الحضارية المتميزة.

يبرز إسهام النظرية في مجال دراستنا عن أخلاقيات الإعلام في الرؤية النورسية النورانية ، إذ تتضمن "تفاصيل" عن الأخلاقيات التي ينبغي تبنيتها في الممارسة الإعلامية و الجهود المبذولة مع "كريستنز كليفوردي" في سياق ما أصبح يعرف بأخلاقيات الإعلام العالمية.

:Abstract

The theory of value determinism in the media is both a scientific and a normative theory, providing a model of knowledge in the interpretation of the media phenomenon and its relationship to the levels of thought, mind and practice, looking at what should be, and has been preoccupied from the very beginning with the moral question of the media as a message despite the weight The means in contemporary society and by virtue of the attachment of value to the distinctive civilizational reference.

The theoretical contribution of our study on media ethics is reflected in the Norism vision, which includes the "details " of the ethics that should be adopted in the media practice and the efforts made with the "Christens Clifford " In the context of what has become known as global media ethics.

كلمات دالة : الحتمية ،القيم ، الإعلام ، الممارسة ، أخلاقيات .

تقوم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام على أولوية الأخلاقي على الإعلامي¹ وأن الرسالة الإعلامية، فيما ينبغي أن تكون، قيمة تحمل معنى عبر وسيلة إعلامية تقليدية أو جديدة في سياق اجتماعي وحضاري معين، ولكن في "الوضع" أو "الواقع" فإن علاقة الأخلاقي بالإعلامي تأخذ عدة أشكال على النحو المذكور في رسم 1، فقد تكون العلاقة محدودة أو منفصلة (أ) ومن ثم يتحرك الإعلام في سياقات أخرى مثل سياق السوق بدافع تحقيق الربح أو بساقيات أيديولوجية متعددة، أو علاقة متداخلة (ب) عندما يكون الانشغال بالفعل الأخلاقي حاضرا جزئيا عندما تتشغل المؤسسة بقضايا المهنة ومواثيق الشرف الإعلامية مثلا، أو (ج) عندما يكون الجانب الأخلاقي سائدا في عملية اتخاذ القرارات الأخلاقية في الممارسة الإعلامية وذلك نادر ويقترّب من الحالة المعيارية.

سادت العلاقة المنفصلة (حالة أ) بين المجالين وبدرجات مختلفة معظم الأنظمة الإعلامية في التاريخ القديم والمعاصر (النظرية السلطوية² والشمولية³ والبرالية⁴)

¹ انظر مبادئ النظرية في

د. عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1993.

² القرنان 16 و 17 بأوروبا

الأنظمة الاشتراكية في أوروبا الشرقية من فترة ما بعد الحرب العالمية الأولى إلى مرحلة تفككها في الثمانينيات³ من القرن العشرين إضافة إلى معظم أنظمة دول الجنوب.

⁴أوروبا من القرن الثامن عشر إلى الحرب العالمية الثانية

فكانت الأيديولوجية المحرك الأساس في الشأن الإعلامي في تلك الأنظمة على الرغم من أن الليبرالية ولدت مفاهيم معيارية جدلية وبالأخص "النظرة الجديدة" للإنسان ومكانته الخاصة في التعبير بحرية والمشاركة الفعالة في الحياة السياسية. وقد برز المجال المعياري بشكل أوضح مع ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام⁵ والتي طرحت خمس مبادئ⁶ من حيث ما ينبغي أن يكون. ولعل نظرية المسؤولية الاجتماعية شكلت مدخلا إلى العلاقة المتداخلة بين المجالين (حالة ب) وذلك تزامنا مع ظهور الانشغال بالجانب الأخلاقي من طرف أصحاب المهنة عبر موثيق الشرف الإعلامية⁷ واهتمام الأكاديميين بمجال أخلاقيات الإعلام⁸ وتشريعاته بوصفه مجالا معرفيا مركزيا في التكوين الإعلامي بل أنه أصبح معياريا رئيسا في اعتماد برامج الاتصال الجماهيري في الغرب وخارجه. وتعتبر نظرية الحتمية القيمة أن المجال الأخلاقي متغير فاعلا فيما ينبغي أن يكون إذ أنه يمس مختلف مجالات الإعلام ومستوياته ويدفعها إلى الارتباط بالقيمة (حالة ج).

رسم 1: نموذج علاقة النظام الأخلاقي بالنظام الإعلامي

⁵ الحالة الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية

⁶ تشمل (1) تقديم مضمون صادق ومتكامل وذكي للأحداث اليومية في سياق يعطي لها المعنى ، (2) يكون الإعلام بمثابة مساحة لتبادل الأفكار والنقد، (3) تقديم صورة ممثلة عن مختلف مكونات المجتمع، (4) أن يتطلى الإعلام بالمسؤولية في توضيح غايات المجتمع وقيمه و (5) توفير حق الوصول الكامل إلى مصدر الحقائق اليومية. في:

Fred S. Siebert, Theodore Paterson and Wilbur Shramm, *Four Theories of the Press*,
University of Illinois Press, first published in 1956.

⁷ ظهر أو ميثاق شرف إعلامي باسم ركائز الصحافة (Canons of Journalism) من طرف الجمعية الأمريكية لرؤساء التحرير (American Society of Newspaper Editors) سنة 1929 وتضمن سبعة مبادئ.

⁸ أول كتاب أكاديمي في أخلاقيات الإعلام:

Crawford, Nelson A. *The Ethics of Journalism*. New York: Alfred A. Knopf, 1924.



ب.

أ. نظام أخلاقي منفصلج. نظام أخلاقي مترابطد. نظام أخلاقي متداخل

المصدر: د. عبد الرحمن عزي، النظام الأخلاقي والنظام الإعلامي، 2016

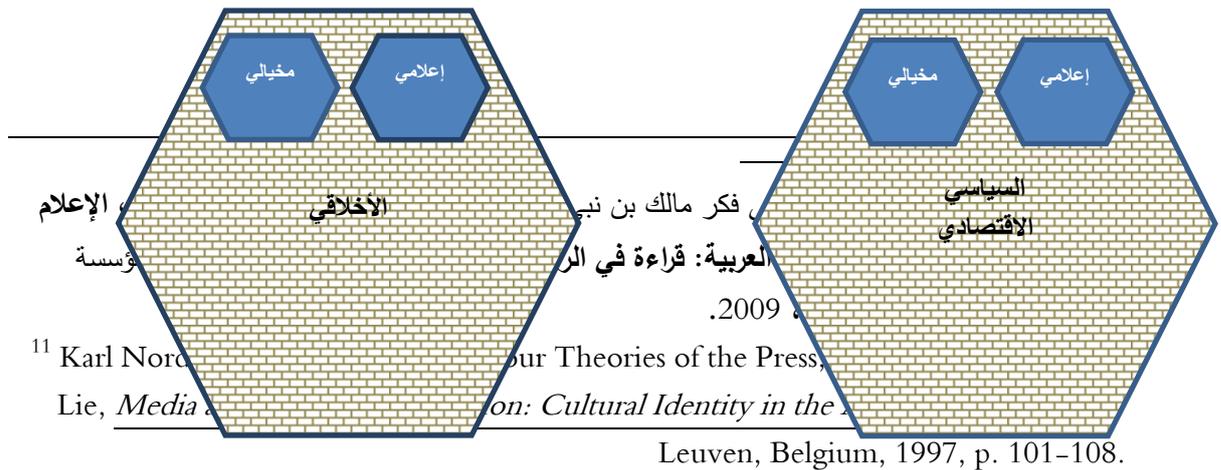
وإذا أخذنا العلاقة بين الأخلاقي والإعلامي إلى مستوى آخر، أي علاقة الأخلاقي بالنظم الأخرى المحيطة (التنفيذي والتشريعي والقانوني والمخياي⁹) تقلصت تلك العلاقة إلى نموذجين: النموذج (أ) الذي يكون فيه الأخلاقي متغيرا تابعا ويتلون بلون المجال السائد (السياسي الإقتصادي) وهو النموذج السائد، والنموذج الذي يكون فيه الأخلاقي متغيرا مستقلا مؤثرا في الأنظمة المحيطة (النموذج ب) وهو الحالة المعيارية. (انظر رسم 2). وقد تتنوع أشكال تلك العلاقة بين نظام لبرالي وآخر سلطوي مركزي حيث تكون المجالات المكونة (الإعلامي والتشريعي والتنفيذي والقانوني) إما تابعة للمكون السياسي الإقتصادي في الحالة المركزية أو مستقلة نسبيا بحيث يصبح الإعلام سلطة رابعة تؤثر في المجالات الأخرى في الحالة اللبرالية، غير أن العلاقة مع الجانب الأخلاقي لا تخرج عن المعادلة السابقة من كونه متغير فاعل أو تابع. وعليه، تكون الطاقة المحركة في المجتمع في النموذج (أ) ذات طبيعة سياسية واقتصادية تتعايش فيه الاعتبارات الأخلاقية بشكل ثانوي، وبالمقابل تتحول

⁹ مفهومنا "المخياي الإعلامي" في د. عبد الرحمن عزي، "الرأي العام والعصبية والشورى: رؤية قيمية"، في د. عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال: رؤية قيمية.....

الطاقة المحركة (أو في التاريخ بتعبير مالك بن نبي¹⁰ و طوينبي) إلى الأخلاقي فتصبح المكونات الأخرى تتحرك في إطاره وليس خارجا عنه (النموذج ب).

وقد تعددت تصنيفات الأنظمة الإعلامية منذ تصنيف "سيبرت وبترسن وشرام" (النظريات الأربعة في الصحافة) حيث تمت إضافة التجربة الأوروبية وأنظمتها الإعلامية مثل نظام الديمقراطية الاجتماعية ونظام الخدمة العامة¹¹ المتأثر نسيبا بمفهوم المجال العام¹²، وتمت أيضا إضافة النظام التنموي لدول الجنوب. و قام ويليم روف¹³ بدروه بتكييف تلك التصنيفات على الأنظمة الإعلامية بالمنطقة العربية¹⁴ وأورد تصنيفه الثلاثي (تجديدي، موالى، ومتنوع)، غير أن هذه التصنيفات العديدة لم تتخلص من اعتماد علاقة الإعلام بالدولة المتغير الحاسم في التصنيف ولم تظهر الاعتبارات الأخلاقية إلا مع نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام بوصفها على غرار نظرية الحتمية القيمية في الإعلام نظرية معيارية معاصرة.

رسم 2: نموذج علاقة النظام الأخلاقي بالنظم الأخرى



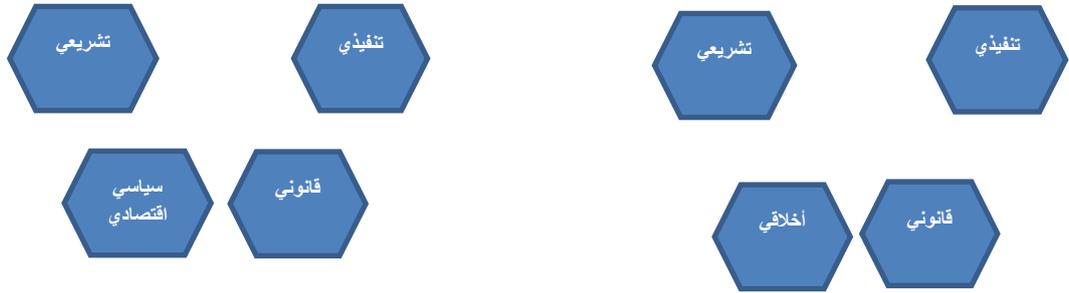
¹¹ Karl Nordmann, 'Four Theories of the Press', Lie, Media...

Leuven, Belgium, 1997, p. 101-108.

¹² Jurgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere*, translated by Thomas Burger, The MIT Press, Cambridge, Mass., 1991.

¹³ William Rugh, *The Arab Media: News Media and Political Process in Arab World*, Syracuse University Press, New York, 1987.

¹⁴ د. عبد الرحمن عزي، "الصحافة العربية: قراءة تقييمية في ثلوت ويليم روف،" *الفكر العربي* (بيروت)، العدد 58، 1989.



أ. الواقع

ب. النظرة المعيارية

المصدر: د. عبد الرحمن عزي، النظام الأخلاقي والنظام الإعلامي، 2016

وقد ظهرت الصحافة في بداية تاريخها في القرن 16 أداة للسلطة مثلما نقرأ في النظرية السلطوية التي سادت في تلك الفترة، ولم يكن الشأن الأخلاقي مطروحا بحكم أن الصحافة كانت وسيلة فحسب ودورها في نقل المجال السياسي "المعقد" إلى الرعية التي اعتبرها ميكيافيلي مهمة فقط في جعل الخطاب السياسي أكثر فعالية.¹⁵ وتعرض هذا المنطق إلى التفكك مع بداية عصر التنوير حيث تغيرت النظرة إلى مكانة الفرد وأصبح متغيرا مستقلا ذا كرامة وصوت وله حقوق إنسانية ومسؤوليات، ونمى من ذلك الحق في المعرفة والتعبير الحر عبر وسائل الإعلام. وقد أدخلت النظرية الليبرالية البعد المعياري في الإعلام من بوابة مفاهيم حرية التعبير وحرية الصحافة وحق الجمهور في "أن يعلم" والتركيز على حرية انتقال الأفكار دون أي قيود خاصة من جهة السلطة. وقد اعتبر جون ستورات ميل، أحد فلاسفة عصر التنوير، أن "حرية التعبير وحرية الصحافة" قيمة حضارية ترمز إلى مكانة الفرد واستقلاليته وحقه في التعبير والاختيار. ولم يعد هذا الفرد يحتاج في نظرة إلى من يملئ عليه تفكيره ونظرته إلى قضاياها إنما الفرد هو المالك لتفكيره في سياق الجدل

¹⁵ Niccolo Machiavilli, *The Prince*, Dover, NY, 1992, first published 1532.

والنقاش في جو مفتوح بعيدا عن أي إكراه. وقد مهد كتابه "عن الحرية"¹⁶ (On Liberty) الذي يعد "إنجيل حرية الصحافة" في الغرب، للتجربة اللبرالية في الصحافة التي امتدت من عصر التنوير إلى الحرب العالمية الثانية حديثا. ورغم أن مبدأ "حرية الصحافة" أساسي في الفكر اللبرالي، إلا أنه ومن الناحية المنهجية فإنه ضرورة أكثر من أن يكون قيمة في الممارسة الإعلامية، أي أنه مبدأ يوفر الأرضية للمعرفة والنقاش والنقد في المجتمع اللبرالي وليس في نظرنا قيمة مستقلة بذاته، وهو لم يرد في ميثاق¹⁷ الشرف الإعلامي لجمعية الصحفيين الأمريكيين¹⁸ (SPJ). وقد أثبتت التجربة اللبرالية في الإعلام أن الاعتماد على الحرية "وحدها" دون النسق القيمي والاجتماعي الذي يوجه تارة ويضبط تارة أخرى "الحرية المطلقة" يحدد بتلك الأسس الذي قامت عليها "حرية الصحافة" من أن الأفكار "القوية" والصحيحة" ستتنصر لنفسها في جو تنافسي بعيد عن أي رقابة أو تدخل. وقد بدأت الشروح في التجربة اللبرالية تظهر تدريجيا وتفاقت بعد الحرب العالمية الثانية حيث ظهرت التكتلات الإعلامية وما ترتب عن ذلك من احتكار للإنتاج الإعلامي المكتوب والمرئي وتقلصت فرص النقاش والحوار وبالأخص تراجع التنوع والرأي المستقل واسبتعاد الفئات الاجتماعية المختلفة من الخطاب الإعلامي الإخباري والترفيهي وبدأ دور الدولة يلوح في الأفق مع تغليب الإعلام للاعتبارات التجارية.

وقد استدعت الضرورة التوقف عند التجربة ومراجعتها وتعديلها وفتح منافذ جديدة للخروج من هذه الدائرة التي وإن كان مبدؤها الحرية غير أن التجربة سارت في اتجاه مغاير أفقد الحرية المبتغاة أساس وجودها واستمرارها. فقام نخبة من الأكاديميين

¹⁶ John Stuart Mill, *On Liberty*, Dover & Thrift Edition, NY, 2002, first published in 1869.

¹⁷ قمنا بترجمته إلى اللغة العربية وتبنت الجمعية تلك الترجمة على موقعها:
<http://www.spj.org/pdf/ethicscode/spj-ethics-code-arabic.pdf>

تمت زيارة الموقع بتاريخ 2-6-2016

¹⁸ Society of Professional Journalists (SPA)

والمعنيين الإعلاميين ورجال الساسة وقادة الرأي منهم الرواد الأوائل من الباحثين الإعلاميين أمثال هارولد لاسويل (Harold Laswell) في الخمسينيات بدراسة هذا "الانحراف" فيما يعرف بلجنة حرية الصحافة أو "لجنة هاتشنز" (Hutchins Commission) وهي لجنة بادر إلى إنشائها هونري ليوس (Henri Luce) صاحب مجلتي "التايم" (Time) و "لايف" (Life) وترأسها روبرت هاتشنز، رئيس جامعة شيكاغو، وإليه ينسب اسم اللجنة و ذلك قصد الرد على النقد الموجه للإعلام في مسألة الاحتكار ومسألة مدى تدخل الدولة في الإعلام تحت بعض الظروف. وقد قدمت اللجنة تقريراً مفصلاً أصبح مرجع النظرية الجديدة في الإعلام "نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام". ورغم أن التقرير أحدث جدلاً واسعاً في الأوساط الإعلامية "ورفضه" العديد من أصحاب وسائل الإعلام "البارزة" إلا أن صداه انتقل بشكل تدريجي إلى المحيط السياسي والأكاديمي ثم المهني لاحقاً خاصة مع ظهور مؤلف "النظريات الأربع في الصحافة"¹⁹ لسيبرت وشرام وباترسون حيث صنّفوا هذا التقرير بوصفه إحدى النظريات الأساسية في الإعلام الحديث وبديلاً عن النظرية الليبرالية وإن كانت امتداداً لها في المبادئ الرئيسية. وقد اعتبرت هذه النظرية الجديدة أن الصحافة حرة من أي قيد، غير أن عليها مسؤولية طرح مضامينها للنقاش ولا بد لها أن تستمع لرأي المحترفين في المجال وأن تقيد نفسها قبل أن تتدخل الدولة في سن ضوابط في المجال الثقافي خاصة. وقد طرحت النظرية خمس مبادئ وما يهمنها في هذا الطرح المبدأ القائل بأن من مهام الصحافة الأساسية: توضيح قيم المجتمع وغايته. وقد دخل المجال الأخلاقي بوصفه عنصر بارزاً في النظرية رغم أن النظرية تحمل مرجعية اجتماعية بالأساس. وترتب عن النظرية الكثير من التوجهات منها تدخل الدولة بوصفها مؤسسة ممثلة للمجتمع في الشأن الثقافي (وليس السياسي) مثل السياسات الخاصة بالعنف في التلفزيون والسينما، وحدث

¹⁹ Fred S. Siebert, Theodore Paterson and Wilbur Shramm, Four Theories of the Press.....

هناك أيضا تحول في الإعلام الأمريكي من النزعة "الموضوعية" "المحايدة" إلى إعلام "تفسيري" و"استقصائي" للإسهام في تنوير الجمهور المتلقي بالقضايا وسيقاتها.

وقد تعرضت النظرية إلى النقد ومنها نقد جون نيرون (John Nerone) من جامعة إينو و"كارل نوردنسترونغ" (Karl Nordenstreng) أحد الباحثين الإعلاميين المعاصرين في أوروبا. فقد اعتبر "نيرون" أن النظريات الأربع نظرية واحدة بأمثلة أربع. ورأى أن النظرية ارتبطت بظرف تاريخي لم يعد فيه الفرد مستقلا وذا حقوق طبيعية إذ أصبحت السياسية شأن المؤسسات النخبوية وليست شأن الفرد وانفصلت المؤسسات الإعلامية بدورها عن الفرد ومن ثم أصبح الحديث مجددا عن حق الرأي العام في المعرفة والتعبير ومسؤولية الإعلام في ذلك.²⁰ واعتبر "نوردنسترونغ" بدوره أن النظرية تضمنت الكثير من الثغرات المعرفية وأنها أصبحت جزءا من الماضي.²¹ ويعد نقد "جون مريل" (John Merrill) أهم نقد أخلاقي للنظرية حيث اعتبر أن مفاهيم "حق الجمهور في المعرفة" و"حق الجمهور في الوصول إلى وسائل الإعلام" و"الإعلام بوصفه سلطة رابعة" "أساطير ليبرالية" تعيق حرية الصحافة ودعا إلى التحول من هذه النظرة المنفعية إلى نظرية مبدئية على النحو الذي نجده في نظرية الواجبات الضرورية عند الفيلسوف الألماني "كانط" (Emmanuel Kant) .

وقد ظهرت العديد من النظريات المعيارية في الإعلام في سعي إلى تجاوز "مآخذ" النظريات السابقة وإعادة المجال الأخلاقي "بقوة" إلى المجال الإعلامي فظهرت في الثمانينيات وخارج السياق الغربي نظرية الحتمية القيمة في الإعلام التي تدرس الظاهرة الإعلامية بمختلف مكوناتها (المرسل-المحتوى-المتلقي-السياق الاجتماعي

²⁰ John Nerone in Karl Nordenstreng, "Beyond the Four Theories of the Press," in Jan Servaes & Rico Lie, *Media and Politics in Transition: Cultural Identity in the Age of Globalization*, Leuven, Belgium, 1997, p. 97.

²¹ Karl Nordenstreng, "Beyond the Four Theories of the Press," p. 97-98.

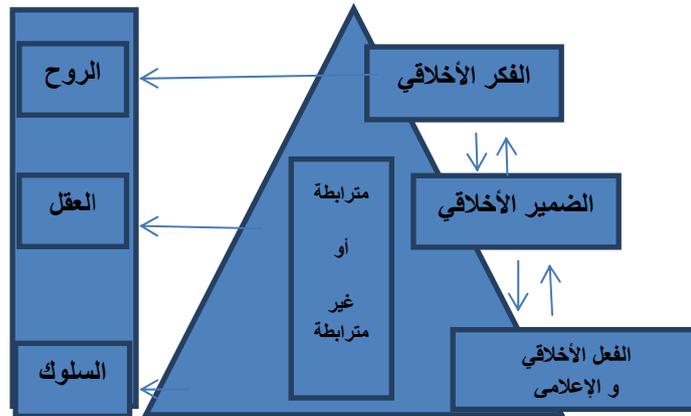
والحضاري) انطلاقا من معيار القرب من أو البعد عن من القيمة. وطرح كريشنتز كليفورد، في كتاباته عن أخلاقيات الإعلام، نظرية أخلاق الوجود الإنساني²² (Ethics of Being) حيث أعاد النظر في افتراضات فلسفة عصر التنوير عن الفرد المستقل أو "الأيدولوجية الفردانية" و اعتبر أن الانسان ذو أبعاد عقلانية وروحية وليس مستقلا عن التاريخ و المجتمع. وقد دعا كليفورد في طروحاته عن أخلاقيات الإعلام العالمية إلى احترام مبدأ قداسة حياة الانسان بوصف ذلك شرطا أساسا في كل مجتمع وعليه تتأسس المبادئ الأخلاقية الأخرى. وبرزت في التسعينيات ومن إسهامات كليفورد أيضا نظرية التآلف الاجتماعي في الإعلام (communitarianism) وتدعو إلى التحول من "الأنا" إلى "نحن" وربط القيمة بالجماعة الإنسانية. وهو يدعو في تنظيره الأخلاقي إلى أخلاق عالمية بعيدة عن المركزية الغربية وحاضنة لإسهامات الثقافات والحضارات الإنسانية شاملة التركيز على قيم الكرامة الإنسانية والعدالة التصالحية (restorative justice) ونبذ العنف. وحديثا برزت نظرية مربع بوتز (The Potter's Box Model)، نسبة إلى "رالف بوتز" (Ralph Potter) من معهد الدراسات الدينية بهارفرد، حيث طرح نموذجا يشرح فيها الآليات والمراحل الأربعة التدريجية في اتخاذ القرارات الأخلاقية في المؤسسة الإعلامية حيث تتضمن العودة إلى قيم المؤسسة والنظريات الأخلاقية الكبرى في تحديد طبيعة الخير والشر في الممارسة الإعلامية.

تطرح نظرية الحتمية القيمية في الإعلام النموذج التالي (رسم 3) في تعريف النظام الأخلاقي ومستوياته في العلاقة مع الممارسة الإعلامية، إذ يتضمن النظام الأخلاقي ثلاث مستويات: المستوى I (الفكر الأخلاقي) ويشمل أولا: الفلسفة الأخلاقية عامة وثانيا: النظريات المعيارية في مجال الإعلام، المستوى II (الضمير الأخلاقي)

²² Clifford G. Christians, "The Ethics of Being in a Communication Context," in Clifford Christians & Michael Traber, *Communication Ethics and Universal Values*, SAGE Publications, London, 1997, pp. 3-24

ويتضمن أولاً: نظرية الواجبات الضرورية عند الفيلسوف الألماني "كانط" وثانياً: نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية بوصفها نظرية فرعية ضمن نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، المستوى III (الفعل الأخلاقي الإعلامي) ويشمل أولاً: واقع الممارسة الإعلامية وثانياً: ميثاق الشرف (موثيق المؤسسات أو الجمعيات) أو ما يسميه كابفولاد كريشتنز بالأخلاق التطبيقية (practical ethics) في الممارسة الإعلامية.²³

رسم 3: النظام الأخلاقي في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام



المصدر: د. عبد الرحمن عزي، النظام الأخلاقي والنظام الإعلامي، 2016

²³ تجد هذا التصنيف عند لويس ألفن داي في:

Louis Alvin Day, *Ethics in Mass Communication: Cases and Controversies*, Cengage Learning, 2006, pp. 4-5.

المستوى I : الفكر الأخلاقي

أولاً: الفلسفة الأخلاقية

ترتبط الأخلاق بالمصادر الفلسفية أو الدينية رغم الاختلاف تارة والتداخل تارة أخرى بين المجالين إذ أن الديني ينشغل في مسألة اتخاذ القرار الأخلاقي بأسئلة: ماذا؟ ولماذا؟ بينما تتصرف الفلسفة إلى سؤال: كيف؟، أي أن لكل من الديني والفلسفي مجاله (موضوعه) بتعبير ابن رشد رغم الاختلاف والتداخل الذي يمكن استجلاؤه في مسألة العقل والروح والطبيعة (أو الطبع) الانسانية. ويرى باحثون في أخلاقيات الإعلام فرقا²⁴ بين الأخلاق (ethics) التي تعد عملية عقلانية قائمة على مبادئ متفق عليها والقيم (morals) التي تتعلق بالدين، بينما يميل الكثير إلى عدم الفصل بين المفهومين واستخدامهما بالتبادل.²⁵

وقد اتخذت النظريات الأخلاقية الغربية طابعا فلسفيا بدء بنظرية الوسط الذهبي لأرسطو، ومرورا بنظرية المنفعة لبانثم (Jemery Bentham) و ميل (John Stewart Mill) وانتهاء بالنظريات النادية بالعودة إلى الطبيعة الانسانية البحتة (naturalism)²⁶ بينما يصعب الحديث عن فلسفة أخلاقية مماثلة في السياق العربي الإسلامي خارج المرجعية الفقهية عدا من زاوية النقل أو التعليق أو التعامل أو نقد الفلسفة الغربية على النحو الذي قام به الغزالي (أبو حامد) في نقده لمذاهب الفلاسفة اليونانيين وانتهي به الأمر إلى القول بأن تلك الفلسفات "توفي بغرضها ولا توفي بغرضي." أما شرقا، أي الحضارات الآسيوية في الهند والصين، فيصعب

²⁴ Philip Patterson and Lee Wilkins, *Media Ethics: Issues and Cases*, McGraw-Hill, New York, 2002, p. 2.

²⁵ Louis Alvin Day, *Ethics in Mass Communications: Cases and Controversies*, Thompson & Wadsworth, USA, 2006, p. 3.

²⁶ Clifford G. Christians, "Recent Trends in Global Media Ethics," conference given at the College of Communication, University of Sharjah, March 11, 2014.

الحديث عن نظرية أخلاقية فلسفية أو دينية خاصة بفعل التركيز على الأخلاق العامة دون الدخول في التأسيس النظري وهناك من الباحثين في أخلاق البوذية مثلا من نفى وجود نظرية أخلاقية محددة في الديانة البوذية بل فقط أخلاق عامة في المطلق.²⁷

انشغل "أرسطو" بفلسفة الفضيلة (virtue) وقدم نظرية الوسط الذهبي (the golden mean theory) اعتبر أن الفضيلة وسط بين تطرفين (أو رذيلتين). وعلى أساس هذه القاعدة، يمكن إدراك الفضيلة في الموقف المتوازن بين نقيضين. ونجد في الفلسفة الإغريقية عامة أربع فضائل أساسية تشكل "جوهر" تلك الفلسفة: ضبط النفس (temperance)، العدل، الشجاعة والحكمة. ويعد ضبط النفس (أي الاعتدال) الفضيلة الرئيسة التي تفرعت منها الفضائل الأخرى.²⁸ و قد أورد "أرسطو" في هذا السياق أن العدل موقف بين اللامبالاة والانغماس الأناني في المصلحة الشخصية، والشجاعة وسط بين التهور والجبن، والحكمة حالة بين الحذر السفيه والعفوية غير المتأملّة، وقس على ذلك. ونجد أن تيارا من الباحثين الإعلاميين الغربيين من أتباع "أرسطو" الجدد (neo-Aristotelians) يؤسسون أفكارهم على هذا المنطق وبالأخص عند الحديث عن قيم إعلامية مثل الانصاف والموضوعية والنزاهة والحرية والمسؤولية، الخ.

وقد تطور الفكر الأخلاقي في القرن الثامن عشر على يد الفيلسوف الألماني "إيمانويل كانت" (Emmanuel Kant) الذي طرح نظرية الواجبات المطلقة (categorical imperatives) في مؤلفين أحدهما عن الأبعاد الميتافيزيقية في

²⁷ Damien Keown, "Buddhism: Morality without Ethics," in Damien Keown, *Buddhist Studies from India to America*, Routledge, New York 2006, pp.45-55.

²⁸ Clifford G. Christians, Mark Fackler, Kathey Brittain McKee, Peggy J. Kreshel and Robert H. Woods, *Media Ethics: Cases of Moral Reasoning*, Pearson, New York, 2009, p. 12.

الأخلاق²⁹ والآخر نقد للعقلانية البحتة.³⁰ ويطلق على نظريته تسمية أخلاق الواجب تمييزا لها عن أخلاق الفضيلة "لأرسطو" إذا تركز أخلاق الواجب على "ما ينبغي" فعله بينما تحت أخلاق الفضيلة على "الشخص الأخلاقي" (character). وتعد أخلاق الواجب (duty ethics) أكثر قربا من الأخلاق الإسلامية (Islamic ethics) على اعتبار حضور التأثير الديني غير المعلن في فكر "كانت". ويبدو أن تأثير العلمانية، أي فصل الدين على العلم كان حادا بحيث باتت الإشارة إلى الدين في العلم أمرا منبوذا وضرب من الخوض في الأساطير في تلك التجربة مما حدا في رأينا "بكانت" و "ديكارت" و "طوينبي" إلى صياغة طروحاتهم الأخلاقية بصيغة تحمل كلا من النقد للعقلانية البحتة واللجوء إلى الميتافيزيقا إضافة إلى تجنب ما ينتمي إلى عالم الروح بحكم الجو المعرفي السائد والحرص على شرعية الملموس والمحسوس من الظواهر. وتقوم نظرية "كانت" الموسومة بالواجبات المطلقة في قراءتنا على أربع مبادي أساسية: أولا: أصل الأخلاق: يري "كانت" في مفهومه "الأخلاق من الداخل" (the morality within) أن أصل الأخلاق طبيعة داخلية في الانسان، ويعنى ذلك في نظره أن الإنسان بوصفه كائنا مستقلا يعرف بطبيعته الحق من الباطل والخير من الشر والصواب من الخطأ، الخ حتى وإن لم يمارس هذا التمييز في فعله وعلاقته مع الآخر. فالسارق يعرف من تلقاء نفسه أن السرقة خطأ وكذا الحال للكاذب والغادر والفاجر، ولكنه قد يجدد مبررات قد تبدو منطقية لسلوكه. وإذا كان مصدر الأخلاق طبيعة داخلية، فإن الواجب (obligation & duty) يمثل إسقاط للاستعدادات والأحاسيس الأخلاقية تلك. وتكمن شرعية تلك الاستعدادات في أنها جيدة (good) وليس بالضرورة أنها الحقيقة (truth)، أي "أنها تجعلنا أفضل حالا وترقى بطبيعتنا الاجتماعية".³¹ ومن ثم، تكون صفة "الجيد"

²⁹ *The Foundations of the Metaphysics of the Moral*, 1785.

³⁰ *The Critique of Pure Reason*, 1788.

³¹ Christine M. Korgaard, "The Sources of Normativity," in James P. Sterba, *Ethics: The Big Questions*, Wiley-Blackwell, United Kingdom, 2009, p.95.

في أي سلوك تبريرا ضروريا قبل اتخاذه حجة عقلانية في الممارسة الأخلاقية مما يعني أن السند في اختبار السلوك أخلاقيا يأتي من التأويل الذي يمارسه الفرد.³² ثانيا: مبدأ "التعميم المطلق" (universalisibility): ويقصد بذلك أن القيمة أو القرار يكون أخلاقيا فقط إذا كان قابلا للتطبيق على كل الحالات والظروف. ويكون المعيار في القيمة الأخلاقية قدرته على التحول إلى قانون³³ (maxim) أي أن السلوك يكون أخلاقيا فقط إذا كان مرجعا ثابتا لكل الحالات المماثلة في أي مكان وزمان. ويعني ذلك مثلا أن يكون الصدق أخلاقيا إذا كان ملازما ومتكررا بشكل مطلق في كل السياقات والأوقات. فالإنسان يصدق (لا يكذب) و يرد الأمانة إلى أهلها ويكون منصفا ولا يسرق ولا يخدع في كل الأوضاع والظروف وبدون استثناءات أيا كانت. ولعل الكلمة المفتاحية في هذا الطرح عدم إمكانية "الاستثناء" إذ أن وجود الاستثناء يلغي صفة "القانون" و"الكونية" على القيمة. فإذا ما رضي الفرد أن يكذب في حالة استثنائية فإنه يقبل بذلك على غيره، وإذا ما حصل ذلك لم يعد للصدق قيمة فتتعدم الثقة بين الناس ويتفكك المجتمع نتيجة ذلك. ولعل مرد وجود الكذب ذاته كون الأغلبية لا يكذبون فرضا وإلا لم يعد للكذب هذه الصفة إذا كانت الأغلبية أو الجميع يفعلون ذلك. إن الواجبات الضرورية، عند كانت، قوانين تطبيقية بالدرجة الأولى وما سواها يمثل مبادئ تخص الرغبة الذاتية ليس إلا وليست قوانين أخلاقية.³⁴ ثالثا: مبدأ الواجب: يرى "كانت" أن الانسان يتصرف في الأصل أخلاقيا بوصف ذلك واجبا ضروريا يفرضه ضميره بغض النظر عن الاعتبارات الخارجية. وهذا الواجب إنما يكمل به ذاته، وبدون هذا الواجب يظل الفرد منقوصا في كيانه. ومثلما يقول "أفلاطون": فإن "الانسان بدون قرار أخلاقي انطلاقا من الضمير (character) يخسر نفسه ويصبح حبيس من يحتجزه." إن فكرة الواجب في فلسفة "كانت" انعكاس

³² Ibid

³³ Ibid, p. 97.

³⁴ Clifford G. Christians and John Merrill, *Ethical Communication: Moral Stances in Human Dialogue*, University of Missouri Press, London, 2009, p. 147.

للضمير أو الطبيعة الداخلية للفرد. ويعنى ذلك أن مصدر ذلك الواجب يأتي من استقلالية الفرد، وبالأخص القدرة إلى إلزام نفسه أولاً. وبتعبير آخر، فإن واجب الضمير "القيام بالواجب من أجل الواجب."³⁵ وفي المرتبة التالية، يأتي الواجب الأخلاقي تجاه إنسانية الآخر (أي مبدأ الإنسانية). ويترتب عن ذلك مرتبة ثالثة تتعلق بواقع أن إلزام نفسنا يعني أيضاً إلزام الآخرين لنا ثم وأخيراً إلزامنا تجاه الكائنات الحية الأخرى.³⁶ وقد ربط كانت الواجب فيما "ينبغي" (ought to) بالمقدرة، أي أن لا يمكن تحميل الفرد مسؤولية أخلاقية عن أشياء تخرج عن سلطته بل إن تلك المسؤولية تتوقف على الإمكان،³⁷ وفي هذا الطرح أبعاد حقيقية على فعل الممارسة الإعلامية مثلما يأتي ذكر ذلك في النص. رابعاً: النظرة الإنسانية للآخر (humanism): تقوم نظرية الواجبات المطلقة على افتراض الإنسانية لدى الآخر. ويعنى ذلك أن الآخر يمثل كيانا مستقلاً ذو قيم أصيلة (intrinsic values) يملك حرية الاختيار ويستحق الاحترام. ويتطلب ذلك التعامل مع الآخر (والآخرين) بوصفه هدفاً وليس وسيلة.³⁸ ويعنى ذلك مثلاً أنه إذا حصل الفرد على عون أو مساعدة من الآخر فعليه واجبا ضرورياً الشكر ورد الجميل وإلا يفهم من ذلك أنه استعمال للآخر وذلك ليس من الأخلاق في شيء. وتعود نظرة المساواة والعناية بكرامة الآخر من إسهامات فلاسفة التنوير الذين³⁹ أعادوا صياغة النظرة إلى الإنسان من حالة التابع إلى حالة الاستقلالية وحرية الاختيار.

وتخص النظرية الأخلاقية الثانية والسائدة في الغرب نظرية المنفعة (utilitarianism) التي تعود إلى إسهامات الفيلسوف الإنجليزي جيمري بانثم ومن

³⁵ Clifford G. Christians, Journalism Ethics in Theory....” P. 191

³⁶ Ibid, p. 96.

³⁷ Dale Jacquette, *Journalistic Ethics: Moral Responsibility in the Media*, Pearson, New Jersey, 2007, p. 1.

³⁸ Clifford G. Christians and John Merrill, *Ethical Communication...*pp. 146-147.

³⁹ ومنهم هيوم وروسو وميل

بعده جون استوارت ميل. وتسمى هذه النظرية أيضا بالعواقبية (من العاقبة) أي (consequentialism) رغم أن العواقبية تشمل أكثر من نظرية. وتقوم هذه النظرية على مبدأ أن العبرة بأي قرار أخلاقي نتيجه. فالقرار الأخلاقي ما يحقق أكبر سعادة لأكبر عدد وبأقل ألم. ولعل اشتراط "أكبر سعادة لأكبر عدد" يجعلها تتخذ طابع الأخلاقية بحكم التركيز على الأغلبية وليس على النزعة الفردانية والأنانية. وتستند هذه النظرية إلى افتراض أن "معظم" الناس يمارسون الحسابات قبل اتخاذ أي قرار بحثا عن أكبر فائدة وبأقل التكاليف كلما كان ذلك ممكنا. يترتب عن ذلك أن يكون البحث عن أكبر الفوائد بأقل التكاليف مسألة حسابية تقديرية لعواقب الفعل وليس معيار سمات الشخص الأخلاقية.⁴⁰ وتتوافق نظرية المنفعة مع العملية الديمقراطية في المجتمعات الغربية من حيث أنها تتبنى قاعدة الأغلبية وتدعو إلى حرية واسعة تتوقف فقط عند إحداث الضرر للآخر.⁴¹

وتعد النظرية الطبيعية (naturalism) نظرية أخرى جاذبة في الفكر الخلاقي الغربي على اعتبار أنها تفك نفسها من الالتزامات أو الاعتبارات الأخلاقية المسبقة، فهي ترى أن الأخلاق تنبثق بطبيعتها من مواضيعها، أي أن الموضوع ووجوده من يولد الأخلاق ذا الصلة، فلا يقال أنه "ينبغي أن" تتدفق المياه من النهر، فهي تتدفق بطبيعتها أي تتدفق فقط، ولا يقال "أنه ينبغي" على الأولياء العناية بأبنائهم، فهم يقومون بذلك تلقائيا دون الحاجة إلى القول المعياري.

وقد أدى الانفصال عن المرجعيات الأخلاقية في الغرب ومنها مرجعيات عصر التنوير إلى تحول عملية اتخاذ القرارات الأخلاقية إلى حكم الفرد ومشاعره، أي أن الحكم الأخلاقي بات يرتبط بما يحس به الفرد (أي عواطفه) وليس بجوهر الموضوع وذلك ما سماه "السداير ماكنتاير" (Alasdair MacIntyre) بالنظرية العوظفية

⁴⁰ Clifford G. Christians, "Journalism Ethics in Theory.....," p. 191

⁴¹ Ibid.

(emotivism) ، واعتبر "السداير ماكنتاير" أن هذا التوجه يعكس فشل فكر التنوير القائم على الاستقلالية الفردية دون اعتبار العوامل التاريخية والأنثروبولوجية، ودعا بدلا عن ذلك إلى إحياء نظرية الفضيحة.⁴²

وحدثا اتجه الباحثون في أخلاقيات الإعلام أمثال كريستنز (Clifford Christians) وإتزيوني (Amitai Etzioni) ولاش (Christopher Lasch) وساندل (Michael Sandel) و"بوتر" (Ralph Potter) إلى نقل النظرية الأخلاقية إلى مجال الإعلام وأسسوا نظريات معيارية تنقل الأخلاق إلى الإنسان المتكامل وإلى الجماعة وتحدثوا عن نظرية "أخلاق الوجود الانساني" و"أخلاق الجماعة" بديلا من أخلاق الفرد التي يعتبرونها غير وظيفية في المجتمع ونوع من الحرية السلبية.⁴³

ثانيا: النظريات المعيارية (في الإعلام)

1) نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام

تنتسب نظرية المسؤولية الاجتماعية إلى ما يعرف بتوصيات لجنة "هاتشنز" (Hutchins Commission) المتأثرة بجو التقييد الإعلامي للحرب العالمية الثانية وما أعقبه من تمركز وسائل الإعلام في أيدي شركات محدودة. وتعد هذه النظرية الأكثر تداولاً في المصادر الأكاديمية الإعلامية، ولا حاجة إلى الخوض في أدبياتها، ولكن يمكن إدراج الجانب الأخلاقي "المنسي" في تلك النظرية. فقد أدى التمركز المذكور إلى تخوف كبار ملاك وسائل الإعلام، أمثال "هونري لوس" (Henry Luce) صاحب مجلات "تايم" (Time) و "لايف" (Life)

⁴² Alasdair MacIntyre, *After Virtue*, University of Notre Dame Press, Notre Dame, Indiana, 1984, pp. 244-256.

⁴³ A. David Gordon, John Michael Kittross, John C. Merrill and Carol Reuss, *Controversies in Media Ethics*, Longman, New York, 1999, p. 3.

و"فورتن" (Fortune) و صاحب أسهم في قنوات إذاعية وتلفزيونية وفي قطاع السينما، من تدخل الدولة التي بدأت تسن قوانين تحد من الاحتكار في وسائل الإعلام ومن تأثير هذا التدخل على حرية الصحافة بالمفهوم الليبرالي الذي في نظر هؤلاء يحد من تدخل سلطة الدولة في مجال الإعلام. وفي هذا الجو، لجأ "هونري لوس إلى "روبرت هاتشنز" (Robert Hutchins)، رئيس جامعة شيكاغو، بحثاً عن مخرج من هذا التحدي فأسس هذا الأخير لجنة باسمه (لجنة هاتشنز) وتضمنت مثلما ذكرنا أكاديميين وإعلاميين ومؤرخين ومفكرين من مختلف الأطياف أمثال "شافبي" و"شلزغر" بهدف الإسهام في هذا الأشكال المعرفي والواقعي الجديد. وقد أتى تقرير اللجنة على غير المتوقع من أمثال "هونري لويس" إذ ربط تقرير اللجنة الحرية بالمسؤولية الاجتماعية و ذكر أنه إذا لم تتصرف وسائل الإعلام بمسؤولية فليس للحكومة خيار سوى التدخل بسن القوانين المنظمة لهذا الحقل. وقد ندد ملاك وسائل الإعلام بهذا التقرير وتجاهلته وسائل الإعلام الكبرى التي مالت إلى منطق "دعه يمر دعه يفعل" والبحث عن الريح في البرامج التي تستقطب المعلن. وبالمقابل، أخذت معاهد الإعلام في الجامعات الأمريكية التقرير بجدية و قام الباحثون الإعلاميون الثلاث "سيبرت" و"بترسون" و"شرام" بإدراج تقرير اللجنة المذكورة عن المسؤولية الاجتماعية في الإعلام ضمن النظريات الكبرى إلى جانب الليبرالية والسلطوية والاشتراكية في كتاب "النظريات الأربع في الصحافة" سنة 1956 رغم أن هذه النظرية، أي المسؤولية الاجتماعية، قامت على أساس تقرير لجنة. وقد حددت هذه النظرية خمس مبادئ أخلاقية للممارسة الإعلامية "الحرية والمسؤولية"،⁴⁴ غير أن قوة نظرية المسؤولية الاجتماعية كان في تأثيرها على الممارسة الإعلامية أكثر من مضمونها الذي أشبه ما يكون بقراءة ذاتية ونقدية للتجربة الليبرالية في الإعلام بعد الحرب العالمية الثانية. وقد أثرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في

⁴⁴ John P. Ferre, "A shorty History of Media Ethics in the United States," in Lee Wilkins and Clifford G. Christians, *The Handbooks of Mass Media Ethics*, Routledge, New York, 2009, pp. 21-26.

الإعلام بوصفها نظرية معيارية على مجالات ثلاثة: أ) ظهور المجالس الإعلامية (news councils) بهدف إشراك ممثلي قطاعات المجتمع المختلفة في إبراز صوت "المواطن" في المؤسسة الإعلامية. وقد أحدثت هذه التجربة في بدايتها (الثمانينيات) نقاشا ثريا حول مفهوم "صحافة المواطن" غير أن التجربة لم تصمد كثيرا بفعل عدة عوامل منها معارضة المؤسسة الإعلامية "الكلاسيكية" مثل "نيويورك تايمز" و "واشنطن بوست" لهذه التوجه غير المهني في نظرهم، ب) تعيين ناقلين إعلاميين من داخل المؤسسة الإعلامية لمتابعة الشأن الاجتماعي وإخفاقات الإعلام في هذا الجانب فيما يسمى بوظيفة (ombudsman) وأخيرا ج) ظهور المجالات الإعلامية الأكاديمية المتخصصة في نقد الأداء الإعلامي في المجتمع مثل (Nieman Report) و (Columbia Journalism Review) و (American Journalism Review).⁴⁵

يؤخذ على نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام أنها نداء إلى وضع مصلحة المجتمع أولوية في الممارسة الإعلامية انطلاقا من النظرة الليبرالية التي تعتبر المجتمع مصدر الممارسة الديمقراطية الحقيقية، وليست نظرية المسؤولية الاجتماعية مستقلة معرفيا، وفلسفتها إنما تستند إلى الليبرالية في أحد معالمها: حرية التعبير وحرية الصحافة التي من دونها تتعثر الديمقراطية في المجتمع. ومثلما يقول "جون فيري": "فإن المسؤولية الاجتماعية في الإعلام وإن لم تكن نظرية متطورة، فإنها تمثل مقاربة مقنعة وتؤكد على قيمة الحرية من تدخل الحكومة والالتزام بالمصلحة العامة."⁴⁶ وأخلاقيا، فإن إسهامات النظرية تكمن في جعل المجتمع (أو المسؤولية تجاه الجمهور بشكل أدق) عنصرا أساسيا في اتخاذ القرارات الأخلاقية خاصة على مستوى المؤسسات الإعلامية الكبرى.

⁴⁵ Ibid, 22-24.

⁴⁶ Ibid, p. 22.

(2) نظرية الحتمية القيمية في الإعلام

تعد نظرية الحتمية القيمية في الإعلام نظرية علمية ومعيارية في نفس الوقت، فهي تقدم نموذجا معرفيا في تفسير الظاهرة الإعلامية وعلاقته بمستويات الفكر والعقل والممارسة وهي من جهة ثانية نظرية معيارية تبحث فيما ينبغي أن يكون. وقد انشغلت نظرية الحتمية القيمية في الإعلام⁴⁷ بالمسألة الأخلاقية باعتبار الإعلام رسالة رغم ثقل الوسيلة في المجتمع المعاصر وبحكم ارتباط القيمة بالمرجعية الحضارية المتميزة. ويبرز إسهام نظرية الحتمية القيمية في مجالين: أ) دراستنا عن أخلاقيات الإعلام في الرؤية النورسية النورانية باللغتين العربية⁴⁸ والإنجليزية⁴⁹ إذ تتضمن الدراسة "تفاصيل" عن الأخلاقيات التي ينبغي تبنيها في الممارسة الإعلامية

⁴⁷ انظر مثلا:

د. عبد الرحمن عزي، "دراسات في نظريات الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز"، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الثالثة، 2004

د. عبد الرحمن عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار التونسية للنشر، تونس، 2011

د. نصير بوعلي، مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عند عبد الرحمن عزي، المستقبل العربي، أبريل، 2014.

د. عبد الرحمن عزي، حفريات في الفكر الإعلامي القيمي: مالك بن نبي، الورثيلاني، النورسي، صن تسو، الدار التونسية للنشر، 2011

د. عبد الرحمن عزي، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2012

د. عبد الرحمن عزي، قوانين الإعلام والإعلام الاجتماعي: قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2013.

مجموعة من الباحثين بإشراف د. نصير بوعلي، قراءات في نظرية الحتمية القيمية الإعلامية، مؤسسة إقرأ، 2009.

د. نصير بوعلي، الإعلام و القيم: قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، دار الفكر، 2005 .
مجموعة من الباحثين بإشراف د. نصير بوعلي، أعمال الندوة الأولى لنظرية الحتمية القيمية الإعلامية، دار إقرأ، قسنطينة، 2009.

⁴⁸ د. عبد الرحمن عزي، "أخلاقيات إعلامية في الرؤية النورسية النورانية"، الحكمة، مرجع سبق ذكره

⁴⁹ Abderrahmane Azzi, "The Morality of Media Ethics: Readings in Nursi's Theory of God's Attributes," Journalism Studies, Ibid.

وب) الجهود المبذولة مع "كريستنز كليفوردي"⁵⁰ في سياق ما أصبح يعرف بأخلاقيات الإعلام العالمية. (انظر أيضا نظرية الواجب الأخلاقي في المستوى الثاني في هذا البحث).

3) نظرية أخلاق الوجود الإنساني (Ethics of Being)

يعتبر كليفوردي كريستنز⁵¹ (Clifford G. Christians) أن النظريات الأخلاقية "الكلاسيكية" الغربية ابتداء من أرسطو إلى جون استوارت ميل قد فقدت مصداقيتها في عصر "العقل العالمي" (global mind) ويصنف نظريته المسماة "بالأخلاق في الانسان" (Ethics in Being) بوصفها أحد النظريات الحديثة في أخلاقيات الإعلام. يرى كليفوردي كريستنز أن تلك الفلسفات فقدت مصداقيتها لاعتبارات داخلية وأخرى خارجية. أما الداخلية، فتمكن من نقادها "من الداخل". أما خارجيا فإن ظروف "العولمة" وما يتطلبه التعامل مع الآخر "المختلف" يتطلب تنظير آخر يخرج عن النزعة المركزية الغربية "المركزية" المحكومة باعتبارات التاريخ المحلية. ويعتبر أن الفلسفات الأخلاقية الغربية حبيسة النظرة الضيقة للإنسان أنه كائن عقلايا فحسب (rationalism) بالتركيز على الفردانية والاستقلالية و"حريتي" بعيدا عن الاعتبارات الأخرى. فإذا نظرنا إلى عقلائية "كانط" الأكثر تطورا بالمقارنة مثلا

⁵⁰ Christian G. Clifford, "Recent Trends in Global Media Ethics," Public Conference,"

⁵¹ يعد د. كليفوردي كريستنز (Clifford G. Christians) أكثر العلماء المنشغلين بأخلاقيات الإعلام عالميا وذلك لأكثر من أربعة عقود. ولا يخلو تقريبا كتاب أكاديمي معرفي عن أخلاقيات الإعلام بالإنجليزية دون التعامل مع إسهاماته في المجال، ويصفه د. روبرت فورتنر (Robert Fortner) أنه أب أخلاقيات الإعلام بأمريكا وأن إسهاماته في مجالين: 1) أخلاقيات الإعلام و2) نقد التكنولوجيا. مارس د. كريستنز تدريس فلسفة أخلاقيات الإعلام في جامعات "ثقيلة الوزن" من مثل جامعة إلينو وجامعة برنستون وجامعة شيكاغو وجامعة أكسفورد وحاضر عن أخلاقيات الإعلام في خمسة وثلاثين بلد، وحصل على أوسمة تقديرية عن جهوده في هذا المجال من أكثر من جامعة ومؤسسة بحثية، تخصص إحداها جائزة سنوية في أبحاث الأخلاقيات باسمه، وترجمت أعماله إلى اللغات الفرنسية والألمانية والإسبانية والرومانية والبرتغالية والأكرانية والصينية والكورية.

نجدها متأثرة بجو مرحلتها حيث سادت نظرية "تيوتن" الفيزيائية من أن العالم "مستقر" فجعل قواعد نظريته للواجبات الضرورية (categorical imperatives) مطلقة في المكان والزمان، وذلك أمر فندته نظرية "إنشتاين" النسبية في قياس علاقة شيء ثابت بآخر متحرك ونظرية عدم اليقين (uncertainty theory) "لهيزنبرغ" من أنه بالإمكان معرفة موقع الشيء أو مساره ولكن ليس الاثنين معا. وطالما كانت المرجعية عقلانية فقط، يصبح الإطلاق (من المطلق) أمرا مستبعدا للاعتبارات الظرفية التي تحكمه. ويضيف كليفوردي كريشنتز أن النظريات الأخلاقية الغربية تربط الأخلاق ومنها مسائل: المساءلة (تحمل الفرد مسؤولية ما يقوم به) (accountability) واتخاذ القرار (decision making) بمركزية المرجعية العقلانية بينما تربط نظريته (الأخلاق في الانسان) بمركزية المرجعية الروحية (the human spirit) التي تمثل جوهر الانسان.⁵² وقد أدت هذه النزعة الفردانية بمعناه المنتسب إلى عصر التنوير في نظره إلى تحولها إلى المصلحة الشخصية والأنانية ونوع من الحفاظ على الذات. ويرى كليفوردي كريشنتز نقلا عن الفيلسوف "إرنست كاسيرر" صاحب مجلدات بعنوان "الفلسفة بوصفها شكل رمزي" (Philosophy as Symbolic Forms) والملخصة في كتابه "مقال عن الانسان" (An Essay on Man) من أن الخيارات التي أعطيت لنا عن الانسان في الفكر الغربي ثلاثة: الانسان ككائن عقلائي، الانسان ككائن بيولوجي والانسان ككائن رمزي، هذا الأخير (الرمزي) الذي يؤسس العالم ويدخل في مضاربات الفانتازيا والخيال. وكلها تعبر عن نظرة قاصرة للإنسان.

يعتبر كليفوردي كريشنتز أن نظريته "الأخلاق في الانسان" تنظر للإنسان أنه متكامل تتفاعل فيه أبعاد متعددة، ويترتب عن ذلك أن ترتبط أخلاقيات الإعلام بالجانب الروحي بالأساس، ويضيف في ذلك أن المنظرين الذي انطلقوا من المرجعيات

⁵² يلاحظ هنا التقاطع بين نظرية الأخلاق في الانسان ونظرية الحتمية القيمية في مرجعية القيم رغم أن نظرية "الأخلاق في الانسان" تربطها بمسائل معينة نتيجة كونها، أي نظريته، رد فعل للنزعة العقلانية البحتة.

الدينية قضاوا قرونا من الزمن في تعريف الانسان بهذه الكيفية "الكلية". أما بالنسبة للنظرية "الواقعية" (realism) أو الطبيعية (naturalism) التي ترتبط فقد بالواقع المحسوس (facticity) دون غيره والتي تشكك في "الميتافيزيقيا (الفلسفة) أو الخالق (الأديان)، فإن النقاش ينبغي أن يتحول من الجدل حول الواقعية أو ضدها، ومن مجال الأبيستمولوجيا (طبيعة الأخلاق في الفلسفة والدين) إلى مجال الواقعية الأنثروبولوجيا (anthropological realism) (ليس من زاوية الأنثروبولوجيا "التقليدية") وليس من زاوية إنسانية الانسان، أي البحث في المشترك لدى الانسان. ويرى أن الاتجاه الذي يسمى نفسه حاليا في الغرب "بالأرسطويين" الجدد (neo-Aristotelians) حذرون في انتقاء الأبعاد الممكنة في فلسفة أرسطو، ويشير إلى أن الفيلسوف "هانز جورج غادامير" (Hans Georg Gadamer) في كتابه "الحقيقة والمنهج" (Truth and Methods) قد بين أن فلسفة أرسطو وإن كانت تركز على "الجسم والعقل" أو "الادراك والتقنية" إلا أنها تحمل تضمينا ثالثا يتعلق بالتأويل (hermeneutics) المشتق من (Hermes) أي "إله اللغة". وفي دراسة حديثة له مع "ستيفن ورد" (Steven Ward) بين في السياق نفسه أن هناك مجال آخر خارج تجربتنا والواقع المحسوس ويمكن التعبير عنه ميتافيزيقيا. ولا يجد كليفورد كريشتنز صعوبة أو حرج في اقتباس مصطلحات ومفاهيم من الإنجيل في شرح رؤاه الأكاديمية مثل اعتماده تفسير "البحث عن الحقيقة" في الإعلام على مفهوم (Alethia) الذي يعني في تحليله الانفتاح والمكاشفة.

أما في مجال نقد التكنولوجيا، فهو يرى أن القراءة المعرفية تتطلب دراسة ما وراء التكنولوجيا وينتقد تحويل المسألة التكنولوجية إلى الخبرير الباحث عن الفعالية بعيدا عن الاعتبارات الثقافية والاجتماعية. وهو يرى أن القيم وراء التكنولوجيا هو المجال

الذي يمكن أن تحدث فيه الثورة وليس التكنولوجيا في حد ذاتها.⁵³ وأخيرا يرى كليفورد كريستنز أن نظريته "الأخلاق في الانسان" والنظريات ذات المرجعية الدينية تحتاج إلى مزيد من العمل خاصة في مجال أخلاقيات الإعلام بالتزامن مع التغيرات الذي تفرضها التكنولوجيا وواقع الممارسة الإعلامية في مجتمع "العقل العالمي" وهو مقدر لنوعية الكتابات المعرفية في أخلاقيات الإعلام من نوع نظرية أسماء الله الحسنی للنورسي، وهي دراسة قامت دار النشر المعروفة Routledge بإعادة نشرها في كتاب بعنوان "استكشاف في أخلاقيات الإعلام العالمية" (Exploration in Global Media Ethics).

(4) نظرية التآلف الاجتماعي (Communitarianism):

يرى. كليفورد كريستنز أن نظريته "نظرية إعلام التآلف المجتمعي" (communitarian media ethics) تعمل مع النظريات الأخرى عالميا مثل الحتمية القيمية في الإعلام من أجل تطوير أخلاقيات إعلامية إنسانية عالمية قائمة على مبدأ الانتماء للجماعة البشرية. وتستند نظريته إلى ثلاثة مبادئ: (1) الكرامة الإنسانية بوصفها قيمة مقدسة في مختلف الأديان ومحددة في الإعلان العالمي لحقوق الانسان ومركزية في كتابات النورسي و"كانط". (2) حرية التعبير بإعادة تعريفها إذ ليس للحرية الفردية أسبقية على النظام الأخلاقي - كما وأن حرية التعبير

⁵³في دراسته للفيلسوف الفرنسي إلول (Jaques Ellul) يستشهد بنظرة "إلول" من أن التكنولوجيا تحمل فرصا ومخاطر وفق ما إذا كان الانسان "صاحب السيطرة أو تحت السيطرة"، ذلك أن عدم تغيرنا في مواجهة التكنولوجيا واستخدامها للأفضل وليس للفعالية فحسب يؤدي إلى تغليب كفة التكنولوجيا بالضرورة، أي سلطتها. وقد أوجدت هذه التكنولوجيا ظاهرة الخبير (الأدري بعالم التكنولوجيا) والباحث عن الفعالية، الأمر الذي وفر الأرضية لعدم تقبل الأحكام الأخلاقية عن التكنولوجيا. ويرى "إلول"، في السياق نفسه "أن إصدار الأحكام الأخلاقية يعد أعلى مستويات التعبير عن حرية الانسان" في حين أن موقف الخبير ليس محايدا مثلما يبدو، فهو محكوم بتكوينه وممارساته وأهدافه).

تعد بناء رمزيا من خلال التبادل الذاتي المعبر عن روح الجماعة بدلا من التعبير السياسي والقانوني لحرية التعبير.3) العدالة التصالحية التي تسهم في معالجة حروب الإبادة الجماعية بدل استخدام العدالة الانتقامية التي تغذي استمرارية العداوة والحروب. ويرى أن اعتماد الكرامة الإنسانية بمفهوم نظرية إعلام التآلف المجتمعي يذكر العالمين الغربي والإسلامي بأن كل البشر لهم مكانة مقدسة وأن قيمة الكرامة الإنسانية تناشد إنسانيتنا المشتركة العالمية بدلا من المركزية الأوروبية من جهة والتطرف الديني من جهة أخرى.⁵⁴

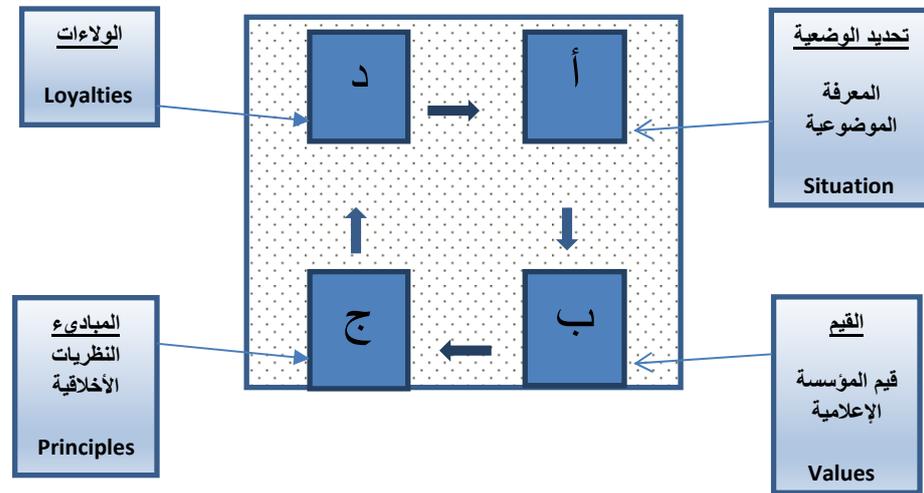
(5) نظرية "مربع بوتز" (Potter's Box Model):

يعد نموذج "مربع بوتز" نسبة إلى الباحث "رالف بوتز" (Ralph Potter) أن اتخاذ القرار الأخلاقي في المؤسسة الإعلامية ينبغي أن يمر بأربع مراحل متدرجة. تتمثل المرحلة الأولى في الإحاطة بالقضية محل القرار الأخلاقي وجمع المعلومات بشكل متكامل وموضوعي على اعتبار أن القرار الأخلاقي يكون كذلك إذا كان قائما على معرفة حقيقية (تحديد الوضعية). وتعتبر القضية في هذه المرحلة "مفتوحة" لاحتمالات عدة. وتأتي المرحلة الثانية في ربط القضية بقيم المؤسسة (أي ما تعتبره المؤسسة جزء من ممارساتها ونظرتها إلى القضية)، مثلا: هل يمكن ذكر اسم الجاني إذا كان قاصرا؟ وتختلف المؤسسات الإعلامية في هذا الجانب ولكل حجته في ذلك للاعتبارات الثقافية والاجتماعية. أما المرحلة الثالثة فتخص طرح أسئلة الخير والشر، أي ما إذا كانت القضية أخلاقية أو غير أخلاقية استنادا إلى النظريات الأخلاقية الكبرى مثل "الواجبات الضرورية" و"المنفعة". ويعني ذلك ما إذا القرار الذي تتخذه المؤسسة الإعلامية يمليه الواجب واحترام المبدأ الأخلاقي أو المنفعة العامة المترتبة عن القضية أو اعتبارات أخرى. وأخير (المرحلة الرابعة) وتخص

⁵⁴ Clifford G. Christians, "Communitarian Media Ethics," Keynote Address by Professor Clifford G. Christians at the International Conference on "Ethics and Law in the GCC," University of Sharjah, April 27-28, 2016

مسألة حسم الولاءات، أي ما إذا كان الولاء في اتخاذ القرار الأخلاقي للمؤسسة أو للمعلن أو للهيئة الممولة أو للوطن أو للإنسانية أو لأي اعتبار آخر (انظر رسم 4 عن نموذج "مربع بوتنر").

رسم 4: نموذج "مربع بوتنر" في اتخاذ القرارات الأخلاقية



Source: Clifford G. Christians, al., *Media Ethics: Case Studies and Moral Reasoning*, Pearson, NY., 2009, p.7.

المستوى II : الضمير الأخلاقي

أولاً: نظرية الواجبات الضرورية

تعد نظرية الواجبات الضرورية "لكانط" أهم نظرية أخلاقية تجعل ضمير الفرد ووعيه مصدر اتخاذ القرار الأخلاقي رغم أن هذا الضمير ليس مستقلاً تماماً عن الأبعاد الروحية الميتافيزيقية، ويحتل الضمير الأخلاقي في هذه النظرية موقعا متميزا يسعى إلى النأي عن أهواء النفس من جهة ولا ينخرط في التقاليد المبنية على الامتثال

للجماعة من جهة أخرى. وقد أجريت دراسة مقارنة بين مفهوم "كانط" للواجب ومفهوم محمد دراز للإلزام الأخلاقي في ثمانية نقاط يتفق الطرفان في معظمها عدا بعض الاعتبارات الميتافيزيقية وكون معايير "الشمولية" أمر مطلق عند "كانط" ومرن عند دراز. وقد أصبحت نظريات الواجبات الضرورية من أكثر النظريات تأثيرا في أدبيات أخلاقيات الإعلام في الغرب.

ثانيا: نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية

تعد نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية⁵⁵ نظرية فرعية ضمن نظرية الحتمية القيمية في الإعلام. ويمكن اعتبار هذه النظرية أداة ومرجعا في اتخاذ القرارات الأخلاقية في الممارسة الإعلامية. ويعني الواجب الأخلاقي في المطلق "أن مسؤولية الإعلامي والمؤسسة الإعلامية أخلاقية بالدرجة الأولى، وتأتي الاعتبارات الأخرى مثل العقلانية والاجتماعية والمنفعة الربحية "مكملة" بمستويات مختلفة عندما لا تتعارض مع المسؤولية الأخلاقية.

وتعني نظرية الواجب الأخلاقي في الإعلام أن المرجعية في أخلاق الإعلام حضارية مستمدة من المصادر التراثية ذات الأساس الروحي بشكل عقلائي متجدد ذي صبغة عالمية.⁵⁶ إن واقع أخلاق الإعلام (ومعظم موانيقها) في المنطقة العربية والإسلامية يخلو غالبا من مرجعية المصدر والتجديد ومن ثم تأتي مفرداتها في الغالب في شكل عموميات دون لون واضح يطبعها. واضح أن مصدر القيمة

⁵⁵ د. عبد الرحمن عزي، الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2016.

⁵⁶ وانطلاقا من مبدأ حوار الأديان في إعطاء الفرد معنى في الحياة بأبعدها المادية والروحية فإن فرص تطور أخلاق الإعلام العالمية تزداد ومن ذلك جهود الحتمية القيمية في الإعلام وجهود " كليفورد كريستنز" الخاصة بالقيم الإعلامية التي تقدر حياة الانسان (proto-norms) وتبحث عن العدل والكرامة الانسانية والسلم الاجتماعي و"العقل العالمي" المحتضن للآخر المتنوع.

يتضمن الجوانب الروحية والفطرة وقد عبر العالم محمد دراز⁵⁷ عن ذلك بمفردات بالغة: "إن التمييز بين الخير والشر هو إلهام داخلي مركزي في النفس البشرية قبل أن يكون شرعة سماوية، وبأن الفضيلة في نهاية المطاف إنما تتخذ مرقاتها من طبيعتها الخاصة ومن قيمتها الذاتية وأن العقل والوحي - على هذا - ليسا سوى ضوء هاد، مزدوج، لموضوع واحد، وترجمته مزدوجة، لواقع واحد أصيل، تمتد جذوره في أعماق الأشياء."⁵⁸ وبما أن تلك الفطرة صعب وصولها وتكون قد تشوهت بفعل الضحالة في الممارسة الأخلاقية والظروف الخارجية، فكان الهدي في الرسائل السماوية. إن القيم الأخلاقية في النص القرآني في نظره أشمل وأوسع وهي "السمة البارزة" "إن لم تكن أثمن سماته." فالنص القرآني، يقول محمد دراز "ومن حيث كونه حافظا لما سبقه، واستمرارا له - قد تميز عنه بذلك الامتداد الرحب الذي ضم فيه جوهر القانون الأخلاقي كله."⁵⁹ ويضيف "ليس يكفي القول أنها (أي أخلاق القرآن) حافظت على تراث الأسلاف ودعمته، وإنما وفقت بين الآراء المختلفة التي فرقت أخلاقهم."⁶⁰ ويصف هذا الكمال في البناء والدلالة بقوله: "الأخلاق القرآنية دفعت ذلك البناء المقدس وجملته حين ضمت إليه فصولا كاملة الجدة، رائعة التقدم، ضمت إلى الأبد العمل الأخلاقي."⁶¹ وإذا كانت الفلسفة قد انشغلت بعدد محدود من القيم الأخلاقية مثل العدل والشجاعة وغيرها وكان مضمونها محصورا ومركزا على المنهجية دون المبدأ بالضرورة فإن مجالها في النص القرآني⁶² رحب بدون حدود.

⁵⁷ لمقارنة مفهوم الإلزام عند محمد دراز ونظرية الواجبات الضرورية لكانت، انظر دراستنا بالإنجليزية :

Dr. Abderrahmane Azzi, "Kant's Categorical Imperatives Vs. Darraz's Conception of Obligation: An Epistemological Cross-Cultural Comparison," under publication.

⁵⁸ محمد دراز، دستور الأخلاق في القرآن الكريم ، نسخة إلكترونية ، ص. 16.

⁵⁹ نفس المرجع ، ص. 8.

⁶⁰ نفس المرجع، ص. 9.

⁶¹ نفس المرجع السابق

⁶² للتوضيح وليس للمقارنة

وقد بينا في دراستنا عن نظرية أسماء الله الحسنى⁶³ أن القيم في هذه النظرية فقط بعدد أسماء الله الحسنى المعروفة وغير المعروفة. وإذا ما حصرنا القيمة في الناحية المنهجية بالصيغة الفلسفية، فإننا نجد المنهجية في النظرة القيمية مركبة في الوصول إلى القيمة. فأحيانا تكون القيمة الأخلاقية "في منتصف الطريق بين المجرّد (الغامض المبهم) والحسي (المفرط في الشكلية)" فيتطلب الأمر "تكييف ومواءمة ينبغي أن يتما بوساطة جهد راشد، بعيدا عن الإرخاء، وعن الغلواء، التي لا ضابط لهما." وأحيانا تكون جمع بين النقيضين على نحو "لطف في حزم وتقدم في ثبات وتنوع في وحدة، وخضوع في حرية ويسر في مجاهدة ومبادرة في استمرار، الخ."⁶⁴

وتتنوع نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عن غيرها في أنها تعتبر أن مصدر القيمة روعي في الأصل غير أن تناولها يكون بالتأويل العقلاني الواعي المتجدد، أي أن مرجعية التأويل المذكور سبيلا حتميا في الممارسة الأخلاقية. وبدون هذا الوسيط التأويلي العقلاني والممارسة الأخلاقية تتسحب القيمة إلى التقاليد وذلك هو حال القيم المعطلة (بتعبير مالك بن نبي يرحمه الله) في المنطقة العربية والإسلامية.

وتختلف الأخلاق القيمية عن النظريات الأخرى في النظرة إلى طبيعة الفرد، إذ تنظر تلك النظريات إلى الفرد بوصفه كيانا عقليا مصغرا ومستقلا عن محيطه (أيا كان) دون الجانب الروحي الذي يعد الأنا العلوي في توجيه الممارسة الأخلاقية. أن المرجعية العقلانية البحتة في معالجة المسألة الأخلاقية تتضمن خلا معرفيا يتجلى في عدم القدرة على تحديد أو "الحسم" في الفصل بين الأخلاقي من دونه، أي الفرق بين الخير والشر وبين "الكائن" و"ما ينبغي أن يكون." وأدى هذا "الإخفاق" إلى

⁶³ بالعربية: د. عبد الرحمن عزي، "أخلاقيات الإعلامية في الرؤية النورسية النورانية، مرجع سبق ذكره.

وبالإنجليزية

Dr. Abderrahmane Azzi, The Morality of Journalism Ethics: Readings in Nursi's

Theory

64 10 .

التخلي عن هذه المعادلة وتحويل المسألة الأخلاقية إلى شعور الفرد أحيانا أو إلى مجال النسبية أحيانا أخرى، أي أن لكل فرد أو ثقافة رؤية وآلية في تحديد المسألة الأخلاقية محليا، مما يعني عدم وجود مرجعية شاملة تسري على كل الأفراد والمجتمعات وفي شتى الظروف والحالات. وتعبير آخر، فإن المرجعية في معرفة الأخلاقي وغير الأخلاقي التفكير العقلاني المحض والتقاليد المكانية المختلفة. ويتم نتيجة ذلك إقصاء "المخزون الأخلاقي القيمي" الواسع والشامل الذي تحتويه المصادر الروحية في الثوابت والمتغيرات. فالطرح العقلاني البحت والنسبية إنما يؤثر على "جانب واحد من النفس: الجانب العقلاني البحت". إن منزلة الفرد في النظرية الأخلاقية القيمية عالية ومتكاملة ويتوجه النص القيمي "إلى النفس بأكملها فهو يقدم إليها غذاء كاملا يستمد منه العقل والقلب، كلاهما نصيبا متساويا."⁶⁵ وقد عبر النورسي (بديع الزمان) عن مركزية الانسان في الكون بقوله أن أسماء الله الحسنى تتجلى في الإنسان بوصفه "خليفة الله في الأرض، وأنه "فهرس الكون". يقول النورسي "إن الإنسان يمثل أعظم مقصد من المقاصد الإلهية في الكون، وهو المؤهل لإدراك الخطاب الربانية قد اختار سبحانه من بين مخلوقاته، و اصطفى من بين الإنسان المكرم من هو أكمل و أفضل و أعظم إنسان بأعماله وآثاره الكاملة، ليكون موضع خطابه الجليل باسم النوع الإنساني كافة، بل باسم الكائنات جميعا."⁶⁶ فالإنسان في نظره "فهرس مصغر للكون بما يملك من صفات جامعة فتجليات الأسماء الإلهية في الكون نراها في الإنسان بمقياس مصغر."⁶⁷

أن الواجب الأخلاقي يعني أن يكون الدافع الأساس في فعل الانسان ارتباط ذلك الفعل بالقيمة. يعني ذلك أن ينطلق الانسان من المبادئ في الحالات المختلفة،

⁶⁵ محمد دراز، ص. 14

⁶⁶ بديع الزمان النورسي، سيرة ذاتية: كليات رسائل النور، إعداد و ترجمة إحسان قاسم الصالحي، دار النيل للطباعة و النشر، استانبول، تركيا، 2008، ص. 498.

⁶⁷ ن، م، س، ص. 29.

وبدون ذلك قد يدخل الفعل في الاعتبارية والعبثية. ويتطلب الأمر أن يكون الفرد كائنا أخلاقيا بالدرجة الأولى، أي يستحضر المبادئ في كل ممارساته، وإن غفل راجع نفسه فعاد إلى إدراكه وتعلق بتلك المبادئ مرة أخرى. وإعلاميا، يتعين على الصحفي (والمؤسسة الإعلامية) أن يسأل نفسه دائما، هل ما أكتبه أو أصوره أو أغطيه أو أذيعه أو أنشره أخلاقي؟ هل ما أنتجه يضر أحدا من المعنيين بالحدث أو الجمهور المتلقي؟ هل ما أنتجه يضع الآخرين في موقف سلبي من دون حق؟ هل ما أنتجه دقيق وموثوق فيه؟ هل ما أنتجه لا يشوه الحقائق؟ هل ما أنتجه يتم عن حسن نية؟ هل هناك مصلحة شخصية أنانية فيما أنتجه مثل البحث عن الشهرة والإثارة؟ هل ما أنتجه يفيد الآخرين؟ هل ما أنتجه يخفف الضرر عن الآخرين؟ إن الكثير القرارات في الممارسة الإعلامية عادة ما تكون نتيجة رد فعل سريع أو متسرع وليس نتيجة تأمل وتفكير في تقديم إجابة أخلاقية متأنية، الأمر الذي يعيدنا إلى الأسئلة الجوهرية المذكورة.

أن الواجب الأخلاقي في أسمى مراتبه تجاه الخالق سبحانه ويعد هذا الواجب الأساس الذي تنفرد منه الواجبات الأخرى (الواجب تجاه المؤسسة والجمهور والمجتمع والوطن، الخ). ويعد هذا الواجب أمر ذاتيا يبتغي فيه الفرد مرضاة الله سبحانه ويأتي من قناعة داخلية ولا يحتاج إلى مراقبة أو توفر التشريعات (وإن كانت ضرورية في المجتمع المعاصر). وإعلاميا، يعني ذلك أن يرتقي الصحفي بأدائه ويلمس الحقائق ومن ذلك مخاطبة الناس بالحسنى، والتأكد من المعلومة وتجنب ما يدخل في باب الافتراء والقذف والإشاعة وإثارة النعرات الخ. وعندما يجد الصحفي (والمؤسسة) نفسه في مواجهة مسألة جدلية أو شائكة، فإنه يكون مع خالقه وحيدا في هذه الحالة، وعليه أن يتقي الله فيما يقوم به خاصة وأنه في مجال عام يمس الآخرين إن بالنتفع أو الضرر.

إن الواجب الأخلاقي يتوزع بمستويات مختلفة وفق موقع كل طرف من المسألة الأخلاقية. وفي الإعلام، تقع هذه المسؤولية على الفرد الصحفي بوصف ذلك "واجبا اخلاقيا"، فواجب الصحفي تجاه خالقه أن يؤدي دوره على مستواه في البحث النزيه عن الحقيقة وعدم الإساءة للآخر أو التعدي على الخصوصية الفردية أو تغذية الانقسامات إضافة إلى استبعاد المصلحة الشخصية الضيقة في البحث عن الشهرة والامتيازات المادية بحكم المنصب، الخ. ولما كان الفرد (الصحفي) حلقة "أولية" في سياق العمل بمؤسسات إعلامية كبرى، خاصة أو حكومية، فإن الواجب الأخلاقي لتلك المؤسسات تكون بنفس القدر من القوة والتأثير بحكم قدرة تلك المؤسسات على اتخاذ القرارات الأخلاقية "القيمية" بسياساتها في الممارسة الإعلامية. ولو فرضنا أن صحفيا قام بإجراء تحقيق عن قيام مؤسسة صناعية بتلويث البيئة وحدث أن تلك المؤسسة الصناعية من المعلنين الأساسيين في المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها الصحفي (الفرد) فإن الواجب الأخلاقي للمؤسسة الإعلامية أكبر بالمقارنة (مع واجب الصحفي) في نشر التحقيق من عدمه. و يكون الواجب الأخلاقي في هذه الحالة في حدود "الممكن" وليس في حدود ما ينبغي بالمطلق. وإذا ما حدث هناك تعارض بين الموقف الأخلاقي للصحفي وموقف مؤسسته "المنافض"، فقد دلت التجربة التاريخية في الإعلام أن الصحفي عادة ما يقوم بالحد الأدنى الممكن التي تمليه عليه مبادئه أو يتخلى عن تلك المؤسسة بالمرّة. وأخيرا فإن الواجب الأخلاقي أمر قائم في شتى الظروف والحالات و قابل التعميم في الزمان والمكان. ويندرج ذلك في سياق نظرية الحتمية القيمية في الإعلام من جانب أولوية القيمي على "الوضعي" و "الواقعي" والذي كثيرا ما يكون مشوها بفعل ابتعاده عن القيمة. و يدخل في ذلك إضفاء صبغة الانسانية على الآخر، أي التعامل مع إنسانية الآخر بوصف تلك الانسانية صفة مشتركة بين الجميع. ويترتب عن ذلك فيما يخصنا احترام جمهور الوسائل الإعلامية بتقديم المادة الإعلامية التي تقدر من قيمته وترفع من شأنه إذ أن من

وظائف الإعلام التي تقترحها نظرية الحتمية القيمية في الإعلام قدرة الإعلام على إضافة القيم للآخرين بحيث يصبح هؤلاء أكثر قيمة لأنفسهم وللآخرين.

المستوى III: الفعل الأخلاقي الإعلامي

أولاً: الممارسة الإعلامية

تعد الممارسة الإعلامية "لمتراكمة" في أي مجتمع مصدرا مهما في دراسة المجال الأخلاقي في الممارسة الإعلامية وذلك يخرج عن إطار هذا البحث.

ثانياً: ميثاق الشرف (موثيق المؤسسات أو الجمعيات)

أن الميثاق وليد منظومة أخلاقية معرفية مترابطة في الأصل والفرع وليس بدايتها حتى وإن بإجماع ظرفي من أصحاب المهنة الإعلامية (مؤسسات أو جمعيات). وتعود محدودية العديد من ميثاق الشرف إلى تذبذب المرجعية النظرية والأخلاقية في تلك المصنوفة اللغوية المنتسبة إلى أخلاق الإعلام وعدم الفعالية الملحوظة بحيث كثيرا ما تحولت إلى مجرد "حبر على ورق" على ما يدل عليه واقع المشهد الإعلامي بشقيه الإداري والمهني. إن أساس أخلاق الإعلام يتعلق بالمرجعية النظرية والأخلاقية التي من المفترض أن تستند إليها الميثاق أو القرارات الأخلاقية التي يتخذها الإعلامي والمؤسسة الإعلامية يوميا في سياق الضغوط السياسية وتأثير الرأسمال المادي والاعتبار الدولي في مقاربة الشأن الاجتماعي والسياسي والثقافي والحضاري.

وإذا ما عدنا إلى النظريات المعيارية في الإعلام وميثاق الشرف الإعلامية⁶⁸ في المجتمعات المتميزة بالتجربة الإعلامية الواسعة والمهنية فإن نجد اتفاقا معتبرا في المبادئ الأخلاقية الكبرى التي ينبغي أن تحكم الأداء الإعلامي في أي مجتمع

⁶⁸ ميثاق جمعية الصحفيين المحترفين الأمريكيين. مرجع سابق.

متضمنة "احترم قداسة حياة الانسان"، البحث عن الحقيقة،⁶⁹ "الكرامة الإنسانية،" "العدل" أو "العدالة التصالحية" "منع الضرر" أو "التقليل منه"، "الشفافية"، "المساءلة،" "ونبذ العنف، الخ. وهي مبادئ تطبيقية أساسية إن كانت مترابطة مع الضمير الأخلاقي والفكر الأخلاقي مثلما ذكرنا في تحديد النظام الأخلاقي بمستوياته الثلاثة وعلاقته بالنظام الإعلامي.

⁶⁹أوردنا في دراستنا عن النورسي أن من مهام المرسل (بكرالسين) البحث عن الحقيقة (من اسم الله تعالى الحق) ، وهذه المهمة لا شك أنها نبيلة وشاقة (إذ يعرف أن الصحافة مهنة المتاعب). و قد ورد عن النورسي "إن الانسان بسبب جوهره العالي، و ماهيته المكرمة إنما يدور خلف الحق و الحقيقة... و إنما يقع الباطل و الضلال بسبب التغافل عن النظام الذي هو خيط الحكم." انظر دراستنا، في

د. عبد الرحمن عزي، حفريات في الفكر الإعلامي القيمي، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2013