

الأكاديمية العربية الدولية



الأكاديمية العربية الدولية المقررات الجامعية

أدلة قيانت
ومبادئ تُ
العمل
الم רבُّعِي
والاعْلَاقِي



مركز هردو
لدعم التعبير الرقمي
HRDO CENTER
To Support the Digital Expression

أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفية والإعلامي

مركز هردو لدعم التعبير الرقمي
القاهرة ٢٠١٦

أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفي والإعلامي



مركز هردو

لدعم التعبير الرقمي
www.hrdoegypt.org
info@hrdoegypt.org



المعرفة وتداول المعلومات مركز هردو مع حق الجمهور في

إصدارات المركز منشور [برخصة المشاع الإبداعي المنسوب للمصدر - لغير الأغراض الربحية، الإصدارة ٤.٠، غير المُوطنة](#)

المحتويات

٥	تمهيد
٦	المبادئ التي يجب أن يتحلى بها العمل الإعلامي
٧	تعريف أخلاقيات العمل الصحفي
٨	مفهوم أخلاقيات مهنة الصحافة
٩	ماهية أخلاقيات العمل الإعلامي ومهنة الصحافة..؟
١٠	أخلاقيات العمل الإعلامي في ظل النظريات الإعلامية
١٨	نظرة تحليلية
١٩	توصيات
٢٠	مراجع

تمهيد:

يغفل بعض الإعلاميين والصحفيين أخلاقيات العمل الإعلامي، من المصداقية والحيادية، إضافة إلى اعتمادهم على الإثارة والجذب في برامجهم التلفزيونية وكتاباتهم الصحفية دون تبني برامج التوعية التي تحتاجها الشعوب.

ويعد التفكير الأخلاقي أول مبادئ العمل الصحفي، فقبل كتابة الخبر أو نشر الصورة لابد أن يفكر الإعلامي أو الصحفي – محررا كان أم مصور – في جميع المشكلات التي ستثيرها تلك الأخبار أو الصور بعد النشر. فلا بد للصافي من دراسة كل الخيارات لديه:

وتعتبر المواثيق الأخلاقية من المبادئ التي يجب أن يتبعها الصحفي، فبعض الصحف الورقية وأيضا بعض المواقع الإعلامية الإلكترونية العالمية على شبكة الإنترنت وضعت لنفسها مواثيق أخلاقية تحكم سلوك العاملين فيها وتشمل سياسات تتعلق بقبول الهدايا أو تكليفات خارج العمل الرسمي.. وهناك حالات طرد فيها مراسلون لأنهم أقاموا علاقات مع المصدر أو استغلوا معلومات لتحقيق منفعة ذاتية .

المبادئ التي يجب أن يتخلّى بها العمل الإعلامي:

١- المسؤولية:

وتعني التزام المصداقية والموضوعية والحياد فيما تكتب لتكسب ثقة الرأي العام.

٢- حرية الإعلام والصحافة:

وذلك بالدفاع عنها (فلا تقلل من شأن مهنتك، ولا تصفها بالسوء عطفاً على تعامل وسلوكيات بعض الأفراد ومن يعملون بها).

٣- الاستقلالية:

حافظ على كرامتك وكذلك أمانتك فأنت أعلامي وصحفي تحمل رسالة خالدة، وتقوم بدور تنويري وثقافي لمجتمعك ولست متطفلاً .. ولست أداة لتلميع الآخرين .

٤- المصداقية والصدق والدقة:

تحري ذلك في كل كتاباتك لكسب ثقة القارئ.

٥- عدم الانحياز:

أكتب بموضوعية وافصل بين رأيك وعاطفتك من جهة وما تكتبه من جهة أخرى فأنت ناقل للخبر ولست مصلحاً اجتماعياً أو طبيباً نفسياً.

٦- المحافظة على حقوق الآخرين:

حافظ على حقوق الآخرين ولا تتعدي أو تتجاوز على حرياتهم وتكشف أسرار بيوتهم مالم تكن قضية تعني المجتمع كالجرائم، وأيضاً تحري كتابة القصة الخبرية بإنصاف بحيث تذكر أقوال جميع الأطراف وبحيادية تامة ولك الحق في إبداء وجهة نظرك الخاصة ورأيك الشخصي مع إيضاح أنه رأي شخصي وخاص بك ولا يمثل رأي الجريدة أو الموقع الذي تتبع له!

تعريف أخلاقيات العمل الصحفي

بدأ تدوين أخلاقيات العمل الإعلامي ومواثيق الشرف وقواعد السلوك المهنية للمرة الأولى في بداية العشرينات من القرن الماضي وهناك الآن أقل من ٥٠ دولة فقط من بين ٢٠٠ دولة في العالم لديها نظم متطورة في الاتصال الجماهيري ذات مواثيق أخلاقية المهنة تؤثر بشكل فعال على القائمين بالاتصال، أو تحمي التدفق الحر الإعلامي.

فإن الفرد كائن هي عقلاني وأخلاقي وإن أخلاقياته تحدد له ما يجب عليه المحافظة عليه وفق القانون، فكل مهنة أخلاقياتها التي لابد من الالتزام بها، فالإعلام كمهنة تقوم على أساس من الأخلاق واجب التحلي بها لكل فرد يمتهنها، فقبل أن نتطرق إلى أخلاقيات المهنة يجب أن نتعرف أولاً على القضايا التي تمس الإعلام والتي يجب يتمسك الإعلامي أخلاقياً مهنته اتجاهها مثل: السلطة والواجب، الحرية والمسؤولية والحقيقة، والتعديدية، الاختلاف،

الصالح العام، واحترام الآخر وهي مفاهيم فلسفية، من الصعب تجاوزها حين نتطرق إلى قضايا الإعلام، لكونها تساعدنا على إدراك "المعنى" لماذا؟ لماذا نقوم بهذا العمل ولا نقوم بذلك؟ ما المحددات الكبرى لأفكارنا وسلوكياتنا؟ ما هي نوع القيم أو المسؤولية أو الأخلاق الواجب الالتزام بها في ممارسة الإعلام؟ ومن الذي يحددها؟ أين تبدأ وأين تقف حرية التعبير؟ كيف نضمن التعديدية والاختلاف والعدالة والصحة.

تبين أهمية الصحافة في تلك الرسالة التنشيطية والثقافية التي تنمي وعي الإنسان ب مجريات الأمور في عصره وتحافظ على فكره من التشتت والضياع والتجزء، ورسالة رفيعة من هذا الطراز لابد أن تكون لها من المواصفات والخصائص ما يجعلها تحافظ على هذه الرفعية.

من خلال هذا التمهيد البسيط حول ماهية الصحافة والعمل الصحفي، كان سبب اختيارنا لهذا الموضوع لما له أهمية بالغة من جهة الصحفي بصورة خاصة ومستهلك المادة الإعلامية بصفة عامة ، فالصحافي يحمل على تثقيف الجمهور، وهذا حسب رغبته واحتياجاته ولكي تكون هذه المهنة تمييزاً ثقافياً ووضعت ثوابت تتعلق بالمبادئ الأخلاقية لممارسة المهنة الصحفية.

مفهوم أخلاقيات مهنة الصحافة

تهتم أخلاقيات مهنة الصحافة كعلم للواجبات المعنوية الخاصة بمهنة الصحافة وجزءاً منها التأديبية بتبيان القواعد السلوكية والأخلاقية لأعضاء هذه المهنة سواء فيما بين الممارسين أنفسهم لها أو تجاه الغير.

وجاء تعريف أخلاقيات مهنة الصحافة في قاموس الصحافة والإعلام على أن "أخلاقيات المهنة هي مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المهني والتي وضعتها مهنة منظمة لكافحة أعضائها، حيث تحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها وتسرع على احترامها، وهي أخلاق وآداب جماعية وواجبات مكملة أو معاوضة للتشريع وتطبيقاته من قبل القضاة".

فالأخلاق المهنية ليست مرتبطة ببساطة بالممارسة السليمة لمهنة فحسب بل تنبع أساساً من الأهداف السامية للكلمة وقد عرفها جون هوهنبreg (John honbreg) على أنها "تلك الإلتزامات الأساسية التي يجب

أن يتحلى بها كل صحفي والمتمثلة أساساً بضرورة العمل من أجل الوصول إلى تخطية منصفة وشاملة ودقيقة، صادقة وواضحة مع مراعاة حماية المصادر وتحقيق الصالح العام، عن طريق احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة للأشخاص وتصحيح الأخطاء في حال وجودها".

الأخلاق المهنية للصافي وفقاً لـ(لبروخوف) من المدرسة الإشتراكية هي "تلك المبادئ والمعايير الأخلاقية التي لم تثبت قانونياً بعد ولكنها مقبولة في الوسائل الصحفية ومدعومة من قبل الرأي العام والمنظمات الشعبية والحزبية".

كما يمكن القول أن أخلاقيات المهنة الإعلامية هي تلك الأخلاقيات المتعلقة بمهنة الإعلام "وهي مجموعة من القيم المتعلقة بالممارسة اليومية للصحفيين وجملة الحقوق والواجبات المترابطتين للصافي".^(١)

ما هي أخلاقيات العمل الإعلامي ومهنة الصحافة..؟

أولاً: التفكير الأخلاقي:

قبل كتابة الخبر أو نشر الصورة لابد أن يفكر الإعلامي أو الصحفي - محرراً كان أم مصور لافرق؟.. المهم لابد لهما من التفكير العميق في جميع المشكلات التي ستثيرها تلك الأخبار أو الصور بعد النشر. فلابد للصافي من دراسة كل الخيارات لديه:

"ضع فرضيات أمام نفسك؟.. هل أستطيع النشر، أو لا أستطيع؟"

وهل سأعرضه بصورة بارزة أو في موقع ثانوي؟..

انتظر لفترة إلى أن تحصل على مزيد من المعلومات قبل النشر!

برر قرارك.. أدرس أضرار ومنافع النشر.. وأهمية المادة التي تنووي نشرها وملائمتها لدى الجماهير ..

ثانياً: المواقف الأخلاقية:

بعض الصحف الورقية وأيضاً بعض المواقع الإعلامية الإلكترونية العالمية على شبكة النت وضعت لنفسها مواقف إلخلاقية تحكم سلوك العاملين فيها وتشمل سياسات تتعلق بقبول الهدايا أو تكليفات خارج الدوام الرسمي.. وهناك حالات طرد فيها مراسلون لأنهم أقاموا علاقات مع المصدر أو استغلوا معلومات لتحقيق منفعة ذاتية .

ثالثاً: المبادئ:

من أهم المبادئ التي لابد أن يتحلى بها الإعلامي والصافي:

ـ المسؤولية:
وتعني التزام المصداقية والموضوعية والحياد فيما تكتب لتكسب ثقة الرأي العام.

ـ حرية الإعلام والصحافة:
وذلك بالدفاع عنها (فلا تقلل من شأن مهنتك، ولا تصفها بالسوء عطفاً على تعامل وسلوكيات بعض الأفراد ومن يعملون بها) .

٣- الاستقلالية:

حافظ على كرامتك وكذلك أمانتك فأنت أعلامي وصحفي تحمل رسالة خالدة، وتقوم بدور تنويري وثقافي لمجتمعك ولست متطفلاً .. ولست أدلة لتلميع الآخرين .

٤- المصداقية والصدق والدقة:

تحري ذلك في كل كتاباتك لكسب ثقة القارئ.

٥- عدم الانحياز:

أكتب بموضوعية وافصل بين رأيك وعاطفتك من جهة وما تكتبه من جهة أخرى فأنت ناقل للخبر ولست مصلحاً اجتماعياً أو طبيباً نفسياً.

٦- المحافظة على حقوق الآخرين:

حافظ على حقوق الآخرين ولا تتعدي أو تتجاوز على حرياتهم وتكشف أسرار بيوتهم مالم تكن قضية تعني المجتمع كالجرائم، وأيضاً تحري كتابة القصة الخبرية بإنصاف بحيث تذكر أقوال جميع الأطراف وبحيادية تامة ولك الحق في إبداء وجهة نظرك الخاصة ورأيك الشخصي مع إيضاح أنه رأي شخصي وخاص بك ولا يمثل رأي الجريدة أو الموقع الذي تتبع له!(٢)

أخلاقيات العمل الإعلامي في ظل النظريات الإعلامية:

بعد التناهي الكبير في دور الإعلام في كافة مجالات الحياة حاول الباحثون والخبراء في مجال الإعلام والإتصال إيجاد نظريات إعلامية وتوظيفها لخدمة أغراض وأهداف المهنة الإعلامية. وقد تباينت تلك النظريات حسب آراء ومعتقدات مروجيها وقائمين عليها بالزمام الإعلاميين بأخلاقيات العمل الإعلامي ووضع الأطر العامة لتلك الأخلاقيات ومن أهم النظريات الإعلامية المعهود بها عالمياً:

نظيرية السلطة:

ظهرت هذه النظرية في القرنين السادس عشر والسابع عشر في إنجلترا. وهي تستند إلى فلسفة السلطة المطلقة للحاكم أو حكومته أو كلاهما معاً. ونرى ذلك واضحاً في نظريات أفلاطون، أرسطو، ميكافيلي، هيغل. الهدف الرئيسي لهذه النظرية هو حماية السلطة وتوضيحها لسياسة الحكومة المسيطرة على مقاليد الأمور. تقر هذه النظرية للحكومة للإشراف على الإعلام وفرض الرقابة عليه. ولا يجوز وفق هذه النظرية نقد الجهاز الحكومي والسياسي لأن العمل الإعلامي فيها هو بمثابة إمتياز خاص يمنحها الحكم للإعلامي والصحفي. وبالتالي فهو مدين لها بالولاء والإلتزام، وعليه تنفيذ ما يأمر به. بصورة عامة تتبنى الدول

النامية والدول غير الديمقراطية هذه النظرية بوصفها الأساس الفكري لبناء منظوماتها الإعلامية.

نظيرية الحرية او النظرية الليبرالية:

ظهرت هذه النظرية في عصر النهضة الأوروبية وتحديداً في القرن الثامن عشر والتاسع عشر وكان من أبرز من نادى بها جون ميلتون وجون لوك. تقول هذه النظرية على أساس تقديم كل المعلومات والأفكار للجمهور، وان النقد الحر ضرورة لتحقيق الرفاهية والتقدم، وان العمل الإعلامي يجب ان يتحرر من اية رقابة مسبقة وان يكون مفتوحاً لأي شخص او جماعة دون الحصول على رخصة حكومية مسبقة، وان تكون أبواب النقد مفتوحة دون خوف او عقاب من السلطة او الحاكم. وان يعمل الإعلامي بكل حرية دون قيود او إكراه على نشر معلوماته وان يتمتع بالإستقلال المهني. ساعدت هذه النظرية الإعلام والصحافة والإعلاميين على التخلص من سيطرة الدولة، خصوصاً في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية.

نظيرية المسؤولية الاجتماعية:

تتلخص هذه النظرية التي نادى بها عدد من الأساتذة والأكاديميين بالمسؤولية الاجتماعية وصدق الأخبار والحيادية، وعلى ان الإعلام يجب ان يكون في خدمة المجتمع من خلال الإلتزام بالمعايير المهنية كقول الحقيقة والدقة والموضوعية. والتوازن والإبعاد عن نشر كل ما يؤدي الى ارتكاب الجريمة واشاعة الفوضى او توجيه الإهانات الى الأفراد او الأقليات وان تدخل الإعلام يجب ان يكون لتحقيق المصلحة العامة.

النظيرية الشيوعية:

شهد الربع الاول من القرن العشرين ميلاد نظرية الصحافة الشيوعية التي كان كارل ماركس الأب الروحي لها، متأثراً بفلسفة زميله الألماني هيغل. تركز هذه النظرية على توظيف وسائل الإعلام في خدمة الجهاز الحكومي والحزب الشيوعي، بحيث يقوم الإعلام والصحافة فيها، بتقوية وتوسيع النظام الإشتراكي، وليس البحث عن الحقيقة. وتعتبر هذه النظرية وسائل الإعلام أدوات للحكومة وجزءاً مهما منها. والدولة تقوم بتشغيل وتمويل هذه الوسائل. والحزب الشيوعي هو الذي يقوم بالتوجيه الفكري والرقيبي للمؤسسات الإعلامية.

نظريّة المسؤوليّة العالميّة:

إنَّ أهداف وغايات هذه النظريّة تنبثق من مفهوم خدمة المجتمع الإنساني ككل، وتحتبر إمتداداً لنظريات الحرية الإعلامية ونظريّة المسؤوليّة الاجتماعيّة، لكنها أكثر شمولاً كونها تنطلق من وإلى المجتمع الإنساني الأشمل دون تحديد جنس هذا المجتمع، إذ ترفض الأفكار العنصرية أو العرقية أو التعصب الديني بكافة أشكاله، وتعمل على خدمة الإنسان من كل جوانب حياته، وتؤمن بالحرية الكاملة والكافية التي تمكّن الإنسان من إبداء رأيه والتعبير عن أفكاره من خلال وسائل الإعلام المتاحة

نظريّة صحافة التنمية:

تعترف هذه النظريّة بسم و واستقلالية الإعلام ووحدته وتماسكه ورفضه للتبعية وللسلطة المتعسفة وتأكيده على التنمية بكل فروعها، وتركز على توحيد إتجاهات الشعب من أجل التنمية الوطنية ومساعدة المواطنين على إدراك أن الدولة الجديدة قد قامَت بالفعل بمساعدة وتشجيع المواطنين على الثقة بالمؤسسات والسياسة الحكومية مما يضفي الشرعية على السلطة السياسيّة وقبولها. وكذلك المساعدة في الإستقرار والوحدة الوطنية وتغليب المصلحة الوطنيّة على المصلحة الخاصة . والتركيز على الإيجابيات وتجاهل السلبيات.

تطورت هذه النظريّة إلى مديات عامة تجعل من تنمية الثقافة المدنيّة والحضاريّة المسؤوليّة الأهم لـلإعلام.

نظريّة المشاركة الديمقراطيّة:

نشأت هذه النظريّة كرد فعل مضاد للطابع التجاري وإحتكار وسائل الإعلام المملوكة ملكية فردية ويعبّر مصطلح المشاركة الديمقراطيّة عن معنى التحرر من قيود الأحزاب السياسيّة القائمة. تكمن الفكرة الأساسية فيها في إهتمامها بإحتياجات ومصالح وآمال و حق المواطن في استخدام وسائل الاتصال والإعلام من أجل التفاعل والمشاركة على نطاق واسع في مجتمعه.

وترى هذه النظريّة أن وسائل الإعلام تعنى أكثر بالحياة الاجتماعيّة وتخدّع لسيطرة مباشرة من جمهورها وتقديم فرص للمشاركة على أساس يحدّدها مستخدموها بدلاً من المسيطرین عليها.

وان للمواطن والمجموعات والأقليات حق الوصول إلى وسائل الإعلام وإستخدامها خدمة لأغراضهم وطبقاً لإحتياجاتهم، وان وسائل الإعلام يجب ان لا تكون خاضعة لسيطرة بيروقراطية حكومية او سياسات مركبة حزبية.

وان الجماعات والمنظمات والجمعيات المحلية ينبغي ان تكون لها وسائلها الإعلامية الخاصة بها. وان وسائل الإعلام الصغيرة التي تساهمن بالتفاعل والمشاركة هي أفضل من وسائل الإعلام المهنية الضخمة المسخرة باتجاه واحد فقط.

رابعاً: مواثيق الأخلاق في العمل الإعلامي:

يرجع ظهور مواثيق الأخلاق في العمل الإعلامي الى ثمانين عام تقريراً ويهدف الى تحسين الأداء الإعلامي والتحكم في وسائل الإعلام لصالح عامة الناس، ان مواثيق الأخلاق في العمل الإعلامي قد تكون إلزامية او اختيارية:

المواثيق الإلزامية تكون إجبارية أي يجب على الإعلامي او الصحفي تنفيذها، ويعاقب من يخالف او ينتهك ما جاء بها من معايير للسلوك المهني وتتخذ اتجاهه إجراءات العقاب كالتأنيب العام او إيقاف عن مزاولة المهنة.

المواثيق اختيارية تقوم على أساس رغبة نابعة من العاملين في المهنة بحيث يتربى على موافقتهم عليها والتزامهم بتنفيذ ما جاء فيها أثناء ممارستهم للعمل، وتعد هذه المواثيق بمثابة تنظيم ذاتي لهم.

ويمكن تصنيف مواثيق أخلاقيات العمل الإعلامي الى عدة أنواع من أهمها:

المواثيق الخاصة بوسائل الاتصال: جميعاً وهي الصحافة، الكتب، السينما، المسرح، الإذاعة الالكترونية، الاتصال الافتراضي.

مواثيق تهتم بجوانب المضمون الاتصالي التعليمي: وتشمل الإعلام، التسلية، الإعلان المباشر وغير المباشر.

مواثيق تهتم بجوانب صناعة الاتصال: وتناول جانب او أكثر من جوانب صناعة الاتصال. كأن تغطي في الصحيفة مثلاً التحرير، الأخبار، الأحداث الجارية، الإعلان، والتوزيع.

خامساً: المسؤولية الإعلامية في أخلاقيات العمل الإعلامي:

تحمل وسائل الإعلام بكافة أشكالها المقروءة والمسموعة والمرئية أهمية كبيرة في المجتمعات الحديثة وتبعد أهميتها من مسؤوليتها تجاه المجتمع الذي تعمل فيه. ويمكن إدراك المسؤولية الإعلامية من خلال ثلاثة وظائف وهي:

القيام بالوظائف والأدوار المجتمعية كالوظيفة السياسية التي تعنى بإبلاغ الناس بكل ما يدور في الحكومة والهيئات الأخرى من أنشطة. اذ تصبح وسائل الإعلام جزءاً متداخلاً في العملية السياسية من خلال مراقبة مراكز السلطة على كل المستويات والوظيفة التعليمية التي تشكل تقديم الأخبار ومناقشة كافة الأفكار والآراء والمواقف والوظيفة الثقافية تعنى بتقديم القيم والتقاليد والمعايير المثلية للمجتمع:

معرفة المبادئ التي ترشد وسائل الإعلام الى تحقيق الوظائف السابقة بطريقة إيجابية او مشروعة.

معرفة أنواع السلوك التي يجب مراعاتها من قبل الإعلاميين لتحقيق المبادئ الإرشادية.

ويمكن القول ان المسؤوليات التي تقع على عاتق وسائل الإعلام هي:
مسؤولية إعلامية تجاه المجتمع العام: من خلال إتاحة المعلومات وعدم إلهاق الضرر الآخرين وكلاهما يتتصارع أحياناً مع الآخر.

مسؤولية إعلامية تجاه المجتمع المحلي: هي إمتداد لمسؤولية الأولى، وتعتمد على نشر ما يتوقعه الأفراد من المجتمع وما يتوقعه المجتمع من الأفراد وأداء الرسالة السابقة مع تجنب أي ضرر بقدر الإمكان وإبلاغ الناس ما يحقق مصالحهم الآنية والمستقبلية.

مسؤولية إعلامية تجاه نفسه: من خلال أداء الرسالة الإعلامية بأقصى قدر ممكن من الدقة والأمانة والصدق والموضوعية لما يعتقد انه في صالح المجتمع.

السادس: القيم الأخلاقية في العمل الإعلامي:

ان أخلاقيات المهنة الإعلامية وجهات داخلية لقرارات مهنية في مختلف المواقف والمواضيع التي يواجهها الإعلامي أثناء عمله المهني، فالإعلامي او الصحفي الناجح لا يحتاج الى قوانين ورقابة الحكومة لتنظيم أمور مهنته، فنهائاك ايضا الدوافع والرقابة الذاتية وأخلاقيات المهنة الإعلامية كضوابط للعمل الإعلامي. ان أخلاقيات العمل الإعلامي هي مجموعة من المبادئ والقيم المنظمة في العمل الإعلامي وتحتمد على مجموعة منتقاة من المبادئ الموجهة للسلوك الأخلاقي، وهذه المبادئ مهمة للمؤسسات الإعلامية خاصة في اوقات الأزمات، وتستهدف هذه المبادئ تشكيل ذاتية المؤسسات الإعلامية او الجماعة المهنية ومن أهم هذه المبادئ والقيم الأخلاقية للعمل الإعلامي:

الصدق: في الحصول على ثقة الجمهور المتلقي والمستمع المشاهد و القارئ هو أساس الإعلام الجيد. والتمسك بمبادئ الدقة في عرض الحقائق وينبغي على الإعلامي أن يكون صادقاً في نقله للعمل الإعلامي سواء كان خبراً أم تحقيقاً أم مقابلةً. إذ فإن الصدق هو المحور الأساس للوصول إلى الحقيقة.

الحيادية والموضوعية: على الإعلامي أن يلتزم بالنزاهة والدقة أثناء عملية نقل الأخبار، وألا يكون متحيزاً لأي طرف من أطراف الموضوع الذي ينشره أو بيته، وإن يقوم بنقل الخبر والحدث والصورة كما هي، خاصة عندما يتناول الموضوع أحاديث هم المجتمع. كما يجب على الإعلامي أن يكون نزيهاً في تعامله مع الإنتماءات، وعليه الابتعاد عن قبول الهدايا والرشاوي من أي جهة كانت مقابل عمل إعلامي معين. وعلى الإعلاميين أن يحترموا حقوق الأشخاص وإن يراعوا المعايير المشتركة للأمانة والشرف وإن يكونوا مسؤولين أمام الجمهور عن عدالة تقاريرهم الأخبارية ودقتها، كما أن الأشخاص الذين يتم إتهامهم علينا يجب إعطائهم حق الرد في أقرب فرصة بذات المستوى الذي إتهموا فيه.

الشعور بالمسؤولية: على الإعلامي أو الصحفي أن يتحمل مسؤولية الصحة في أخباره، أي لا يجوز نقل أي خبر دون التحقق من مصادقته ومصداقية المصدر ويجب أن يعتمد على أكثر من مصدر، كما ان العهود التي يقدمها الإعلامي بالحفظ على سرية المصادر الأخبارية لابد من الوفاء بها مهما كان الثمن، ولهذا السبب يجب أن لا يقوم الإعلاميون بالإستخفاف بهذه العهود. وعلى الإعلامي مراعاة المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات المهنة الإعلامية أثناء ممارسة عمله. ففي حالات عديدة يعمد الإعلامي أو الصحفي إلى استخدام أساليب الخداع من أجل الحصول على المعلومات والوثائق لتحقيق السبق الصحفي.

احترام كرامة الإنسان: يجب أن لا ينشر خبراً أو صورة تمس كرامة الفرد ولا يجوز إستعمال أساليب الخداع أو التوريط أو الإبتزاز أو التلاعب بالأشخاص مثل (التسجيل أو التصوير غير القانوني). إن الهدف الرئيسي من جمع الأخبار والأراء وتوزيعها هو خدمة عامة وذلك عن طريق إمداد الناس بالمعلومات وتمكينهم من إصدار الأحكام حول قضايا العصر. والإعلاميون والإعلاميات الذين يسيئون استخدام هذه السلطة المتاحة لهم بحكم منتهي أو يوجهونها لدوافع أنانية أو الإنحراف يكونوا قد خانوا الثقة الممنوحة لهم من الرأي العام.

المساواة: إن المواطنين متساوون في الحقوق والواجبات مثلما هم متساوون أمام وسائل الإعلام، ومن هنا تأتي ضرورة الحرص على أن لا تكون هذه الوسائل تعبيراً عن فئة أو ثقافة أو جهة دون أخرى.

الاستئذان: على الإعلامي أن يعمد إلى أسلوب الاستئذان في الحصول على المعلومات والأخبار والتسجيلات التي يحتاجها لعرضها للجمهور بما يلبي احتياجات الجمهور.

الأمانة والاستقامة: أن يكون أميناً في نقل الأخبار والمعلومات والأحداث والإبعاد عن التمييز والتزييف في نقل الحقائق. وان يتلوثى الحذر من المصادر التي لا ترغب في الكشف عن ذكر هويتها واسمها وعدم الكشف عن سرية المصادر التي لا ترغب في الكشف عن ذكر اسمها وهويتها. و على الإعلامي ان يكون أميناً في نقل مصادر معلومات وموضوعاته وان يراعي حقوق النشر في الإقتباس من أعمال الآخرين. كما على الإعلامي تجنب اساليب الخداع والإحتيال للوصول إلى موضوع حيوى ومثير للوصول إلى السبق الصحفى او الخبرة الصحفية.

توخي الدقة والإجادحة: تجنب الوقع في الأخطاء المنهجية واللغوية اثناء عرض الحقائق والمعلومات.

الالتزام: بعدم اللجوء إلى تحقيق الشهرة على حساب المبادئ والقيم والأخلاق من خلال نشر الأخبار.

التحلي بالمثل الأخلاقية: على الإعلامي مراعاة الجوانب الأخلاقية اثناء تقديم الأخبار التي تحقق التوازن بين مصلحة الفرد ومصلحة المجتمع وعلى وسائل الإعلام تجنب غزو حق الأفراد في الخصوصية وعلى الإعلامي اتباع القوانيين التي تتضمنها مواثيق الشرف الأخلاقية التي تضعها المنظمات الإعلامية بشأن حماية الخصوصية ومراعاة�احترام الإنساني للخصوصية الفردية والإحسان اثناء التعامل مع الأشخاص الذين تتناولهم الأخبار.

عدم التجسس: على الحياة الخاصة للأفراد والتدخل في خصوصياتهم لأنها تعتبر اساليب غير أخلاقية. كتصوير المآسي الخاصة للأفراد واستغلال حوادث الناس وتصويرهم للإغتصاب والإغتيالات السياسية والمدرارات ومراعاة طبيعة بث هذه الموضوعات ونشرها بحيث يكون الهدف الأساسي من عرض تلك الأحداث والمواضيع توعية الناس وإيقاظهم نحو المشكلات التي تشهدها الحياة السياسية والاجتماعية وبث الطمأنينة في نفوسهم.

النراة: عدم الإستيلاء على المواد الإعلامية لآخرين لأنه يعد بمثابة القرصنة واعادة بيعها بدون اعطاء حقوق الناشر، لأنه يعد عمل غير أخلاقي ويضر بحقوق

الناشر ويعرضه للمسائلة المادية. وعلى الإعلامي أن ينسب ما اقتبسه إلى المصدر الأصلي، وان لم يفعل ذلك يعد عدوان على حق النشر ويعتبر من أنماط الإحتيال والسرقة.

العفة: تجنب عرض الأعمال الفاحشة لأنها يعبر عن مشكلة أخلاقية أكثر مما يعبر عن مشكلة قانونية. ان نشر المواد الفاحشة سيهدم المجتمع ويفسد الأخلاق ويشجع على الإباحية الجنسية. فاللتعرض إلى مشاهد الإثارة والدعارة وإغتصاب النساء يؤدي إلى تفشي سلوكيات ضارة بالمجتمع. لأن تسلط الضوء الإعلامي على السلوكيات والأخلاق السيئة والنماذج الفاشلة سوف يجعل الناس ميالون إلى تقليد ذلك مما ينشر الفساد والإنحلال، كما ان الإعلامي اذا لم يستطع ان يحافظ على عفته سوف تقترن مع ظهوره الإعلامي وبما يسبب مشاكل كثيرة خاصة لمن يتاثرون به، لذا على الإعلامي ان يكون قدوة في المجتمع ويتجنب التصرفات والأخلاقيات غير اللائقة.^(٣)

نظرة تحليلية

بالنظر إلى ما سبق فإن العديد من الإعلاميين والصحفيين يغفلون أخلاقيات العمل الإعلامي، من المصداقية والحيادية، إضافة إلى اعتمادهم على الإثارة والجذب في برامجهم التلفزيونية وكتاباتهم الصحفية دون تبني برامج التوعية التي تحتاجها الشعوب.

ويعد التفكير الأخلاقي أول مبادئ العمل الصحفي، فقبل كتابة الخبر أو نشر الصورة لابد أن يفكر الإعلامي أو الصحفي، في جميع المشكلات التي ستثيرها تلك الأخبار أو الصور بعد النشر، ولابد للصحفي من دراسة كل الخيارات لديه:

وتعتبر المواثيق الأخلاقية من المبادئ التي يجب أن يتبعها الصحفي، فبعض الصحف الورقية وأيضاً بعض الواقع الإعلامية الإلكترونية العالمية على شبكة الإنترنت وضحت لنفسها مواثيق أخلاقية تحكم سلوك العاملين فيها وتشمل سياسات تتعلق بقبول الهدايا أو تكليفات خارج الدوام الرسمي.. وهناك حالات طرد فيها مراسلون لأنهم أقاموا علاقات مع المصدر أو استغلوا معلومات لتحقيق منفعة ذاتية.

توصيات

- يجب على الإعلامي أو الصحفي أن يكون ملماً بأخلاقيات العمل.
- يجب أن يكون هناك دورات مكثفة من جميع المؤسسات الإعلامية لاطلاع العاملين بها على أخلاقيات العمل ومبادئه.
- الصدق والأمانة والحيادية أهم مبادئ العمل الصحفي.
- معظم المؤسسات الإعلامية في مصر تهتم بالإشارة البعيدة عن التوعية.
- اجراء الدراسات و البحوث العلمية عن أخلاقيات العمل الإعلامي وتدريبها كمنهاج لطلاب الإعلام في الكليات والمعاهد.
- عدم منح رخصة ممارسة العمل الإعلامي الا بعد التأكد من امتلاك المتقدم لقدرات علمية وموهبة ورغبة صادقة لممارسة عمله.
- تنمية أدوار النقابات والمجالس الإعلامية الرصينة التي تعمل كنوااظم ضبط أخلاقية للإعلاميين.
- إعادة تقويم أوضاع الإعلام والصحافة من الناحية المهنية والارتباط الأخلاقي المهني.

مراجع

- (١) مؤسسة حرية للحقوق والحريات والتطور الإعلامي
- (٢) أخلاقيات العمل الإعلامي ومهنة الصحافة _ موقع المهدى للثقافة والإعلام
- (٣) القيم الأخلاقية في العمل الإعلامي _ الصوت الحر

أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفى والإعلامي

حرية الرأي والتعبير

حرية الرأي والتعبير هي أحد أهم الحقوق الأساسية التي نصت عليها المواثيق الدولية والدساتير لبناء مجتمعات ديمقراطية متطورة قادرة على احترام مواطناتها ودعم التطور الفكري الإنساني لأفرادها، وبعد ثورة يناير ٢٠١١ صار الحديث عن أي انتقال ديمقراطي لا يصح بدون رصد ومناهضة سياسات القمع المنهجي والغير دستوري لحرية الرأي والتعبير، ومن هنا تم رصد برنامج خاص للتعبير الرقمي عن قضايا حرية الرأي والتعبير في مصر وتناولها وتوثيق الانتهاكات والدفع بعجلة احترام حرية الرأي والتعبير من خلال تشريعات وسياسات وممارسات أكثر ديمقراطية وانحيازاً لحقوق الإنسان.