

أخلاقيات العمل الإعلامي



أخلاقيات العمل الإعلامي

يُعد التفكير الأخلاقي المبدأ الأول من مبادئ العمل الإعلامي، فلا بد للإعلامي أو الصحافي قبل كتابة الأخبار أو نشر الصور أن يأخذ بعين الاعتبار جميع المشكلات والتبعات التي ستترتب على نشر تلك الأخبار والصور، فيتوجب عليه مسبقاً دراسة جميع الخيارات المتوقعة حصولها نتيجة نشر خبر أو صورة معينة والعمل على أساس ذلك التوقع.

حيث تُعتبر أخلاقيات العمل من أهم مبادئ العمل الإعلامي التي يتوجب مراعاتها والالتزام بها، فكثير من الصحف والمواقع الإلكترونية العالمية الموجودة على شبكة الإنترنت ميزت نفسها من خلال وضع مبادئ أخلاقية تحكم سلوك العاملين فيها؛ لضمان المصداقية والشفافية في العمل الإعلامي ما يلي (مركز هرود لدعم التعبير الرقمي، 2016):

1. المسؤولية، فالالتزام وتحمّل المسؤولية تتبع من داخل الإعلامي أو الصحافي وتضفي على عمله مصداقية موضوعية وحيادية واضحة، لأنّه يهدف من كتاباته كسب ثقة المسؤولين وثقة الرأي العام.

2. حرية الإعلام والصحافة، فالحرية في مجال الصحافة والإعلام لها دوراً كبيراً ومهماً في تحري الحقيقة وتتبعها، فشعور الصحافي بالارتياح والطمأنينة في أداء عمله يقوده إلى تتبع الحقيقة والعمل الجاد.

3. الاستقلالية، فالمحافظة على الكرامة والأمانة واجب على الإعلامي فهو يحمل رسالة خالدة، تقوم بدور تنويري وتحفيزي للمجتمع وللأفراد.

4. المصداقية والدقة، حيث يأخذ الصحافي والإعلامي بعين الاعتبار أن تحري المصداقية والدقة في العمل يؤدي إلى كسب انجذاب القارئ والمشاهد مما يزيد الثقة بين الطرفين.

5. المحافظة على حقوق الآخرين، فاتباع الإعلامي لأخلاقيات العمل فلا يتبعه أو يتتجاوز حرياتهم أو يكشف اسرارهم الخاصة التي لا يريدون لأحد الاطلاع عليها الأمر الذي يزيد من مصداقية العمل ويوثق أخلاق الإعلامي

متجسدة في شرعيات إعلامية أو مواثيق شرف مكتوبة، اقرتها اتحادات صحافيين أو مؤسسات إعلامية أو هيئات نقابية" (صدقة، 2009).

أهمية أخلاقيات العمل الإعلامي: الموثيق الأخلاقي هي أساسيات العمل الصحفي والإعلامي؛ فهي تضبط تصرفات وتحدد نهج العاملين في المجال الإعلامي، وهي التي تهذب العملية الإعلامية وتحقق أهدافها في التي تصب في خدمة الرأي العام وفي نشر الحقائق والمعارف، حيث وضعت معظم الدول مواثيق شرف وأخلاقيات عمل لمهنة الصحافة؛ لتأكيد حرية الصحافة في الوصول للحقيقة ضمن وسائل صادقة وعادلة وتقديم هذه الحقيقة للمجتمع، فهو واجبها الأول والأهم كما هدفت في الوقت نفسه إلى ربط هذه الحرية بالمسؤولية المهنية للصحفيين، وقد يُستغرب الكثيرين من حجم الاهتمام الكبير بمواثيق الشرف والأخلاقيات الخاصة بالعمل الإعلامي عن غيرها من المهن والوظائف المختلفة، فالدور العظيم الذي تؤديه وسائل الإعلام وتأثيره على المجتمع وعناصره في تعامله ونطاقه وتوصله وفي تشكيل قيمة وعمره واتجاهاته، ورأيه الخاص والعام، عوضاً عن أنها أداة تحقق التواصل والترابط والاندماج بين الشعوب والحضارات والثقافات المختلفة وتشمل كافة جوانب و مجالات الحياة الإنسانية، وبالنظر إلى ذلك كلّه ندرك ضرورة وتحمّل جود المواثيق والأخلاقيات الإعلامية؛ كونها الطريقة الأمثل لتحقيق إعلام هادف وتحقيق هذه المهنة العظيمة على أتم وجهه بما يضمن مصالح كافة أطراف المجتمع وفاته (ملكاوي، 2016).

والأخلاق الإعلامية تشكل أحد الأسس الرئيسية في مهنة الصحافة، حيث أن نزاهة الإعلامي وصدقته أمر رئيسي في تحديد أهداف هذه المهنة ومتغّرها، فهي في الأساس تؤدي خدمة عامة للمجتمع وتسعى إلى تطويره من خلال تزويد فناته بالحقائق والوقائع والمعلومات والبيانات الهامة والمفيدة من

والصحافي مما يعكس الإيجابية والقابلية على العمل.

وقد عرف الباحثين أخلاقيات العمل الإعلامي بطرق مختلفة كل حسب نظرته من زاوية معينة، فمنهم من نظر إلى أخلاقيات المهنة على أنها بمثابة قواعد لضبط وتنظيم سلوك النقابات المهنية، وأنها هي من تحدد الفروض المهنية للممارسين لها، فأخلاقيات العمل الإعلامي كما عرفها الشماليّة هي: "العلم الذي يعالج الواجبات التي تفرض على الشخص بحكم ممارسته لمهنة معينة، ويقصد بتقنيّن الأخلاقيات مجموعة القواعد التي تحكم سلوك الأشخاص الذين ينتمون إلى مهنة منتظمة في شكل نقابات مهنية في عبارة واحدة فإنّ أخلاقيات المهنة هي مجموعة القواعد التي تحدد الواجبات المهنية أي تحدد السلوك الذي يجب على المهني التزامه في ممارستها لـ"أعمال مهنته" (الشماليّة، 2015).

بينما عُرِفَ لـ"Berkhove" (LBERKHOVE) أخلاقيات مهنة الصحافي في الصحافة الاشتراكية على أنها: "المبادئ والمعايير الأخلاقية التي لم تثبت قانونياً بعد ولكنها مقبولة في الوسائل الصحفية ومدعومة من قبل الرأي العام والمنظمات الشعبية" (الشماليّة، 2015). كما تم التطرق لأخلاقيات العمل الإعلامي على أنها: "وثيقة تضم مجموعة المبادئ والقيم والسلوكيات والتوجهات التي اتفق على الالتزام بها مجموعة من الصحفيين لتحكم سلوكهم أثناء ممارستهم لمهنة الصحافة في كافة تخصصاتها المكتوبة والمسموعة والمسموعة إضافة إلى الإعلام الجديد" (مشارقة، 2017).

ومن وجهة المسؤولية الاجتماعية تُعرف أخلاقيات المهنة الإعلامية على أنها: "المهام التي يجب أن تلتزم بتأنيتها الصحافة أمام المجتمع في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية شرط أن يتتوفر للصحافة حرية حقيقة تجعلها مسؤولة أمام العقل والمنطق والقانون والرأي العام والمصلحة العامة والدين" (الشريف، 2017). كما غُرِفت أخلاقيات الإعلام بأنها: "مجموعة القيم والمبادئ الأخلاقية والسلوكيات، يلتزم بها الصحفي أثناء ممارسته عمله وكذلك تلتزم بها المؤسسة الإعلامية، تمثل هذه الأخلاق في قيم عامة وتقالييد وتصرفات، بعضها مشترك وبعضها خاص بالمجتمعات أو بالمؤسسات، وقد باتت هذه المبادئ

5. تفعيل دور المجتمع المدني في المراقبة والمتابعة، مثل مراقبة البرامج التلفزيونية المقدمة ومراقبة الحملات الإعلانية التي تنتشر في كل مكان، وإنشاء المراصد الإعلامية، وفتح المجال لمشاركة الأكاديميين في الدور النقدي، وغيرها من الوسائل التي تتيح للمجتمع المدني المساهمة من خلالها.

إن هذه التدابير تساهم في رفع مستوى الأداء الصناعي داخل المؤسسة وتحصينها من الخارج أمام بعض السياسيين وأصحاب رؤوس الأموال الذين يستغلون الصحافة بنفوذهم وأموالهم معتبرين أنهم يستطيعون شراء الأقلام والضمائر بما يمتلكون.

ولذلك كان لا بد من الاهتمام بالأخلاقيات الصحفية، حيث تُعتبر نزاهة الإعلامي عامل رئيس في تحديد هدف المهنة، وذلك لأنها خدمة عامة لصالح المجتمع ولخلق رأي عام واعٍ، حيث تحظى وسائل الإعلام بجمهور واسع وسلطة حقيقة، وإن تطبيق القيم الأخلاقية عنصر أساسي في نجاح وسائل الإعلام، فغياب المهنية يسبب الفساد وضعف ثقة الناس بالإعلام، والحرية على أهميتها لا تكفي، بل قد تقود لفوضى إن لم يتم تنظيم الأمر ضمن إطار أخلاقية تحمي الفرد من أهواءه ومن الإغراءات، فلا يتحقق مستقبل الإعلام من دون حفاظ الوسائل الإعلامية على رسالتها واستقلاليتها، من خلال التمسك بالأخلاقيات (العثوم، 2021).

ولغياب الأخلاق الإعلامية مخاطر كثيرة من أهمها: تبعية الصحفي والمؤسسات الإعلامية، وقوع الصحافة في أخطاء مهنية وأخلاقية، تفشي الفساد الإعلامي، وغياب النزاهة المهنية، عدم احترام القيم الإنسانية، وغياب الموضوعية والتوازن، بالإضافة إلى تسخير الإعلام في خدمة قوى الأمر الواقع.

وعلى الرغم من الاختلافات التي يتم وضع معايير الأخلاقيات على أساسها إلا أن جميعها تسعى إلى أهداف محددة تمثل في (بوعلي، 2019):

1. حماية الجمهور من أي استخدام غير مسؤول للاتصال أو ضد الأغراض الاجتماعية له أو استخدامه للدعائية.

2. حماية القائمين بالاتصال من أن يتحولوا بأي شكل من الأشكال لقوة لا تقدر مسؤولياتها، أو يتعرضوا للإذلال أو لأي ضغط ليقولوا أو يفعلوا مالاً تملّيه عليهم ضمائرهم.

4. تجنب الأسلوب الترويجي والدعائي، والابتعاد عن الإساءة للأشخاص أو تشويه سمعتهم أو توجيه اتهامات لهم. فمن القيم الأخلاقية هذه ما هو مبادئ عامة مهنية كاحترام التعبير والرأي والتعددية في عرض وجهات النظر، ومنها ما هو سلوكيات وصفات شخصية كالنزاهة والصدق والجرأة والاستقلالية... إلخ.

وانطلاقاً من أن دور الصحافة ورسالتها لا يكتمل من دون هذه الأخلاقيات، ونظراً للأخطاء الكبيرة والخطيرة التي يقع فيها الإعلاميون بسبب اهتمامهم المبادئ الأخلاقية أو عدم اهتمامهم بها وتمكنهم منها، كان لا بد من العمل على دعم وتعزيز هذه القيم والمبادئ من خلال عدة أمور تمثل في (صدق، 2009):

1. تأهيل الصحفيين والإعلاميين من خلال عقد دورات تدريبية أو تنظيم حلقات عمل أو وضع مبادئ مهنية تحددها المؤسسة الإعلامية المسؤولة للعاملين فيها أو من خلال إشراكهم في وضع المعايير والأخلاقيات، ومناقشتهم في القضايا الحساسة باستمرار.

2. تثقيف وتوسيع طلاب الصحافة بتعليمهم الأخلاق الإعلامية والآداب المهنية من خلال تناول موضوع الأخلاق في المناهج وإقامة دورات تدريب وتحليل للمقالات الصحفية التي تتناول قضايا ميدانية مختلفة.

3. وضع معايير تربوية وأخلاقية وسلوكية تحددها المؤسسة الإعلامية على أن تشكل قاعدة عمل وسلوك للعاملين فيها الأمر الذي يستوجب مواكبة المؤسسة للتطبيق، وقد أصبحتأغلب المؤسسات الإعلامية في معظم الدول تملّك هذه المعايير وتعمل بها، فضلاً عن المعايير الأخلاقية التي تضعها النقابات الصحفية والاتحادات والجمعيات التي تُعنى بالصحافة.

4. يقطن الصحافيون ووعي مسؤولي التحرير في وسائل الإعلام إلى ضرورة تجاوز الأخطاء والانجراف نحو المغريات المتعددة، وهذه اليقظة قد تكون ذاتية أو قد تكون وليدة نقد اجتماعي من جانب قادة الرأي أو مؤسسات المجتمع المدني.

أجل تشكيل رأي عام ذات فهم ووعي لتحقيق المصالح والارتقاء بالمجتمع، فهذا الدور أساسي كون الرأي العام يشكل مصدر السلطات في الأنظمة الديموقراطية، في كل مره يتجاهل فيها الصحافي المصلحة العامة عند معالجته موضوعاً معيناً، أو في كل مرة يستخدم فيها موقعه ومهنته لتحقيق أهداف شخصية، أو حين يغض النظر عن تناول امور وقضايا تضر بالمجتمع فيискط عنها لمبررات تضر بالمصلحة العامة، أو حين يستخدم قلمه وكتاباته في خدمة أفراد معينين لدعاوى وإغراءات مختلفة ولمكاسب مالية ورمزية، وفي كل هذه الحالات يخرج الصحافي خارج نطاق تأدية رسالته الحقة ومهنته العظيمة، ويرتكب أخطاءً أخلاقية جشعة، فلم توجد الصحافة لتكون في خدمة أفراد معينين، ولم تكن لتحقيق أهداف ومكاسب فردية، فهي بذلك سقطت من كونها رسالة سامية ذات مبادئ عالية إلى مهنة شخصية ذات غايات ومصالح دنية (كلاس، وآخرون، 2011).

غياب هذه المبادئ في الإعلام والصحافة يهدد هذه المهنة بل ويتبدل دورها ويتغير هدفها، حيث أن دور الصحافة في الأساس مساعدة الناس على اكتشاف الحقائق والتعرف على العالم والمجتمع والأفراد، وإيصال ما يحدث في العالم من أحداث وتوضيحها لتحقيق فهم واضح لها ولتمكنين الجمهور والقراء من اتخاذ قراراتهم بأنفسهم وبكامل حريةهم، وتمكينهم من تكوين رأي خاص بهم انطلاقاً من الواقع الذي يطّلعون عليه والذي يصل إليهم من خلال وسائل الإعلام بالدرجة الأولى، باعتبار أن هذه الوسائل هدفها المباشر هي تقديم الخدمة العامة، ومن أجل ذلك تملّي أخلاقيات المهنة على الإعلامي والصحافي أولويات مختلفة تتمثل في (صدق، 2009):

1. نقل الخبر كما هو وليس كما يعتقد الصحافي أو كما يتخيل، وعرض الواقع والحقائق بتجرد وتوازن دون تحيز.

2. اعتماد قوانين ومبادئ واضحة، ومحدة في انتقاء الواقع والأحداث، بحسب أهميتها وما يترتب عليها من نتائج وما يحيط بها من حيّثيات، وعدم التركيز على الواقع الثانوي والتغطية على الواقع المهمة.

3. الابتعاد عن الدمج بين المصالح الشخصية والمصالح العامة، والفصل بين الواقع والاجتهد الشخصي في التعليق عليها.

المراجع:

- العتوم، أحمد (2021). أهمية الأخلاق في العمل الصحفي، إي بالعربي، على الرابط: <https://2u.pw/p0GIXAk>
- بو علي، إيمان (2019). القيم الأخلاقية والممارسة المهنية في وسائل الإعلام الجزائرية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خضرير، الجزائر.
- مركز هرود لدعم التعبير الرقمي (2016). أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفي والإعلامي، القاهرة.
- الشمايلة، ماهر واللحام، محمود (2015). أخلاقيات المهنة الإعلامية، دار الإعصار العلمي للنشر، الأردن.
- مشارقة، صالح (2017). مساق أخلاقيات الإعلام. مركز تطوير الإعلام، جامعة يربذت، فلسطين.
- الشريفي، عبد العزيز (2017). أخلاقيات الإعلام. دار يافا العلمية للنشر، الأردن.
- صدقة، جورج (2009). الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع. مؤسسة مهارات للنشر، لبنان.
- ملكاوي، عمر (2016). أخلاقيات العمل الإعلامي دراسة في منهج الإعلام الإسلامي. شبكة ضياء للمؤتمرات والدراسات للنشر، جامعة اليرموك، الأردن.
- كلاس، جورج ورمال، علي ومخايل، طوني (2011). دور وسائل الإعلام في مكافحة الفساد. دليل تدريسي، بيروت.

3. المحافظة على قنوات الاتصال مفتوحة بحيث يصبح الاتصال ذو اتجاهين وذلك بالتأكيد على حق القائمين بالاتصال في الحصول في كل وقت على المعلومات عدا الظروف المتصلة بأمن الدولة دون التوسع في تفسير ذلك بما يجعل في ذلك استطاعة الشعوب أن تعرف الطريقة التي تحكم بها من جهة بحيث يصبح في إمكانهم التغيير على آرائهم المؤيدة أو المعارضة باستمرار من خلال وسائل الاتصال الجماهيري من جهة أخرى.

وبصيغة أخرى فإن أهداف أخلاقيات المهنة الإعلامية تمثل في:

1. الفهم، من خلال تعميق فهم الإعلاميين للوظائف الأخلاقية وأهداف الصحافة.
2. المنطق الأخلاقي، من خلال تحسين المنطق الأخلاقي للصحفيين.
3. ترويج السلوك الأخلاقي وعملية اتخاذ القرار في المؤسسات الإعلامية.
4. النقاش، من خلال تشجيع إجراء حوار عام بشأن أخلاقيات المهنة الإعلامية.

الخاتمة

نظرًا لما تؤديه وسائل الإعلام والاتصال من دوراً كبيراً في المحافظة على أصالة المجتمع وثقافته وأخلاقياته، وجب على هذه المؤسسات وعلى الإعلاميين المشتغلين بها، حتى يقوموا بعملهم على أتم وجه الالتزام بمجموعة من الآداب والضوابط والمبادئ، وقواعد السلوك المهني والتي يطلق عليها أخلاقيات العمل الإعلامي، والتي تضمن حقوق الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام المختلفة وأهمها حق الوصول إلى المعلومات، كما تضمن حق الجمهور في الحصول على معلومة صحيحة وذات مصداقية عالية، كما تنظم هذه الأخلاقيات علاقة الإعلامي بمؤسساته وتعزز دوره في المجتمع الذي ينتمي إليه من خلال إلزامه بالمسؤولية الاجتماعية أثناء أدائه لعمله.

النتائج

1. تُعد أخلاقيات مهنة الإعلام مطلباً أساسياً لدى العديد من المنظمات والحكومات والمجتمعات، نظرًاً للأدوار المختلفة التي تؤديها وسائل الإعلام في المجتمع وأثارها المتعددة على مختلف مناحي الحياة.
2. لا بد أن يكون لكل مؤسسة إعلامية تقاليدها و سياستها الخاصة بها والتي تضعها لنفسها، من أجل التحكم في آليات العمل ليسهل عليها تحقيق أهدافها والوصول لغاياتها.
3. تعتبر مواثيق الشرف وأخلاقيات العمل الضمانة ليكون الإعلام أداة للخدمة العامة، لا أن يكون في خدمة أصحاب النفوذ وأصحاب المؤسسات الإعلامية أو المعلنين أو الصحفيين أنفسهم، فغياب الطابع الإلزامي لهذه المواثيق يعرضها للعديد من الانتهاكات من قبل الصحفيين والمؤسسات الإعلامية المختلفة.