

أخلاقيات الصحافة والإعلام

Journalism and Media Ethics

المحاضرة زينب العيسى

كلية الإعلام - قسم الصحافة



- المخرجات المتوقعة من الدرس
- المقدمة
- أخلاقيات الصحافة.
- مدونة قواعد سلوك وسائل الإعلام
- شفافية الإعلام.

المخرجات المتوقعة من الدرس

- بعد إتمام هذا المقرر يتوقع من الطالب أن يكون قادرًا:
 - ١- التعرف على أخلاقيات العمل الصحفى .
 - ٢- المحظورات ضمن العمل الصحفى.
 - ٣- التوصيات العالمية للتمكن من الأداء الصحفى.

- منذ وجد الإنسان، وعرف اللغة والكلام، نشأت عنده حاجة لأن يقول للآخرين ما يعمل، وما يفكر فيه؛ ويعرف منهم، كذلك، ما يعلونه، وما يفكرون فيه، لأن طبيعة الإنسان الاجتماعية، تجعله يهتم بما يدور حوله، ولا يستطيع الحياة وحده، فكان لابد من إيجاد وسيلة للتعبير عن آرائه، وأماله وألامه و حاجاته، إلى غير ذلك.
- الصحافة، بمعنى نقل الأخبار، قديمة قدم الدنيا وليس النقاش الحجري في مصر والصين وعند العرب الجاهليين، وغيرهم من الأمم العربية، إلا ضربا من ضروب الصحافة في العصور القديمة. ولعل أوراق البردي المصرية، من أربعة آلاف عام، كانت نوعا من النشر أو الإعلام أو الصحافة القديمة.

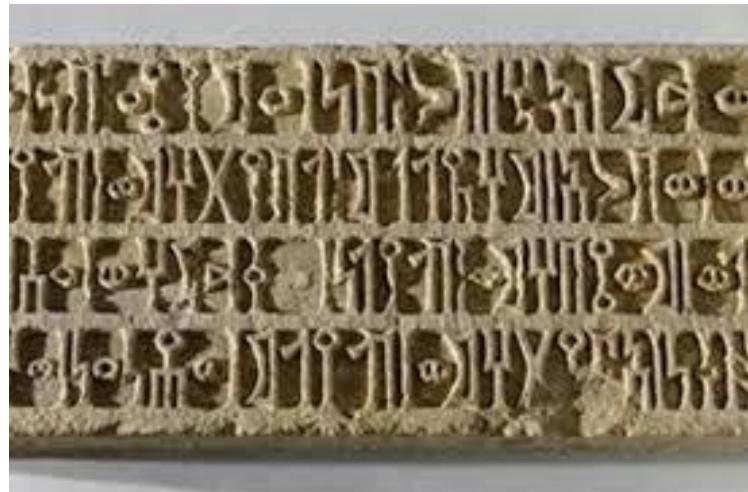


■ وكانت الأخبار، في العصور الأولى، خليطا من الخيال والواقع، تماشيا مع رغبات المستمعين، بغية التسلية، الإشادة بالبطولة والقوة، وكان هذا اللون من القصص كثير التداول بين الناس يعمر طويلا، وينتقل من جيل إلى جيل، على صورة القصص الشعبية، الفولكلور. ولو صح ما قاله المؤرخ يوسف فلافيوس أنه كان، للبابليين، مؤرخون مكلفون بتسجيل الحوادث، التي اعتمد عليها نيروز، في القرن الثالث قبل الميلاد، في كتابه «تاريخ الكلدانيين»، لتبيّن أن الصحافة، ظاهرة اجتماعية قديمة جدا، عرفت في العصور السحيقة.



- ويقال أن الصحافة بدأت في صورة الأوامر، التي كانت الحكومات توفر بها رسائلها مكتوبة، على ورق البردي، إلى كل إقليم. وكان لهؤلاء الرسل محطات معينة يتوجهون إليها، بما يحملون من الرسائل، لهم جياد في كل محطة. ومتى وصلت الرسالة إلى حاكم الإقليم، أذاع ما فيها على سكان إقليمه، وقد يلجم، في بعض الأحيان، إلى إطلاق المنادين ينادون بما فيها.
- استخدمت الحكومات كذلك النقوش على الحجر، وكان لابد لها حينئذ من أحجار عدة، ت نقش على كل واحد منها، نسخة من التبليغ، الذي تريده، ثم تبعث بها إلى حيث توضع، في المعابد، التي يكثر تردد الناس عليها.

■ ومن هذه الأحجار، حجر رشيد المشهور، الذي كان وسيلة للوقوف على سر الكتابة المصرية، وقد وجدت من هذا الحجر - إلى منتصف القرن العشرين - نسختان، إحداهما أخذها الإنجليز، أثناء حملة بونابرت، ووضعوها في المتحف البريطاني، والثانية عثر عليها، بعد ذلك، وهي توجد الآن في المتحف المصري.



- أخلاقيات الصحافة تتألف من المبادئ والأخلاقيات والممارسات الجيدة وتطبيقها على التحديات المهنية التي تواجه الصحفيين و تعد فرعاً من أخلاق الإعلام.
- تظهر القواعد الأساسية لأخلاقيات الصحافة في إعلان فلسفتها ومبادئها التي تعمل على أساسها ، وذلك حسب ما قاله أحد الصحفيين المشهورين: توني بورمان ، مدير التحرير السابق لسي بي سي نيوز:
«كل مؤسسة صحفية ترتكز على مصادقتها وتعتمد عليها».
- وقد تختلف فلسفات المؤسسات الصحفية إلا أنها تجمع على مبادئ : اتباع الحقيقة والدقة والموضوعية والحياد والتسامح والمسؤولية أمام القراء. ويتجلّى احترام تلك الأخلاقيات في الحصول على المعلومات ومراعاة أهميتها ثم نشرها إلى الجمهور

أخلاقيات الصحافة

وكما هو الحال بالنسبة لأنظمة احترام الأخلاقيات فلتلزم الصحافة هي الأخرى بمبدأ «إلحاقي أقل ضرر». وهذا يتعلق بعدم كشف بعض التفاصيل في النشر مثل اسم مصاب أو بأخبار لا تتعلق بموضوع المقال قد تسيء إلى سمعة الشخص المذكور. بالإضافة إلى ميثاق المصداقية تعتمد المؤسسات الإعلامية على هيئة داخلية تقوم بدور المحافظ على سلامه ومصداقية العمل أمام الجمهور. وهي تتوسط عند ظهور مشكلة وضغوط من الداخل والخارج، وتعتني بالمسؤولية أمام الجمهور والعمل على تنمية النقد الذاتي وتشجع على الالتزام بأخلاقيات المصداقية.



- أخلاقيات الإعلام هي قسم فرعي من الأخلاقيات التطبيقية التي تتعلق بالمبادئ والمعايير الأخلاقية الخاصة بالإعلام، وتتضمن الإعلام الإذاعي والأفلام والمسرح والفنون والإعلام المطبوع والإنترنت. ويفغطي هذا المجال موضوعات مختلفة وجدلية بصورة كبيرة، بداية من صحفة الحروب إلى بينيتون للدعاية الإعلان.



مجالات أخلاقيات الإعلام

- إن أخلاقيات الصحافة هي أحد أفرع أخلاقيات الإعلام الأفضل تحديداً، وخاصة لأنها عادةً ما تدرس في كليات الصحافة. وتميل الأخلاقيات الصحفية إلى السيطرة على أخلاقيات الإعلام، حتى أنها غالباً ما تستثنى المجالات الأخرى.
تتضمن الموضوعات التي تغطيها أخلاقيات الصحافة:
- التلاعب بالأخبار: يمكن التلاعب بالأخبار والتلاعب فيها. قد تحاول المؤسسات والحكومات التلاعب بالإعلام الإخباري؛ وتقوم الحكومات بذلك، على سبيل المثال، عن طريق الرقابة والمؤسسات عن طريق ملكية الأسهم. إن أساليب التلاعب خفية ومتعددة. وقد يحدث التلاعب عمداً أو عن دون قصد. وهؤلاء الذين يتم التلاعب بهم قد لا يكونون على دراية بما يحدث

البداية ستكون من كلمة الحقيقة قد تتعارض الحقيقة مع القيم الأخرى، مثلاً:

المصلحة العامة: إن الكشف عن الأسرار العسكرية والمعلومات الحكومية الأخرى الحساسة قد يكون متعارضاً مع المصلحة العامة، حتى لو كان حقيقاً. ولكن، ليس من السهل تعريف مصطلح المصلحة العامة.

الخصوصية: إن التفاصيل الخلية في حياة الشخصيات العامة تعد عنصراً في العديد من الوسائل الإعلامية. ولا يعد النشر بالضرورة مبرراً لكون المعلومات حقيقة. تعد الخصوصية أيضاً حقاً من الحقوق والذي يتعارض مع حرية التعبير.



التذوق الحسي: إن المصورين الصحفيين الذين يغطون الحروب وال Kovarath عادةً ما يواجهون مواقف قد تمثل صدمة لمشاعر جمهورهم. على سبيل المثال، نادرًا ما يتم عرض البقايا البشرية. وتتلخص القضية الأخلاقية في، إلى أي مدى يجب على المرء المخاطرة بضم مشاعر جمهوره ليقوم بتقديم الحقيقة الكاملة بصورة صحيحة.

التعارض مع القانون: قد تتعارض الأخلاقيات الصحفية مع القانون حول القضايا مثل حماية مصادر الأخبار السرية. وهناك أيضًا السؤال المتعلق بمدى المقبولية الأخلاقية لخرق القانون للحصول على الأخبار. على سبيل المثال، قد يرتكب الصحفيين السريون جرائم مثل التضليل والتعدى على الممتلكات وجرائم وأضرار مشابهة، مثل الصحافة السرية والصحافة الاستقصائية.

أخلاقيات الإعلام الترفيهي

تضمن القضايا التي تتعرض لها أخلاقيات الإعلام الترفيهي:

تصوير العنف والجنس واستخدام الألفاظ النابية: تشيع المبادئ التوجيهية والتشريعات الخاصة بهذه القضية وتخضع العديد من الوسائل الإعلامية (مثل، الأفلام وألعاب الكمبيوتر) إلى أنظمة تصنيف وأنظمة رقابة بواسطة بعض الوكالات المتخصصة. يمكن الوصول إلى دليل لأنظمة التطبيق العالمية شامل في تصنيفات الأفلام.

إفحام المنتج: من أساليب التسويق الأخاذة في الشيوع هي إفحام المنتج في وسائل الإعلام الترفيهية. ويتم دفع مبالغ طائلة من الأموال لمنتجي الإعلام الترفيهي ليقوموا بعرض المنتجات ذات العلامات التجارية. وتعد هذه الممارسة جدلية وغير خاضعة للتنظيم في الغالب.

أخلاقيات الإعلام الترفيهي

الصور النمطية: إن كل من الدعاية والإعلان والإعلام الترفيهي يستخدمان الصور النمطية بكثرة. قد تؤثر الصور النمطية بشكل سلبي على رؤية الأشخاص لأنفسهم أو قد يؤدي استخدامها إلى ترويج سلوكيات غير مرغوب فيها اجتماعياً. ومن أمثلة موضوعات الجدل الرئيسية التصوير النمطي للرجال والثراء والإثنيات.

التذوق الحسي والتابو: غالباً ما يتحدى الإعلام الترفيهي قيمنا الشخصية والثقافية لأغراض ترفيهية وفنية. تتمحور الأخلاق المعيارية عادةً حول القيم الأخلاقية والأنواع التي يجب فرضها وحمايتها. ويتعارض هذان الجانبان في أخلاقيات الإعلام. لأهداف الفن قد تحاول وسائل الإعلام عمداً الابتعاد عن المعايير الموجودة وصدم الجمهور. ويشكل هذا مشكلات أخلاقية عندما تكون المعايير التي تم الابتعاد عنها مرتبطة بقيم أو التزامات أخلاقية معينة ذات صلة. ولقد مثلت دائمًا مدى مقبولية هذه الفكرة بؤرة للجدل الأخلاقي

تتوارد علاقة خاصة جدًا بين الإعلام والحكومة في الدول الديمقراطية. على الرغم من أن حرية التعبير قد تكون منصوص عليها في الدستور ولها تعريف قانوني محدد ويتم تنفيذها وفقه، فإن ممارسة حرية التعبير بواسطة الصحفيين من الأفراد هو أمرًا يرجع إلى الاختيار الشخصي والأخلاقيات. تستند الحكومات الديمقراطية الحالية إلى تمثيل المئات للملايين. و يجب تواجد قنوات اتصال فعالة بينهم وبين ناخبيهم وذلك ليكون الممثلون عرضة للمسائلة، وحتى تتميز العمليات الحكومية بالشفافية. اليوم، تكون هذه القنوات بشكل رئيسي من وسائل الإعلام العامة، لدرجة أنه إذا اختفت حرية الصحافة كذلك ستختفي غالبية المسائلة السياسية. وفي هذا المجال، يتم دمج أخلاقيات الإعلام بقضايا الحقوق المدنية والسياسة. تتضمن هذه القضايا: تقويض المصالح المالية لاستقلالية الإعلام. رقابة الحكومة ل الإعلام لجمع الاستخبارات ضد شعوبها.

أخلاقيات الإعلام والمسؤولون الحكوميون

لقد أثر الإعلام في الطريقة التي يتصرف بها المسؤولون الحكوميون فيما يتعلق بالتطور التكنولوجي. حيث تعرض التغطية التلفزيونية المستمرة للإجراءات التشريعية بما يعني الكشف، بصورة أسرع من أي وقت مضى، عن القرارات غير العادلة في العمليات الحكومية بأكملها. إن الأخبار بالحقيقة هو شيء مهم للغاية في أخلاقيات الإعلام، حيث إن أي إعاقة لأخبار الحقيقة تعتبر خداعاً. وأي مادة يتم عرضها في الوسائل الإعلامية سواء مطبوعة أو فيديو تعتبر أصلية. وعندما يتم كتابة تصريح في مقالة أو عرض مقطع فيديو لأحد المسؤولين الحكوميين، فتكون الكلمات «الحقيقة» للمسؤول الحكومي نفسه.



أبعاد تبادل الثقافات في أخلاقيات الإعلام

إذا كانت القيم تختلف بين الثقافات، فإن هذه القضية تنشأ عن مدى إمكانية تعديل السلوك في ضوء القيم الخاصة بثقافات محددة. مثالان عن الجدل الدائر في مجال أخلاقيات الإعلام:

- الرقابة الذاتية لجوجل في الصين.
- جدل الرسوم الكاريكاتورية المسيئة للنبي محمد صلى الله عليه وسلم في صحيفة يولاندس بوستن في الدنمارك، ولاحقًا عالميًّا.



أوجه التشابه والاختلاف بين أخلاقيات الإعلام والأفرع الأخرى من الأخلاقيات التطبيقية

من ناحية التشابه الخصوصية والصدق هي قضايا يتم تغطيتها بشكل مكثف في الكتابات حول أخلاقيات الطب، وكذلك مبدأ تفادي الضرر. ولقد تم تغطية المفاضلة بين الأهداف الاقتصادية والقيم الاجتماعية على نطاق واسع في أخلاقيات الأعمال (وكذلك في أخلاقيات الطب وأخلاقيات البيئة).

من الجانب الآخر للاختلاف، حيث تهتم أخلاقيات الإعلام بقضايا حرية التعبير والقيم الجمالية (التذوق الحسي) بشكل رئيسي. ولكن، هناك بعض القضايا الأخرى التي تميز أخلاقيات الإعلام كفرع من الأخلاقيات التطبيقية في حد ذاته. من القضايا النظرية الخاصة بأخلاقيات الإعلام هي هوية الراصد والمرصد. إن الصحافة هي أحد الأوصياء الأساسيين في المجتمعات الديمقراطية على العديد من الحريات والحقوق والواجبات التي يتم مناقشتها في الأفرع الأخرى من الأخلاقيات التطبيقية.

أوجه التشابه والاختلاف بين أخلاقيات الإعلام والأفرع الأخرى من الأخلاقيات التطبيقية

أيضاً في أخلاقيات الإعلام تأتي الالتزامات الأخلاقية للأوصياء أنفسهم في المقدمة ويتم التركيز عليها بشدة. من الوصي على الأوصياء؟ ويتم طرح هذا التساؤل في أخلاقيات القانون أيضاً.

من الخصائص الدورية أو ذات المرجعية الذاتية في أخلاقيات الإعلام هي التشكيك في قيمها نفسها. يمكن أن تصبح قضايا التعريف مطابقة لموضوع أخلاقيات الإعلام. ويمكن رؤية هذا بوضوح عند التعامل مع عناصر فنية. من خصائص أخلاقيات الإعلام الأخرى هي الطبيعة المتباعدة لأهدافها. تنشأ المشكلات الأخلاقية عندما تتعارض الأهداف. تختلف أهداف استخدام الإعلام بصورة شديدة. عند التعبير عن استخدام الإعلام بأسلوب تبعي، فإنه قد يكون عرضة لضغوط لزيادة: الأرباح الاقتصادية والقيمة الترفيهية ومحتوى المعلومات المقدم وإعلاء الحريات الديمقراطية وتطویر الفن والثقافة والشهرة والغزو.

شفافية الإعلام هو مفهوم يحدد كيف يتم نقل المعلومات عبر الوسائل المختلفة ولماذا يتم نقلها. وكما هو مستخدم في علم الإنسانيات، يتضمن موضوع شفافية الإعلام ضرورة أن يحمل معنى الانفتاح والمساءلة. وحتى إنه يمثل امتداداً مجازياً لمعنى يستخدم لوصف شيء «شفاف»؛ حيث يمكن رؤية الأشياء من خلاله.

وفي دراسات الاتصال، يمكن تطبيق مصطلح شفاف على الإعلام عندما:

- يوجد العديد من مصادر المعلومات، تتنافس فيما بينها في كثير من الأحيان
- يتم معرفة الكثير عن وسيلة توصيل المعلومات
- يكون تمويل الإنتاج الإعلامي متاحاً بشكل علني



يتناول موضوع شفافية الإعلام الطريقة التي يتم بها عرض الإعلام لعامة الجمهور اليوم والمخاوف التي تدور حول أسباب تصوير الإعلام للأمور بالطريقة التي ينتهجها في فعل ذلك. وقد تكون وسائل الاتصال أدلة قوية للغاية في إحداث تغيير سواءً أكان تغييرًا سياسياً أو اجتماعياً. وللتبعات المتنوعة المترتبة على ممارسة هذه الشفافية والمؤثرة في الطريقة التي يتم بها عرض القضايا داخل أروقة الحكومة والجمهور تأثير كبير على تغير السياسة العامة في الولايات المتحدة. كذلك يمكن أن تكون مشاركة وسائل التواصل الاجتماعي عاملاً رئيسياً في أن تقبل الحكومة أمراً ما أو ترفضه.



وقد تسبب الشفافية في إحداث مشاكل عندما يكون هناك العديد من المصادر المتنافسة وكانت تلك المصادر غير صحيحة. وفي إطار ذلك، قد تؤثر المعلومات المتحيزة على السياسة العامة في حالة ما إذا حاولت الحكومة التلاعب بالطريقة التي تنتهجها في تصوير المعلومات، بغرض إلقاء ضوء إيجابي أو سلبي عليها. وبناءً على مدى الشفافية المتبعة في أي مقال إخباري، يمكن للمرء تحديد درجة موثوقيتها ورسم الافتراضات الخاصة بها أو استخلاص الاستنتاجات من النتائج التي توصلوا إليها.



يمكن أن يؤثر النفوذ المنتشر للإعلام تأثيراً مباشراً على الرأي العام. وقد ذُكر أن «الطريقة الوحيدة في التأثير على ما يفكرون فيه تحديداً» وترتبط عملية تحديد الأولويات بعملية تغيير السياسة نظراً لأن «المحتوى الإعلامي ينتشر ويتفسّر في ظل المعنى السياسي الصريح والضمني». وبعيداً عن الدور الذي تلعبه عملية ترتيب الأولويات في التأثير على الرأي العام، فيلزم ترتيب الأولويات باستخدام الآليات التي من خلالها تظهر «المشاكل الاجتماعية على الأجندة الإعلامية وكيف يتم تحويلها فيما بعد إلى قضايا سياسية». وبهذا تعمل الشفافية المنتهجة كطريقة في الحصول على المعلومات على تغيير معرفتنا بهذا الموضوع.

وترى نظرية التأثير أن وسائل الإعلام تؤثر على أجندات القضايا من خلال تصوير قضية ما من منطلق إيجابي أو سلبي؛ وبهذا يتأثر المواطنون بعد ذلك عن طريق وسائل الإعلام ويتبنوا آراءً مماثلة. ومن خلال مناقشة القضايا المحلية بطريقة إيجابية، فيمكن أن تصبح وسائل الإعلام المحلية أداة في حشد دعم الجمهور لهذه القضايا. وفي نفس الوقت، من خلال حجب بعض المستخدمين، فهم بذلك يحيدون عن مبدأ الشفافية في الإعلام.



شفافية الإعلام والسلطة

قد يلعب الإعلام دور المراقب في بعض الحالات، وفي أحيان أخرى يمكن التلاعب به ليعكس آراء مجموعة معينة في السلطة. ولقد أصبحت قوات الشرطة تتبع على نحو متزايد نهجاً استباقياً وإستراتيجياً ومهنياً في ظل استخدامهم لوسائل الإعلام الخبرية. لقد تم الاعتراف لفترة طويلة، شيئاً أم أبداً، أن الشرطة والإعلام يمكن النظر إليهما باعتبارهما وسائل إعلامية. أقحمتا في علاقة، إلى حد ما على الأقل، ترتكز على ما وصفوه بـ «الحلقة المعقّدة من الاعتماد المتبادل».



شفافية الإعلام والسلطة

كما وأن وسائل الإعلام تعتمد على رجال الشرطة من خلال النشر الدائم للمعلومات المتعلقة بقضايا «الجرائم والحوادث» والتي تعتبر بمثابة شريان الحياة لقصصهم الخبرية التي يبثونها؛ في نفس الوقت يعتمد رجال الشرطة على وسائل الإعلام من خلال تغطيتهم الإعلامية التي تساعدهم في منع الجريمة وكشفها في حال حدوثها وكذلك من خلال إظهار الصورة الإيجابية التي يتميز بها العمل الشرطي. علاوةً على ذلك، لا يمكن إغفال الدور الذي تلعبه الإدارة الفعالة واستخدام المعلومات في إستراتيجيات منع الجرائم والحد من حدوثها والتحقيق بشأنها، فكمية المعلومات التي يحصل عليها ضباط الشرطة أثناء قيامهم بعملهم كبيرة بشكل ملحوظ.

شفافية الإعلام والسلطة

قد تؤثر المعلومات المتحيزة في السياسة العامة في حالة ما إذا حاولت الحكومة التلاعب بالطريقة التي تنتهجها في تصوير المعلومات، بغرض إلقاء ضوء إيجابي أو سلبي عليها. وبناءً على مدى الشفافية المتبعة في أي مقال إخباري، يمكن للمرء تحديد درجة موثوقيتها ورسم الافتراضات أو استخلاص الاستنتاجات من النتائج التي توصلوا إليها. وتطرح الشفافية في وسائل الإعلام القضايا المعنية بحرية التعبير بعد أن فرضت الحكومة الرقابة على المعلومات التي يتم نقلها بهدف التأثير على الرأي العام. ولقد كان الفساد القضية الرئيسية التي شهدت نمواً وتفشيًّا في مناطق محددة من العالم، نظراً لقلة تبني مبدأ الشفافية في وسائل الإعلام.

شفافية الإعلام والسلطة

■ يلزم توفير مبادئ الشفافية والعلانية والمساءلة حتى يتم إحداث تغيير. فقد لا يكون مجرد إتاحة المعلومات أمرًا كافيًّا لمنع تفشي الفساد إذا كان يصعب تحقيق مبادئ العلانية والمساءلة في حالات مثل التعليم وانتشار وسائل الإعلام والانتخابات الحررة النزيهة. فيلزم أن تصل المعلومات إلى غالبية العامة إذا كان الغرض منها التحفيز على إحداث تغيير في المناطق التي يتم بها نقل المعلومات. وقد يكون من المهم تعزيز قدرة الأشخاص على التصرف بناءً على المعلومات التي يحصلون عليها من خلال اتباع مبدأ الشفافية، لزيادة مدى فعالية تلك المعلومات.



شفافية الإعلام والسلطة

فيما يتعلق بالحكومات، قد تكون قضية الشفافية في وسائل الإعلام ذات أهمية بشكل خاص من حيث السماح لأعضاء دولة معينة بمعرفة ما يحدث فعليًا في موقف معين، دون أن يتم التلاعب بالقصة. ويشيع إساءة استخدام السلطة في بعض الدول وقد يرتبط ذلك ارتباطاً مباشرًا بقلة الشفافية المطبقة في وسائل الإعلام. ويكمّن سبب ذلك في غياب المعرفة ذات الصلة بالشؤون السياسية وال العامة، وبالمشاركة والمساءلة؛ ذلك الغياب المتذكر في شكل معلومات زائدة حول القضايا غير المرتبطة أو غير المفيدة سياسياً.



شفافية الإعلام والسلطة

على وجه الخصوص، يعمل الإعلام على طرح المعلومات واستخدامها لصرف الانتباه عن القضايا الهامة، لتغير مدلولات الأحداث أو الخلط بينها، لصرف اهتمام الجمهور إلى الانشغال بقضايا الترفيه. وبدلًا من تركيز الانتباه على القضايا ذات الاهتمام العام بطريقة نحترم من خلالها المصلحة العامة هذه، يتزايد التوجه نحو إذابة الحد الفاصل بين الحياة العامة والخاصة؛ حيث تتجه وسائل الإعلام في بعض الأحيان إلى التعدي على الحياة الخاصة للشخصيات العامة، مدافعين عن «حق الجمهور في المعرفة». وبالتالي، تصبح النتيجة «شفافية زائفه بين الحكومات ومحكوميه».

شفافية الإعلام والسلطة

تولي الحكومة أهمية كبيرة في أن يقوم الإعلام بتسليط الضوء على الصورة البصرية. حيث أدرك القادة من آلاف السنين أهمية الصورة البصرية على الشخصية التي تظهر أثناء ممارسة علاقاتهم العامة. فقد تم تصميم جميع أنواع اللباس وإعداد الطقوس والمراسيم بحيث تعمل على ترسيخ نظرة القوة والهيمنة لدى القادة. ومنذ بدايات ظهور الصحافة الفوتوغرافية، وجد القادة فرصة إعداد صورتهم السياسية بشكل لائق من خلال تمثيلاتهم البصرية.



شفافية الإعلام والسلطة

تتعارض الدرجة التي يصل إليها الوكلاء الحكوميون للتأثير على عملية إنتاج الفيديو مع استخدام تلك الصور من قبل وكالات الأنباء كتمثيلات مؤشرية أو موضوعية. وحيث إننا نساوي بقوة كبيرة بين الرؤية والمعرفة، وبالتالي تعمل مشاهدة الفيديو على خلق انطباع غير دقيق بأننا نحصل على «الصورة الكاملة». ويُقال إن «ما يتم عرضه في الأخبار يعتمد على ما يمكن إثباته منها». كذلك، تظهر دراسات الحالة الخاصة بهذا المشروع أن ما يمكن إثباته يتم إقراره في كثير من الأحيان بما يتوافق مع اهتمامات الوكلاء السياسيين. وبشكل أساسي، إن الطريقة التي ينتهجها الإعلام في عرض معلوماته تعمل على خلق وهم من الشفافية.

مثال عن ما شرح مؤخرًا: عندما تعقد مؤسسة ما (شركة أو حكومة أو منظمة غير ربحية أو غيرها) اجتماعاً ويتم الترتيب لكافة الإجراءات على أمام الجماهير والصحافة، ويجري الإعلان لعقد الاجتماع من خلال استخدام واحدة أو أكثر من الأساليب التالية، وبالتالي تقل فرصة المؤسسة في استغلال النظام الخاص بنقل المعلومات بما يتوافق مع مصلحتها الخاصة:

- الإذاعة عبر المذيع
- العرض على شاشة التلفاز
- النشر في أوراق الصحف
- التدوين عبر مدونات الويب

وهذا بالطبع على افتراض أن المنظمة لا تملك أن أو بالأحرى لا تؤثر على وسائل الإعلام التي تنقل المعلومات.

دور الإعلام في خدمة الإسلام

لا شك أن من أهم الوسائل التي ساعدت على نشر الإسلام هي وسائل الإعلام بمختلف أقسامها، وخاصة أنه مع ظهور التقنيات والتكنولوجيا الحديثة أصبح الأمر أسهل من ذي قبل؛ حيث أصبح العالم كقرية صغيرة يستطيع الشخص أن ينشر مقالاً في بلد ما ليقرأها شخص آخر في أقصى بلاد الغرب، وبالتالي أصبح على الإعلامي الداعية الإسلامي عبء ثقيل في نشر الدعوة الإسلامية والدفاع عن الإسلام، والرد على كل من يحاولون تشويه الإسلام وإرساء صورة سلبية خاطئة عن الإسلام والمسلمين في العالم.



دور الإعلام في خدمة الإسلام

يوضح الدكتور أحمد زارع -أستاذ جامعة الأزهر- المسئولية الشديدة الملقاة على كافة المسلمين عامة، ودعاة الدين الإسلامي الذين يعملون بوسائل الإعلام بشكل خاصٍ قائلاً: إن الإعلام الحديث يُعتبر من أهم الوسائل التي تُساعد في نشر الدعوة للدين الإسلامي وتحسين الصورة الذهنية الخاطئة عن الإسلام والمسلمين في العالم، وخاصة عند الديانات غير الإسلامية، التي ترى أن الإسلام - ديناً وديانة - لا يعطي متسعاً للأشخاص في المعاملة، بل يعمل على تضييق الحياة عليهم، وذلك بعكس سماحة الإسلام ويسره في كل شيء، مُشيرًا أنه برغم التفريط والخلل الواضح في نشر الدعوة الإسلامية في العالم، بجانب وسائل الإعلام الغربية التي تعمل ليلاً ونهاراً على إيصال الصورة السيئة عن الإسلام، إلا أن الله سخر هذه الأعمال للخير ونشر الحق المبين، وللدعوة إلى الرسالة الخالدة، رسالة النبي محمد(ص)، ولذلك يجب أن نفكّر بمعاييرية شديدة، وأن نحسن استخدام وسائل الإعلام على المستوى العالمي لكي تصل الرسالة المراد إيصالها.

حظر نشر الأخبار

في الصحافة والعلاقات العامة يعد حظر نشر الأخبار أو حظر طباعة الأخبار هو طلب يقوم به المصدر الصحفي بأن لا يتم نشر المعلومات أو الأخبار المقدمة من قبل هذا المصدر حتى موعد محدد أو وفقاً لشروط معينة. ومن المفهوم أنه في حالة مخالفة هذا الحظر عن طريق النشر قبل ذلك فإن المصدر سوف يجد من وصول هذا الصحفي أو صحيفته للمزيد من المعلومات وعدم مساعدتهم لفترة طويلة مقارنة بوسائل الإعلام الأكثر تعاوناً. ويتم استخدام هذا الأمر غالباً من قبل الأعمال التجارية التي تعلن عن المنتجات من خلال المجالات الطبية والمسؤولين الحكوميين الذين يعلنون عن المبادرات السياسية؛ ويتوفر للإعلام معرفة مسبقة عن تفاصيل الأسرار التي يتم الاحتفاظ بها وبهذا يمكن الصحفيون من الاستعداد لمواكبة تاريخ الإعلان وموعد النشر

حظر نشر الأخبار

ومن الناحية النظرية فإن حظر النشر يحد من عدم الدقة في التحقيقات الصحفية الخاصة بالإعلان عن القصص من خلال الحد من حواجز الصحفيين للجوء إلى طرق ملتوية على أمل «الإطاحة» بالمنافسة.

وعادة ما يتم الاتفاق على الحظر مسبقاً بوصفه «اتفاق شرف». ومع ذلك في بعض الأحيان يرسل الناشرون الأخبار الصحفية المحظورة إلى غرفة الأخبار غير المطلوبة على أمل أنها ستتحترم تاريخ الحظر دون الاتفاق أولاً على القيام بذلك - وكثيراً ما توجد عبارة «للنشر الفوري» في الجزء العلوي من النشرات الصحفية للإشارة إلى أن المعلومات في هذه النشرة غير محظورة.

حظر نشر الأخبار

في بعض الأحيان تخالف وكالات الأنباء اتفاق الحظر وتنشر المعلومات قبل حلول تاريخ الحظر سواء كان ذلك عن غير قصد (بسبب سوء التواصل في غرفة الأخبار) أو عن قصد (للتفوق على منافسيهم). تعتبر مخالفة الحظر عادة خيانة جسيمة للثقة ويمكن أن تسفر عن أن يمنع المصدر الصحفى وسيلة الإعلام المخالفة من الحصول على معلومات مسبقة لفترة طويلة من الزمن.



حظر نشر الأخبار

إن حظر نشر الأخبار هي واحدة من عدة طرق يمكن للمصدر الصحفي أن يؤثر بها على طريقة عرض الإعلام للمعلومات التي يقدمها؛ وتتضمن الطرق الأخرى تقديم المعلومات «بدون مرجع» أو «بدون نسبها لمصدر»، وإمكانية «الوصول» أو الحد منها، أو حتى التدخل المباشر للحكومة أو السوق في عمل الصحفيين والشركة الإعلامية. (انظر المصطلحات السرية في الصحافة لاستعراض كامل عن هذا الموضوع). وتعد الطريقة التي يستجيب بها الصحفيين لهذه المحاولات أو غيرها للتأثير على تغطية الأخبار من

أخلاقيات الصحافة.



حظر نشر الأخبار

أمثلة عن بعض حالات الحظر:

- إن جلسات الإحاطة الصحفية الخاصة بصندوق النقد الدولي التي يتم عقدها مرتين أسبوعياً تكون محظورة عادة حتى الساعة ٣٠:١٠ صباحاً بتوقيت واشنطن، الساعة ٤:٣٠ بتوقيت جرينتش (وذلك من أجل التأثير المتزامن على أسواق الأسهم المالية العالمية).
- تم حظر الصحفيين الذين رافقوا الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش في زيارة عيد الشكر للعراق عام ٢٠٠٣ من تقديم تقارير حتى غادر الرئيس البلاد. وقد تم إخبارهم أن الرحلة سيتم إلغاءها لأسباب أمنية إذا تم تسريب الأخبار قبل نهاية الرحلة.

فرض حظر على المقالات في المجلات العلمية

يتم استخدام حظر نشر الأخبار للمعلومات المتعلقة بالأخبار الصحية الخاصة بالمقالات المرتقبة في المجلة العلمية. مثلاً جميع المجلات الطبية الرئيسية لديها حظر نشر بما في ذلك مجلة نيو إنجلاند جورنال أوف ميديسين ومجلة الجمعية الطبية الأمريكية ومجلة لانسيت. قد يرجع الحظر الخاص بمجلة الجمعية الطبية الأمريكية إلى فترة رئاسة التحرير الخاصة بموريس فيشبين، منذ ١٩٢٤ وحتى ١٩٤٩، ويستمر الحظر حتى الساعة ١٥:٠٠ بالتوقيت المركزي في اليوم السابق لتاريخ الإصدار الوارد على غلاف العدد. الصحفيون الذين يوافقون على عدم النشر (في المطبوعات أو التليفزيون أو الإذاعة، أو عبر الإنترنت) حتى ذلك الوقت للمعلومات الواردة في المطبوعة التي سيتم نشرها في المجلة يتلقون مسبقاً نسخاً من المجلة بواسطة البريد أثناء الأسبوع السابق للنشر. ويتم أيضاً إعداد المقالات المختارة والبيانات الصحفية والأخبار ومقاطع الفيديو بواسطة كتاب العلوم ويتم إرسالها إلى الصحفيين خلال هذا الأسبوع.

فرض حظر على المقالات في المجلات العلمية

الأسباب التي دعت لمثل هذا الحظر ذات شقين. الشق الأول هو تمكين الصحفيين من تقديم تغطية أكثر شمولاً ودقة، حيث يوفر الحظر الوقت الذي يمكنهم من البحث فيما وراء القصة وبالتالي نشر «المعلومات الأساسية» جنباً إلى جنب مع نشر القصة. الشق الثاني هو تمكين الأطباء والعلماء من تلقي وتحليل الدراسات الطبية قبل عامة الناس، وتمكينهم من الإطلاع بشكل أفضل عندما يتطلب منهم التعليق أو الرد من قبل الصحفيين أو المرضى. ومع ذلك فإن بعض الاعتراضات الموجهة إلى نظام حظر الأخبار الطبية تزعم أن الدافع وراءها هو دافع الربح من جانب المجلات الطبية.



يشير مفهوم عقيدة الصحفي إلى مدونة أخلاقيات كتبها الصحفي والتر ويليامز في حوالي عام ١٩٦٠ ، بعد فترة وجيزة من تأسيس كلية ميزوري للصحافة.

العقيدة

- أؤمن بمهنة الصحافة.
- أؤمن أن الدورية العامة قائمة على ثقة الجمهور؛ وتعمل كافة الجوانب المرتبطة بها على الوصول إلى القدر الكامل من المسؤولية، وهي إذن تعد وصية على الجمهور، وبالتالي يكون أي قبول بخدمة أقل مستوى من الخدمة العامة بمثابة خيانة لهذه الثقة.

- أؤمن أن الصحفي يجب أن يكتب الأخبار التي يؤمن بصحتها في نفسه.
- أؤمن أن قمع الأخبار، لأي اعتبارات أخرى بخلاف رفاهية المجتمع، أمر غير مبرر.
- أؤمن أنه يجب ألا يكتب أي شخص يعمل صحفي عن شيء لا يستطيع أن يقوله كرجل نبيل؛ فالرسوة التي نمتنع عن إيداعها في محفظة الجيب لأحد الأشخاص نظير عمل صحفي كتابي يلزم تجنبها بنفس القدر بالنسبة لتلك التي يتم إيداعها بصفة عامة في محفظة الجيب الخاصة بشخص آخر نظير خدمة غير قانونية؛ ولا يمكن التهرب من المسؤولية الفردية من خلال الاحتجاج بتعليمات الآخرين أو حصولهم على الأرباح منهم.

عقيدة الصحفي

• أؤمن أن الإعلانات والأخبار والأعمدة التحريرية ينبغي أن تخدم المصالح العليا للقراء؛ وأنه يلزم الكشف عن معيار واحد للحقيقة المفيدة والبقاء للجميع؛ وأن الاختبار الأعلى للصحافة الجيدة يمثل مقياساً لمعرفة مستوى الخدمة العامة التي تقدمها.

• أؤمن أن التفكير الواضح والبيانات الصريحة والدقة والنزاهة هي الجوانب الأساسية للوصول إلى مفهوم الصحافة الجيدة.



• أؤمن أن الصحافة التي تتطور من أحسن إلى أحسن تستحق النجاح وأنها تخاف الإله وتحترم الإنسان؛ فهي ذات استقلالية متبينة، ولا يثنوها كبراء رأي أو جشع سلطة؛ إن هذه الصحافة بناة ومتサاهلة، ولا يمكن وصفها مطلقاً باللامبالاة، كما أنها ذات رقابة ذاتية، وصبوره، ودائماً ما تحترم قراءها ولكن لا تهاب شيئاً أبداً، وسرعان ما تثور على الظلم؛ ولا يمكن التأثير عليها بدعوى الشرف أو صخب الغوغاء، وتسعى إلى منح كل شخص فرصة، وفقاً للقانون، وأجرًا عادلاً، ويمكن أن يؤدي الاعتراف بالأخوة البشرية إلى أن يصل بها إلى هذه النتيجة، وتمنح فرصاً متكافئة، وبهذا يتبيّن أنها وطنية للغاية؛ حيث إنها تعزز النوايا الطيبة الدولية بأخلاص وترسخ لمبدأ الرفقة العالمية، إنها صحفة الإنسانية من وإلى العالم اليوم.

صحافة مدفوعة الأجر

هي أحد أشكال الصحافة سمتها الأساسية أن يقوم الناشر بدفع المال لصاحب القصة أو الخبر مقابل نشر قصته. تستخدم عبارة «الصحافة المدفوعة الأجر» غالباً بازدراء وذلك بحجة أن القصص والأخبار التي يتم الحصول عليها من خلال دفع الأموال لأصحابها ليست ذات أهمية مثل تلك التي تم الحصول عليها عن طريق التحقيقات العادلة. أصبحت صحيفة نيوز اوف ذا ورلد سيئة السمعة بسبب اتباعها لتلك الممارسات، وكثيراً ما ضُبطت وهي تحاول شراء أقوال الشهود الرئيسيين في المحاكمات الجنائية مثل قضية جرائم قتل مورز وقضية جارى جليتير عام ١٩٩٩ التي وُجهَ إليه الاتهام فيها بالاعتداء على أحد معجبيه القصر. في ٢٠١١ وقبل إغلاقها بفترة قصيرة كشفت الصحيفة عن أنها قدمت رشوة لبعض ضباط الشرطة للحصول على مواد إعلامية لعقد سلسلة من القصص الإخبارية بشأن جنيفر إليوت ابنة الممثل دنهولم إليوت.

وينظر إلى الصحافة المدفوعة الأجر في أستراليا على أنها أحد عروض الصناعة التلفزيونية التجارية التي تختدم فيها المنافسة (خاصة بين برامج الأحداث الجارية). كما تستخدمها وسائل الإعلام المطبوعة على نطاق واسع في المملكة المتحدة، لأن التخطيط الجغرافي للمملكة يساعد على ذلك.

وفي أمريكا الشمالية يدفعون المال من أجل إجراء المقابلات حتى وإن لم تكن بالضرورة غير قانونية، ثم رُفضت بعد ذلك بشكل عام. ومع ذلك، فإن كبرى المؤسسات الإعلامية في الولايات المتحدة تحاول في بعض الأحيان الالتفاف على هذه المعايير عن طريق دفع رسوم التراخيص لحقوق الملكية للصور واللقطات (مثل تسجيلات الفيديو المنزلية) المتعلقة بموضوع النشر أو بدفع بعض التكاليف مثل رحلات الطيران المرتبطة بإجراء مقابلة «حصرية»

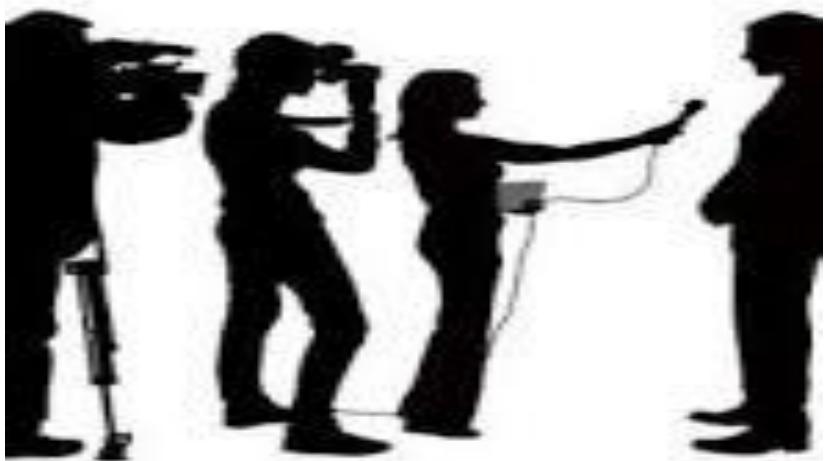
خط النصائح الأخلاقية للصحفيين

خط النصائح الأخلاقية للصحفيين خدمة توفر المساعدة المجانية للصحفيين المحترفين الذين يصارعون القرارات الأخلاقية أثناء تغطية الأخبار. والبرنامج مدعاوم من خلال نادي شيكاغو هيدلاين (Chicago Headline Club) وهو أكبر فرع لجمعية الصحفيين المحترفين، ومؤسسة نادي شيكاغو هيدلاين ومؤسسة هوارد وأورسولا دوبين (Howard and Ursula Dubin Foundation).



خط النصائح الأخلاقية للصحفيين

تم البدء في العمل باستخدام خط النصائح الأخلاقية للصحفيين في الثاني من يناير، عام ٢٠٠١ على يد كاسي بوكر و ديفيد أوزار، وهما المديران المشتركان له. وقد تعامل مع ما يزيد على ١٠٠٠ حالة منذ ذلك الحين. ويتم الرد على الاستفسارات من خلال فريق عمل متطوع مدرب على أخلاقيات الصحافة. وتشتمل قائمة القائمين على الرد على أعضاء في جمعية الأخلاقيات العملية والاحترافية. وهي مدعومة من خلال الصحفيين القدامى.



خط النصائح الأخلاقية للصحفيين

خط النصائح الأخلاقية عبارة عن نظام يسمح للمتصلين بترك رسالة في أي وقت. كما يمكن أن يقوموا كذلك بترك رسالة استفسار عبر الإنترنط، ويتم الرد عليها بعد ذلك عبر الهاتف. ولا يتاح هذا البرنامج إلا للصحفيين المحترفين. والهدف الرسمي من البرنامج هو مساعدة الصحفيين على اتخاذ القرارات الأخلاقية التي تنسن بما يلي:

١. مبنية على معلومات جيدة من خلال المعايير المتاحة للممارسات الصحفية الاحترافية، خصوصاً مدونة أخلاقيات جمعية الصحفيين المحترفين.
٢. تضع في اعتبارها منظورات كل الأطراف المشاركون في الموقف،
٣. تطبق طريقة تفكير أخلاقية واضحة وتنسن بالعناية من أجل الوصول إلى قرار

مدونة قواعد سلوك وسائل الإعلام

تم وضع مدونة قواعد سلوك وسائل الإعلام بناءً على اقتراح تقدمت به لجنة هاتشن عام ١٩٤٧. فقد اقترحوا أن الصحف ومذيعي الإذاعة والصحفيين بدأوا في تحمل المزيد من المسؤولية تجاه الصحافة ومن ثم يعتقد أنهم ينبغي أن يخضعوا للمساءلة.

وبناءً على ذلك تم وضع الإرشادات الأصلية لهذه المدونة.



مدونة قواعد سلوك وسائل الإعلام

ترتكز الإرشادات على فكرتين مهمتين. فيدور الإرشاد الأول حول «أن كائناً كان يتمتع بمساحة خاصة من الحرية، مثل الصحفي المحترف، يتحمل التزاماً أمام المجتمع ليستخدم تلك الحرية والسلطة استخداماً معقولاً.» (ستراوبهار، لاروز ودافينبورت صفحة ٤٧٧) ويفيد هذا الإرشاد بحيث يمكن محاسبة الأشخاص في السلطة حالما كانت أفعالهم غير احترافية. فالأشخاص الذين يهتمون اهتماماً كبيراً بوسائل الإعلام ينبغي أن يسيئوا استخدام تلك السلطة. ويدور الإرشاد الثاني حول «أن صالح المجتمع هو الأولوية الأساسية، فهو أهم من وظائف الفرد أو حتى حقوقه.» (ستراوبهار ولاروز ودافينبورت، صفحة ٤٧٧) فنؤكد مرة أخرى، أن وضع الناس أمام مسؤولية إفتعالية وإقرار أن المجتمع أهم نظراً لعظم عدد الذين قد يتأثرون بالسلوك السيء.

مدونة قواعد سلوك وسائل الإعلام

أضافت لجنة هاتشن خمسة إرشادات إضافية خاصة بالصحافة:

١. «تقديم آراء مفيدة ودقيقة بعيداً عن الآراء».
٢. «تمثيل الصحافة منتدى لتبادل التعليقات والانتقادات ولتوسيعة نطاق الوصول إلى وجهات النظر المختلفة».
٣. «تقديم صورة تمثيلية للمجموعات المكونة للمجتمع بتجنب التمييز بإضافة مجموعات الأقلية».
٤. «توضيح أهداف وقيم المجتمع؛ كان التضمين وسيلة محببة لتجنب الانقياد نحو أقل قاسم مشترك».
٥. «تقديم تغطية شاملة لما يتم كشفه عن المجتمع».

مدونة قواعد سلوك وسائل الإعلام

جميع هذه الإرشادات مهمة نظراً للحاجة إلى الصحافة لحفظ على وجهة النظر المحايدة وتقدم الحقائق الأساسية والسمات للقراء بتكوين آرائهم الخاصة بناءً على الأخبار التي تقدمها الصحافة.

كانت هذه الإرشادات مصدر إلهام جمعية الصحفيين المحترفين التي تعد الآن النسخة الحالية لأخلاقيات وسائل الإعلام التي تم تبنيها عام ١٩٩٦.



جمعية الصحفيين المحترفين: مدونة قواعد السلوك

وضعت جمعية الصحفيين المحترفين مدونة قواعد السلوك المطبقةاليوم. فالجوهر الأساسي لهذه المدونة هي «البحث عن الحقيقة وذكرها!» (ستراوبهار ولاروز دافينبورت صفحة ٤٧٨) وتنص المدونة أيضًا على أن: «ينبغي أن يتصرف الصحفيون بالنزاهة والعدالة والشجاعة في تجميع المعلومات وتقريرها وتفسيرها. ينبعي أن يقوم الصحفيون بما يلي:

- «اختبار دقة المعلومات من جميع المصادر وبذل العناية لتجنب الأخطاء غير المقصودة. ولا يسمح أبدًا باللجوء إلى التشويه المعتمد.»
- «السعى بجد وراء الأشخاص موضوع القصص الجديدة لمنهم فرصة الرد على ادعاءات ارتكابهم أخطاء.»
- «تعريف المصادر وقتما أمكن. فمن حق الجمهور التعرف على أكبر قدر ممكن من المعلومات حسب موثوقية مصادرها.»

جمعية الصحفيين المحترفين: مدونة قواعد السلوك

- «السؤال دائمًا عن دوافع المصادر قبل و عدها بإخفاء هويتها. وتوضيح الظروف المرتبطة بأي وعد قدّمه الصحفي مقابل الحصول على معلومات. وعلى الصحفي أن يفي بوعوده».
- «الحرص على الالتزام بالمواعيد النهائية وتفاصيل الأخبار والحرص على عدم الخطأ في تقديم المادة الدعائية والصور ومقاطع الفيديو والتسجيلات الصوتية والرسومات ومقاطع التسجيلات الصوتية والاقتباسات. فينبغي ألا يبالغ الصحفيون في تبسيط الأحداث أو يلقو الضوء عليها خارج سياقها.»
- «الامتناع مطلقاً عن تشويه محتوى صور أو فيديو الأخبار. ويسمح دوماً بتحسين الصورة من أجل الوضوح التقني. والقيام بتسمية عمليات المونتاج وتوضيحات الصورة.»

جمعية الصحفيين المحترفين: مدونة قواعد السلوك

- «تجنب إعادة تمثيل أحداث الأخبار أو تقديمها بصورة فنية. وإذا لزم اللجوء إلى إعادة التمثيل لرواية قصة، يجب التنويه عن ذلك.»
- «تجنب الأساليب الخفية أو غيرها من الأساليب السرية في تجميع المعلومات ما لم تكن الأساليب التقليدية الواضحة غير قادرة على الوصول للمعلومات الحيوية بالنسبة للعامة. وينبغي توضيح أنه تم استخدام تلك الأساليب كجزء من القصة.»
- «عدم الانتهال مطلقاً.»
- «رواية قصة تنوع وعظم التجربة الإنسانية بصرامة، حتى لو لم يكن فعل ذلك شائعاً.»
- «التحقق من قيمهم الثقافية الخاصة وتجنب فرض تلك القيم على الآخرين.»

جمعية الصحفيين المحترفين: مدونة قواعد السلوك

- «تجنب وضع قوالب حسب العرق أو النوع أو العمر أو الدين أو الأصل العرقي أو المنطقة الجغرافية أو التوجه الجنسي أو الإعاقة أو الشكل الخارجي أو المكانة الاجتماعية.»
- «دعم التبادل الصريح للأراء حتى لو رأوا أنها أفكار متغيرة.»
- «منح فرصة التعبير لمن لا صوت لهم؛ ويمكن اعتبار المصادر الرسمية وغير الرسمية صالحة على حد السواء.»
- «التمييز بين المناصر وتقرير الأخبار. وينبغي تمييز التحليلات والتعليقات مع عدم تقديمها على أنها حقائق أو من بين المحتوى».»

جمعية الصحفيين المحترفين: مدونة قواعد السلوك

- «التفرقة بين الأخبار والإعلان، وتجنب المحتوى المختلط الذي يخفي الخطوط الفاصلة بينهما.»
- «الإقرار والالتزام الخاص لضمان القيام بأعمال العامة بطريقة صريحة وأن السجلات الحكومية متوفرة لفحصها.»
- «يعامل الصحفيون ذوي الأخلاق المصادر والحالات والزملاء كبشر يستحقون الاحترام»
- «إظهار العاطفة تجاه من يحتمل تأثيرهم تأثراً عكسيًا باللغوية الإخبارية. التزام حساسية خاصة عند التعامل مع الأطفال والمصادر أو الحالات غير ذات الخبرة.»



جمعية الصحفيين المحترفين: مدونة قواعد السلوك

- «الالتزام الحساسي عند السعي لعقد لقاءات أو التقاط صور لمن تعرضوا للمأساة أو ارتكبوا ذنباً، أو عند استخدام تلك اللقاءات أو الصور.»
- «إدراك أن تجميع المعلومات وتقريرها قد يسبب الضرر أو عدم الراحة. ف تتبع الأخبار ليس رخصة للكبر.»
- «إقرار أن الأشخاص الخاصين لديهم حق أعظم للسيطرة على المعلومات المتعلقة بهم أكثر من المسؤولين العموميين أو غيرهم من يسعون للحصول على منصب سلطي أو نفوذ أو اهتمام. ف فقط الحاجة الشعبية الملحة هي التي تبرر التدخل في خصوصية شخص ما.»
- «إظهار الذوق الجيد وتجنب الأفعال السيئة لإثارة الفضول.»



جمعية الصحفيين المحترفين: مدونة قواعد السلوك

- «الالتزام الحيطة عند تعريف المشتبه بهم أو الضحايا من القاصرين في الجرائم الجنسية.»
- «الالتزام الحصافة عند تسمية مشتبه بهم جنائين قبل إدراج بيان الاتهام الرسمي.»
- «الموازنة بين حقوق المشتبه به الجنائي في المحاكمة مع حق العامة في الإطلاع على الأمور.»
- «العمل باستقلالية بحيث ينبغي أن يكون الصحفيون أحراً من أي التزام تجاه أية مصلحة بخلاف حق العامة في المعرفة.»
- «تجنب تعارض المصالح الحقيقي أو الملحوظ.»
- «الحفاظ على الابتعاد عن الجمعيات أو الأنشطة التي قد تقود نزاهتهم أو تشکك في موثوقيتهم.»

جمعية الصحفيين المحترفين: مدونة قواعد السلوك

- «رفض الهدايا أو الأجر أو الرحلات المجانية والدعوات الخاصة وتجنب الوظائف الثانوية والاشتراك في العمل السياسي والوظائف العامة والخدمة في منظمات المجتمع إذا كان ذلك سيقوض النزاهة الصحفية.»
- «الكشف عن الصراعات الحتمية.»
- «التزام الحذر والتحلي بالشجاعة عند إثبات مسؤولية أصحاب النفوذ.»
- «إنكار المعاملة المميزة من جانب المعلنين والمصالح الخاصة ومقاومة ضغوطها عند تغطية الأخبار.»
- «الالتزام الحيطة من المصادر التي تعرض تقديم المعلومات مقابل الحصول على مصالح أو أموال؛ وتجنب تقديم الرشاوى مقابل الحصول على الأخبار.»

جمعية الصحفيين المحترفين: مدونة قواعد السلوك

- «يتحمل الصحفيون المسؤولية أمام القراء والمستمعين والمشاهدين وأمام بعضهم البعض.»
 - «توضيح وتفسير التغطية الإخبارية ودعوة العامة للحوار حول السلوك الصحفي.»
 - «تشجيع العامة على التعبير عن تضررهم من وسائل الإعلام الإخبارية.»
 - «الاعتراف بالأخطاء وتصحيحها على الفور.»
 - «فضح الممارسات غير الأخلاقية من جانب الصحفيين ووسائل الإعلام الإخبارية.»
 - «التزام المعايير الراقية نفسها التي يلزمون الآخرين بها.»
- تهدف جميع هذه الإرشادات إلى تحقيق صالح المجتمع وتنظيم العمل في وسائل الإعلام.

الصحي العالمي (كتاب)

الصحفي العالمي كتاب ألفه ديفيد راندال كبير محرري الأخبار في الإنديendent. ويضم بين صفحاته أفضل النصائح والعبارات التي تعلمها المؤلف وجمعها طيلة ثلاثة عقود من عمله كصحفي. يقول ديفيد في مقدمة كتابه أن هذه النصائح بعضها جاء مباشرةً دون دعوةٍ من حكماء شبيتهم السنين، وبعضها الآخر من مشاهدة أكفاء المراسلين وهم يعملون، وغيرها من استخلاص المعلومات والأفكار من المحظيين المتمرسين، أو من الكتب، أو من مواقع الويب، وكثير منها اكتسبها من الأخطاء التي ارتكبها.



بدأ ديفيد راندال كتابه بمواصفات المراسل الجيد، وبعرض عيوبه ومثالبه، وأبرز السمات التي يجب التحلي بها، ثم يتعرض إلى قيود الصحافة، قبل أن ينتقل للحديث عن الخبر الصحفي وقيمه، وعنصره، ونمطه وتطوره، ومصدره.

اقتباسات من الكتاب:

ما الذي يكون المراسل الجيد؟

«المراسلون هم أبطال الصحافة. أما مهمتهم فهي اكتشاف الأشياء. المراسلون أول من يصل إلى مكان الحدث، ووسط فوضى وشواش التو والآن، ليدقوا على الأبواب الموصدة، ويركبوا المخاطر أحياناً، من أجل اقتناص بدايات الحقيقة».

إحساس حاد بالخبر

«أنت بحاجة لهذا الإحساس - لأسباب ثلاثة. أولاً (بمعنى الإيجاب) معرفة مكونات القصة الإخبارية الجيدة، والقدرة على إيجاد البؤرة الجوهرية للخبر من بين ركان التافه والغث. ثانياً (بمعنى السلب) عدم إضاعة الوقت بمتابعة قصص وتحقيقات لن تؤدي إلى شيء مهم. ثالثاً: إن كنت تفقد الإحساس بالخبر، أو تملكه دون أن تستخدمه، فسوف تفوتك أشياء كثيرة وتخدع نفسك».



الهوس بالدقة

«كمحرر أخبار، أقدر هذه السمة أكثر من جميع السمات الأخرى في المراسلين: هل أستطيع الاعتماد على عملهم والوثق بدقتهم؟ أنت كمراسل، سرعان ما ستقدر قيمة سمعتك، واشتهر لك بالدقة لا بالبالغة، في الكلام المطبوع والمنقول، فإن

خسرتها فسيصعب عليك استعادتها»



الصحي العالمي (كتاب)

لا تخف أبداً من أن تبدو في صورة المغفل

«مهما بلغت درجة جهلك حسب ظنك، اسأل إن كنت لا تعرف؛ فإن لم تفهم اطلب تفسيراً واضحاً. لا تقلق من أن يهزأ بك أحدهم. المراسل الأحمق فعلاً هو هو ذاك الذي يدعى المعرفة والعلم».

حدود الصحافة وقيودها

«هناك حدود للعملية الصحفية. الافتقار إلى الوقت الكافي، وعدم توفر المعلومات بمثلان مشكلة مت渥نة. إضافة إلى الأخطاء التي يترکبها الصحفيون عندما يتعرضون لضغط العمل».

أولويات أصحاب الصحف

«قد يتملق أصحاب الصحف مفاهيم الحقيقة، والشفافية، والفضيلة، لكنهم على وجه العموم يعتبرون الصحافة عملاً تجاريًا يدر المال أو يبيث الدعاية».

الثقافة الصحفية

«تحدد هذه الثقافة ما يعتبره المحررون ورؤسائهم قصة إخبارية جيدة، أو ما يرفضونه بوصفه "مملًا"، وتقرر الموضوعات التي يعتقدون أنها "مثيرة"، وتلك التي تفتقد الإثارة».

قيم القراء

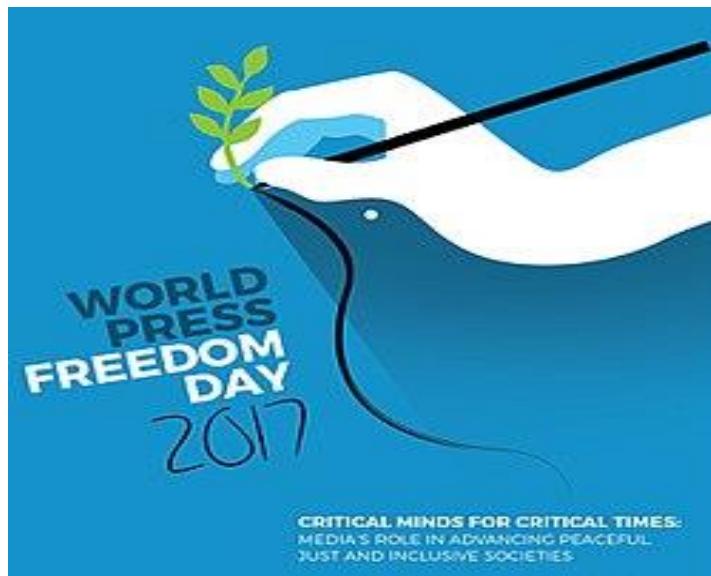
«القراء هم الذين يتم باسمهم اختيار القصص والموضوعات والتقارير، وكتابة المقدمات وإعادة كتابتها، وتنفيذ العروض وال تصاميم».



اليوم العالمي لحرية الصحافة

ختاماً لابد من التذكير بأن حرية الصحافة مطلب أساسي لجميع إعلامي العالم لتحقيق أكبر قدر ممكن من أخلاقيات العمل الصحفي والإعلامي وهنا نذكر بأنه يحتفل العالم في الثالث من أيار/مايو من كل عام باليوم العالمي لحرية الصحافة، وهو يوم حددته منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة اليونسكو، لتحفيز ذكرى اعتماد إعلان ويندهوك التاريخي الذي

تم في اجتماع للصحافيين الأفارقة في ٣ أيار / مايو ١٩٩١.



اليوم العالمي لحرية الصحافة

كان هدف هذا الإعلان تذكير الحكومات بضرورة احترامها لحرية الصحافة، كما ونصَّ هذا الإعلان على ضمان بيئة إعلامية حرة وآمنة للصحافيين، وكذلك يعتبر الثالث من أيار يوم لتأمل الصحافيين والإعلاميين حول قضايا حرية الصحافة وأخلاقياته



اليوم العالمي لحرية الصحافة

وتخصص الأمم المتحدة هذا اليوم للاحتفاء بالمبادئ الأساسية، وتقييم حال الصحافة في العالم، وتعريف الجماهير بانتهاكات حرية التعبير، والتذكير بالعديد من الصحافيين الذين واجهوا الموت أو السجن في سبيل القيام بمهامهم في تزويد وسائل الإعلام بالأخبار اليومية.

وتعتبر السويد أول دولة في العالم تتبنى حرية الصحافة ضمن دستورها من خلال وثيقة حرية الصحافة عام ١٧٨٨.



الجانب العملي

- أخلاقيات الصحافة تتألف من المبادئ والأخلاقيات والممارسات الجيدة وتطبيقاتها على التحديات .
 - المهنية التي تواجه الصحفيين و تعد فرعاً من أخلاق الفلسفة.
- أخلاقيات الإعلام هي قسم أساسي من الأخلاقيات التطبيقية التي تتعلق بالمبادئ والمعايير الأخلاقية .
 - الخاصة بالإعلام.
- تتضمن الموضوعات التي تغطيها أخلاقيات الصحافة التلاعب بالأخبار .
 - قد تتعارض الأخلاقيات الصحفية مع القانون حول القضايا مثل حماية مصادر الأخبار السرية

روابط خارجية

الرابط	عنوان الفيديو
https://youtu.be/ftr7cTOpA7s	أخلاقيات العمل الصحفي
https://youtu.be/UNV4uiCD7o4	أخلاقيات الإعلام وتشريعاته

- قواعد وأخلاقيات العمل الصحفى: لـ د. فتحى حسين عامر
- أخلاقيات الإعلام: لـ عبد العزيز شريف



الأكاديمية العربية الدولية
Arab International Academy

انتهت المحاضرة



الأكاديمية العربية الدولية
Arab International Academy

شكرا لكم