

أخلاقيات الممارسة المهنية في الصحافة الجزائرية من الالتزام بنقل الحقائق إلى الانحراف في صناعتها

أ. حجام الجمعي
جامعة العربي بن مهيدي . أم البواقي

ملخص:

يهدف هذا المقال إلى الكشف عن مؤشرات الأزمة التي تعيشها الممارسة المهنية للإعلام عامة والصحافة خاصة، إذ بملاحظة علمية بسيطة وتحليل دقيق وعميق للمشهد الإعلامي الراهن الوطني والدولي يتبين لنا حجم التجاوزات والخروقات الصريحة لقواعد وأخلاقيات الممارسة الإعلامية. هذه الممارسات الغير أخلاقية أدت إلى تراجع وانهيار السلطة الرابعة بمفهومها التقليدي، فاسحة المجال أمام العصب السياسية والمجموعات الاقتصادية والصناعية التي تدفع بالوضع للتحوّل من الالتزام بالنقل الموضوعي للمعلومات والأخبار والأفكار إلى الاحتراف في صناعتها.

من خلال اتباع مقارنة وصفية تحليلية نحاول تشخيص وتشرح جوهر هذه الأزمة التي تعيشها الممارسة الإعلامية وبالأخص في الصحافة الجزائرية، ومصادر هذه التجاوزات وتداعياتها وتأثيراتها على تكوين الأفراد وبناء مؤسسات الدولة. وفي الأخير سنقدم مقترحات لإعادة بناء وأخلة المشهد الإعلامي الوطني وتسخيره في خدمة الجزائر والجزائريين.

الكلمات المفتاحية: الصحافة الجزائرية، أخلاقيات مهنة الصحافة، صناعة الإعلام، الممارسة الصحفية.

Résumé :

Cet article a pour but de montrer les indicateurs de la crise des médias en général et de la presse en particulier, car une simple observation scientifique et une analyse rigoureuse profonde aux paysage médiatique actuel national ou international, nous montre des dépassements graves et des affranchissements claires aux codes et aux règles d'éthique et de déontologie du métier journalistique. Ces pratiques immorales ont menées à la chute du quatrième pouvoir laissant la place aux clans politiques et aux groupes industriels qui poussent en avant l'émergence et la réalisation d'une véritable industrie de l'information.

A travers une approche descriptive analytique nous essayons de décortiquer et diagnostiquer les substances de cette crise et les origines de ses dépassements, et leurs impacts sur l'instruction des individus et sur l'instauration des véritables institutions étatiques. En fin nous terminerons avec des propositions pour restaurer notre paysage médiathèque et le consacrer aux bien de l'Algérie et des algériens.

Mots clés : Presse Algérienne, Déontologie de presse, Industrie de l'information, Pratique du journalisme.

مقدمة:

إن الحفر المعرفي والتأمل العلمي الدقيق في مفاهيم الحقيقة الإعلامية وأخلاقيات هذه الممارسة يبين تحولات واضحة في معاني ودلالات وأبعاد هذه المفاهيم خاصة على صعيد التطبيق الميداني لها. فالإعلام الذي يفترض فيه أن يعكس بصدق وموضوعية الوقائع والأحداث ومختلف الممارسات التي يعتبر المجتمع الوطني أو المجتمع الدولي مسرحا لها. أفسدته الأنانيات والإرادات التزيفية والتحريرية وخلقت له اتجاهات براغماتية متشعبة، تشرعن هذه الانحرافات باسم الحرية والاحتراف في صناعة الحقائق. فإعلام الناس الذي ظلت تتداوله الأبحاث والدراسات الأكاديمية والقواميس والمعاجم الفكرية والفلسفية واللغوية بأنه إخبار الناس واطلاعهم على المعلومات والأفكار والحقائق التي تحدث من حولهم بدقة وصدق ونزاهة وموضوعية، وتعزز هذا التوجه بإقرار ما يسمى أخلاقيات المهنة الصحفية. وما اتبعتها فيما بعد من آليات عملية لتخليصها من طابعها الفلسفي، كموثيق المهنة الصحفية وموآثيق الشرف الصحفي، ومجالس الصحافة، والمجالس العليا للإعلام السمعي البصري... لتأكيد أعمال العقل الأخلاقي في الممارسة الإعلامية.

لكن الملاحظ عبر مختلف المراحل الانتقالية لتطور الإعلام وتطور العملية الإعلامية، من طابعها التقليدي إلى طابعها الصناعي الحداثي وصولا إلى طابعها التكنولوجي ما بعد الحداثي، ذلك أن تطورها الحتمي التكنولوجي يسري في الاتجاه المعاكس لتطورها الحتمي المفترض من الناحية القيمة الأخلاقية، لقد أصبحت وسائل الإعلام اليوم تنتج وتصنع الحقائق التي تملئها مصالح من يمتلكها أو يقف وراء تمويلها أو دعم نفوذها في مراكز صناعة القرار. كما أن وسائل الإعلام اليوم تنتج قيما حسب الطلب، تحدها عادة مصالح الشركات الاحتكارية الكبرى والحكومات والشخصيات النافذة.

في هذه المداخلة سأحاول عبر إتباع مقاربة استقرائية للوقائع والأحداث والنصوص التشريعية وأن نرصد لأهم هذه التحولات التي طالت مفاهيم الحقيقة لأخلاقيات الصحافة وأخلاقيات الممارسة الإعلامية... عبر مختلف المراحل الانتقالية التي شهدتها وسائل الإعلام، والعوامل التي ساهمت في إحداث هذه التصورات المفاهيمية الجديدة في معانيها، القديمة في تسمياتها. وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات التالية: ما المقصود بأخلاقيات المهنة الصحفية؟، كيف ظهرت وما هي العوامل التي أدت إلى ظهورها؟، ما هي أهم الجهود التشريعية، وما مدى نجاح هذه النصوص القانونية في الحفاظ على شرف المهنة ومحترمتها وحرية الممارسة الصحفية واستقلالية المؤسسات الإعلامية؟، هل يمكن التسليم حتما بالاتجاه نحو التخلي عن الأخلاقيات الإعلامية في ظل تنامي مؤشرات صناعة الضجيج والفوضى الإعلامية واتساع الهوة في معدلات الثقة بين المؤسسات الإعلامية وجمهورها؟ وماهي أهم الإجراءات

المناسبة والآليات الضرورية لإعادة إعمال العقل الأخلاقي في الممارسة الإعلامية التي تشهد تحولا كبيرا جعلها تنتقل من نقل الأحداث إلى صناعة الأحداث؟.

1- مفهوم أخلاقيات الممارسة الإعلامية:

قبل أن نستعرض دلالات وأبعاد هذا المفهوم، لا بأس أن نفككه إلى مصطلحاته الأساسية. فإذا كان الإعلام يبدو أكثر وضوحا بسبب ما لقيه من اهتمام كموضوع للتفكير والدراسة، أو كمجال للاستثمار وتضخيم المكاسب المادية والمعنوية. من طرف الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين أو من قبل الدول والحكومات. فإن مفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية رغم ما أثاره من جدل فكري فلسفي وديني... لا يزال يحتفظ بكثير من الغموض في كثير من جوانبه. إذ يمكن اعتباره مفهوما مرنا وزئبقيا تختلف القراءات والتصورات بشأنه من مجتمع إلى آخر ومن بيئة إلى أخرى وأحيانا من فرد إلى فرد آخر.

يستعمل لفظ الأخلاق عادة للدلالة على مجموع الصفات والخصائص المحمودة في سلوكيات وتصرفات البشر. وهي معايير عالمية تضمن ممارستها استقامة السلوك الإنساني. وتعني الأخلاق في اللغة العربية "السجية، والمروءة، والدين، والخلة بمعنى الفطرة"⁽¹⁾.

يرى الباحث والمفكر الإعلامي عبد الحمان عزي أنه يمكن استخلاص ثلاثة اشتقاقات من تعبير الأخلاقيات. أولها الخالق سبحانه وتعالى في ذاته أو صفاته (الأسماء الحسنى). ثانيها الخلق (بفتح الخاء) أي المخلوقات ومنها الإنسان المكرم المفضل " ولقد كرّمنا بني آدم وحملناهم في البر والبحر ورزقناهم من الطيبات وفضلناهم على كثير ممن خلقنا تفضيلا"⁽²⁾، ثالثها الخلق (بضم الخاء) أي القيم التي تحكم الخلق (المخلوقات)⁽³⁾.

والقيم كما يؤكد الباحث في كتاباته "منبعها الدين". لذا فقد أولت كل الأديان السماوية اهتماما بالغا بالأخلاق. والإسلام جاء ليتم مكارم الأخلاق مصداقا لقوله صلى الله عليه وسلم " إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق". وقوله صلى الله عليه وسلم " أقربكم مني مجلسا يوم القيامة أحاسنكم أخلاقا".

وقد جاء تعريف الأخلاق في المعجم الفلسفي بأنها "شكل من أشكال وعي الإنسان، يقوم على ضبط وتنظيم سلوك الإنسان في كافة مجالات الحياة الاجتماعية... وأن للأخلاق جانبا نفسيا باطنيا وجانبا سلوكيا ظاهريا"⁽⁴⁾، أما أخلاقيات الإعلام التي هي محور اهتمامنا في هذا البحث، فعلى الرغم من أنها لم تتل نصيبها من الدراسة والتحليل والتعمق في تشخيص الفشل المستمر والإخفاقات المتكررة لأخلاقه

الممارسة الإعلامية. ومع ذلك فقد برزت العديد من المساعي والاجتهادات العلمية التي تسعى إلى تذليل الصعوبات العملية لممارسة الأخلاقيات المهنية للإعلام.

وتعرف أخلاقيات الإعلام التي يقابلها في اللغة الفرنسية ديونطولوجي *déontologie* وبالإنجليزية إيثيك *ethic* بأنها "مجموع قواعد السلوك المهني التي يضعها الصحفيون لأنفسهم، ويجتهدون في احترامها وفي فرض الاحترام لها أثناء أدائهم لأعمالهم"⁽⁵⁾، وهي مجموعة من المبادئ والمعايير التي تهدف إلى تنظيم الممارسة الإعلامية وضبط السلوك المهني لكافة المنتسبين لقطاع الإعلام. وقد أوردها محمد منير حجاب في موسوعته الإعلامية باسم أخلاقيات الصحافة وهي "مجموعة المعايير والقيم المرتبطة بمهنة الصحافة والتي يلتزم بها الصحفيون في عملية استقاء الأنباء ونشرها والتعليق عليها، وفي طرحهم لآرائهم وفي قيامهم بوظائف الصحافة المختلفة. وهذه المعايير المهنية تقوي إحساس الصحفي بمسؤوليته الاجتماعية"، ويرى حجاب أن "الأخلاق هي التعبير الأشمل والأقوى عن القانون، لأنه قانون داخلي وخارجي معا"⁽⁶⁾

تجدر الإشارة إلى أن القوانين والنصوص التشريعية وحدها غير كافية لانتشار الممارسة الإعلامية من مستنقع الرداءة. حيث باتت "رجل في السياسة ورجل في المال" على حد تعبير علي قسايسية. بل إن أخلقة العمل الإعلامي لا بد من أن تتبع من الضمير المهني ومن الإرادة الحرة للصحفيين وأرباب المؤسسات الإعلامية. إن لم نقل أن الأخلاق الإعلامية منبعها العقل الأخلاقي الجمعي. أي مسؤولية جماعية مشتركة ومتعددة الأقطاب للجمهور نصيب كبير فيها. ولكن هل بقي من الضمير المهني ما يبعث الأمل في إعادة بناء الثقة بين الجمهور والوسائل الإعلامية وبعث إعلام حقيقي ومسؤول، صادق وموضوعي، محايد وملتمزم خاصة في ظل أعاصير واستقطاعات السياسة والمال؟.

2- الجذور الفكرية للتأصيل النظري لأخلاقيات الإعلام:

من بين أهم العناصر في العملية الإعلامية الرسالة الإعلامية. ولعل أسبق الناس بها الأنبياء والرسول الذين حملهم الخالق سبحانه وتعالى رسالة للعالمين. مصداقا لقوله تعالى: "وما أرسلناك إلا رحمة للعالمين". وقوله تعالى: "هو الذي بعث في الأميين رسولا منهم يتلو عليهم آياته ويزكيهم ويعلمهم الكتاب والحكمة وإن كانوا من قبل لفي ضلال مبين"⁽⁷⁾.

ومن سمات وصفات الرسل والأنبياء، الصدق والأمانة والإخلاص... أي أن الله اصطفاهم بمكارم الأخلاق. مصداقا لقوله صلى الله عليه وسلم: "إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق". قال خاتم الأنبياء والمرسلين قوله هذا منذ أزيد من أربعة عشر قرنا، واعتبرت الرسالة التي أتى بها "الكلمة الطيبة كالشجرة

الطيبة التي تؤتي أكلها كل حين بإذن ربها" وهي "نور على نور" وهذا النور يهدي إلى الحق، كأسمي مبدأ لبناء الحضارة الإنسانية. فأمرنا الله عز وجل على لسان رسوله الكريم بالالتزام بقول الحقيقة أو السكوت، ونهانا عن الكذب والافتراء والغيبة والنميمة والوشاية وحثنا مما تتسبب فيه من فتن ظاهرة وباطنة ، يقول تعالى: "يا أيها الذين آمنوا إن جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا أن تصيبوا قوما بجهالة ا فتصبحوا على ما فعلتم نادمين". (8)

من هذا المنطلق فمن الجدير أن يسند بداية التأسيس للفكر الأخلاقي للإعلام للعرب والمسلمين، وأن يساهموا في تطويره وتكييفه مع المتغيرات الفاعلة والتغيرات الحاصلة في المجتمع. لكن أدبيات الإعلام ترجع بدايات التأسيس الفكري لأخلاقيات الصحافة والإعلام إلى المدارس الغربية، وبالخصوص الأوروبية وفيما بعد الأمريكية التي أسست لما يعرف بنظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام وما تنطوي عليه من مبادئ ومعايير العمل الإعلامي.

تشير بعض الأبحاث والدراسات الإعلامية أن مفهوم أخلاقيات الإعلام حديث، ظهر في السويد 1916. لينتقل إلى فرنسا التي بادرت إلى إنشاء أول ميثاق لأخلاقيات الصحافة عام 1918. ليتم تعديله سنة 1938. لتنتقل هذه التجربة وتمتد إلى معظم دول العالم. لتتوالى مساعي وجهود النقابات العمالية والتنظيمات المهنية في مجال الإعلام لإنشاء مجالس الصحافة ومجالس الأخلاقيات المهنية للإعلام، وموثيق الشرف الصحفي. كهياكل أو كآليات ذات سلطة معنوية ورمزية تهدف إلى الحفاظ على إنجازات الصحافة وأدوارها البارزة في خدمة المجتمع، وتحرص على الاستمرارية في الأداء الأخلاقي للمؤسسات الإعلامية والملتزم والمنصف للإعلاميين. إضافة إلى التصدي لمختلف أشكال الإستمالات العاطفية والاستقطابات المادية التي قد تضعف الحس المهني للصحفيين وتعطل حاستهم الأخلاقية.

يؤكد المنظر الجزائري في حقل الإعلام القيمي عززي عبد الرحمن "أن أدبيات الأخلاقيات الإعلامية ارتبطت تاريخيا بالإعلام الغربي، إذ ظهر الحديث عن أخلاقيات الإعلام بفعل التجاوزات التي صاحبت الأداء الإعلامي، الذي كان يتحرك في سياق النظرة الليبرالية بالقليل من الضوابط التوجيهية"، ويضيف أن "أول وثيقة ظهرت في هذا الشأن والمعروفة بركائز الصحافة في أبريل 1923 . تم ضبطها من طرف الجمعية الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف، وتتضمن (المسؤولية، الحرية، الجدية، الاستقلالية، الصدق، الدقة، الحياد...)

وينتقد عززي عبد الرحمن بحسرة "ضعف اهتمام المنطقة العربية الإسلامية بأخلاقيات الإعلام والتأريخ والتأسيس لها" ، معتبرا ما هو موجود "هزليا نسبيا، ويحاكي المصفوفات اللفظية الغربية في الشكل دون المضمون الذي ظل باهتا إما في الدلالة أو في الممارسة"⁽⁹⁾.

لكن يظهر أن هذا الاهتمام لدى الدول الغربية والمتقدمة والذي يقابله الإهمال في لدول النامية والمتخلفة يجري إفراغه من جوهره في كل الحالات. صحيح أن الدول الغربية. ومعظم دول العالم انتشرت فيها مجالس الصحافة والإعلام وأنشأت موائيق الشرف المهنية والكثير من المؤسسات الإعلامية التزم صحفيوها ببلورة موائيق شرف تلزمهم على الأقل داخليا باحترام آداب وأخلاقيات الممارسة الإعلامية ، لكن الواقع يؤكد أن الممارسة الميدانية تكاد تسري في الاتجاه المعاكس لهذه النصوص والتشريعات والمبادئ التنظيمية.

فهل سيأتي حين من الدهر ليعاد نفخ الروح في هذه الهياكل، وإرجاع المؤسسات الإعلامية إلى سابق أوارها الريادية، وإكساب الممارسة الإعلامية أخلاقياتها التقليدية؟.

3- الجهود النظرية في الحقل الإعلامي والأخلاقيات المهنية:

ارتبط الاهتمام بأخلاقيات المهنة الإعلامية بالتجاوزات الكبيرة التي طالت معايير ومبادئ ممارسة الصحفيين لمهنتهم وبالتالي من الطبيعي أن تتزامن التواريخ الكبرى والمحورية المؤسسة للفكر التنظيري الأخلاقي في مجال الممارسة الإعلامية مع تواريخ الحروب والأزمات الكبرى السياسية، الاقتصادية والاجتماعية التي تتورط فيها الصحافة من قريب أو من بعيد بشكل مباشر أو غير مباشر.

النظرية السلطوية: لقد اختلفت الرؤية لأسس و مبادئ ومعايير الممارسة الإعلامية حسب الأيديولوجية السائدة عبر مختلف المراحل الانتقالية لسيرورة العملية الإعلامية، فإذا كان لا مجال للحديث عن أخلاقيات الصحافة والإعلام في ظل النظم الاستبدادية والدكتاتورية التي تحكم أنظمتها الإعلامية النظرية السلطوية والتي يبسط من خلالها الحاكم سلطانه ونفوذه على وسائل الإعلام ويجندها كأدوات للإخضاع والإكراه الأيديولوجي، وإخضاع ذكي للجماهير عبر التلاعب بعقولهم وإضعاف قواهم النفسية و الروحية عبر تجسيد حضوره الكلي وتعظيم أنه وتضخيمها وتمجيد تصورات وأهوائه التسلطية وتحويلها إلى دستور حياة وفقا للمنطق الفرعوني القائل: " ما أريكم إلا ما أرى " مُصادرا كل فكرة أو رأي أو كلمة قد تفضي إلى انكشاف أو بناء الحقيقة.

النظرية الاشتراكية: جاءت هذه النظرية لتهديب النظرية السلطوية للإعلام والتي أبقت على سيطرة السلطة المركزية على الإعلام وتوجيهه أو بالأحرى هذه النظرية وسعت من دائرة المنتفعين بالحصانة الإعلامية، ليشمل الحزب الحاكم من رئيسته إلى مناضليه ومجنديه الأيديولوجيين، فتمحورت الأخلاقيات في هذا السياق في اتجاه تأييد الأطروحات الشمولية والترويج لأفكار الحزب، وفي بعض الأحيان أهواء بعض قادته، فيما يعتبر أي تفكير خارج هذا الإطار تكفير، في إطار المصادرة الموضوعية لحقوق الأغلبية في

الكلام بحرية باسم الملكية الجماعية للوسائل الإعلامية. وهو الطرح الذي لا تزال تتبناه كثير من الدول ذات الأنظمة الشمولية .

النظرية الليبرالية: وجاءت النظرية الليبرالية للإعلام لتزعم تحرير وسائل الإعلام من قبضة السلطات السياسية والحكومات وعرض الملكية الفردية لوسائل الإعلام كبديل للملكية الجماعية، التي كانت أقرب منها إلى الخيال من الواقع واعتبرت هذه النظرية الحرية الإعلامية والحريات العمومية جوهر هذا التحول من حكم الأقلية إلى حكم الأغلبية الموصوف بالديمقراطية. والجوهر أو الجسر الذهبي للانتقال إلى ممارسة إعلامية حقيقية، تقوم على مبادئ ومعايير أخلاقية ومهنية كما تتخذ أخلاقيات المهنة مرتكزا أساسيا في بناء مؤسسات إعلامية قوية وملزمة قادرة على الالتزام ببناء الحقيقة الاجتماعية الضامنة للرفق والرفاه الفردي والجماعي، والتي أيضا من شأنها تعزيز دور ومكانة الإعلام والرفق بالمؤسسات الإعلامية والإعلاء من قيمتها ورفعها، ورفع أسهم مراسيمها الرمزية في بورصة المحترمية والمصادقية الإعلامية , لكن سرعان ما انهارت هذه المبادئ التي تقترب من المثالية، ويرى النقاد خاصة رواد مدرسة فرانكفورت الذين رأوا بأن مبادئ النظرية الليبرالية للإعلام طرحها غير واقعي ومبادئها غير قابلة للتشابه مع واقع الممارسة الميدانية، ولكن جاءت لتكريس استمرارية الهيمنة جراء ظهور الاحتكارات الجديدة وتمركز وسائل الإعلام في قبضة أصحاب الرأسمال غير الثقافي. وطغيان الترفيه المعطل للعقل وللأخلاقيات الاجتماعية والإعلامية، علاوة على الاستقطاب والإغراءات الكبيرة للصحفيين سياسيا وماليا من أجل تعطيل الحاسة الأخلاقية للصحفيين وإضفاء الشرعية على بعض الممارسات غير المشروعة وهدم التقليد الإعلامي الذي انبنت عليه أخلاقيات هذه الممارسة، والتي تفصل بشكل جيد بين صحافة الخبر وصحافة الرأي باعتبار " الخبر مقدس والرأي حر".

وكان الكثير من الإعلاميين قد جرفهم تيار استخدام الصحافة كمطية لتحقيق الأغراض الشخصية وجسرا ذهبيا لاختصار المسافات بين واقعهم والأهداف المراد بلوغها، واستغلال الامتيازات المرتبطة بالصحافة استغلالا انتهازيا وشخصيا، كما استهوت الكثير منهم مغامرة جمع وتضخيم الثروة، خاصة في الدول التي تعيش ظروف صعبة أو بائسة، علاوة على كل هذا سعت كثير من المؤسسات الإعلامية إلى تعزيز مكانتها في دوائر صناعة القرارات السياسية والاقتصادية وباتت شريكا استراتيجية بل وحليفا في الكثير من الأحيان، وتعاضمت هذه الأطماع لتصل حدود تشكيل شركات احتكارية عابرة للقارات، أو كما يطلق عليها البعض "الإمبراطوريات الإعلامية"، لا تؤمن بأخلاقيات الإعلام إلا كشعار لمغالطة الإدراك وخداع الوعي الجماهيري. فانقلنا من "الالتزام" كشكل من أشكال الاستجابة الذاتية لنداء الضمير وشرف

المهنة، إلى ما يسميه عزي عبد الرحمن "الإلزام" كشكل من أشكال الفرض القسري على الصحفي من أجل التجاوب والتعاون مع الأطماع الانتهازية لأصحاب المؤسسات الإعلامية والمنتفعين بها. أو شكل من أشكال النفور من الإذعان أو الولاء للحقيقة والاستسلام لهوى الانتفاع الشخصي للصحفيين بالمزايا التي توفرها المهنة الصحفية، وتراكت الجهود الفكرية التنظيرية في المجال الإعلامي بحثا عن البديل الأمثل لجعل الإعلام يخدم المصلحة العامة للجماهير في المقام الأول، فظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام.

نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام: ظهرت هذه النظرية في بداية النصف الثاني من القرن العشرين، وجاءت لتبث مفهوما جديدا للحرية، وهي الحرية المقرونة بالمسؤولية "تبنى الصحفيون في المجتمعات الغربية معيار "الموضوعية" عند تغطية الأخبار والتقارير، وتعني البحث الموضوعي عن الحقائق، بغض النظر عن المشاعر والمعتقدات وكان الاعتراض عن تقديم التقارير الموضوعية مخالفة للحقوق الدستورية"⁽¹⁰⁾.

يضيف مكاي "كما نما الإحساس لدى محرري وناشري الصحف بأن المسؤولية تجاه المجتمع هي نتيجة طبيعية لحرية الصحافة، وأصبح ذلك قوة باعثة لزيادة الاتجاه نحو مراعاة الواجبات المهنية من طرف مندوبي ومحرري الصحف " الذين توصلوا فيما بعد إلى وضع موثيق شرف إعلامية، ويخلص مكاي إلى القول "لقد نمت نظرية المسؤولية الاجتماعية ببطء في إطار تغيرات مجتمعية واسعة النطاق، ومن هذه التغيرات ارتفاع نسبة التعليم، زيادة اهتمام الناس بالقضايا العامة، وزيادة انتقاداتهم لوسائل الإعلام"⁽¹¹⁾.

4- الحقيقة، الموضوعية... في ظل الصناعات الإخبارية بين التحول والانحراف:

يقول جاك روبير "إن الكلمات تسافر كما يسافر الأشخاص". هذا المدلول ينطبق على هذه المفاهيم التي تعرضت في كثير من المراحل التاريخية إلى التغيير بفعل عدة عوامل سياسية واجتماعية وهو ما يطلق عليه اللغويون الغربيون لاركاييزم، لكن أكثرها تأثيرا تكنولوجيا. فالملاحظ أن الجهود العلمية والأكاديمية لم تفلح لحد الساعة في بلورة توصيف حقيقي لحقيقة الممارسة الإعلامية اليوم. ويبدو أنها متواطئة أو متورطة في صناعة هذه التحولات المفاهيمية غير المعلن عنها. فهي موجودة ويدركها المرء بل ويعايشها بكل حواسه لكن لا توجد لها كنية أكاديمية متعارف عليها.

إن ما هو موجود هي كتابات أحيانا إعلامية ترصد لبعض الانطباعات الظرفية والسطحية غير المؤسس لها بالحجة والمنطق والدليل العلمي. أو في بعض الأحيان يمكن وصفه بتعاليق انفعالية بعيدة

عن الفعل أو تحريك الفعل في الاتجاه العكسي لما يوصف بالانهيار الأخلاقي أو بالسقوط الحر للصحافة أوفي أحسن الحالات بانهيار السلطة الرابعة أو موت الإعلام التقليدي...

يعكس المشهد الإعلامي العالمي في عمومها اتجاهها واضحا للتخلي عن التحلي بالأخلاقيات الإعلامية المتعارف عليها في أصول الممارسة الإعلامية التقليدية والتي تتضمنها مختلف القوانين والتشريعات الإعلامية لمختلف دول العالم المتقدم والمتخلف على حد سواء . فالقمع يقابله التمركز والمصادرة عن طريق الإغراءات المالية المختلفة وفي الأخير تلتقي عند الغاية نفسها، أو هي احتواء الظاهرة الإعلامية وجعلها جزء من العملية السياسية المبنية أصلا على الخداع والمراوغة والترغيب والترهيب . فهل ستصبح الموضوعية والأخلاقيات المهنية جزء من التراث التشريعي؟.

لقد تطلب الانتقال إلى عصر الصناعات الإخبارية بالأسس العلمية والفنية والتقنية المتعارف عليها اليوم، وقتا ليس بالقليل. لكن لم تستطع الأخلاقيات المهنية سيما في جوانبها المتعلقة بالحقيقة والمهنية والالتزام بالصدق في نقل الحقائق، والموضوعية في تغطية الوقائع والأحداث الصمود طويلا أمام التطور الهائل والمتسارع لوسائل الإعلام.

فالموضوعية التي لفنتها جامعات ومدارس ومعاهد الصحافة في كل دول العالم لمختلف الأجيال الإعلامية بأنها التجرد من النزعة الذاتية والتقييد بالارتباط بالموضوع، أو عدم الخضوع للأهواء في التعامل مع الأفكار والأشياء أو كما أوردها المعجم اللغوي، بأنها " تعبير أو تعامل مع الحقائق أو الظروف بدون تزييف أو تشويه، بتأثير المشاعر الإنسانية أو التفسير أو الإخلال"⁽¹²⁾، واليوم بحاجة إلى إعادة النظر أو إعادة الصياغة والتأسيس من أجل التعبير الصحيح على واقع الممارسة.

فبالرغم من أن هناك قاعدة إعلامية مشهورة ومتعارف عليها في الأوساط العلمية والإعلامية والأكاديمية وهي " الخبر هو الخبر " news is news . بدون زيادة ولا نقصان، أي بلا حذف ولا إضافة، مهما اختلفت قوالبه التي يقدم من خلالها⁽¹³⁾ ، لكن - يضيف خالد مجد الدين محمد - مع بداية التحول التي كانت في بداية التسعينيات من القرن الماضي وتحديدا خلال حرب الخليج الأولى حدث هذا التحول المفاهيمي والممارساتي للأخبار، لتصبح **الخبر هو الخبر زائد وجهة نظر news is news plus views**⁽¹⁴⁾.

لقد أصبحت وسائل الإعلام في عمومها تتعامل مع الأشياء وفقا للمثل الصيني القائل " لك حقيقتك ولي حقيقتي " . فالتغطيات الإخبارية تتم بمعزل عن الجهود التطويرية والقواعد الأكاديمية والتشريعية المنظمة والمؤطرة للممارسة الإعلامية. بل ويمكن القول أنه يمكن البرهنة على حقيقة صادقة، أنه لا توجد حقيقة صادقة مطلقة ولا تغطية إخبارية في منتهى الموضوعية.

تقول الباحثة الأمريكية باتريشيا هيندز: " حتى عقد الثمانينيات من القرن العشرين كانت القاعدة السائدة أن ما نقوله لك هو الحقيقة الصادقة، أما مع بداية التسعينيات فالأمر اختلف فهناك في كل يوم جديد في تكتيكات وسياسات إدارة الأخبار ، هدفها جميعا أصبح عادة إقناعنا بأن ما ينقل للجمهور هو الحقيقة بعينها"⁽¹⁵⁾.

من جهته جون فيسك في كتابه "الثقافة التلفزيونية" يرصد لهذا التحول والابتعاد عن الأخلاقيات والمبادئ المنظمة للعمل الإعلامي بقوله "إن المسافة بين المادة الإخبارية المقدمة للجماهير والادعاء بأنها نزيهة وموضوعية مسافة طويلة. بالرغم من كون الموضوعية في الأخبار ليست أمرا مرغوبا فقط ، بل ضرورة وظيفية للديموقراطية"⁽¹⁶⁾، ويكون أديب خضور على حق حين رثى الحقيقة بتساؤل مشحون بحسرة كبيرة " كم أنت مظلوم أيها الحق وكم مظلومة أنت أيتها الحقيقة في هذا العالم؟"⁽¹⁷⁾.

4- الصناعات الإعلامية... إنتاج قيم حسب الطلب:

ابتكر رواد مدرسة فرانكفورت النقدية مفهوم الصناعات الثقافية في سبعينيات القرن الماضي للتعبير عن التحولات الكبرى التي تطال الممارسة الإعلامية سيما مع بروز التكتلات الإعلامية الكبرى في شكل شركات احتكارية تسعى إلى بلورة أنماط ثقافية تجارية استهلاكية بطابع ترفيهي ودعم الثقافة المهيمنة ذات التوجه البراغماتي. مع خلق آليات النشر الموسع عالميا وبذل كل الجهود السياسية والفكرية لشرعنة هذا التوجه باسم إسقاط النخبوية على الفعل الثقافي ودمقرطة ممارسته. فليس من الغريب أن تتجه وسائل الإعلام إلى إعادة تشكيل شبكتها البرمجية وشحن مضامينها بأعداد هائلة من الرسائل وبكل ما من شأنه أن يعطل الحس الأخلاقي ويزيد من عمر الاسترخاء العقلي، وفقا لما يتناسب مع قيم السوق مع إغفال جانب كبير من السوق باسم الطلب. الشيء الذي أغرق العقل والممارسة الأخلاقية في ركاب من الترفيه والتتفيه .

ليس غريبا في إعلام اليوم أن يصدق الكاذب ويكذب الصادق، وليس غريبا أن يؤتمن الخائن ويخون الأمين. يقول أديب خضور: " الموضوعية التي كانت فضيلة تصبح اليوم خيانة، والتحيز الذي كان مكروها يصبح ذروة الوطنية" مضيفا أن "المؤسسات الإعلامية، هي أجهزة معنية أساسا بتحقيق مشاريع من يمتلكها ومنهمكة في نشر وترويج أفكاره وقيمه وخدمة مصالحه، وفي ضوء هذا المؤشر المعياري ترفع الوسائل الإعلامية الشعارات التي تناسبها، وتستخدم القيم التي تلائمها، وتطبق الأساليب التي تخدمها"⁽¹⁸⁾.

5- الإعلام من نقل الحقائق إلى صناعة الحقائق:

تحول الإعلام ليساير التحولات الحاصلة في المجتمعات المتحولة وتلك المتأثرة بالتحولات الجارية ليصبح صناعة حقيقية وأصبحت المعلومة سلعة تخضع لمبدأ السوق الحر الذي يتحكم فيه العرض والطلب. أو كما يقول جون ألترمان: "إن الطلب هو الذي بات يحدد حركة المعلومة وليس العرض" (19). بمعنى أن وسائل الإعلام لا تقوم بالتغطيات الإعلامية بموضوعية أي بحسب الأهمية والأولوية، ولكن وفقا لأجندة ارتباطات المؤسسات الإعلامية ومصالح ملاكها. وهو المنطق الذي تعامل به الإعلام الغربي مع شعوب الدول النامية والمتخلفة، وهو منطق الإقصاء والإلغاء والمصادرة والمطاردة والاجتياح والإخضاع والهيمنة. وتلعب وسائل الإعلام دورا بارزا في تشكيل احتياجات الجماهير وتوجيه أذواقهم تجاه ما يطلبونه من معلومات أو مضامين.

يقول فليب سيب "إن ما يصنعه الإعلام هو ألفة اصطناعية لا غير، صورة دون عمق وغضب دون علاج" (20). وإن التسطيح البارز في الممارسة الإعلامية بات يشمئز منه حتى ذوي المستوى البسيط وذوي المعارف السطحية. فالرأي العام ليس بليدا، ومبررات التسطيح تفقد معناها لكن القصد منها هي الإطالة من عمر المخادعة للإدراك وجني أكبر قدر من الأرباح وبأقل التكاليف. وتوسيع دوائر النفوذ والسلطة وتحسين المواقع في الداخل والخارج وتجسيد الأطماع التوسعية خارج حدود الدولة القطرية عبر اكتساح الجغرافيا القارية. وبالتالي تصبح القرية العالمية بالمفهوم الماكلوهاني المجرد وهم بالنسبة للجماهير لكن الحقيقة بالنسبة لأرباب المؤسسات الإعلامية ذات الانتشار الأخطبوطي التي باتت تتعت بالإمبراطوريات الإعلامية العابرة للقارات. وهذا الطرح يؤكد جورج باكر إذ يقول: "القرية العالمية ليست ذلك المجتمع الطوباوي الذي وعد به دعاة العولمة، وإنما هي مكان ضيق حافل بالشكوك والشائعات والسخط وأنصاف الحقائق" (21).

يضيف سيب في موقع آخر أن "بعض وسائل الإعلام فاقمت من الأمر حين تقمصت دور البطل عوضا عن دور الملاحظ" (22)، والأكثر من كل هذا أن تتورط وسائل الإعلام فيما يسميه نصرالدين العياضي "صناعة الأزمات" متسائلا: هل كان لصناع الأزمات الوهمية أو الحقيقية والمتاجرون بخوف الناس وهلعهم أن ينجحوا لولا مشاركة وسائل الإعلام الفعالة في ذلك؟. يعتبر الباحث في إجابته عن هذا السؤال أن "انتشار الهلع في العالم ساهمت فيه العديد من وسائل الإعلام العالمية عن وعي أو غير وعي.. وجرت معها وسائل الإعلام المختلفة في العديد من دول العالم.

ولا يحمل العياضي وسائل الإعلام وحدها هذا التردّي في الأداء، بل وينتقد الباحثين في الحقل الأكاديمي الذين ينساقون وراء الأحداث والظواهر المصطنعة أو الطبيعية وينعتونها بالأزمة ويتبارون في

تحديد دور وسائل الإعلام في إدارتها⁽²³⁾ تفكك البنية القيمية الإعلامية... بداية النهاية للأخلاقيات الإعلامية؟.

لا يمكن طبعاً الحديث عن الأخلاقيات الإعلامية بمعزل عن الأخلاقيات الاجتماعية أو بمعزل عن الجو الثقافي والقيمي العام. فالحديث عن مبادئ الأمانة والصدق والدقة ومعايير الموضوعية والحياد والنزاهة في الحقل الإعلامي يستوجب منا لفهم حقيقة الرداءة الإعلامية المستشرية في الخارطة الإعلامية، استنتاج واقع هذه المعايير والمبادئ في الخارطة الجيوسياسية والبيئة الاجتماعية والثقافية. وبالتالي هنا لا بد من طرح سؤال أساسي مفاده، هل يمكن للإعلام أن يؤثر في المجتمع دون أن يتأثر بمتغيرات البيئة الثقافية والحضارية؟.

إن استنتاج تاريخ الوقائع الإعلامية عبر الزمن ينفي أن تتطور الصحافة في محيط معاد للحرية. وعليه نخلص إلى القول أنه "لا يمكن للأخلاقيات المهنية أن تتجسد في واقع الممارسة الإعلامية في محيط متعفن محاط بالفساد والرداءة"

فالملاحظ أن النقد الموجه "للحقيقة المعاشة" في واقعنا الإعلامي الراهن، أو كما يسميها عزي عبد الرحمن "الزمن الإعلامي" لا يقتصر على البحوث والدراسات العربية أو الإسلامية. بل طالت أيضا البحوث والدراسات الغربية ذات التوجه العلماني والإلحادي رغم استبعادها النموذج "كانط" للأخلاق باعتباره مثاليا.

ويعد كتاب "نقد مجتمع المعلومات" ضمن هذه المحاولات الكثيرة، إذ يعتبر جون بول لافرونس أن "مجتمع المعلومات" كمفهوم في حد ذاته عرف "ميلادا قسريا" مفروضا بقدر ما كان مرفوضا. وهو ناجم عن التحولات المفاهيمية العميقة التي يعرفها المجتمع. وتوجهه نحو الانشطار الاجتماعي والانحدار الأخلاقي السحيق. إذ انقسم المجتمع إلى ما يسميه "بيار ليفي" تكنو فيلز technophiles أو المنتفعين بالتكنولوجيا وتكنوفوبيز technophobes أو غير المنتفعين بالتكنولوجيا⁽²⁴⁾ - إن صحت هذه الترجمة - وما انجر عن هذا الانقسام من تداعيات خطيرة على المجتمعات.

فالاتصال المفعم بالإنسانية في أشكاله وأبعاده وأهدافه، حرفته التكنولوجيا عن مقاصده وأصبحنا نبتعد يوما بعد يوم عن تحقيق الهدف الأسمى للاتصال. "فاتساع الهوة بين "الأغنياء بالمعلومات info riches" والفقراء للمعلومات info pauvres" بسبب غياب التوزيع العادل للتجهيزات، والحوجز اللغوية والثقافية، وصعوبة فرض معايير مشتركة أو موحدة للتعليم، ونقص تبادل الخبرات والمصالح بين الأفراد والمجتمعات⁽²⁵⁾.

كلها عوامل تفرغ الاتصال من جوهره الإنساني، ونتجت عنها عدة تناقضات أكثرها جلاء وخطورة " أن جيل الأنترنتيين internautes انقسم بدوره إلى طرفين: "طرف "يستقبل النور" أي ينتفع بالمعلومات والمعارف والأفكار. وطرف آخر على الهامش "باق في الظلام" (26).

من جانبه يرجع عزي عبد الرحمن ما نعيشه اليوم من فوضى إعلامية إلى "تفكك البنيات القيمية" بفعل التحولات التي يولدها الإعلام على البنيات الثقافية الكامنة غير الشعورية" أو الرواسب" على حد تعبيره. "والتي -حسبه- يرتد صداها في الفعل الثقافي على مستوى الفرد أو الكتل الاجتماعية في المنطقة العربية" (27)، مضيفا أن " تفكك العلاقة القيمية مع الأرض بالمنطقة العربية بفعل البيئة التكنولوجية التي بدأت تسطع على أجزاء من المنطقة. مزيجة بقايا الزمن الاجتماعي لصالح الزمن الفردي المعفى من المسؤوليات الاجتماعية والقيمية والبيئة الرمزية التي أوجدتها وسائل الإعلام في شكل إحساس بانهايار الجغرافيا وفقدان الصلة بالحيز المكاني" (28).

6- التشريعات الإعلامية والأخلاقيات المهنية (الغربية، العربية، الجزائرية):

سعت معظم دول العالم إن لم نقل جميعها إلى سن قوانين وتشريعات إعلامية لضبط المشهد الإعلامي وتحديد المعالم الكبرى لسياساتها الإعلامية والاتصالية. طبعا بتكييف هذه التشريعات مع سياساتها العامة، سياسيا واقتصاديا واجتماعيا وثقافيا.

يقول عبد الله خليل في سياق كلامه عن الخط بين الأخلاق والقانون " إن الأخلاق هي الجانب المعنوي لفكرة النظام العام، وهذا المفهوم الغامض والضبابي وغير المحدد في التشريعات العربية عامة... يستعمل لتقييد مضمون الرسالة الإعلامية دون بيان تعريف محدد لقواعد الأخلاق التي تنتوي تجريمها". ويسوق لنا خليل تعريفا للأخلاق يبرر الطبيعة النسبية للمعايير الخلقية المعتمدة بين الدول والمجتمعات بل وأحيانا بين أفراد المجتمع الواحد إذ يقول: " إن الأخلاق مجموعة المبادئ والنماذج السلوكية التي يتفق السواد الأعظم من الناس في مجتمع معين على اعتبارها المثل الأعلى لما يجب أن يكون عليه سلوك الأفراد، والتي يسهر في تحقيقها ما يستقر في أذهانهم من مفاهيم الخير والشر والحق والباطل والتي تمثل النموذج الذي يجب الاحتذاء به... والأخلاق بهذا تكون نسبية فهي تختلف من مجتمع إلى آخر، كما تختلف داخل المجتمع الواحد من فترة زمنية إلى فترة زمنية أخرى" (29).

7- التشريعات الإعلامية الغربية والأخلاقيات المهنية:

ينظر للتشريعات الإعلامية للأخلاقيات المهنية في الدول الغربية بنوع من التشكيك ويعتبرها البعض "قيود جديدة على الحريات الإعلامية". يقول جون كلود برتراند في كتابه وسائل الإعلام

وأخلاقيات المهنة" إن وجود قوانين أخلاقيات المهنة يشكل ضغطا معنويا على الصحفي والمؤسسة الإعلامية". ولا يرى برتراند مانعا في وصف بعض القوانين "بمجرد مناديل من ورق" (30).

ويذهب كرستيان كليفوردي إلى اعتبار "الرقابة واحدة من أقبح الكلمات في كل اللغات، فرغم أن الحرية يجب ألا تكون مطلقة، فإن الرقابة ينبغي أن تكون موجودة في المجتمعات الحديثة أيضا" (31).

أما قاموس وسائل الإعلام (الفرنسي) فيشترط في تشريعات أخلاقيات الإعلام - كقواعد للسلوك المهني للصحفيين تحتم عليهم احترامها وفرض الاحترام لها- كي تؤدي دورها الريادي. "ألا تتحول هذه القواعد إلى وسيلة للدفاع عن منافع فئوية أو احتكارية، فالأخلاقيات الإعلامية للمهنة ستسمح بتجنب أعمال الإجراءات التشريعية التي يعتبرها البعض معيقة للحرية الإعلامية" (32).

وعليه وبناء على هذا التوصيف الفرنسي فالعيب ليس في القواعد والنصوص المنظمة للسلوك المهني للإعلام ولكن في تأويلاتها وإعمالها.

وتعود جذور التفكير في مناهضة الفكر السلطوي وفرض منطق النقد كشكل من أشكال الاحتجاج الفكري السلمي والبناء للحقيقة الاجتماعية، إلى بداية الأربعينيات من القرن السابع عشر، أين أقدم جون ميلتون على الجهر بالمطالبة بإلغاء الرقابة والسماح للمجتمع الحر بالظهور مصرا على أن "الحقيقة يمكن أن تنتصر إذا أتيح للناس المعلومات الكافية وفرصة الحكم" (33).

وتطور هذا الاتجاه الفكري ليصبح إيديولوجية قائمة انتشرت في أوروبا وبشكل أكبر في الولايات المتحدة الأمريكية. تجسد هذا في الدستور الأمريكي الذي يمنع كل أشكال الرقابة على حرية التعبير والصحافة. ويكون اتخاذ أي قرار بشأن حرية الصحافة من حق المحكمة الدستورية العليا، التي يرى مكايوي أنها "حافظت على هذه الحقوق ما عدا في بعض الأوقات الاستثنائية" (34). وفي سنة 1926 تم وضع "قانون الآداب" في الولايات المتحدة الأمريكية، أحدث بعض التعديلات لأخلاقيات المهنة الصحفية. وقد تضمن: قواعد التسيير الموضوعية، الدقة، الآداب...

أما في بريطانيا فقد وضعت النقابة الوطنية للصحافيين سنة 1938 قانونا تضمن مجموعة من القواعد المهنية التي يجب على الصحف تبنيها والعمل على احترامها. وكانت السويد السبقة إلى إقرار نصوص تشريعية للحفاظ على شرف المهنة الصحفية منذ 1916.

وفي فرنسا التي تعود بدايات التشريع الإعلامي لأخلاقيات الإعلام إلى 1881 وهو تاريخ صدور أول قانون للصحافة. يجرم القذف والسب والشتم والتهجم على الحياة الخاصة للأشخاص وكذا الإساءة إليهم بدوافع عرقية أو دينية. وتعرض هذا القانون للعديد من التعديلات عبر تكييفه مع مختلف المستجدات

والتطورات السياسية والاجتماعية والتكنولوجية التي عرفتها فرنسا، وقد استمد المشرع الفرنسي منه العديد من النصوص واعتمدها في قانون 1986/09/30 الذي أقر "حرية الاتصال السمعي البصري" (35). ويذهب ييف أيغنس Yves agnes إلى أن الاهتمام بأخلاقيات الإعلام شكلت محور اهتمام في فرنسا منذ 1898، أين بدأت المهنة تنتظم من خلال تأسيس اللجنة العامة لجمعيات الصحافة الفرنسية أمام "الخروقات الخطيرة والمتكررة لأخلاقيات الإعلام وتورط العديد من الصحفيين في الفساد"، وقد تم اقتراح تحويل هذه اللجنة إلى "محكمة شرفية" لكن الفكرة رفضت. وفي سنة 1918 نجح مؤسسوا النقابة الوطنية للصحفيين في تحرير أول "ميثاق الواجبات المهنية". تم إدخال بعض التعديلات عليها سنة 1938، وشكلت فيما بعد قاعدة تشريعية لميثاق الحقوق والواجبات للنقابات الأوروبية للصحفيين المعتمدة في ميونيخ 1971 (36).

وقد أعيد بعث النقاش حول أخلاقيات الإعلام في مطلع تسعينيات القرن الماضي في فرنسا بعد تراكم الخروقات لقواعد السلوك المهني. خاصة بعد الاختفاء القسري لكبريات الصحف الفرنسية في مطلع سبعينيات نفس القرن وقيل آنذاك: "أن الظاهرة ترتبط بارتفاع النفقات والتكاليف الكبيرة لصناعة الصحف، غير أن جون شوبل رئيس جمعية المحررين الفرنسيين، قال حينها "لهم الحقيقي ليس هنا ولكن في الصحافة التجارية والماركنتيلية التي انسأقت بفضاعة لخيانة مهمتها" (37).

وقد ضمن مستشار الدولة جاك فيستال في تقريره عن الإعلام الفرنسي سنة 1993 توسيع صلاحيات اللجنة الوطنية للبطاقة المهنية للصحفيين لتشمل أخلاقيات الإعلام (38)، وتزايدت الضغوطات الاجتماعية عبر مختلف النقابات الفاعلة في الحياة الاجتماعية والسياسية لكن انتهاكات المهنة الصحفية بقيت مستمرة إلى يومنا هذا. وقد اعتبر مدير تحرير جريدة لوموند ديبلوماتيك "تأزم المشهد الإعلامي العالمي" مؤشر واضح عن نهاية السلطة الرابعة وتحولها إلى سلطة خامسة بعدما تركت مكانتها لرجال المال والأعمال والجماعات الضاغطة. (إغناسيو رامونيه)

ولا يتسع المقام هنا للتفصيل في مختلف التشريعات الغربية، لكن تجدر الإشارة إلى أن تشريعات معظم الدول الغربية تحتوي على نصوص ومبادئ الممارسة الإعلامية الحقيقية الهادفة إلى نقل الحقيقة بصدق وموضوعية. أما عن موثيق الشرف الصحفي ومجالس الصحافة فقد بادر إليها بعض الصحفيين الغيورين على مهنتهم وكذا التنظيمات المهنية والنقابات العمالية في مختلف قطاعات الإعلام.

أما عن التشريعات الإعلامية الخاصة بالأخلاقيات المهنية بالدول العربية فهي كثيرة ولا تكاد تخلو دولة منها. غير أنها في معظمها محاولات انفعالية أكثر منها فعلية، تهدف إلى التقليد أكثر مما تسعى إلى التجديد. ولا نجد في هذا السياق أبلغ تعبيرية من توصيف المنظر الإعلامي عزي عبد الرحمان

بأن " تاريخ أخلاقيات الإعلام في المنطقة العربية والإسلامية "هزيل" ولم يكن مستقلا بقدر ما كان يحاكي المصنوعات اللفظية الغربية في الشكل دون المضمون الذي ظل باهتا إن في الدلالة أو في الممارسة"⁽³⁹⁾. ويرجع ذلك إلى ما يسميه الباحث "تفكك البنية القيمية للإعلام العربي"، مؤكداً أن هناك عدة عوامل تاريخية ورواسب ثقافية أسهمت في تأسيس بنية الخوف في الصحافة العربية، وتشمل هذه البنية - حسبه - آلية الاستبداد الذاتي والمراقبة الاجتماعية في غرفة الأخبار وأشكال الخوف في الأداء أو الإلغاء أو الممارسة الإعلامية. وهذا الخوف مهما كان مصدره داخليا أو خارجيا فإنه ينتقل إلى المجتمع ويعطل قدراته على الفعل والإبداع"⁽⁴⁰⁾.

تجدر الإشارة إلى أن قيم وأخلاقيات الإعلام والصحافة ومبادئها تختلف من دولة إلى أخرى، لكنها تتقاطع كلها عند المطالبة بمزيد من الحرية والحرص على التقيد بالأخلاقيات المهنية، كالالتزام بالصدق والأمانة والنزاهة والموضوعية في التغطيات الإخبارية وتشارك كلها عدم الالتزام والتقيد بهذه المبادئ والنصوص في الممارسة الميدانية.

8- أخلاقيات الممارسة الصحفية في التشريعات الإعلامية الجزائرية:

بالرغم من أن المشرع الجزائري أولى اهتماما - على الأقل من الناحية النظرية - لأخلاقيات المهنة الصحفية، إلا أن غياب آليات تفعيل ومتابعة النصوص التشريعية الخاصة بها. تكاد تفرغها من محتوياتها، بل بات ينظر إليها كديكور تشريعي، أو نصوص رديئة تهدف إلى ضبط ضمائر الصحفيين مع السياسة الإعلامية للدولة المقدسة لنظام الحكم ورموزه والمؤسسات المجسدة لسياساته.

يمكن ارجاع بدايات الاهتمام بالتشريع في مجال أخلاقيات المهنة الصحفية في الجزائر إلى بدايات الاستقلال وبالضبط سنة 1968، أين صدر القانون الأساسي للصحفيين المهنيين، بالرغم من أن السياق العام الذي ظهر فيها يفرغه من محتواه، فالأحادية الحزبية والانغلاق السياسي وانحصار الرفاه الاجتماعي والاقتصادي واقتضاره على بعض الفئات جعلت من حرية الصحافة و الإعلام شعار لتكريس الولاء للنضال الحزبي و الأيديولوجي وفقا للتصور الأحادي المفروض وهذا ما تتضمنه المادة (05) التي تنص بصراحة في بندها الاول: "يجب على الصحفي المهني، كما هو موصوف في هذا القانون الأساسي أن يمارس وظيفته ضمن توجيهه نضالي". لتستكمل باقي البنود في نفس المادة (05) أخلاقيات العمل الصحفي وهي كالآتي:

- أن يتمتع الصحفي عن تقديم الأخبار الكاذبة أو غير الثابتة أو إشاعتها أو السماح بإشاعتها.
- أن يلتزم بالسر المهني ماعدا قضايا الأسرار العسكرية الماسة بأمن الدولة الداخلي و الخارجي.

- أن يمتنع عن استعمال الامتيازات المرتبطة بوظيفته لأغراض شخصية.
 - أن يمتنع عن أي عرض (إشهار) قد يشيد بمزايا منتج أو مؤسسة يستفيد ماديا من بيعها أو إنجاحها بصورة مباشرة أو غير مباشرة.
 - أن يعمل بدون انقطاع على تحسين تكوينه السياسي و إكمال ثقافته ومعلوماته التقنية والمهنية.
- وعلى العموم جاء هذا القانون الخاص بالصحفي بجملة من الحقوق والواجبات للصحفيين، اعتبرت آنذاك جد مشجعة على أداء إعلامي متميز.
- قال عنه البروفيسور ابراهيم ابراهيمي: " أن هذا القانون كان مبادرة رائعة لكنها كانت في إطار الضيق للحزب الواحد " (الأحداث 14 ماي 2005)
- ولم يخرج قانون الإعلام 1982 عن هذا الإطار، واختبار الأخلاقيات المهنية التي لا يمكن اختبارها إلا في محيط تتعجر فيه الحريات.
- وقد جاء قانون الاعلام 1990 ليفك الارتباط بأيدولوجية الحزب الواحد و يؤسس لمرحلة انتقالية قوامها التعددية السياسية و الإعلامية، وفعلا شهدت الجزائر انفجارا في الحريات وتحول فيما بعد إلى فوضى لا تزال تجلياتها في واقعنا الإعلامي إلى اليوم ، بفعل استمرار مفعول الكبت لمرحلة طويلة امتدت على مدار 130 سنة من الإستعمار و40 سنة من الاستقلال.
- فغياب الضوابط القانونية من جهة، وعدم قابلية المجتمع للتحول الثقافي السريع القائم على قبول الآخر الفكري، بالاستناد إلى منطق الحوار عجل دخول الجزائر في دوامة من العنف والصراع السياسي الذي بدأت تتعافى منه الجزائر تدريجيا.
- وقد تضمن قانون الاعلام 1990 إشارة ضمنية في عدد من مواده إلى ضرورة الالتزام باحترام أخلاقيات المهنة على غرار المواد (3،2،13.....) وتنص المادة 40 منه بصراحة "يتعين على الصحفي المحترف أن يحترم بكل صرامة أخلاق و آداب المهنة أثناء ممارسة مهنته، ويجب عليه أن يقوم خصوصا بما يأتي:
- احترام حقوق المواطنين الدستورية وحرياتهم الفردية.
 - الحرص على تقديم اعلام كامل و موضوعي.
 - تصحيح أي خبر تبين أنه غير صحيح.
 - التحلي بالنزاهة و الموضوعية والصدق في التعليق على الوقائع والأحداث.
 - الامتناع عن التنويه المباشر وغير المباشر بالعرقية وعدم التسامح والعنف.
 - الامتناع عن الانتحال والافتراء والقذف والشائعات.
 - الامتناع عن استغلال السمعة المرتبطة بالمهنة في أغراض شخصية أو مادية.

- يحق للصحفي أن يرفض أية تعليمة تحريرية آتية من مصدر آخر غير مسؤولي التحرير. بل والأكثر من هذا إذ ينقل لنا براهيم براهيم في كتابه " الحق في الاعلام " أنه كانت هناك مساعي لتأسيس وتشكيل لجنة أخلاقيات الصحافة في سنة 1993، لكن المشروع لم يتحقق بسبب الإجراءات المتخذة ضد الصحفيين من طرف الوزير الأول آنذاك بلعيد عبد السلام(1992-1993). الشيء الذي أغرق الممارسة الإعلامية في عدد من التجاوزات والممارسات غير الأخلاقية لا تزال تجلياتها قائمة إلى يومنا هذا.

غير أن أصحاب الضمائر من الصحفيين والأكاديميين والحقوقيين واصلوا جهودهم للوصول إلى بلورة آلية عملية تكون لها السلطة المعنوية على الصحفيين والمؤسسات الإعلامية بغرض إنقاذ شرف المهنة. وقد تمكنوا في ماي 2000 من انتخاب مجلس أعلى لأخلاقيات المهنة بمبادرة من النقابة الوطنية للصحفيين الجزائريين. غير أن هذه الجهود وهذه الهيئة الأولى من نوعها في تاريخ الإعلام الجزائري لم يكتب لها أن تستمر في عملها بفعل عدة عوائق مادية ومعنوية، وغياب إرادة سياسية في تحريك الفعل الإعلامي في اتجاه البناء الذاتي كقوة لبناء المجتمع. حيث أن غياب التمويل العمومي لهذه الهيئة وعدم التزام المؤسسات الإعلامية بدفع الاشتراكات وعدم الاستجابة والتعاون مع قرارات المجلس الذي يفتقد إلى مقر عجل بموته المبكر بفعل تحوله إلى جسد بدون روح.

بناء على هذا نخلص إلى أن تفكك البنية القيمية والأخلاقية للوسائل الإعلامية فعلا يشكل خطرا على مستقبل الممارسة الإعلامية . لكن الأخطر من كل هذا أن تستقيل الدولة بمؤسساتها من محاربة الرداءة الإعلامية وتتحول من مسألة دولة إلى هم أشخاص.

فهل ستنهي جهود وزارة الاتصال الحالية حالة الفوضى الإعلامية، من خلال تفعيل قانون الإعلام الجديد 2012. والإفراج عن القوانين الخاصة بالإشهار والسعي البصري وكذا سلطة ضبط الصحافة المكتوبة، أم ستكون جهود لإعادة إنتاج مشهد قديم بأدوات جديدة؟

الهوامش:

- 1- بسام عبد الرحمان المشاقبة: أخلاقيات العمل الإعلامي، الأردن، دار أسامة، 2012. ص 61.
- 2- الإسراء الآية 70.
- 3- عزي عبد الرحمان: حفريات في الفكر الإعلامي، تونس، الدار المتوسطة، 2011. ص 40.
- 4- بسام عبد الرحمان المشاقبة: مرجع سبق ذكره، ص 62.
- 5- Francis balle : dictionnaire des medias, France ,larousse,1998, p72
- 6- محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، ط 1 ، مج 1 ،مصر، دار الشروق، 2003. ص 139 .

- 7- الجمعة، الآية 26.
- 8- الحجرات، الآية 49.
- 9- عزي عبد الرحمان: مرجع سبق ذكره. ص 61.
- 10- حسن عماد مكاوي: أخلاقيات العمل الإعلامي، ط4، مصر، الدار المصرية اللبنانية، 2006. ص 68
- 11- نفس المرجع. ص 69.
- 12- خالد مجد الدين محمد: صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، ط1، القاهرة، دار الامين، 2005، ص 242
- 13- نفس المرجع. ص 239.
- 14- نفس المرجع ص 239.
- 15: نفس المرجع، ص 241.
- 16- نفس المرجع، ص 243.
- 17- أديب خضور: أزمة إعلام أم أزمة نظام، ط 2، دمشق، المكتبة الإعلامية، 2008. ص 201.
- 18- نفس المرجع: ص 197..
- 19- فيليب سيب: تأثير الجزيرة، كيف يعيد الإعلام العالمي الجديد تشكيل السياسة الدولية، ترجمة عزالدين عبد المولى. ط 1، لبنان، قطر. الدار العربية للعلوم ناشرون. مركز الجزيرة للدراسات، 2011. ص 14.
- 20- نفس المرجع، نفس الصفحة.
- 21- نفس المرجع، نفس الصفحة.
- 22- نفس المرجع، ص 212.
- 23- نصرالدين العياضي: "زلة اللسان أو زلة الفكر" جريدة الخبر، 2012/12/03، عدد 6913
- 24- Jean Paul lafranc :crique de la societe de l'information .France, ed c.n.r.s 2009 ;p9
- 25- ibid,pp.28,29
- 26- ibid,p46
- 27- عزي عبد الرحمان: الإعلام وتفكك البنية القيمية في المنطقة العربية، ص 6.
- 28- نفس المرجع، ص 11.
- 29- عبد الله خليل: القيود التشريعية على إصدار الصحف في التشريعات العربية، ص 58
- 30- أمال عميرات: "الطرق الواجب إتباعها لإحترام أخلاقيات المهنة الصحفية" مجلة فكر ومجتمع، عدد 149. أبريل 2009، ص 147، 149.
- 31- حسن عماد مكاوي: مرجع سبق ذكره، ص 106.

32-Francis balle...et autres :dictionnaire des medias, France ,larousse,1998, p72.

33-حسن عماد مكاوي: مرجع سبق ذكره ،ص107.

34-نفس المرجع،ص109.

35- Francis. balle... et autres:lexique d'information communication , France, Dalloz , 2006, p170.

36-Yves agnes :manuel de journalisme. France ,media-plus,2008. p414.

37-Philippe boegner : cette presse malade d'elle-même .France ,plon, 1973, P36.

38- yeves agnes :op-cit, p417 :

39- عزي عبد الرحمان: حفريات في الفكر الإعلامي القيمي. ص61.

40-عزي عبد الرحمان: الإعلام وتفكك البنية القيمية في المنطقة العربية.ص107.