

أخلاقيات المهنة في الممارسة الإعلامية السمعية البصرية

عبد القادر دريدي

طالب دكتوراه علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية - جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم.

تحت إشراف: د. عبد القادر مالفي

مقدمة

إن الثورة التي أنتجتها الصورة كمعطى تكنولوجي في مجال الإعلام نقلت الممارسة الإعلامية إلى مرحلة جديدة سجلت تميزها عن سابقاتها من المراحل وخلقت قفزة نوعية في المجال أهلها لأن تكون ثورة أخرى من ثورات الإعلام و يتجلى ذلك من خلال المكانة التي أضحت تحتلها الصورة في الحركية المعلوماتية في العالم، حيث أن الوسائل السمعية البصرية أصبحت تشكل حوالي 70 بالمئة من حصيلة المعرفة الإنسانية وتعتبر هذه الوسائل من أقوى الأسلحة الإعلامية⁽¹⁾، ويعود هذا التفوق الإخباري للتلفزيون حسب "عبد الله الحيدري" إلى "تكتيكات الصورة المستخدمة في إنتاجها واستقبال الجمهور لها، وذلك لما تحويه من عناصر جذابة، تكسبه حيوية ومصداقية أكبر، بل إنه يساعد في عدم نفور المشاهد من مشاهدة أخبار الأمس غير الطازجة إذا ما سمعها أو قرأها"⁽²⁾ وبناء على ذلك أكد بيل غايتس رئيس شركة مايكروسوفت "إن من يسيطر على الصورة يسيطر على العقول"⁽³⁾.

كما أصبح لوسائل الإعلام السمعية البصرية وللتلفزيون خصوصا دور هام في تكوين الصورة الذهنية لدى الأفراد حول الأحداث حتى أن القائمين على الفضائيات أصبح لهم نفوذ بين الدول نظرا لقدرةهم على التأثير في آراء الناس بشكل أو بآخر، فأصبح عقل المشاهد رهينة لدى القائمين على هذه الوسائل وفي الكثير من الأحيان يصبح الرأي العام محل إبتزاز وتصفية حسابات على حساب المهمة النبيلة التي تقوم عليها مهنة الصحافة، حتى أن المطلع على تجارب الممارسة الإعلامية منذ القرن الـ 19 إلى النصف الأول من القرن الـ 20 يلاحظ الممارسات اللاأخلاقية التي شابته مهنة الصحافة حيث ضحت وسائل الإعلام الغربية بمسؤولياتها تجاه المجتمع في سبيل تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح وهو ما الوضع الذي أدى إلى ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تجعل من خدمة الصالح العام في أولوية مهام وسائل الإعلام وذلك من خلال الإلتزام بجملة من القيم أهمها ضرورة قيام المؤسسات الإعلامية بالالتزامات الاجتماعية في خدمة المجتمع ووضع معايير مهنية توجه الممارسة الإعلامية وتضمن صدقية الخبر ودقته وتوازنه.

والحقيقة ان هذه المعايير، وإن كانت ضرورة في العمل المهني، فإنها لم تعد كافية مع التطور التكنولوجي الذي زود الإعلام بإمكانيات أوسع من حيث القدرة على نقل الصورة والصوت وجعل من المبادئ التقليدية قاصرة أمام التكنولوجيا التي تبدو محايدة ولكن مضمونها قد لا يكون كذلك دوماً تحديث لقواعد السلوك المهني لتشمل الممارسة الإعلامية السمعية البصرية، وبهذا الخصوص، يرى بيار بورديو أنه إذا كان من الممكن إعتبار أن العلم محايد فإن إستخدامات العلم وتطبيقاته ليست كذلك، ففيما يتعلق بتكنولوجيا الإتصالات والمعلومات فإن توظيف المضمون الإيديولوجي لهذه التكنولوجيا يجد أوضح مثال له في الدور الذي يلعبه التلفزيون، حيث أن القنوات التلفزيونية وبشكل خاص الفضائية لم تعد مجرد قنوات تقدم برامج التسلية والتثقيف، وفي هذا المجال يرى الكثير أن ما نقرؤه أو نراه أو نسمعه لا يخلو من غرض أو بالتعبير المتعارف عليه في أوساط المهتمين بالإتصال الجماهيري بـ "شحنة القيم" ويشير استخدام هذا التعبير إلى أن الرسائل الإعلامية سواء كانت في شكل خبر أو فكاهة أو برنامج علمي هدفها إزالة قيم وتثبيت أخرى أو ترسيخ شئ قائم والتصدي إلى آخر قادم⁽⁴⁾.

لكن وعلى الرغم من هذه الرهانات المتعلقة بالممارسة الإعلامية السمعية البصرية فإن العديد من مهنيي الإعلام السمعي البصري ونقاباته تلجأ إلى تبنى مبادئ أخلاقية عامة تشمل كل وسائل الإعلام بما فيها المكتوبة وتعلق عموما بالصدق وحرمة الحياة الخاصة للأفراد وغيرها، دون العمل على تطوير هذه المدونات الأخلاقية لتشمل قواعد السلوك المهني السمعي البصري خاصة وأن الطبيعة التكنولوجية

لوسائل الإعلام السمعية البصرية تفرض عليها مراعاة الجوانب التأثيرية التي تتميز بها بحكم الصورة والصوت عن الصحف والمجلات، وعليه لا بد من وضع إطار أخلاقي يعنى بالصورة والصوت كجانب متميز من الممارسة المهنية الصحفية.

وعليه فإننا من خلال هذا المقال نسعى إلى توضيح الخصوصيات المتعلقة بأخلاقيات الإعلام السمعي البصري وهي الأخلاقيات التي تتعلق في معظمها بالصورة التي تصنع تميز هذا النوع من الممارسة الإعلامية علما أن الإعلام السمعي البصري يحتكم هو الآخر إلى مدونات السلوك المهني الخاصة بالصحافة المكتوبة لكونها تشكل قاعدة الأخلاقيات.

التعريف الأخلاقي للصحفي المحترف:

عادة ما يتم تعريف الصحفي المحترف في أدبيات الإعلام على أنه من يقوم بمهنة جمع الأخبار والآراء ونشرها في تقارير إخبارية على الصحف والمجلات⁽⁵⁾، وهو تعريف لا يتعد عن تعريف الجاسوس الذي يعمل أيضا جمع المعلومات وتقديمها في تقرير لمسؤوليه، وعليه فإننا نادرا ما نجد تعريفا يأخذ بعين الاعتبار الجوانب الأخلاقية للصحافة والتي بدونها لا يمكن لأي شخص أن يحمل لقب الصحفي المحترف ويتمتع بشرف أداء مهنة الصحافة كمهنة نبيلة.

وعليه فإن الصحفي المحترف هو المهني في مجال نقل المعلومة ذات الطابع الخبري مثلما هي في الواقع دون أن يكون طرفا فيها، ملتزما في ذلك بجملة من القيم التي توجه سلوكه المهني في التعامل مع الخبر كمعطى موضوعي، وخلال ذلك ليس من حق الصحفي أن يكون قاضيا أو محاميا أو وزيرا يضطلع بمهام الدفاع عن الأفراد أو إعطائهم حقوقهم كما أنه ليس مكلفا بتسيير شؤون العامة، كما أنه ليس على الصحفي أن يكون مناضلا من أجل قضية ما مهما كان اعتقاده بعدالة هذه القضية من عدمه، فالمهنية في الصحافة تقتضي إلتزام الحياد والموضوعية كقيمتين أساسيتين في الممارسة الإعلامية بكل أشكالها، دون أن يعني هذا أن يتجرد الصحفي من أحاسيسه ومشاعره كمحرك إيجابي في الممارسة الإعلامية، فالمواضيع ذات الطابع الإنساني وتلك المتعلقة بالكوارث تقتضي بالضرورة مخاطبة الأحاسيس والمشاعر وعليه فإنه من المهم أن يحس الصحفي بالموضوع مثل أفراد الجمهور أو أكثر منهم.

ويعتقد الكثير من الصحفيين أنهم معنيون بإسقاط نظام معين أو المساعدة على إبقائه، والحقيقة أن هذا النمط من التفكير يعد خطأ مهنيا فادحا ينجر عنه التعرض للصحفيين بالقتل أو التعنيف من الجهة المعادية وذلك لأن الصحفي في هذه الحالة لا يختلف عن الجندي وهنا يكون تعنيفه مريرا إلى حد ما، ولهذا يتوجب على المهني في الصحافة معرفة أنه شخص محايد في أي قضية مهما كانت رهاناتها ومهما كان مرتبطا بها ماديا أو معنويا وهذا ما يمنحه حرية واسعة في التعامل مع أي معلومة بل والبحث عن أي معلومة في أي موضوع دون إلتزامات نضالية توجه عمله.

وإذا كان من الواجب على الصحفي أن يكون مناضلا فلا بد أن يكون ذلك لهدف مهني محظ وهو النضال من أجل الحفاظ على استقلاليتته وحرية في إستقاء المعلومة من جميع مصادرها، لأن هذا النوع من النضال هو الوحيد الذي بإمكانه أن يبرر وجوده كصحفي وليس ككاتب أو محرر لجهة معينة.

وتستند هذه النظرة الأخلاقية لمهنة الصحافة إلى الرهانات المحيطة بكل الأحداث مهما كان نوعها من جهة والرهان المتعلق بالصحافة كموجه للرأي العام من جهة ثانية، فجمهور وسائل الإعلام قبل أن يتحول إلى رأي عام محلي أو دولي حيال قضية ما يحتاج أن يفكر بعقل كل واحد من أفرادها وليس التفكير بطريقة الحشد، ويكمن دور وسائل الإعلام في هذه الحالة في توفير المعلومات الحقيقية والأقرب للواقع لكي تكون كعناصر يبنى عليها التفكير و ليس موجهها لهذا النشاط العقلي لأنه ليس من أدوار وسائل الإعلام أن تفكر في مكان الجمهور بل أن توفر له وسائل التفكير مع الحرص على أن تتجرد هذه الوسائل من أي نوع من أنواع التشويش الذي من شأنه أن يصرف القائم بنشاط التفكير عن أحسن نتيجة لهذا النشاط العقلي، فعلى قدر ما لوسائل الإعلام من دور إيجابي في تنوير الأفراد، على قدر ما يمكن أن يكون هذا الدور سلبيا في غياب أطر أخلاقية، والفاصل بين الحالتين هو مدى إحترام القيم المهنية كموجه للصحفي في عمله المحفوف بالمخاطر.

الآن ونحن في بداية القرن الـ21، تطرح الممارسة الإعلامية عدة إشكالات خاصة في شقها المتعلق بالإعلام السمعي البصري، حيث أن المبادئ الأخلاقية التقليدية لم تعد كافية لأخلاقية الممارسة الإعلامية فأصبح من المهم جحدا التفكير في قواعد عملية توجه السلوك المهني للصحفي في المجال السمعي البصري وتحافظ على مهنيته في ظل التجاذبات الإيديولوجية والسياسية التي تشهدها المرحلة الراهنة.

أخلاقيات وآداب الممارسة الإعلامية السمعية البصرية :

I. فيما يتعلق بالجوانب التقنية: ويتعلق هذا الجانب بجملة المبادئ الواجب مراعاتها خلال التعامل مع التقنية في الممارسة الإعلامية السمعية البصرية و نستعرضها فيما يلي :

1- التركيب أو التوليف: إن الصورة بوصفها سحرا في إطار التكنولوجيا بإمكانها إيهام الجمهور بحدوث حدث ما أو قيام شخص ما بسلوك معين من خلال تقطيع المشاهد وتركيبها لتوحى بفكرة معينة على غرار ما يجري في الأفلام السينمائية، إلا أن العمل الإعلامي ليس من أهدافه إيهام الجمهور بل إعلامهم بالحقيقة وتقديم خدمة خبرية مع الإحتماد في تقديمها بشكل أقرب إلى الواقع، أما في حالة تعمد إيصال فكرة لا تعكس الواقع فهنا يكون هذا السلوك لا أخلاقيا، وتكمن لأخلاقية هذا السلوك على عدة مستويات أهمها :

✓ المستوى الأول: أن تكون المقاطع المركبة جزءا من الواقع وليس الواقع بعينه، أي أن يتم تقديم صور لحدث ما بشكل يخدم فكرة معينة قد لا تكون هي الحقيقة أو أن يتم إيهام الجمهور بحدوث حدث ما وبشكل معين قد لا يكون قد حدث بالشكل الذي قدم عليه، على سبيل المثال، يتم تقديم تقرير مصور في نشرة إخبارية عن إجتماع للجنة مشتركة بين بلدين تبحث في القضايا الاقتصادية والتجارية ذات الإهتمام المشترك، ويتم خلال التقرير تقديم أحد المتدخلين يتكلم ثم تنتقل الصورة إلى عضو آخر للبلد الآخر يضحك بشكل يوهم المتفرج انه يقلل من إحترام المتدخل او يستهزئ به، إلا أن فعل الضحك يكون قد حدث في ظروف أخرى في نفس الإجتماع كأن يكون العضو قد ضحك بالفعل في نفس الإجتماع ولكن ليس تهكما أو استهزاء بالمتدخل من البلد الآخر.

✓ المستوى الثاني : أن لا تكون الصور المقدمة والمركبة في التقرير المصور جزءا من الفضاء الزماني والمكاني الذي حدث فيه حدث ما، أي أن تكون الصور المقدمة خاصة بحدث آخر له نفس مواصفات الحدث الذي يهيم الجمهور ويتم تقديمها دون الإشارة إلى ذلك.

كأن تقدم قناة ما في نشرتها الإخبارية، تقريرا مصورا يتضمن مشاهد لمجموعة من الأشخاص يرمون سيارات الشرطة بالزجاجات الحارقة ويكسرون واجهات المحلات وذلك بعد مظاهرة سلمية رفع المشاركون فيها مطالبهم الإجتماعية، غير أن الصور التي قدمتها القناة هي في الحقيقة لأحداث أخرى حدثت في زمان ومكان آخر غير الذي هو موضوع الخبر، وهنا قد يكون هدف هذه القناة تبرير قيام الشرطة بقمع المظاهرة أو إيجاد حجج لقرار منع المظاهرات في مكان معين، كما قد تقوم قناة أخرى ذات سياسة تحريرية مخالفة بتقديم صور في نشرتها الإخبارية حول نفس الحدث تظهر فيها رجال الشرطة يضربون مجموعة من الشباب تم القبض عليهم خلال المظاهرة، وتكون هذه الصور لأحداث أخرى غير التي حدثت في المكان والزمان محل الخبر المقدم.

✓ المستوى الثالث: في بعض الأحيان يتم تعديل الصور لكي تتناسب مع الخبر، حيث تتوفر في الكثير من الأحيان عناصر بناء الخبر دون ان تتوفر الصورة المرافقة فيلجأ بعض التقنيين إلى تعديل الصور لتناسب مع مضمون الخبر

ففي إنتخابات سنة 2003 بكولومبيا أراد محررو مجلة cambio "التغيير" أن يكتبوا موضوعا حول حرب عصابات خلال الإنتخابات وتمركز عناصر حركة "فارك" المتمردة في مكاتب التصويت في المناطق الواقعة تحت سيطرة المتمردين، وأدلى شهود أن رجال العصابات يروعون المواطنين ويحاولون منعهم من الإدلاء بأصواتهم وذلك من أجل تأكيد شعبية العصابات في هذه المناطق ورفض المواطنين لهذه الإنتخابات، وقد إستطاع صحفيو المجلة الحصول على العديد من المعلومات والمصادر بما فيهم شهود عيان وصفوا للصحفيين تصرفات رجال العصابات، وبما انه لم يكن لدى المجلة صور تدعم هذه القصة الخبرية فإنها لجأت إلى تركيب الصور اللازمة حيث تم إلتقاط صور لجندي كولومبي يجرس صندوق الإقتراع وقاموا بإجراء بعض التعديلات الفنية الطفيفة على الصورة حيث تمت إزالة شارة الجندي وتم تعديل الألوان لتشبه بزات العصابات وفي الصورة الثانية تم وضه صورة لرجل وإمرأة ينتميان إلى العصابات ووضعوها أمام الصندوق وهذا من أجل دعم الخبر⁽⁶⁾ .
وعليه فإنه على الصحفي المحترف أن يمتنع عن هكذا سلوك لأنه تشويه للوقائع كما أنه سلوك ينم عن عدم تحمل الصحفي لمسؤوليته كناقل للحقيقة بأمانة.

2 : تعديل الصوت :

بالنسبة للإذاعة يمكن تحسين نوعية الصوت من خلال برامج خاصة ولكن من الضروري الحفاظ على خصوصية صوت المستجوب أو المتدخل فلا يجب التزييق من صوت المتدخل أو ترخيمه لأن الصوت يجب أن يدل على صاحبه ويكون أصيلا له.

3 - إختيار لقطات وزوايا التصوير :

يدرك أخصائيو السينما والتلفزيون أن إختيار اللقطة والزاوية في عملية التصوير له أدوار ورسائل معينة يتم تضمينها في المشهد من أجل نقل فكرة معينة أو إعطاء إنطباع ما، والحقيقة ان مدارس السينما تختلف بإختلاف فلسفتها في إختيار أنواع اللقطات و زوايا التصوير، فالمدرسة الواقعية الإيطالية مثلا تعتمد بشكل كبير على اللقطات العامة والجامعة، على إعتبار أن اللقطة العامة تصور محيط الحدث وليس الحدث فحسب وذلك من أجل وضع الأحداث بما في ذلك الممثلون، في محيطهم الواقعي دون التكفل في إضفاء المؤثرات البصرية والديكورات التي تشوه الواقع، كما أن زوايا التصوير عادة ما تكون مباشرة أمامية أو خلفية وثابتة تحاول أن تجعل المتفرج شاهدا على الأحداث ومراقبا لها كأنه في الواقع .

أما المدرسة الأمريكية فهي تعتمد بشكل كبير على اللقطات القريبة والقريبة جدا مثلا من خلال التركيز على عين الممثل وهي ترجف من القلق لتنتقل هذا الشعور إلى المشاهد، كما انها (المدرسة الأمريكية) تعتمد على حركة الكاميرا بشكل كبير لتنتقل حرارة الاحداث إلى المشاهد

كما يعتمد الأمريكيون إلى إعتداد زوايا وحركات تصوير لتمرير رسائل وأفكار معينة ، مثلا يتم تصوير البطل (الرئيس الأمريكي مثلا) من الأسفل إلى الأعلى لإعطاء الإنطباع بعظمة هذا الرجل وبعد نظره إلى الأمام (المستقبل) وقدرته على الإستمرار مهما كانت الظروف، بالمقابل يتم تصوير الشخصيات التي يعتبرها المخرج سلبية، من الأعلى إلى الأسفل وذلك لتقزيمها وتذميمها في ذهن المشاهد.

وتنطبق هذه القواعد السينمائية على التصوير الإخباري بحيث أن الفيديوها الإخبارية الوافدة من وكالات الأنباء المصورة العالمية تحمل معها خيارا سياسيا (خط تحريري) خاص بالوكالة وتتجلى هذه السياسة التصويرية من خلال اللقطات المنتقات و زوايا التصوير وحركاتها قبل أن تتجلى في طبيعة الأشخاص أو الأحداث محل التصوير ، حيث أن هذه الوكالات ليس من صالحها ممارسة الرقابة على حدث ما أو التعتيم عليه لأنها في منافسة شرسة مع مثيلاتها وعليه فإن توجيه مشتركها من المحطات التلفزيونية يتم من خلال اللقطات وزواياها وحركاتها. فعلى سبيل المثال تعتمد وكالات الأنباء المصورة الأمريكية على تصوير الرئيس الأمريكي وهو يوقع إتفاقا للتعاون العسكري مع دولة ما مع التركيز على لحظة التوقيع و تصويرها بلقطة مقربة جدا على يد الرئيس وقلمه والوثيقة التي يتم التوقيع عليها، وهذا لتمرير فكرة مفادها أن للرئيس الأمريكي - ومن خلفه الولايات المتحدة - قوة كبيرة في اتخاذ القرار وأن كل قراراته ذات أهمية لها وزنها في العالم، كما تحمل هذه اللقطة معنى آخر هو أن هذا التوقيع له تداعيات مهمة جدا على المرحلة المستقبلية في منطقة ما من العالم.

بالمقابل يتم أخذ صورة جماعية دون التركيز على تفاصيل معينة إذا تعلق الأمر بإتفاقية عسكرية مماثلة لبلدين منافسين للولايات المتحدة (روسيا أو الصين مثلا) وهذا لصرف النظر عن أهمية هذه الإتفاقية والتقليل من أهميتها في ذهن المشاهد.

أما في التلفزيونات المحلية فيتم إستخدام اللقطات بنفس المنطق حيث أنه في الكثير من الأحيان تقوم قناة معينة بتغطية لقاء شعبي لأحد المترشحين للإنتخابات الرئاسية وما أن القاعة تكاد تكون فارغة يتعمد الصحفي إتقاط لقطات "جامعة" و "مقربة" توهم المتفرج بأن القاعة ممتلئة و ذلك لإعطاء الإنطباع بشعبية هذا المترشح، كما أن القناة قد تتعمد تصوير تجمع شعبي لمرشح آخر (من المعارضة مثلا) بشكل مضطرب أي باهتزاز في الكاميرا وتأطير غير ثابت بالإضافة إلى رداءة في الصوت وذلك لإعطاء إنطباع بالفوضى وعدم التنظيم في هذا التجمع الشعبي وان هذا المترشح لا يتحكم في لقاءاته الشعبية.

وعليه فإن كل هذه المعطيات تندرج في مجال التعامل الأخلاقي ويتوجب على الصحفي الأخذ بعين الإعتبار كل هذه الإعتبارات لتفادي القراءات الجانبية لمادته الخيرية المصورة تجعل منه صحفيا محترفا يتمتع بحس أخلاقي متميز.

4 - المؤثرات البصرية والصوتية :

بما أن الهدف الأسمى للإعلام هو نقل الحقيقة، فإن المؤثرات البصرية والصوتية مرفوضة تماما في الممارسة الإعلامية السمعية البصرية المحترفة، والصحفي المحترف ليس من حقه إضفاء جمالية فنية معينة على حدث إخباري ما كأن يقوم بتغليب اللون الأحمر على الألوان الأخرى أثناء إعداده لتقرير مصور حول روسيا لربطها ضمنا بماضيها الشيوعي وبالتالي خلق ردود فعل معينة تستند إلى خلفية تاريخية وثقافية لدى جمهور القناة، كما أنه من غير الأخلاقي أن يتعمد الصحفي إضفاء اللون الأزرق أو الأبيض بجمالية معينة على خبر صحفي من اجل إعطاء إنطباع إيجابي لدى الجمهور حيال الشخصية موضوع الخبر.

ومن غير المهني أيضا أن يقوم الصحفي خلال إعداده لتقرير إخباري، بإضفاء صدى الصوت لخطاب مسؤول معين من أجل إعطاء الإنطباع بعظمة ما يقوم وأهميته التاريخية أو أن يعدل من نبرة صوت أحد المتدخلين بشكل سلمي أو إيجابي لتمرير فكرة معينة عن هذا المتدخل.

II. فيما يتعلق بالممارسة المهنية :

1 - صور الهواة :

من المهم جدا عدم الاعتماد بشكل كبير على المقاطع المصورة من طرف الهواة أو المواطنين تحت شعار صحافة المواطن وذلك لسببين مهمين أولهما أن مصدر هذه المقاطع عادة ما يكون مجهولا وفي حالة إعداد تقرير يعتمد بنسبة تفوق الـ 30 بالمئة على هذه الصور فإن الصحفي يكون قد قدم أخبارا مجهولة المصدر وهذا ما يضع مصداقية القناة على المحك. أما السبب الثاني فإنه في حالة الإكثار من هذا النوع من الصور فهذا يدل على تواضع القناة وعدم إمتلاكها للوسائل التي تمكنها من التواجد في أماكن الحدث وأن تنقل الأخبار بوسائلها باعتبارها وسيطا مهما في نقل المعلومة وليس ناقلا من درجة ثانية وبهذا لا تكون قادرة على المنافسة.

2 - الأشرطة الإخبارية :

تعتمد الكثير من المحطات التلفزيونية فلسفة تسويقية مفادها ان المشاهد بحاجة إلى أكبر قدر من الأخبار في أقصر وقت ممكن مبررة ذلك بضيق وقت المشاهد وكثرة إنشغالاته، وعليه تعتمد إلى إضافة أشرطة إخبارية تمر بسرعة أسفل الشاشة تتضمن أهم الأخبار بشكل مختصر، وعلى الرغم من أن هذه الفكرة جيدة من حيث أنها تزود المشاهد بالخبر الجاف ويبقى عليه ان ينتظر التفاصيل أو ينتقل إلى شئ آخر، غير أن الكثير من القنوات تكثر من هذه الأشرطة فتضع شريطين أو أكثر ظنا منها أن ذلك سيجعلها تبدو كقناة إخبارية ممتازة، إلا أن ذلك من شأنه أن يشتت إنتباه المشاهد ويفقده التركيز وبالتالي يتوجب على القناة إحترام المشاهد والخبر على حد سواء بحيث يكون الخبر جديرا بالث في حيز زمني معين وليس مجرد سلعة تقدم للإستهلاك السريع، ويكون المشاهد جديرا بالمعلومة التي تقدم له بشكل محترم.

3 - أسماء المتدخلين ومناصبهم :

من المهم جدا أن تتم كتابة أسماء المتدخلين ومناصبهم بشكل واضح وبخط مقروء خال من الأخطاء ومن الجماليات الكتابية كما أنه من المهم جدا الحفاظ على نفس الخط بنفس الحجم لكتابة أسماء متدخلين آخرين، وفي حالة ما إذا كان المتدخل شخصية عمومية لا بد من كتابة الإسم الكامل بالإضافة إلى المنصب والمؤسسة ويجب أيضا تفادي تعريف الضيوف بمسميات "مطاطية" لا تنطبق على مناصبهم أو نشاطاتهم أو أن يتم منحهم صفة معينة ليسوا أهلا لها، مثلا عمدت بعض القنوات التلفزيونية الخاصة بالجزائر على تقديم أحد الصيادلة في حصص مختلفة على أنه "مختص في التغذية" و"مختص في البيئة" و"مختص في أمراض النساء" وعلى نفس المنوال منحت قناة أخرى لشخص آخر لقب "خبير أمني" "محلل سياسي" و"أكاديمي" و"ناشط سياسي" دون ان تحدد المعايير التي يتم من خلالها منح أي لقب من هذه الألقاب، كما تعتمد الكثير من القنوات على منح بعض الأشخاص تسميات مطاطية على غرار "مهتم بالشأن الأمني او السياسي" دون أن تشير إلى منصبه او إلى ما من شأنه تفسير طبيعة العلاقة بين تكوينه و بين إهتمامه ففي الكثير من الاحيان يكون لهذا الشخص "المهتم بالشأن الأمني" تكوين بعيد تماما عن الأمور الأمنية أو السياسية أو يكون "الخبير" باحثا في مجال ما لا يرقى إلى درجة خبير .

4 - إنتاج الاخبار والبرامج :

على القناة مهما كان خطها السياسي أن تبذل جهدا ميدانيا من أجل نقل الحقائق والوقائع فلا تكتفي بنقل ما هو متوفر عن الحدث لدى وكالات الأنباء المصورة ومواقع التواصل الإجتماعي كما أنه ليس من المهني أن تكتفي القناة بالإشتراك مع مؤسسات إعلامية أخرى دون أن يكون لها تواجد ميداني يحقق لها التميز ، حيث أن الكثير من المؤسسات الإعلامية لا تنقل الحدث في كليته بل تنقل ما هو متوفر عن الحدث.

وعليه، يقول الخبراء، أنه من واجب القناة التلفزيونية أن تنتج ما يعادل 60 بالمئة من نشرتها الإخبارية وأن لا يكون إنتاجها الخاص أقل من 50 بالمئة من مجموع حجمها الساعي اليومي .

وفي دراسة قمنا بها سنة 2001 حول "مصادر الأخبار المصورة وأثرها على الأداء التلفزيوني"، وهي دراسة مقارنة بين قناتين "مهتمتين بالشأن المغربي وهما قناة فرانس 24 وقناة "ميدي 1 تيفي" حول الأحداث التي عرفتها ليبيا سنة 2001 والتي أدت إلى سقوط نظام القذافي، إتضح

الفرق بين القناتين فيما يتعلق بمصادر الاخبار المصورة من حيث علاقتها بمستوى الأداء المهني، حيث سجلت فرانس 24 توازنا ملحوظا بين المصادر الداخلية والمصادر الخارجية، بينما طغت المصادر الخارجية على مصادر الأفلام التي غطت من خلالها ميديا تي في الأحداث في ليبيا، حيث إعتمدت هذه الاخيرة على أكثر من 90 بالمئة من أفلامها على مصادر خارجية بينما إعتمدت فرانس 24 على 51 بالمئة من المصادر الخارجية، وعليه يمكن القول أن قناة فرانس 24 كانت أكثر مهنية في تغطيتها للأحداث الليبية (بغض النظر عن إتجاهها السياسي حيال الأحداث) من حيث عدم إعتمادها على الأفلام الخيرية التي توردها المصادر الخارجية مثل وكالات الانباء المصورة و الشبكات العالمية وغيرها من المصادر التي تحاول فرض وجهة نظرها حيال الاحداث عن طريق إختيار زوايا التصوير و لقطاته بشكل يتوافق مع الخط السياسي الذي يقوم عليه المصدر خاصة إذا علمنا أن الأغلبية الساحقة من المصادر الخارجية تابعة لشركات وقنوات أمريكية ذات علاقة مع الحرب ضد ليبيا، وعليه فإنه من مهام هذه الوسائل الإعلامية مساندة الجانب العسكري المتمثل في حلف شمال الأطلسي (الناتو) وتبرير ممارساته في ليبيا، وتركيزه على شق واحد من الصراع دون غيره، وهذا ما يقف ضد المهنية الإعلامية النظرية التي تشترط الحياد في نقل المعلومة وان لا تعمل الوسيلة الإعلامية لصالح جانب ضد آخر في أى قضية كانت.

5 - الصور والمشاهد العنيفة أو المخيفة:

من واجب القائمين على القنوات التلفزيونية الاشارة والتنبيه المسبق إلى الأحداث أو الصور التي تتضمن مشاهد عنيفة أو خطيرة أو مخيفة وتحديد السن الأدنى الذي يمكنه رؤية هذه المشاهد، وذلك إحتراما لحساسيات الأشخاص وحالاتهم النفسية التي تختلف من فرد لآخر.

6 - إحترام رغبة الأفراد في عدم الظهور على الشاشة :

سواء من خلال وضع حواجب على ملامح الشخص أو من خلال تصويره من الظهر حتى لا يتعرف المشاهدون عليه كما يلتزم الصحفي المحاور في هذه الحالة بإحترام رغبة عدم الظهور والتستر على الشخص المستجوب حتى خارج الشاشة .

7 - الإشارة إلى الصور الأرشيفية :

تعد المشاهد والصور الأرشيفية مادة ضرورية في إعداد النشرات والبرامج فهي تشكل مادة كفيلة بتأثير الموضوع محل التناول يتمكن المقدم أو المنشط خلالها من تقديم مزيد من الشرح والتفاصيل بالعودة إلى خلفيات وتاريخ الحدث وإعادة بنائه من جديد، وعلى الرغم من أن المادة الأرشيفية تبدو واضحة على أنها من الماضي بالنظر إلى نوعيتها فإن من الأخلاقي الإشارة إلى أنها "صور من الأرشيف" وذلك لعدة أسباب أهمها إحترام وعي المشاهد ووضعه في صورة ما يجري و كذلك الحفاظ على سمعة و صورة القناة التي يمكن أن تتضرر بفعل النوعية الرديئة - غالبا- للصور الأرشيفية.

فيما يتعلق بالبرامج والروبورتاجات والتحقيقات التاريخية الكبرى التي تركز بشكل أساسي على المادة الأرشيفية فتجب الإشارة في مقدمة العمل الإعلامي (روبورتاج، تحقيق) إلى أنه تم إعداد هذا العمل إعتمادا على صور أرشيفية دون الإحتفاظ بهذه الإشارة طيلة الروبورتاج أو التحقيق وذلك نظرا للطبيعة التاريخية لهذا العمل، وتستخدم الكثير من القنوات المهنية التي اكتسبت خبرة وسمعة في مجال الأعمال التاريخية تقنية "الإشارة إلى طبيعة المادة المكونة للعمل الإعلامي " بشكل ذكي من أجل جذب إنتباه المشاهد حيث تشير إلى أنه " تم إعداد هذا الروبورتاج أو التحقيق إعتمادا على صور من الأرشيف" وتضيف "هناك صور تبث لأول مرة" وهذا يعكس خبرة القائمين على هذه القناة في التعامل مع المادة التاريخية المصورة وإهتمامهم بها.

كما تعمل العديد من القنوات بالتنسيق مع مخابر الصور على تلوين المقاطع و المشاهد التاريخية و ذلك لإضفاء المزيد من الواقعية على الصور محل البث وهنا لا بد من الإشارة إلى ذلك أي إلى ان هذه الصور (المشاهد) تم تصويرها بالأبيض والأسود وتم تلوينها حديثا وذلك لتفادي عواقب الأخطاء التي يمكن أن تقع في الألوان التي تكون في الكثير من الصور نتيجة إجتهد ولا تعكس بالضرورة الواقع.

8 - صور المحاكاة و إعادة تمثيل الأحداث :

يلجأ الكثير من معدّي النشرات أو البرامج الخاصة إلى صور أو رسومات محاكاة جلسة محاكمة منعت وسائل الإعلام من تغطيتها مثلا أو محاكاة حادث مرور راحت ضحيته شخصية هامة، وذلك من اجل تقديم شرح أوفر لظروف الحادث أو تفاصيل المحاكمة بشكل تقترب من الحقيقة ولكن لا يشبهها تماما، وعليه، من وجهة نظر أخلاقية، لا بد من الإشارة إلى أن هذه الصور هي صور محاكاة فقط أي أنها ليست مرسومة عن الواقع وليست نسخة عنه وإنما مجرد إقتراب خيالي من الواقع لصالح المشاهد وذلك حتى يكون المشاهد على وعي بذلك خاصة

وان الأمر يتعلق -في الكثير من الأحيان- بقضايا جد حساسة بالنسبة للرأي العام لاتزال محل بحث وتحقيق لدى المصالح القضائية وعليه من المهم للقناة أن تتفادى تقديم إجتهاادات في تفسير الموضوع أو بث إجتماعات إلى من يمكن أن يكون المذنب أو البرئ في القضية، وهي الإجتهاادات التي تتم أحيانا من خلال صور المحاكاة.

من المهني والأخلاقي أن تتفادى القنوات الإخبارية في نشراتها طريقة إعادة تمثيل الأحداث لأنها تضعف من مصداقية القناة ويمكن أن توحى بإغياز القناة لفكرة أو جانب معين من الأحداث أما فيما يتعلق بالتحقيقات الكبرى فإن عملية إعادة تمثيل الأحداث مستحبة لأنها تفتح مجال التصور والخيال للمشاهد غير أنه لا بد على القناة الإشارة بشكل واضح إلى أن الأمر يتعلق بإعادة تمثيل الأحداث وليس تصويرا للأحداث من الواقع.

9 - بث المواد المتحصل عليها من خلال التنصت أو التجسس :

يحظر على وسائل الإعلام السمعية البصرية بث أو إذاعة أي مواد تم الحصول عليها من خلال أجهزة التنصت أو القرصنة الإلكترونية أو عن طريق إعتراض مكالمات هاتفية خاصة.

حق الرد المتلفز:

✓ تلتزم القناة التلفزيونية ببث الرد المصور كحق مكفول لأي شخص كان محل تناول إعلامي في القناة ويتوجب على القناة ان تبث الرد على الشكل الذي تمت به إذاعة الخبر وفي الوقت الذي تم فيه ذلك وذلك في غضون الثلاثين يوما التي تعقب بث الخبر، أي أن يتم الرد في نشرة أخبار الثامنة إذا كان الخبر محل الإعتراض من طرف المعني بالأمر قد بث في هذه النشرة بينما لا يحق للمعني بالرد أن يطالب ببث الخبر في نشرة الثامنة في حين تم بث الخبر في نشرة الواحدة، أما إذا تمت إعادة بث الخبر محل التصحيح في أكثر من نشرة فيتوجب على القناة إعادة بث الرد التلفزيوني بنفس التكرار الذي تمت به إذاعة الخبر موضوع الرد.

✓ كما يجب أن يكون الرد مساويا من حيث المدة الزمنية للخبر محل التصحيح وان يكون بنفس الشكل الصحفي أو طريقة التناول فإذا كان هذا الخبر تقريرا في نشرة إخبارية يكون الرد كذلك تقريرا في نشرة إخبارية وإذا كان الرد يتعلق بمحصة للنقاش فإنه يمنح لطالب الرد حيز زمني يساوي ذلك الحيز الذي تم خلاله بث المعلومات محل الإعتراض وفي نفس الحصة وفي نفس توقيت بثها وبنفس عدد الإعادات التي يعاد فيها بث الحصة.

✓ ويمكن لطالب الرد أن يطلب الحضور شخصيا لممارسة حقه في الرد خاصة إذا تعلق الأمر بمحصة للنقاش أو خبر عادي في نشرة إخبارية، كما أنه من حقه القبول بأن يتم الرد من طرف الصحفي أو منشط الحصة أو أن يتم الرد من خلال شريط الأخبار الذي تبثه القناة بالتزامن مع برامجها.

✓ في حالة إختيار شريط الأخبار كطريقة للرد في قناة عامة يتوجب أن يكون المجال الزمني لبث الرد المكتوب على الشريط مساويا لمدة نشرة إخبارية كاملة مع تكرار يساوي عدد تكرارات النشرة الإخبارية في اليوم الواحد، أما إذا كانت القناة إخبارية تعتمد طريقة فإن بث الشريط الذي يتضمن الرد يكون في مدة تساوي ثلاث نشرات إخبارية لنفس القناة.

✓ من حق القناة أن تضمن أن لا يستغل طالب حق الرد التلفزيوني هذا الحق لتشويه سمعة القناة أو المغالاة في الرد على أطراف أخرى غير متواجدة في الشاشة مع الحرص على ان تتم ممارسة هذا الحق في حدود ما يعتبره المعني تصويبا للخطأ وترميما للضرر الذي قد ينجم عن ذلك.

III. من حيث الأداء :

1 - عيوب النطق والأخطاء اللغوية والعبارات المستهلكة والنمطية والمصطنعة:

تفادي التصنع في الأداء سواء من خلال الصورة في القنوات التلفزيونية أو من خلال الصوت في الإذاعة ، فعلى الرغم من أنه من الضروري أن يتمتع الصحفي المقدم بآداء إعلامي مهني يخضع لأبجديات الممارسة الإعلامية السمعية البصرية من وضوح في مخارج الحروف والخلو من الأخطاء اللغوية، فإنه أيضا لا بد على هذا الصحفي أن يتجنب التصنع في الأداء سواء من حيث الصورة أو الصوت فلا يعتمد التكلم بنبرة صوتية معينة (مرتفعة أو منخفضة) هي مختلفة عن نبرته العادية دون ان يعني ذلك أنه على الصحفي أن يحافظ على نبرته اليومية أي أنه بإمكانه أن يحسن من نبرته دون أن يتبنى نبرة جديدة أو أخرى مبالغ فيها.

2 - المظهر :

كما أنه على مقدمي الأخبار والبرامج تجنب الظهور بمظهر جمالي مبالغ فيه سواء من حيث أسلوب التزيين (المكياج) أو الباس فميزة الصحفي هي البساطة سواء من حيث اللغة أو المظهر خاصة وأنه على علاقة مباشرة مع مختلف الشرائح الإجتماعية وهي العلاقة التي يجب ان يحافظ عليها من كل الجوانب، وعليه لا يجب ان يشعر الجمهور بأن هذا الصحفي أو المقدم يقصد الظهور بشكل يوحي بأنه ينتمي إلى فئة أو طبقة اجتماعية معينة أو إلى تيار إيديولوجي معين - قد توحى به الألبسة - أو أنه (الصحفي) يقصد التعالي على الجمهور. بالمقابل على الصحفي أيضا ان يتفادى الظهور بمظهر رث لا يليق بمهنته كصحفي بل عليه أن يقصد الاعتدال في مظهره دون إفراط أو تفريط.

3 - تسيير البرامج والنشرات:

✓ يتوجب على منشطي البرامج الحوارية الحرص على التوزيع العادل لفرص الكلام وتجنب الإنحياز خلال البرامج الحوارية والتفاعلية مع إحترام الضيوف ومخاطبتهم بشكل مهذب حتى لو بادروا بالإساءة.

✓ الحفاظ على كرامة الضيوف و الحرص على حمايتهم ممن يتعمدون الإساءة إليهم أو تجريحهم من خلال مداخلات هاتفية وكذلك حماية الجمهور المتدخل خلال البرامج الحوارية والتفاعلية من التجريح والإساءة من طرف الضيوف المتواجدين بالباطو.

✓ على الرغم من أن التسيير الحصة الحوارية او التفاعلية أمر يختص به الصحفي أو المنشط ، فإن هذا الأخير عليه أن يتفادى المقاطعة المتكررة للضيوف لأن ذلك يوحي بالتعسف في تسيير الحصة وعدم التوازن بين الضيوف ، في حين بإمكان مسير الحصة (صحفي أو منشط) أن يلجأ إلى مقاطعة الضيف لإعتبارات تقنية تتعلق بالوقت أو لربط إتصال عبر الهاتف أو الساتل مع شخص آخر وذلك بطريقة محترمة و مهذبة مع توضيح سبب المقاطعة .

✓ بما أن العمل الإعلامي السمعي البصري هو ثمرة جهد جماعي مشترك، فإنه لا يجوز للصحفي إستغلال مكانته كمقدم نشرة أخبار على المباشر لإدراج أي خبر داخل النشرة بناء على قرار إنفرادي خارج نطاق هيئة التحرير، سواء على طريقة الخبر الجاف (off) الخالي من المواد الإخبارية المصورة أو من خلال إدخال مواد مصورة مهما كانت قصيرة في النشرة الإخبارية أو برنامج دون إذن من هيئة التحرير او رئيس تحرير النشرة أو مسؤول البرنامج علما أن هذا الإذن يمكن أن يكون أنيا خلال تقديم النشرة و ذلك في الأخبار العاجلة مثلا.

✓ يلتزم معدو النشرات الإخبارية بإحترام الأخلاق العامة من خلال الصورة والصوت وذلك من خلال تجنب بث الصور السافرة واللقطات الخليعة الحادشة للحياة خلال النشرات الإخبارية والبرامج الحوارية المرتبطة بالأحداث محل إهتمام الرأي العام، في حين تحتفظ القناة بسياستها في هذا الصدد فيما البرامج الأخرى التي لا تأخذ طابعا إخباريا.

✓ بإمكان الصحفي المبادرة إلى إعداد المادة الخبيرة السمعية البصرية الموجهة للث الفوري دون الرجوع إلى رئيس تحريره وذلك في الظروف الخاصة المتعلقة عموما بالحرب أو المظاهرات أو نتائج الإنتخابات وغيرها، دون أن يتم إعتبار هذا التصرف تجاوزا لهرم المسؤوليات .

4 - قطع البرامج لتقديم الأخبار العاجلة :

لا يستحب قطع البرامج لتقديم خبر صحفي عاجل أو طارئ لأن طبيعة الشاشة التلفزيونية تمكن القائم على القناة من تقديم هذا السبق الصحفي أو الخبر العاجل في أشكال أخرى (عن طريق شريط الأخبار المكتوب اسفل الشاشة مثلا) دون اللجوء إلى قطع برنامج معين مهما كانت طبيعته وذلك إحتراما لجمهور هذا البرنامج الذي قد تكون له إهتمامات خاصة تجعل من البرنامج أكثر أهمية بالنسبة إليه من الخبر العاجل، فليس بالضرورة أن تكون إهتماماتنا متشابهة دائما وفي كل الأوقات.

5 - الإيماءات من خلال الملامح والأصوات والأداء المبالغ فيه:

على مقدمي الأخبار والبرامج ومنشطي الحصص تفادي الأداء المبالغ فيه من خلال الملامح أو الأصوات كما لا يستحب أن يقوموا بإيماءات تنقل معاني مثل الإستهاء من شخص ما يكون محل خبر في النشرة أو موقفه من عرق أو دين أو ثقافة معينة ، كما لا يجب على مقدم نشرة الإخبار التلميح إلى ميوله العاطفية أو الجنسية خلال قيامه بمهامه كمقدم للنشرة أو تقديمه لبرنامج معين، لأن المهم في النشرة هو الخبر في حد ذاته وليس موقف المقدم منه.

IV. في الإستحقاقات الإنتخابية :

✓ مثلها هو منصوح به في كل وسائل الإعلام، يتوجب على وسائل الإعلام السمعية البصرية الإلتزام بأخلاقيات الممارسة الإعلامية خلال كل الإستحقاقات الإنتخابية سواء المحلية التشريعية أو الرئاسية في داخل الوطن أو خارجه ، كما يتوجب أن تلتزم هذه القنوات بهذه الأخلاقيات في المواعيد الإنتخابية الخاصة بدول أخرى ويتعلق الأمر بتحقيق التوازن بين المترشحين والحيداء وإنصاف كل المتنافسين السياسيين بنفس القدر من تناول الإعلامي .

✓ يجب أن يكون القائمون على وسائل الإعلام السمعية البصرية على وعي بأن كل المواضيع بما فيها الإقتصادية والثقافية والرياضية يمكن أن تكون لها علاقة بالإنتخابات وعليه يجب الحرص على الوضوح في تناول وتحديد هذه العلاقة للمشاهد أو المستمع والإمتناع عن الإيحاءات الضمنية من خلال مواضيع تبدو أنها غير معنية بالإنتخابات ولكن لها أثر على السلوك الإنتخابي للمشاهد.

✓ من واجب وسائل الإعلام السمعية البصرية أن تلتزم بمنح حيز زمني مجاني للمترشحين أو ممثليهم خلال فترة الحملة الإنتخابية وذلك بالتساوي التام بين كل المتنافسين من حيث المدة الزمنية وفترة البث.

✓ كما يمكن لوسائل الإعلام السمعية البصرية توفير حيز زمني مخصص للإشهار السياسي المدفوع الأجر(بمقابل مالي) وذلك من خلال عقد إشهاري يتضمن وجوبا التسعيرة بالثانية ومدة الإشهار السياسي والحسابات البنكية التي يتم من خلالها التعامل المالي بين الطرفين مع الحرص على أن يحظى جميع المتنافسين السياسيين بنفس القدر من القدرة على الحصول على الإشهار السياسي في نفس القناة.

✓ يجب أن يحرص القائمون على وسائل الإعلام السمعية البصرية على أن يعلم المشاهدون أن الأمر يتعلق بإشهار سياسي مدفوع الأجر .
✓ يمكن لإدارة القناة ان تحدد مدة وفترة الإشهار السياسي مدفوع الأجر حسب استراتيجيتها التسييرية مع الحرص على مبدأ تساوى الفرص وتحقيق التوازن في العروض بين جميع المتنافسين السياسيين.

✓ لا يجوز للوجوه التلفزيونية بما في ذلك مقدمي الاخبار والبرامج والمراسلين وغيرهم، المشاركة في تقديم أي نوع من أنواع الإشهار السياسي أو الحزبي أو التجاري مع الإحتفاظ بحقه في الإلتئام السياسي لكن خارج إطار العمل الإعلامي، في حين يتمتع العاملون بوسائل الإعلام السمعية البصرية بالحق في تقديم خدمات إشهارية لصالح الأنشطة الخيرية والتطوعية.

خاتمة :

إن المبادئ المعروضة في مقالنا هذا تعد بمثابة خارطة طريق للصحفي المحترف الناشط في المجال السمعي البصري كفضاء يحظى بقدر كبير من الأهمية نظرا للتأثير الذي تقوم به الصورة، كما أن هذه المبادئ هي خلاصة جملة الحوارات والمقابلات التي قمنا بها في إطار المرحلة الأولية للتحقيق الذي نقوم به في إطار التحضير لأطروحة الدكتوراه، وعليه فإن مجال أخلاقيات الممارسة الإعلامية السمعية البصرية لازال يحتاج إلى المزيد من البحث والتفكير من أجل تطوير المدونات الأخلاقية و تنظيم الممارسة الإعلامية السمعية البصرية من أجل مجتمع أكثر تنظيما تقوم فيه وسائل الإعلام بوظائفها الحيوية دونما إفراط أو تفريط.

الهوامش:

1. طلعت همام ، مئة سؤال عن الصحافة ، دار الفرقان ، الأردن ، الطبعة الثانية 1988 ، ص 8
2. عبد الله الحيدري ، الصورة والتلفزيون : بناء المعنى وصناعة المضمون .، جامعة البحرين ، 2005 ، ص45
3. المنصف العياري وآخرون-2006-المعالجة الخيرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية- سلسلة بحوث اتحاد إذاعات الدول العربية-تونس ، ص 40
4. بيار بورديو ، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة درويش الحلوجي، دار كنعان للدراسات و النشر ، الطبعة العربية الأولى،دمشق ، 2004 ، ص.ص : 22.23 .
5. سامان فوزي عمر ، المسؤولية المدنية للصحفي ، ط1، دار وائل للنشر و التوزيع، القاهرة، الأردن، عمان 2007، ص 25.
6. أخلاقيات الصحافة ، الجدل العلمي ، مركز الصحفيين الدولي ، واشنطن ، 2003 ، ص.ص : 46.47.