

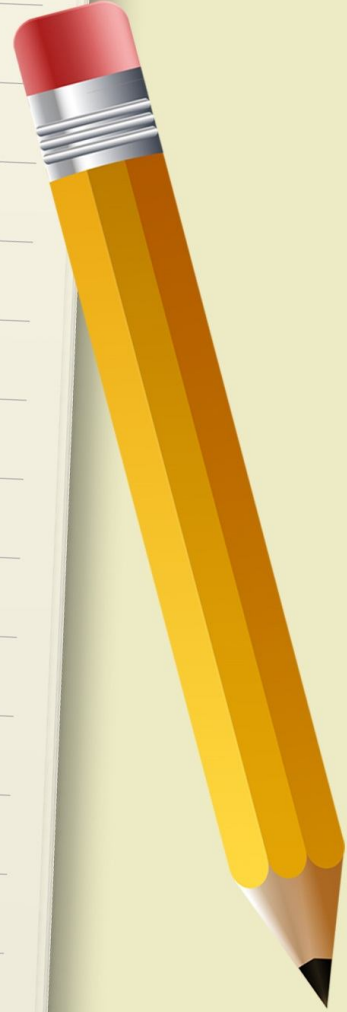
الأكاديمية العربية الدولية



الأكاديمية العربية الدولية
Arab International Academy

الأكاديمية العربية الدولية المقررات الجامعية

أخلاقيات ومبادئ العمل الصدق في والإعلامي



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

أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفي 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، الإصدار ٣.٠](#)
[غير الموطنة](#)

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 أونشر الصورة لابد أن يفكر الإعلامي أو الصحفي – محررا كان أم مصورا – في جميع المشكلات التي ستثيرها تلك الأخبار أو الصور بعد النشر.. فلا بد للصحفي من دراسة كل الخيارات لديه:

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

المبادئ التي يجب أن يتحلى 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 ممن يعملون بها) .

٣- الاستقلالية:

حافظ على كرامتك وكذلك أمانتك فأنت إعلامي وصحفي تحمل رسالة خالدة، وتقوم بدور تنويري وتثقيفي 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 تتعدى 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 لأخلاقيات المهنة تؤثر بشكل فعال على القائمين بالاتصال، أو تحمي التدفق الحر الإعلامي.

فإن الفرد كائن حي عقلاني وأخلاقي وإن أخلاقياته تحدد له ما يجب عليه المحافظة عليه وفق القانون، فلكل مهنة أخلاقياتها التي لا بد من الالتزام بها، فالإعلام كمهنة تقوم على أسس 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 أخلاق مهنته اتجاهها مثل: السلطة والواجب، الحرية والمسؤولية والحقيقة، والتعددية، 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 وسلوكنا؟ 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 التعددية والاختلاف والعدالة والصحة.

تبرز أهمية الصحافة في تلك الرسالة التنويرية والتثقيفية التي تنمي وعي الإنسان بمجريات الأمور في عصره وتحافظ على فكره من التشتت والضياع والتحجر، ورسالة رفيعة من هذا الطراز لا بد أن تكون لها من المواصفات والخصائص ما يجعلها تحافظ على هذه الرفعة.

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 يعمل على تثقيف الجمهور، وهذا حسب رغبته واحتياجاته ولكي تكون هذه المهنة تتميز بالثقافية وضعت ثوابت تتعلق بالمبادئ الأخلاقية لممارسة المهنة الصحفية.

مفهوم أخلاقيات مهنة الصحافة

تهتم أخلاقيات مهنة الصحافة كعلم للواجبات المعنوية الخاصة بمهنة الصحافة وجزءاتها 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 لكافة أعضائها، حيث تحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها وتسهر على احترامها، وهي أخلاق وآداب جماعية وواجبات مكملة أو معوضة للتشريع وتطبيقاته من قبل القضاة".

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

أن يتحلى بها كل صحفي و المتمثلة أساسا بضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية 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 للصحافي وفقا لـ(لبروخوف) من المدرسة الاشتراكية هي "تلك المبادئ والمعايير الأخلاقية التي لم تثبت قانونيا بعد ولكنها مقبولة في الوسائل الصحافية 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 المترابطين للصحفي"⁽¹⁾.

ماهيات أخلاقيات العمل الإعلامي ومهنة الصحافة..؟

أولاً: التفكير الأخلاقي:

قبل كتابة الخبر أونشر الصورة لابد أن يفكر الإعلامي أو الصحفي – محرراً كان أم مصوراً لافرق؟.. المهم لابد لهما من التفكير العميق في جميع المشكلات التي ستثيرها تلك الأخبار أو الصور بعد النشر.. فلا بد للصحفي 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 تنوي نشرها وملائمتها لدى الجماهير ..

ثانياً: المواثيق الأخلاقية:

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

ثالثاً: المبادئ:

من أهم المبادئ التي لابد أن يتحلى بها الإعلامي والصحفي:

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 ممن يعملون بها) .

٣- الاستقلالية:

حافظ على كرامتك وكذلك أمانتك فأنت إعلامي وصحفي تحمل رسالة خالدة، وتقوم بدور تنويري وتثقيفي 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 تتعدى أو تتجاوز على حرياتهم وتكشف أسرار بيوتهم ما لم تكن قضية تعني المجتمع كالجرائم، وأيضاً تحري كتابة القصة الخيرية 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 التنامي الكبير في دور الإعلام في كافة مجالات الحياة حاول الباحثون والخبراء في مجال الإعلام والاتصال إيجاد نظريات إعلامية وتوظيفها لخدمة أغراض وأهداف المهنة الإعلامية. وقد تباينت تلك النظريات حسب آراء ومعتقدات مروجيها و القائمين عليها بإلزام الإعلاميين بأخلاقيات العمل الاعلامي و وضع الأطر العامة لتلك الأخلاقيات ومن أهم النظريات الإعلامية المعمول بها عالمياً:

نظرية السلطة:

ظهرت هذه النظرية في القرنين السادس عشر والسابع عشر في انكلترا. وهي تستند الى فلسفة السلطة المطلقة للحاكم او حكومته او كلاهما معاً. ونرى ذلك واضحاً في نظريات افلاطون، ارسطو، ميكيافللي، هيغل. الهدف الرئيسي لهذه النظرية هو حماية السلطة وتوضيحها لسياسة الحكومة المسيطرة على مقاليد الأمور. تقر هذه النظرية للحكومة الإشراف على الإعلام وفرض الرقابة عليه. ولا يجوز وفق هذه النظرية نقد الجهاز الحكومي والسياسي لان العمل الإعلامي فيها هو بمثابة امتياز خاص يمنحها الحاكم للإعلامي والصحفي. و بالتالي فهو مدين لها بالولاء والالتزام، وعليه تنفيذ ما يأمر به. بصورة عامة تتبنى الدول

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

نظرية 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. تقوم 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 بالاستقلال المهني. ساعدت هذه النظرية الإعلام والصحافة والإعلاميين على التخلص من سيطرة الدولة، خصوصاً في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية.

نظرية 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 الالتزام بالمعايير المهنية كقول الحقيقة والدقة والموضوعية. والتوازن والإبتعاد عن نشر كل ما يؤدي الى إرتكاب الجريمة واشاعة الفوضى او توجيه الإهانات الى الأفراد او الأقليات وان تدخل الإعلام يجب ان يكون لتحقيق المصلحة العامة.

النظرية 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 و جزءاً مهماً منها. والدولة تقوم بتشغيل و تمويل هذه الوسائل. والحزب الشيوعي هو الذي يقوم بالتوجيه الفكري والرقابي للمؤسسات الإعلامية.

نظرية المسؤولية العالمية:

إن أهداف وغايات هذه النظرية تنبثق من مفهوم خدمة المجتمع الإنساني ككل، وتعتبر إمتداداً لنظريات الحرية الإعلامية ونظرية المسؤولية الاجتماعية، 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 تمكن الإنسان من إبداء رأيه والتعبير عن أفكاره من خلال وسائل الإعلام المتاحة

نظرية صحافة التنمية:

تتعرف هذه النظرية بسمو واستقلالية الإعلام ووحدته وتماسكه ورفضه للتبعية وللسلطة المتعسفة وتأكيد على التنمية بكل فروعها، وتركز على توحيد إتجاهات الشعب من أجل التنمية الوطنية ومساعدة المواطنين على إدراك أن الدولة الجديدة قد قامت بالفعل بمساعدة وتشجيع المواطنين على الثقة بالمؤسسات والسياسة الحكومية مما يضيفي الشرعية على السلطة السياسية وقبولها. وكذلك المساعدة في الإستقرار والوحدة الوطنية وتغليب المصلحة الوطنية على المصلحة الخاصة. والتركيز على الإيجابيات وتجاهل السلبيات. تطورت هذه النظرية الى مديات عامة تجعل من تنمية الثقافة المدنية والحضارية المسؤولية الأهم للإعلام.

نظرية المشاركة الديمقراطية:

نشأت هذه النظرية كرد فعل مضاد للطابع التجاري وإحتكار وسائل الإعلام المملوكة ملكية فردية ويعبر مصطلح المشاركة الديمقراطية عن معنى التحرر من قيود الأحزاب السياسية القائمة. تكمن الفكرة الأساسية فيها في إهتمامها بإحتياجات ومصالح وآمال و حق المواطن في إستخدام وسائل الإتصال والإعلام من أجل التفاعل والمشاركة على نطاق واسع في مجتمعه.

وترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام تعنى أكثر بالحياة الاجتماعية وتخضع لسيطرة مباشرة من جمهورها وتقدم فرص للمشاركة على أسس يحددها مستخدموها بدلا من المسيطرين عليها.

وان للمواطن والمجموعات والأقليات حق الوصول الى وسائل الإعلام وإستخدامها خدمة لأغراضهم وطبقا لإحتياجاتهم، وان وسائل الإعلام يجب أن لا تكون خاضعة لسيطرة بيروقراطية حكومية أو سياسات مركزية حزبية.

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

رابعاً: مبادئ الأخلاق في العمل الإعلامي:

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

المبادئ 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 مزاوله المهنة.

المبادئ الإختيارية تقوم على أساس رغبة نابعة من العاملين في المهنة بحيث يترتب على موافقتهم عليها وإلتزامهم بتنفيذ ما جاء فيها أثناء ممارستهم للعمل، وتعد هذه المبادئ بمثابة تنظيم ذاتي لهم.

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

المبادئ الخاصة بوسائل الإتصال: جميعاً وهي الصحافة، الكتب، السينما، المسرح، الإذاعة الالكترونية، الإتصال الافتراضي.

مبادئ تهتم بجوانب المضمون الإتصالي التعليمي: وتشمل الإعلام، التسلية، الإعلان المباشر وغير المباشر.

مبادئ تهتم بجوانب صناعة الإتصال: وتتناول جانب او أكثر من جوانب صناعة الإتصال. كأن تغطي في الصحيفة مثلا التحرير، الأخبار، الأحداث الجارية، الإعلان، والتوزيع.

خامساً: المسؤولية الإعلامية في أخلاقيات العمل الإعلامي:

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

القيام بالوظائف والأدوار الإجتماعية كالوظيفة السياسية التي تعني إبلاغ الناس بكل ما يدور في الحكومة والهيئات الأخرى من أنشطة. اذ تصبح وسائل الإعلام جزء 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 المثالية 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 إلحاق الضرر بالآخرين وكلاهما يتصارع أحيانا مع الآخر.

مسؤولية إعلامية تجاه المجتمع المحلي: هي إمتداد للمسؤولية 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 و المستقبلية.

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

سادساً: القيم الأخلاقية في العمل الإعلامي:

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

الصدق: في الحصول على ثقة الجمهور المتلقي والمستمع و المشاهد و القارئ هو أساس الإعلام الجيد. والتمسك بمبادئ الدقة في عرض الحقائق وينبغي على الإعلامي ان يكون صادقا في نقله للعمل الإعلامي سواء كان خبراً ام تحقيقاً ام مقابلة. اذ فان الصدق هو المحور الأساس للوصول الى الحقيقة.

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

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

إحترام كرامة الإنسان: يجب ان لا ينشر خبر او صورة تمس كرامة الفرد ولا يجوز إستعمال اساليب الخداع او التوريط او الإبتزاز او التلاعب بالأشخاص مثل(التسجيل او التصوير غير القانوني). ان الهدف الرئيسي من جمع الأخبار والآراء 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 او يوجهونها لدوافع أنانية او الإنحراف يكونوا قد خانوا الثقة الممنوحة لهم من الرأي العام.

المساواة: ان المواطنين متساوون في الحقوق والواجبات مثلما هم متساوون امام وسائل الإعلام، ومن هنا تأتي ضرورة الحرص على ان لا تكون هذه الوسائل تعبيراً عن فئة او ثقافة او جهة دون اخرى.

الإستئذان: على الإعلامي ان يعتمد الى اسلوب الإستئذان في الحصول على المعلومات والأخبار والتسجيلات التي يحتاجها لعرضها للجمهور بما يلبي إحتياجات الجمهور.

الأمانة والإستقامة: ان يكون امينا في نقل الأخبار والمعلومات والأحداث والإبتعاد عن التمييز والتزييف في نقل الحقائق. وان يتوخى 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 الى موضوع حيوي ومثير للوصول الى السبق الصحفي او الخبطة الصحفية.

توخي الدقة والإجادة: تجنب الوقوع في الأخطاء المنهجية واللغوية اثناء عرض الحقائق والمعلومات.

الإلتزام: بعدم اللجوء الى تحقيق الشهرة على حساب المبادئ والقيم والأخلاق من خلال نشر الأخبار.

التحلي بالمثل الأخلاقية: على الإعلامي مراعاة الجوانب الأخلاقية اثناء تقديمه الأخبار التي تحقق التوازن بين مصلحة الفرد ومصلحة المجتمع وعلى وسائل الإعلام تجنب غزو حق الأفراد في الخصوصية وعلى الإعلامي اتباع القوانين التي تتضمنها موثائق الشرف الأخلاقية التي تضعها المنظمات الإعلامية بشأن حماية الخصوصية ومراعاة الإحترام 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 والإغتياالات السياسية والمخدرات ومراعاة طبيعة بث هذه الموضوعات ونشرها بحيث يكون الهدف الأساسي من عرض تلك الأحداث والموضوعات توعية الناس وإيقاظهم نحو المشكلات التي تشهدها الحياة السياسية والإجتماعية وبث الطمأنينة في نفوسهم.

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

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

العفة: تجنب عرض الأعمال الفاحشة لأنه يعبر عن مشكلة أخلاقية اكثر مما يعبر عن مشكلة قانونية. ان نشر المواد الفاحشة سيهدم المجتمع ويفسد الأخلاق ويشجع على الاباحية الجنسية. فالتعرض الى مشاهد الإثارة والدعارة وإغتصاب النساء يؤدي الى تفشي سلوكيات ضارة بالمجتمع. لان تسليط الضوء الإعلامي على السلوكيات والأخلاق السيئة والنماذج الفاشلة سوف يجعل الناس ميالون الى 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 يتأثرون 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 أونشر 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 يتبناها الصحفي، فبعض الصحف الورقية وأيضاً بعض المواقع الإعلامية الإلكترونية العالمية على شبكة الإنترنت وضعت لنفسها مواثيق أخلاقية تحكم سلوك العاملين فيها وتشمل سياسات تتعلق بقبول الهدايا أو تكاليفات خارج الدوام الرسمي.. وهناك حالات طُرد 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 لإطلاع العاملين بها على أخلاقيات العمل ومبادئه.
- الصدق والأمانة والحيادية أهم مبادئ العمل الصحفي.
- معظم المؤسسات الإعلامية في مصر تهتم بالإثارة 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 كنواظم ضبط أخلاقية للإعلاميين.
- إعادة تقويم أوضاع الإعلام والصحافة من الناحية المهنية والإرتباط الأخلاقي المهني.

مراجع

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



أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفي 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 مواطنيها 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.