

ثنائية "الأخلاقي" و"القانوني" في فلسفة الممارسة الإعلامية.
- قراءة في تصورات نظرية "الحتمية القيمية الإعلامية" -

أ. يعقوب بن الصغير

كلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر 3

[البريد الإلكتروني: yakoubjournal@hotmail.fr](mailto:yakoubjournal@hotmail.fr)

ملخص الموضوع:

يقف هذا البحث العلمي عند إشكالية الأخلاقي والقانوني في الممارسة الإعلامية، والتي كان قد ناقشها- ضمناً - المفكر عبد الرحمان عزي في خضم سعيه المتواصل لإثبات أحقية نظريته العلمية المعروفة بـ "الحتمية القيمية الإعلامية" في سياق المجتمعات العربية والإسلامية، وذلك من خلال مبدأ "أولوية الأخلاقي على القانوني": فعدم الالتزام بالسلوك الأخلاقي - حسبه - يوجب "الضبط"، وبالتالي يتدخل "القانون" بطابعه الردعي كحل ثان لترسيخ هذا السلوك ومن ثمة الحفاظ على حقوق الجميع.

لذا من الطبيعي أن يتكئ بحثنا هذا أساساً على نظرية الحتمية القيمية وأخلاقيات الإعلام، التي يثير صاحبها حقيقة أن الإرث القيمي والمعرفي والتاريخي غني بأخلاقيات الاتصال... فالنص القرآني والنبوي من وجهة نظره يطرح نظاماً قيماً عالياً ومتماسكاً في شأن ممارسة الكلام والقضايا الأخلاقية الشائكة. وفي الوقت الذي استأنس فيه المفكر بالإرث القيمي للنظريات الغربية المعاصرة من دون أي إقصاء أو إلغاء، يأخذ الباحث في رحلته المعرفية بإسهامات الفلاسفة

المسلمين الأوائل والمعاصرين، ليقر أنه بات بالإمكان تأسيسنا لتشريعات حضارية معاصرة في مجالي الإعلام والاتصال.

الكلمات المفتاحية للبحث: الأخلاق، الأخلاقيات، القانون، القيم، الحتمية، الممارسة الإعلامية.

Abstract:

This research stands at "the moral" and "legal" problem in media practice, which had been discussed by the thinker **Abderrahmane Azzi** attributed in the midst of the ongoing quest to prove eligibility, known as the "overall media determinism" in the context of the Arab and Islamic societies scientific theory, through the principle of "moral priority over Legal "; Non-adherence to ethical behavior requires" discipline ", and therefore" the law "interferes character as a deterrent to consolidate second this behavior is there to maintain the rights of everyone.

So naturally leaning discussed this mainly to the inevitable values and ethics of media theory, which raises its owner the fact that the inheritance of values and knowledge and historical rich ethic contact ... The text of Quranic and Prophetic from his point of view poses a system value judgment loud and coherent with regard to the exercise of speech and ethical issues thorny. At a time when the thinker domesticated heritage values of contemporary Western theories without any exclusion or cancellation, takes researcher in his early contributions to cognitive and contemporary Muslim philosophers, to acknowledge that it is possible to our foundation for legislation in a civilized contemporary information and communication. **Keyword Search:** morality, ethics, law, values, inevitable, media practice.

إشكالية البحث:

ما من شك اليوم في أن ممارسة الإعلام اليوم، خصوصاً مع تطور المجتمع المدني وتعدد بنياته، فرض ولا يزال ضرورة خلق وسن "قوانين جديدة" تضبط

هذا النشاط الاجتماعي المعقد وتؤطر حدود فضائه، ليكون القانون هنا محدداً إيجابياً في عملية الحفاظ على حقوق الجميع؛ كالحق في الاتصال والإعلام، الحق في حرية التعبير والصحافة... وغيرها.

وفيمجمل هذا الطرح يحاول نصنا البحثي، الخوض في مسألة العلاقة بين ثلاثية (القانون، الأخلاق والإعلام)، التي تُطرح كإشكالية هامة في أدبيات الإعلام الحديثة، فثقافة القانون حسب المفكر عبد الرحمان عزي تعد محدداً إيجابياً بحكم أنها تعكس رؤية معرفية واجتماعية وحضارية، وليس مجرد أداة ضبط سلطوية فحسب. إذ يعد القانون بذلك - في بعده النظري -، بمثابة دستور للنظام الأخلاقي في المجتمع. فكلما كانت الصلة بين القانوني والأخلاقي حاضرة، كان القانون فاعلاً حضارياً في الممارسة الإعلامية.

إن هذا البحث يأخذ بـ "نظرية الحتمية القيمية الإعلامية" للمفكر عبد الرحمان عزي، كمقاربة معرفية للموضوع، وكنظرية أصيلة هامة عند الخوض في إشكاليات الممارسة الإعلامية في المجتمعات العربية، خصوصاً وأن ما يحسب لتصورات هذه النظرية، اتكاؤها على مرجعيات المجتمع العربي والإسلامي الأصيلة؛ فالباحث يستند في تصورات وفرضياته بالنهل من أفكار المسلمون كأبي حامد الغزالي، ابن خلدون، مالك ابن نبي، الورثيلاني والنورسي... ويعيد تطبيقها وصياغتها بما يتوافق ومتطلبات ممارسة الإعلام اليوم... في الوقت الذي لا يُقضي ولا يلغي فيه - بالمرّة - استئناسه بالخلفية المعرفية القيمة للنظريات الغربية المعاصرة؛ وهو الذي يقول:

"استأنست بصفة واعية بعدد من المدارس الاجتماعية الغربية؛ البنوية، الظاهرانية الاجتماعية، التفاعلات الرمزية، النقدية..."¹

فالمتتبع لهذه القراءة البحثية، سيدرك قطعاً نقل هذه النظرية في مختلف مراحل البحث، إيماناً من صاحبها بقيمة الإرث القبلي والمعرفي والتاريخي الذي يعالج القضايا الأخلاقية الحديثة لوسائل إعلام. بل وأكثر من ذلك، انطلاقاً من

النص القرآني الكريم والنبوي، بالإضافة إلى بعض المصادر الأساسية التي يمكن أن تُفهم بها أخلاقيات الإعلام من رؤية قيمية متجددة. وفي ضوء ما سبقيثير هذا البحث إشكالية جوهرية مفادها: إلى أي مدى يمكن للأخلاق والقانون أن يشكلأ "رسماً لحدود" الممارسة الإعلامية المعاصرة؟ وأي بعد يضيفه "الانضباط القيمي" في هذه المسألة؟

ويأخذ هذا البحث قيمته المعرفية، للأسباب الآتية:

- حاجة المجتمعات العربية والإسلامية إلى نظريات علمية قارة، تؤطر الممارسة الإعلامية وفق ضوابط وتعاليم الإسلام. وما من شك في أن نظرية الحتمية القيمية تُفاد - إن صح التعبير - من أجل تأسيس تشريعات وأخلاقيات مهنية ذات طابع خصوصي، حضاري ومعاصر.
- الاستفادة من المعطى "القيمي" الذي تناقشه النظرية، ومحاولة تفعيله في واقع العمل الإعلامي بمختلف أشكاله.
- محاولة تصور وبناء معالم الممارسة الإعلامية التي من شأنها الارتقاء بالسياق الاجتماعي، الثقافي... والحفاظ على مبدأ "حق الجميع في الإعلام".
- حاجة الممارسة الإعلامية العربية والإسلامية إلى تفعيل ثقافة الحس الأخلاقي، وما "القانون" سوى محدد إيجابي يسهر على تنظيم وتأطير هذه الممارسة.

أولاً: المراجعة النظرية لأهم مداخل القانون والأخلاق.

يعد القانون نظرياً؛ إطاراً ضابطاً يعكس منظومة القيم والثقافة السائدة في المجتمع، فهذا القانون يستمد مرجعيته من أسس قيمية، فلسفية، مفاهيمية وتاريخية تشكل الإرث والرؤية التي يحملها المجتمع تجاه الحقيقة... وسنستعرض هنا قراءة سريعة لأبرز المرجعيات النظرية والمفاهيمية للقانون والأخلاق:

- القانون القائم على القاعدة (الواجب المطلق): إن من يجسد هذا التفكير هو الفيلسوف الألماني إيمانويل كانط الذي كان مفهومه "حتمية

قاطعة" أمر أساسي للنظرية، حيث يرى كانط أن الشخص ينبغي أن يتصرف كما لو كان معياراً لأشخاص آخرين يتبعونه، وأنه لو اتبع الجميع هذا المعيار، فإن العالم سيكون مكاناً أفضل.² ويضيف جون سي ميريل أن الصحفي الذي يكون لديه أخلاق صارمة، لا يستقي أخباره من مصدر مجهول الهوية، لأن المصدر هو من يشعر الصحفي أنه ملتزم أخلاقياً، فالصحفي يشعر بالولاء لسلامة القصة.³

■ القانون القائم على الغايات (أخلاق المنفعة): يسمح هذا القانون لصانع القرار، بالترجيح بين القيم المتنافسة وفقاً للنتائج التي قد تحدث، إحقاقاً لمبدأ ميكافيلي "الغاية تبرر الوسيلة".* ويعد كل من جيريمي بنتام وجون ستيوارت ميل صاحبا هذه النظرية. حيث يعتبر الأخير أن القرار الأخلاقي يمثل في ذلك الذي "ينتج" السعادة عند أكبر عدد من الناس.⁴ وأخذاً بهذا؛ فالصحفي الغائي يجب عليه خداع مصدر ما، إذا كان يقضي بأن "الخداع قد يؤدي إلى معلومات مهمة"؛ ففي هذه الحالة لن يعارض ضرر الخداع، لأن الغاية جيدة (إعلام الجمهور).

■ قاعدة القانون مرآة المجتمع: اعتبر شارلمونتسكيو Montesquieu أن "القانون مرآة المجتمع"، وألح على مكانة القانون في الحفاظ على الحريات الفردية وذلك من خلال كتابه "روح القانون" الذي أسهم وبشكل واضح في تأطير أسس قانون المجتمع الديمقراطي، هذه الأسس أسهمت لاحقاً في صياغة الدساتير الحديثة، ومن ذلك الدستور الأمريكي.⁵ فكلما تطور المجتمع وتعددت مصالحه، كان لزاماً الاحتكام إلى القانون الذي يفترض أن يحمي مصالح الجميع بحياد، وهو ما يحقق "التضامن الآلي" بتعبير دوركهيم،⁶ أو "التضامن العصبي" بتعبير ابنخلدون.

■ قاعدة الوسط الذهبي: وكان أرسطو يرى أن الفضيلة في الاعتدال، والعتور على وسيط بين (الإفراط والتفريط)؛ الحال مع الشجاعة التي رآها بين (التهور والجبن)، ومع الاعتزاز بين (الغرور والتواضع)؛ فهذه القاعدة هي الأساس في إصدار الأحكام الأخلاقية؛ من خلال البحث عن الاعتدال.⁷ إذ

تبدو هذه القاعدة بمثابة الميزان الذي يَمكّن الفرد من اتخاذ القرار بعد مراجعة القضايا التي تحمل أكثر من وجهة نظر حيال قضية واحدة.

وبالإسقاط على الممارسة الإعلامية، يمكن للصحفيين في الغالب إيجاد متوسط ذهبي لتوجيه قراراتهم، ومثال ذلك؛ في الصحيفة يمكن أن يؤدي المتوسط الذهبي إلى نشر صورة بالأبيض والأسود وليست ملونة، أو في صفحة داخلية بدلاً من أول الصفحة...⁸ مع أن هذا الطرح الوسطي وفقاً لـ "JohnVivian" لا يخلو من الصعوبات خصوصاً على مستوى تقدير هذا الوسط؛ فالقانون مثلاً الذي ينظم الزمن التلفزيوني المخصص لحملات الأحزاب المتنافسة في الانتخابات يكون التساوي في الزمن لكل حزب، "تفضيلاً" لتلك الأحزاب التي لا تملك برامج حقيقية، وإجحافاً في حق تلك التي تحتاج إلى مزيد من الوقت...⁹ فكيف يمكن تحديد الوسط في هذه الحالة؟ تقول جين فوريمان:¹⁰

"ليست كل حالة توفر المتوسط الذهبي، على سبيل المثال لم يكن هناك حل وسط متاح للناشر "سولزبرغر" في قضية أوراق البنتاغون، إما أن تنشر الصحيفة الوثيقة أو لا".

■ أخلاق المسؤولية الاجتماعية: وارتبطت هذه النظرية أساساً بتوصيات لجنة حرية الصحافة المعروفة بلجنة "هتشنز" (HCFP)، والتي ضمت خبراء وأكاديميين بلغ عددهم اثني عشرة أستاذاً يتقدمهم RobertHutchins، كما ضمت من بين أعضائها أبرز نقاد الصحافة الأمريكية، مثل WiliamRivers و TheodorePeterson.¹¹

هذه التوصيات التي قدمت في كتاب أعدته اللجنة كاملة عام 1947، تعد أبرز الكتابات التي أطرت نظرية المسؤولية الاجتماعية؛ كنظرية تحتم على وسائل الإعلام أن تمتلك روح المسؤولية الاجتماعية. طالماً أنها تعمل في الفضاء العام.

ولا يشك المفكر عبد الرحمان عزي في أن نظرية المسؤولية الاجتماعية قد صححت العديد من مآخذ النظرية الليبرالية. وبالأخص تأثير "السوق" على طبيعة المؤسسة الإعلامية وصعوبة الوفاء بمبدأ "الإدراج" في الممارسة الإعلامية خاصة مع تنوع المجتمع وتعدد المصالح وتأثير الإعلان¹².

وفي ظل هذه الطروحات النظرية تبرز نظرية "الحتمية القيمية الإعلامية" للمفكر عبد الرحمان عزي التي تثير فكرة أن الإرث القيمي والمعرفي والتاريخي غني بأخلاقيات الاتصال... حيث أن النص القرآني والنبوي يطرح نظاماً قيمياً عالياً ومتماسكاً في شأن ممارسة الكلام والقضايا الأخلاقية الشائكة في الإخلال بتلك المنظومة، هذا بالتوازي مع إسهامات الفلاسفة المسلمين الأوائل والمعاصرين الذين يقدمون مع هذا الإرث أسساً تمثل عقائد قانونية يمكن أن تؤسس تشريعات حضارية معاصرة في مجالي الاتصال والإعلام.¹³ والمحطات البحثية القادمة تقف أكثر عند هذه النظرية الحديثة، لفهم واستيعاب طروحاتها، خصوصاً فيما يتعلق بثنائية القانون والأخلاق في الممارسة الإعلامية.

ثانياً: الحتمية القيمية و"أولوية الأخلاقي على القانوني".

1. الاقتراب من "نظرية الحتمية القيمية":

يشكل مصطلح "القيمة" متغير رئيسي وحاسم في هذا البحث، على أساس أنه مركز ثقل النظرية الحتمية الإعلامية، ورغم الغموض المعرفي الكبير الذي يلف هذا الموضوع، إلا أننا سنحاول عرض بعض الجوانب العلمية التي نعتقد أنها تُقرب من استيعاب المصطلح أكثر... فالملاحظ أن دراسة موضوع "القيم" كان يدخل في دائرة التردد لدى الكثير من باحثي علم الاجتماع بالمقارنة مع نظرائهم في فروع أخرى، وعن أسباب العزوف الباحثين في دراسة القيم يثير Lévi- Strauss النقاش:¹⁴

"إذا كان قد بدا من العلوم الاجتماعية شيء من العزوف أو التردد أو التقصير والتباطؤ في معالجة القيم، فمرد ذلك إلى أنه عندما

نتكلم عن القيم، إنما نتكلم عن الانفعالات، العواطف والظواهر غير المنطقية. وبما أن مهمة أي علم هي أن نعبر عن الظاهرة بأسلوب منطقي، فإننا نخشى أن يفضي الكلام - علمياً - عن القيم إلى التناقض الحاصل في تفسير بيانات غير منطقية بعبارة منطقية، فهذا من شأنه أن يهدم هذه البيانات ويشوه طبيعة القيم".

وتختلف تعاريف "القيمة"، باختلاف المجال المعرفي الذي ينشغل به الباحث من جهة، وبالسياق الذي يعمل فيه من جهة ثانية، مع أن معظم هذه التعاريف لا تخرج عن إطار أربعة مقترحات حصرها Adleur¹⁵ في:

- المقرب الذي ينظر إلى القيم في جوهرها، كالأفكار الخالدة أو كالمطلق أو كجزء إلهي؛
- المقرب الذي يرى القيم كقوى ملازمة للحاجات التي نسعى إلى تحقيقها أو الرغبات التي نود تلبيتها؛
- المقرب الذي يعتبر القيم سوى مجموعة من التفضيلات الموروثة أو تعلمها الفرد؛
- المقرب الذي يربط القيم بالنشاط وتحديد قيم الأفراد يتم عن طريق تحليل النشاط.

ويمكن أن ندرج تصورات المفكر عزي عبد الرحمان ضمن المقرب الأول الذي يعتبر مصدر القيم هو "الدين" وليس المجتمع، وهو الذي يقول أن "الإنسان لا يكون مصدر القيم، وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيه القيم..."; هذه الأخيرة - القيم - وفقاً للباحث عزي؛ هي جملة المبادئ والمعايير الموجهة للسلوك الإنساني،¹⁶ وعلى كل؛ تبقى القيمة حقيقة "مجردة، سيكولوجية، نسبية..." غير قابلة للقياس؛ ويجسد هذه الصعوبة Toffler حينما لخص ذلك بالقول أن "القيم كالطفل غير السعيد الذي يعاني البؤس والشقاء، لعدم علمنا به"¹⁷.

ويُعتبر المفكر الجزائري "عبد الرحمان عزي" هو صاحب نظرية الحتمية القيمية الإعلامية. وبحسب الكثير من الأكاديميين يمكن مقارنة هذه النظرية بنظرية الحتمية التقنية الإعلامية، كما يقر به نصير بوعلي؛ الذي يعود له الفضل في إعطاء هذه التسمية "الحتمية القيمية" بعد المتابعات المتفحصة لكتابات صاحبها. وعن فكرة النظرية يقول عزي¹⁸:

"النظرية تنطلق من افتراض أساس، يعتبر الإعلام رسالة، وأهم معيار في تقييم الرسالة "القيمة" التي تمثل الأسمى في المعاني والتي تنبع بالأساس من المعتقد، ثم تتفرع إلى مفاهيم فرعية..."

فالحتمية بحسب "عزي"؛ اعتبار متغير واحد أنه المحرك الأساس في تفسير وفهم أي ظاهرة، والمتغير الرئيس في هذه النظرية "القيمة"، أما الظاهرة فتخص الإعلام والاتصال.¹⁹ فيما القيمة بحسبه؛ ما يسمو بالفرد و يرفعه من معاني يمكن إدراكها أو استنباطها من النص القرآني والسيرة النبوية والنصوص المرجعية التي أنتجت الحضارة العربية الإسلامية، إضافة إلى النصوص "النهضوية" الحديثة (بمفهوم القريبه زمانياً).

كما أن مصدر القيم في الأساس - بحسب عزي - هو الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم، وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيه القيم. لذلك يشير إلى هذه القيم في ارتباطها بالدين بمصطلح عالم "المجرد"، وانعكاس هذه القيم في أفعال وسلوكيات الفرد في الواقع يشير إليه بـ "المجسد".²⁰ ودعماً لهذا الطرح يرى محمد أحمد بيومي أن الإسلام أكثر من أي دين آخر، يعد المظلة للنظام الاجتماعي، وأن هناك علاقة وثقى بين القيم والاعتقاد وبين الواقع الاجتماعي.²¹

وبحسب المفكر عزي، فيمكن عرض أهم الركائز -المبدئية- التي تقوم عليها النظرية والمتمثلة في:²²

■ أن يكون الاتصال نابعا ومنبتقاً من الأبعاد الثقافية الحضارية التي ينتمي إليها المجتمع.

- أن يكون الاتصال تكاملياً؛ بحيث يتضمن الاتصال السمعي البصري، المكتوب، والشفوي الشخصي، مع إيلاء الأهمية للمكتوب لأنه من أسس قيام الحضارات.
- أن يكون الاتصال قائماً على مشاركة واعية من طرف الجمهور المستقبل لا أن يكون أحادياً متسلطاً.
- أن يكون الاتصال دائماً حاملاً للقيم الثقافية والروحية التي تدفع الإنسان والمجتمع إلى الارتقاء والسمو.

2 – (الأخلاق / القانون): وجهة نظر قيمية:

تأخذ نظرية الحتمية القيمية بمبدأ "أولوية الأخلاقي على القانوني"، باعتبار أن الفرد (في المجتمع) ومنه الصحفي في (ممارسته للمهنة) لا بد أن يسلك سلوكاً أخلاقياً، فإذا لم يلتزم بالأخلاق وُجِب "الضبط"، وبالتالي يحل القانون كقوة ردعية محل الأخلاق. هنا، ووفقاً لتصورنا، يمكن اعتبار الأخلاقي تضاداً للقانوني في عمق الممارسة الإعلامية؛ من منطلق أن الشخص الأخلاقي لا يحتاج إلى محدد القانون لقياس رسالة إعلامية ما، طالما يدرك أنه يقدمها في قالب سامي وحضاري، فيما الشخص القانوني يستند إلى القانون لتأطير فعله/ أو حقه... فهناك اختلاف بين الأخلاق والقانون، فالأولى لها طابع التزامي ينبع من ذات الفرد، أما الثاني فيتوفر على إلزام خارجي، يعرض مخالفه إلى عقوبات... كما أن هناك من يعتقد بأن الأخلاق هي التعبير الأشمل والأقوى عن القانون، لأنها تعد قانوناً داخلياً وخارجياً معاً.²³

وفي هذا يُلاحظ استخدام المفكر عبد الرحمان عزي لأداة "التضاد الثنائي" بشكل واضح، عند حديثه عن الموجب والسالب في الثنائية الإعلامية، وهي الأداة التي كان قد اهتدى إليها البنيويون في دراستهم للغة كمؤسسة مستقلة، وبرروا ذلك بأن اللفظ يُفهم أكثر عند مقابلته مع لفظ آخر يغايره في المعنى.²⁴ إذن التشريع (بسن القوانين) في هذه الحالة "ترجمة ضابطة للنظام الأخلاقي في المجتمع"، وأن أرقى وسيلة في ضبط ممارسة الاتصال والإعلام "الانضباط

القيمي" الداخلي دون قيود خارجية، وأن الحاجة إلى التشريعات وليد التغير الاجتماعي وتفكك البنيات القيمية أو ما سماه "ابن نبي" بتعطيل القيم وإخراجها من معادلة التواصل الاجتماعي. إن التشريعات في هذه الحالة ضرورية وتصبح فاعلة إذا كانت القيم والثقافة التي تقوم عليها نافذة وحاضرة في السياق الاجتماعي والثقافي والحضاري²⁵.

وبالقياس؛ فإن الانضباط القيمي الداخلي لدى القائمين بالاتصال يتم عن قناعة ذاتية دون الحاجة إلى موارد وأجهزة رقابة من أي نوع آخر، فانضباط هؤلاء أقوى وأرقى من كل القيود التشريعية "الخارجية".

غير أن تطور المجتمع المدني وتعدد بنياته يقول - عزي -، فرض ضرورة إيجاد "قوانين" تضبط هذا الجانب الأخلاقي "المعطل"*** في حياة الأفراد والمجتمعات، فالقانون هنا يصبح محدد إيجابي في عملية الحفاظ على حقوق الجميع. وكان المفكر قد أشار إلى تجربة العالم الغربي في تعاطيه مع القوانين الإعلامية مبرزاً حضور المبدأ الأخلاقي في عملية ضبط العمل الصحفي، كحال القانون التشريعي؛ الذي يرى أن المشاهد التي يمكن أن تخل بثقافة المجتمع، تدفع المؤسسات التشريعية إلى سن قوانين تضبط هذه العملية. حيث أن هناك قانون اسمه "قانون الاحتشام" مصدره الكونغرس الأمريكي، يختص بمراقبة المضامين الهابطة التي تبثها القنوات التلفزيونية، والتي من شأنها أن تمس بالذوق العام للمجتمع. كما يتكفل القانون المدني بمتابعة حالات السب والشتم والقذف التي قد تمارسها المؤسسات تجاه الأشخاص²⁶.

وعلى كل لا بد من الإقرار أن الأخلاق أسمى من القانون، على أساس أن القانون يحدد الحد الأدنى من معايير ومستويات السلوك، فيما الأخلاقيات تملئ على الشخص ما يجب القيام به. يقول مايكل جوزيفسون:²⁷

"إن أي شخص أخلاقي غالباً ما يختار أن يفعل أكثر ما يتطلبه هذا القانون، وأقل مما يسمح به القانون، وأن هناك فرقاً

كبيراً بين ما لدينا الحق في أن نقوم به، وبين ما هو حق والقيام به".

ثالثاً: الاعتبارات الخمسة في أخلاقيات الممارسة الإعلامية.

إن ممارسة وسائل الإعلام لأدوارها المختلفة، لا تتم بمعزل عن البيئة الاجتماعية لها، فالقائم بالاتصال داخل هذه المنظومة المعقدة، لا بد عليه أن يراعي جملة من الاعتبارات تعد في النهاية محددات حاسماً في الإجابة على الأسئلة التي تُطرح بينه وبين نفسه (أُتراني أصبت؟ أتراني أخطأت...؟)؛ اعتبارات أخلاقية يحددها الكثيرون في خمس:

1. اعتبار النفس: فالإعلامي غالباً ما يكون محل مساءلة من نفسه ومن جمهوره، فيما يتعلق بالقيم والمبادئ التي يتحلى بها. خصوصاً فيما يتعلق بالمواضيع الحساسة التي تثير الجدل داخل المجتمع، كأن يخوض في موضوع أخلاقي مغلق، ويحاول حل ألغازه في تحقيق أو روبرتاج صحفي على سبيل المثال، ففي هذه الحالة يتردد الصحفي في متابعة أطوار هذه المواضيع حرصاً على أمنه الشخصي وأمن عائلته... ويتجلى اعتبار النفس أكثر، عندما يتعلق الأمر بـ "الإغراءات" التي تواجه الصحفيين في كثير من الأحيان. فمسألة الرضوخ أو الرفض لا تحسمها سوى القيم الشخصية والمبادئ وكذا أخلاقيات العمل، ومدى استيعاب هؤلاء لقيم الرسالة التي يحملونها، وكذا ثقة الجمهور.

2. اعتبار الجمهور المستهدف: فالإعلامي لا بد أن يضع نصب عينيه خدمة المتلقين والتفاعل معهم، وهذا لن يتأتى إلا باحترامهم واحترام اهتماماتهم وانطباعاتهم، والأخذ بتطلعاتهم واحتياجاتهم... وما وسائل الاتصال الحديثة كالشبكات الاجتماعية سوى سبيل لتعزيز عملية التجاوب بين الصحفيين وجمهورهم. حيث يمكن للصحفي عبر هذه المساحات الافتراضية التعرف على وجهات نظر متابعيه حيال موضوع ما، أو رصد تطلعاتهم تجاه موضوع ما.

"فالصحفيون ينقلون شكلاً من أشكال الواقع إلى جماهيرهم ومشاهديهم؛ وهم في ذلك يكرسون واحداً من الدالات الرئيسية لهويتهم المهنية، باعتبارهم موضع ثقة الجمهور..."²⁸

3. اعتبار المؤسسة الإعلامية: إن المؤسسة الإعلامية وببساطة، تركيبة قوامها الإنسان يتعاون فيها مع أفراد آخرين من المجتمع، وما الصحفي إذن؛ سوى جزء من كل يعمل داخل هذه التوليفة الصحفية، تجمعهم المسؤوليات داخل هذه المؤسسة التي يرتبطون بها وفقاً لعقد عمل، عقد يجسد الالتزام الأخلاقي تجاه سياساتها التحريرية، فهو منضو تحت خدمة المؤسسة وجمهورها.

فكما للصحفي مسؤوليات مهنية تجاه المؤسسة من خلال نظام اتصالي داخلي، للمؤسسة أيضاً جملة من الواجبات تجاه صحفيها؛ فطالما هم يعملون لصالحها ويسعون لتحقيق أهدافها، لا بد عليها أيضاً أن تقوم بتدريبهم وتأهيلهم بشكل دوري، حيث يحتاج هؤلاء لتحسين خبرتهم في اختصاص معين... وأن تضع النقاط على إدراك الصحفيين لمسؤولياتهم، وتوفر لهم إرشادات سلوكية تجاه مصادرهم، وتجاه رؤسائهم والمستفيدين من عملهم.²⁹

4. اعتبار المهنة الصحفية: لا بد للصحفي أن يعي اعتبارات المهنة وأخلاقياتها، التي تملي عليه ما يجب القيام به، وما لا يجب حتى لا يكون خارج النسق، بمعنى أن يتمتع بنزعة عالية تجاه المهنة. وفي هذا يكتب
H.Stensas³⁰

"... ولا بد أن يتدرب الصحفيون ويشبوا ونصب أعينهم نموذج الصحفي الصبور ذي الروح العلمية، الذي يرى العالم كما هو بالفعل وليس الصحفي المتسرع الذي يسعى للسبق، والأخبار لن تكون على شكل جمل ومعادلات حسابية فهي معقدة ومراوغة، ولكن التحرير الجيد يجب أن يستوعب أهم الفضائل

العلمية، مثل النسب لكل كلمة تكتب الحس الجيد
للاحتمالات...".

فالتزعة المهنية والانضباط بها يمكن أن يثمر دعماً ما؛ فهي تزيد من تضامن الصحفيين ومن امتيازهم ونفوذهم، وبالتالي من أخلاقهم ومن إنتاجيتهم. أما بالنسبة للجمهور فتزيد الضوابط المهنية من رضاه على المدى المباشر، وتعزز ثقته بوسائل الإعلام على المدى البعيد. كما أن اعتبار المهنة يحتم على الصحفي تجاهل المزايا والإغراءات التي تتاح له بشكل دائم، وليس كل الصحفيون يتساوون في الامتيازات والعوائد المالية، مع أن جان كلود برتراند يعترف:³¹

"إن الهدف الوحيد بالنسبة للصحفي، لا يكمن في خدمة المستهلك؛ فهو يبحث أيضاً بشكل طبيعي عن النفوذ والشهرة والرفعة والثروة. ففي الأنظمة الديمقراطية الفقيرة كإندونيسيا، لا يمكن لمعظم الصحفيين أن يهتموا بالانضباط المهني؛ فعلمهم صنع الكثير كي يحتفظوا بعملهم ويربحوا القليل من المال أو الكثير إذا انغمسوا في الفساد. وربما لن يتمكن معظم الصحفيين في العديد من بلدان أمريكا اللاتينية أن يجمعوا الطرفين، دون أن يشغلوا وظيفة ثانية إن لم تكن الثالثة...".

5. اعتبار الوازع الديني: وبعد هذا الوازع أقوى عوامل التأثير، إذ لا يتوقف على تشريعات أو ضوابط خارجية، فالممارس لمهنة الإعلام لا بد أن يتقي الله عزوجل في رسالته الإعلامية التي ينتجها، فمخاطبة الناس تكون بالحسنى في قوله تعالى "وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا"³²، وأن يتجنب ما يدخل في باب الافتراء والإشاعة والجهل، لقوله تعالى "وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ"³³. فهذا يكون الإعلامي قد لجأ إلى ميزان الحق، في كل ما يشوبه الجدل أو مسألة تنعدم فيها صفة "الأخلاقية"، فلا بد لهذا الاعتبار أن لا يلازم الممارسة الإعلامية فقط، وإنما أن يشمل مختلف مناحي الحياة الاجتماعية، السياسية... والحضارية.³⁴

وأخذاً بهذه الاعتبارات الخمسة، فإن الصحفيين الذين يلتزمون بالمعايير الأخلاقية المهنية، والذين يثقون بنا جلت تقديم تقارير إخبارية دقيقة بأسلوباً أخلاقياً، ينالون ذلك الشعور بالرضا عن أدائهم وعن مهنتهم. بالإضافة إلى ذلك، فهم يجنون إحساساً قراءهم ومشاهديهم بالثقة والمصداقية، وأيضاً يمنحونهم وُصفاً من ذلك الصيت بأنهم مؤسسات جديرة بالاحترام،³⁵ وقبل كل هذا؛ فالصحفي كسب قول الحقيقة، واتقى الله عز وجل فيما نقله بأمانة إلى جمهوره.

أما وعند إلقاءنا نظرة على الاعتبارات الخمسة لـ Christians CLIFFORD (أحد الرواد العالميين في مجال أخلاقيات الإعلام Ethical Communication)، والتي يرى فيها أنه على الصحفي الالتزام بها،³⁶ يمكن أن نسجل "فارق الاعتبارات" بين الطرح القيمي والطرح الغربي، في هذا الجدول "المستخلص":

الاعتبار	عند عبد الرحمان عزي - الطرح القيمي -	عند كريستيان كليفور - الطرح الغربي -
01	اعتبار النفس.	اعتبار النفس
02	اعتبار الجمهور المستهدف وكذا المجتمع	اعتبار العملاء (بالالتزام للمعلن).
03	اعتبار المؤسسة الإعلامية	اعتبار المؤسسة بالولاء لها.
04	اعتبار المهنة الصحفية	اعتبار الزملاء
05	اعتبار الوازع الديني	اعتبار المجتمع

جدول يوضح "اعتبارات الصحفي الخمسة" لدى كل من "عزي" و"كليفور".

والواضح من الجدول أن الفكر الغربي يُغيب الوازع الديني كموازنة أساسية في أداء الصحفيين للرسالة الإعلامية، مع أن الاعتبارات الأخرى حاضرة بدرجة أقل، مع الاتجاه أكثر نحو الطابع المادي والربحي (الولاء للمعلن). وفي هذا يقول مالك بن نبي أن قدرة أي فكرة على التكيف ليست متساوية في مجتمعين لهما أصول ثقافية مختلفة (فهي أضعف في المجتمع الأمريكي الموجه نحو عالم الأشياء، وأقوى في المجتمع الإسلامي الذي يدور نسبياً حول القيم الأخلاقية).³⁷ ومن هذا

يتبين، أن البعد الأخلاقي والقيمي هو الأساس في الممارسة الإعلامية، وهو الطرح الذي يدعو إليه المفكر عبد الرحمان عزي، من خلال "نظرية الحتمية القيمية الإعلامية".

رابعاً: نحو تشريعات حضارية معاصرة تؤطرها حتمية "القيم".

يتبع عبد الرحمان عزي النص القرآني الكريم، ليرز منه نماذج نقل الحقيقة، ويسقطها على الممارسة الإعلامية؛³⁸ حيث يدعو - وفق تتبعه - النص القرآني إلى التمييز بين النبأ والنبأ اليقين، فالأول يحتمل الصدق والخطأ، لذا تطلب التحقق من المصدر. أما الثاني خبر صحيح موثوق بالأدلة، ويتبين ذلك في قصة سيدنا سليمان عليه السلام مع الهدد، حيث أنه عندما أكد الهدد أن نبأه يقين، "فَمَكَثَ غَيْرَ بَعِيدٍ فَقَالَ أَحَطْتُ بِمَا لَمْ تُحِطْ بِهِ وَجِئْتُكَ مِنْ سَبَإٍ بِنَبَأٍ يَقِينٍ"³⁹، تراث سيدنا سليمان وأراد المزيد من الأدلة "قَالَ سَتَنظُرُ أَصَدَقْتَ أَمْ كُنْتَ مِنَ الْكَاذِبِينَ"⁴⁰، فأهمية التدقيق في صحة النبأ واجبة، وتأخذ الأولوية على الاستعجال في الممارسة الإعلامية، على اعتبار أن النبأ "الخاطئ"، يظلم الطرف الآخر ولا مجال لمحو أثره أحياناً، "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ"⁴¹.

فالممارسة الإعلامية بهذا معقدة؛ إذ غالباً ما كان فضاء الإعلام مسرحاً للتجاذبات السياسية وصراع للمصالح الاقتصادية وغيرها، مما يجعل مسألة الاحتكام للضوابط الأخلاقية والتشريعات الإعلامية صعبة وموضع شك، فالممارس للإعلام إذا ما أخذ بالبعد الأخلاقي فالقانوني عند اتخاذ لقرار ما، كان أقدر وأقرب لأداء مهامه الصحفية بشكل هادف وحضاري... وإن كانت NohaMELLOR قد ذهبت بطرح سؤال جريء، حول ما إذا كان على وسائل الإعلام العربية تعزيز رؤية أخلاقية محددة للعالم أو تجاهلها بالكامل!⁴²

إن من أهم الحوافز العملية للسلوك الأخلاقي لدى الصحافة الأخلاقية، هو أنه وعلى المدى البعيد، تعزز مصداقية المؤسسة الصحفية، وبالتالي قبولها من قبل الجمهور، وهذا القبول يؤدي لا محالة إلى النجاح المعنوي والاقتصادي.

فما ينبغي على الصحفي بيعه هو "الخبر"، وإذا كان الجمهور لا يصدق أو على الأقل يشك في هذا الإبلاغ، فماذا سيبيع إذن؟ فالجمهور يحكم على الصحفيين، إذا ما كانوا أخلاقيين من عدمهم في معيارين أساسيين هما: نظرة هؤلاء إليهم (الجمهور)؛ وتعامل هؤلاء مع موضوع التغطية الإخبارية. فبمنطلق الاختيار، إذا توافر هذين المعيارين، فإن الجمهور سيتجه نحو هذا المنتج الموثوق أكثر من أي اسم آخر، على أساس أن هذه المؤسسة الإخبارية "أخلاقية" تتصرف بحكمة وتحاول نقل الحقيقة بحرية. وعليه؛ الصحافة الأخلاقية أيضاً يمكن أن تكون صحافة مربحة توفر سبل العيش للصحفيين وأسرهم، إلى جانب العائد المالي الربحي للمستثمرين - عكس ما تذهب إليه بعض الطروحات -⁴³.

إن كل ما هو أخلاقي - وفقاً لطرح عزي - يأخذ الأسبقية على القانوني؛ فالانضباط القيمي الداخلي لدى القائمين بالاتصال يتم عن قناعة ذاتية دون الحاجة إلى موارد وأجهزة رقابة أو ضبط من أي نوع آخر، أما القانوني فيأخذ الطابع القهري والإلزامي، حينما يصبح هذا الانضباط غائباً أو حتى غير كاف، بحكم تعطل القيم وتفكك البنيات... لذا فانضباط هؤلاء أقوى وأرقى من كل القيود التشريعية "الخارجية".

خاتمة البحث:

رغم كل المحاولات والتخمينات البحثية إزاء البحث في العلاقة بين الأخلاق، القانون والإعلام، تبقى العلاقة جد حساسة ومعقدة؛ على أساس أن القانون مقيد، والإعلام "القائم على الحرية" مطلق في الوصول إلى الحقيقة... وفي قراءتهم لمختلف التصورات للممارسة الإعلامية، يخلص المفكر عبد الرحمان عزي، إلى أن أفضل أداة في ممارسة حرية التعبير والصحافة "الانضباط القيمي"، مع أنه يُقرباًن تطور المجتمع وتعدد مصالحه تجعل من القوانين الإعلامية قوة إيجابية تحفظ حقوق الجميع، سواء أكان مصدر تلك القوانين القيمة، أو المؤسسات التشريعية التي تمثل إرادة المجتمع. كما يدعو المفكر إلى إعادة النظر في النظرة التقليدية الخاصة بباب حرية التعبير والصحافة، واعتبار

مبدأ هذه الحرية أساس القوانين الإعلامية؛ بفعل أن تلك الحرية قيمة حضارية، إنسانية، متطورة ومشاركة بين مختلف الحضارات.

إنه وعند مراجعة المضامين الإعلامية في المنطقة العربية وعلى اختلاف الوسيلة الإعلامية، يتبين اليوم حجم الهوة المتزايدة بين الإعلام والمسؤولية الاجتماعية الحققة، خصوصاً على الصعيد الأخلاقي. فالتسيب الحاصل في هذه المضامين يوعز إلى السياسات التحريرية التي رهنت أهدافها أمام مغريات السوق من جهة، وإلى صناع الرسالة الإعلامية من جهة ثانية، الذين أضاعوا الطريق بين إغراءات المال، النفوذ والشهرة... بعيداً كل البعد عن تعاليم ديننا السمحاء. إنه أيضاً وبالعودة إلى زمان الحضارة الإسلامية في أوج عطائها، سنتتبع الإبداع البشري الخلاق في مختلف المجالات المعرفية، بما فيها علم السلوك، الأخلاق والحكمة؛ الذي جعله المسلمون أنداك مركز ومحور العلوم ومدارها، يقول جارودي:⁴⁴

"لو قدر لعلماء الإسلام في القرون الوسطى أن يُبعثوا إلى الحياة، فإن دهشتهم ستكون من أن نظام القيم قد قلب رأساً على عقب، وسيرون أن مركز الرؤية التي انطلقوا منها صار هامشياً، وأن المحيط قد صار هو المركز، وأن العلوم التي كانت في الدرجة الثانية قد تصدرت الاهتمام في الغرب. وأما علم الحكمة الخالد فسوف يرون أنه قد تضاءل حتى كاد ينعدم".

إن كل ما هو "لا أخلاقي" هو عزل صريح للقيم الإنسانية، كما لخص ذلك عبد الوهاب المسيري بالقول "إن فصل النشاطات الإنسانية عن المعايير الأخلاقية والإنسانية يؤدي إلى ضمور المرجعية الإنسانية واختفائها"⁴⁵، فالقانون هنا - ووقوفاً مع تصورات النظرية - يمكن اعتباره ضابطاً إيجابياً يسهم في ترسيخ المبدأ الأخلاقي والإنساني ويحفظ حقوق الجميع، وبالتالي هو فعل حضاري ضروري في تنمية المجتمع المعاصر... لكن مع إلزامية تحقيق الإدارة الاجتماعية والحضارية للحرية، وليس الحد منها سلطوياً.

هوامش البحث:

1. عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال؛ نحو فكر إعلامي متميز، ط 1، سلسلة كتب المستقبل العربي، رقم 28، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت/ لبنان، 2003، ص 16.
2. جين فوريمان، أخلاقيات الصحافة، (ترجمة: محمد صفوت حسن)، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة/ مصر، 2012، ص 115.
3. جين فوريمان، مرجع سبق ذكره، ص 116.
4. John Vivian, **The Media of Mass Communication**, Allyn and Bacon, Boston, 1999, P 494.
5. http://en.wikipedia.org/wiki/The_Spirit_of_the_Laws.
6. عبد الرحمان عزي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي، قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، ط 1، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2014، ص 18.
7. John Vivian, Op cit, P 494.
8. جين فوريمان، مرجع سبق ذكره، ص 120.
9. John Vivian, Op cit, P 494.
10. جين فوريمان، مرجع سبق ذكره، ص 120.
11. أنظر: وليام. ل. ريفرز، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، (ترجمة: إبراهيم إمام)، دار المعرفة، القاهرة/ مصر، 1975، ص 115.
12. عبد الرحمان عزي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي، قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، مرجع سبق ذكره، ص 24.
13. عبد الرحمان عزي، المرجع نفسه، ص 24 - 25.
14. **Lévi-Strauss**؛ سعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، 2006 / 2006، ص 141.
15. **Adleur**؛ سعيد بومعيزة، المرجع نفسه، ص 143.

16. عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال؛ نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سبق ذكره، ص 106.
17. سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم، إيتراك للطباعة والنشر، القاهرة/ مصر، 2004، ص 60.
18. عبد الرحمان عزي، (عن الحتمية القيمة ونظرية المعرفة، وإدوارد سعيد وحاك دريداو "أسلمة المعرفة" وقضايا شتى)، البوابة العربية للإعلام والاتصال، ص 01.
- أنظر:
http://www.arabmediastudies.net/index.php?option=com_content&task=view&id=167&Itemid=1
19. عبد الرحمان عبد الرحمان، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي، قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، مرجع سبق ذكره، ص 73.
20. عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال - نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سبق ذكره، ص 16 - 17.
21. محمد أحمد بيومي، علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990، ص 191.
22. عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال - نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سبق ذكره، ص 143 - 144.
23. أحسن خشة، (الأخلاقيات الإعلامية من منظور قيمي)، مداخلة علمية ضمن أشغال الملتقى الدولي الثاني حول نظريات الإعلام المعاصرة بين التنظير الغربي والتطبيق داخل البيئة العربية، جامعة الأغواط، يومي 02 و 03 ديسمبر 2013.
24. عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال؛ نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سبق ذكره، ص 16.
25. عبد الرحمان عزي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي، قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، مرجع سبق ذكره، ص 66.
26. عبد الرحمان عزي، أخلاقيات الإعلام في المنطقة العربية، قناة المجد، ضيف برنامج ساعة حوار، 2014.
27. جين فورمان، أخلاقيات الصحافة، مرجع سبق ذكره، ص 48.

28. نعى ميلور، الصحافة العربية الحديثة؛ المشكلات والتوقعات، (ترجمة: منذر محمود محمد)، ط 1، مكتبة العبيكان، المملكة العربية السعودية، 2012، ص 260.
29. جان كلود برتراند، ديونتولوجيا الإعلام، (ترجمة: رباب العابد)، ط 1، بيروت، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع باتفاقية مع مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، 2008، ص 128 – 129.
30. H. Stensas, (Development of the objectivity Ethics in U.S Daily Newspapers), **Journal Of Mass Media Ethics**, Vol 51, No 14, Winter 1980, pp 880 – 889.
- نقلاً عن: محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، فيفري 2003، ص 142.
31. جان كلود برتراند، مرجع سبق ذكره، ص 142 – 156.
32. القرآن الكريم: سورة البقرة، الآية 83.
33. القرآن الكريم: سورة الإسراء، الآية 36.
34. عززي عبد الرحمان، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي، قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، مرجع سبق ذكره، ص 31.
35. باتريك بوتلر، أخلاقيات الصحافة، الجدل العالمي، مركز الصحفيين الدولي، واشنطن/الولايات المتحدة الأمريكية، 2003، ص 05.
36. محمد حسام الدين، مرجع سبق ذكره، ص 44.
37. مالك بن نبي، تبسيط مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي، ترجمة وتلخيص وإعادة صياغة محمد عبد العظيم العلي، دار الدعوة، ط 1، 1997، الإسكندرية، مصر، ص 25 – 26.
38. نقلاً عن: عبد الرحمان عززي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي، قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، مرجع سبق ذكره، ص 27.
39. القرآن الكريم: سورة النمل، الآية 22.
40. القرآن الكريم: سورة النمل، الآية 27.
41. القرآن الكريم: سورة الحجرات، الآية 06.

⁽¹⁾ - محمد حسنين، مرجع سبق ذكره، ص 127.

⁽¹⁾ - فاتن حسين حوى، مرجع سبق ذكره، ص 34.

⁽¹⁾ - فاتن حسين حوى، مرجع سبق ذكره، ص 34.

⁽¹⁾ - فاتن حسين حوى، مرجع سبق ذكره، ص 113.

42. ^٥نميليور، مرجع سبق ذكره، ص 20.

43. ^٦Steven Barnett, **Journalism, Democracy and the Public Interest: rethinking media pluralism for the Digital Age**, Reuters Institute for the Study of journalism, September, 2009, P 03.

44. نقلاً عن: نور الدين لبحيري،

مدخل للنظرية الإعلامية والاحتامية القيمية، القيم كمنهج لدراسة وتأطير الظاهرة الإعلامية، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة/ الجزائر، (دراسة غير منشورة)، ص 15.

45. عبد الوهاب المسيري، اللغة والمجاز، بين التوحيد ووحدة الوجود، ط 1، دار الشروق، 2002، ص 07.

(*) - حيث جاء في المادة "4" معاهدة الويبو المتعلقة بحق المؤلف (معاهدة الانترنت الأولى) أن برامج الحاسوب تتمتع بالحماية باعتبارها مصنوعات أدبية، وتطبق تلك الحماية على برامج الحاسوب أيا كانت طريقة التغيير عنها أو شكلها.

(1) - فانت حسين حوى، مرجع سبق ذكره، ص 123.

(2) - المرجع نفسه، ص 135.

(1) - فانت حسين حوى، مرجع سبق ذكره، ص 85.