المجلة الدولية للإتصال الإجتماعي
جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم
ISSN: 2437 – 1181
EISSN: 2710-8139

المجلد 7 / العـدد5: (2020)، ص ص- 85، 100

نشر الصور الصادمة في وسائل الإعلام الرقمية بين القيمة الإخبارية وأخلاقيات المهنة الصحفية

جدلية حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية

Posting shocking photos in digital media between news value & journalistic ethics
The dialectic of freedom of expression & social responsibility

وفاء بورحلي [1] *، عبد الرزاق غزال [2]

[1] جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، bourahli.wafa@univ-alger3.dz

[2] جامعة محمد بوضياف بالمسيلة (الجزائر)، abderrazzek.ghezal@univ-msila.dz

تاريخ الاستلام: 2020/6/12 تاريخ القبول: 2020/.10./07 تاريخ النشر: 2020/10/.29

ملخص:

تحظى الصورة بأهمية كبيرة في وسائل الإعلام لما لها من أثر كبير في إيصال الرسالة الخبرية والتأثير على المتلقين، وتعاظمت هذه الأهمية بدخول الملتيميديا والوسائط المتعددة في بناء المضامين الصحفية المنشورة في وسائل الإعلام الالكترونية. تسعى هذه الورقة البحثية إلى تحليل جدلية نشر الصور الصادمة والفظيعة في البيئة الرقمية بين ضرورة استخدامها والاعتماد عليها كعنصر مكمل للخبر الصحفي كونها ذات قيمة إخبارية مضافة إليه تدعم مصداقيته، تكرس حرية التعبير وتجسد السبق الصحفي غالبا خصوصا في ظل السرعة واللامكانية التي أفرزتها الانترنت وتكنولوجيات الإعلام الحديثة؛ وبين المسؤولية الاجتماعية للصحفي باعتبار ذلك انحرافا عن أخلاقيات المهنة الصحفية، أخلاقيات نشر الصور بما يشكل انتهاكا لخصوصيات الأفراد كما قد يؤثر فيهم سلبيا؛ وخلصت إلى ضرورة مراعاة المحددات الحقوقية والقانونية، والتوازن أثناء التعامل مع هذا النوع من الصور.

كلمات مفتاحية: صور صادمة.، إعلام رقمي.، حرية تعبير.، مسؤولية اجتماعية.، أخلاقيات المهنة.

Abstract:

This research paper seeks to analyze the dialectic of publishing shocking photos in the digital environment & electronic media between the necessity of using as an integral part of the news story & news value that supports its credibility, consecrates freedom of expression and often embodies the scoop & between the social responsibility of the journalist based on not violating the privacy and personal freedoms of individuals & the avoid damaging them. It concluded that the legal determinants & rights, also the rationality must be taken into consideration while dealing with this type of photos.

Keywords: Digital media; Ethics; Expression freedom; Shocking photos; Social responsibility.

* المؤلف المرسل

1. مقدمة:

مع تسارع تطور المواقع الإخبارية الإلكترونية وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي التي أفرزت ما اصطلح عليه بـ "صحافة المواطن" وكرست التفاعلية التشاركية، وموازاة لما أحدثته ثورة الصورة الاتصالية، واجه الإعلام –خاصة الرقمي والإلكتروني منه الكثير من الإشكاليات، الجدل وحتى الإخفاقات في صناعة الإعلام وتحديد مبادئ الممارسة الصحفية بما يتناسب وأخلاقيات هذه المهنة وقواعدها، كما وجد الإعلام نفسه بين المطرقة والسندان أمام فتح المجال على مصراعيه لحرية التعبير دون أي قيود مهما كانت من جهة، وضرورة وضع حدود لهذه الحرية تحت نطاق الأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية من جهة أخرى.

لقد أضحى الإعلام يواجه مشكلا آخر خاصة في ظل انفلات وسائله الإلكترونية من الرقابة –كخاصية مهمة تميز الإعلام الرقمي– و انهيار حراس البوابات، وفي ظل اللاجماهيرية واللامكانية والمساحات المفتوحة التي كفلها الإعلام الإلكتروني أصبحت السيطرة على المضامين الموجهة للمتلقين صعبة إن لم تكن مستحيلة.

في نفس السياق، تعد الملتيميديا أبرز إضافات وخصائص الإعلام الرقمي إلى إعلام الوسائل التقليدية، والمقصود بالملتميديا عناصر الصوت والصورة باختلاف أنواعها الثابتة والمتحركة إضافة إلى الفيديو، لذلك تزايدت أهمية الصورة وقوتها في صناعة الرسالة الإعلامية كونها قيمة إخبارية لا غنى عنها، إلا أنها باتت تطرح العديد من الإشكاليات هي الأخرى فيما يتعلق بالتلاعب بالصور قبل نشرها بفضل التكنولوجيات الحديثة، التزييف، المبالغة، وكذلك قضية نشر الصور الصادمة التي تعرف انتشارا واسعا وتطرح جدل أوسع حول صحة نشرها أخلاقيا وقانونيا وتأثيراتها.

تختلف الرؤى والتوجهات في قضية نشر الصور الصادمة عبر وسائل الإعلام الإلكترونية بين مؤيد ومعارض، وبين من يعتبرها قيمة إخبارية وجزءا من حرية التعبير، ومن يعتبرها خرقا لأخلاقيات المهنة الصحفية وقواعدها المتعارف عليها، ولكل تيار منها حججه وتبريراته.

الإشكالية

تعنى الصحافة والإعلام بمختلف وسائلهما المكتوبة، السمعية البصرية والإلكترونية بوظائف الإخبار ونقل الوقائع والأحداث إلى جانب التنوير والإقناع وتوجيه الجمهور نحو قضايا معينة مستخدمة في ذلك الكلمة والصوت والصورة ومرتكزة على مبدئها الأساسي المتمثل في حرية الرأي والتعبير ولا شك من أن وسائل الإعلام الإلكترونية تجسد النموذج الأفضل لحرية التعبير لما لها من ميزات وخصائص الانفلات من الرقابة والعالمية والجماهيرية، إلا أنه لا يمكن بأي شكل من الأشكال التحدث عن أدوار الإعلام بوسائله المختلفة في العصر الحديث دون تحديد لمسؤوليته الاجتماعية والثقافية اتجاه الفرد والمجتمع.

في سياق آخر، تعد الصورة الصحفية أحد أهم مكونات المضامين الإعلامية لما تحمله من قيمة إخبارية في طياتها، فلا يختلف اثنان أن "الصورة خير من ألف كلمة"، فهي الأخرى لم تكن بمعزل عن التطورات التكنولوجية إذ تعاظم دورها وأهميتها عبر وسائل الإعلام الرقمية كونها تشكل محتوى أساسيا لها، وبالربط بين وسائل الإعلام الإلكترونية والصورة نجد أن هذه الأخيرة

أصبحت تسيل الكثير من الحبر حول طرق وآليات وحتى أهداف توظيفها وأخلاقيات نشرها خاصة فيما يتعلق بالصور الصادمة أو الفظيعة على وجه التحديد، وهي تلك الصور التي تكون في عمومها مأساوية ودموية تعبر عن نتاج الحروب والحوادث وجرائم القتل والاغتيالات وغيرها.

إن استخدام وسائل الإعلام الإلكتروني لمثل هذه الصور ونشرها بغرض السبق الصحفي يشوبه الكثير من الغموض ويطرح الكثير من الأسئلة في مجالات عديدة سواء ما تعلق بأخلاقيات المهنة الصحفية والمسؤولية الاجتماعية المترتبة عن ذلك، أو بما تعلق بالقضايا الحقوقية والإنسانية والقانونية وحتى بالتأثيرات النفسية والسلبية... وهو ما دفعنا إلى طرح التساؤل الآتي:

"هل يعتبر نشر الصور الصادمة في وسائل الإعلام الإلكترونية قيمة إخبارية تجسد شكلا من أشكال حرية التعبير أو تجاوزا لمسؤولية الصحفي الاجتماعية وخرقا لأخلاقيات المهنة الصحفية؟

- **التساؤلات الفرعية:**

- كيف تستخدم الصورة الصحفية في وسائل الإعلام الرقمية؟
- ما مدى أهمية وقوة الصورة الصحفية في إيصال الرسالة الإعلامية عبر وسائل الإعلام الرقمية؟
- فيم تتمثل محددات وتأثيرات نشر الصور الصادمة في وسائل الإعلام الرقمية؟
- كيف ينبغي التعامل مع الصور الصادمة والموازنة بين تأثيراتها السلبية والقيمة الإخبارية التي تتضمنها؟

- **أهمية البحث:**

تنطلق أهمية بحثنا من مدى أهمية ودور الصورة الصحفية عموما والصورة الصحفية في وسائل الإعلام الإلكترونية في صناعة الإعلام والتأثير على المتلقين لذلك اهتمت العديد من الدراسات بمجال أخلاقيات نشرها، وتشكل الصورة الصادمة في الصحافة أحد أهم أنواع الصور إلا أن الدراسات في هذا الموضوع على وجه الخصوص تعرف شحا نوعا ما رغم ما أحدثته ثورة الصورة الاتصالية في عصرنا الحالي، مما دفعنا إلى معالجة هذه الممارسة التي باتت في غاية الأهمية عبر هذه الورقة البحثية.

- **أهداف البحث:**

- يهدف البحث إلى تسليط الضوء على كيفية استخدام الصورة الصحفية الصادمة في وسائل الإعلام الرقمية.
- يسعى البحث إلى وضع الآليات الأنسب التي ينبغي على الصحفيين ممارستها واتباعها في التعامل مع الصور الصادمة.
- تهدف هذه الورقة البحثية أيضا إلى الكشف عن أخلاقيات نشر الصورة الصادمة في وسائل الإعلام الرقمية وربطها بثنائية المسؤولية الاجتماعية وحرية التعبير بما يحقق الوظائف النبيلة لمهن الإعلام والصالح العام على حد سواء.

- **مفاهيم البحث**

- **الصور الصادمة:** يقصد بالصور الصادمة، تلك الصور البشعة أو الفظيعة، التي تعبر عن واقع أو أحداث مأساوية ومحزنة وسيئة المظهر والقبول، في شكل صور جثث الحروب والقتل والاغتيالات للشخصيات العامة أو العادية، بالإضافة إلى المرض والتعذيب والاعتداء على حرمة الجسد الإنساني بالضرب أو الجرح وتصوير ضحايا الجرائم والحوادث وغيرها... والتي يتم نشرها عبر وسائل الإعلام المختلفة عموما وعرفت انتشارا أوسع في الإعلام الرقمي الإلكتروني.
- **وسائل الإعلام الرقمية (الالكترونية):** الإعلام الإلكتروني هو ممارسة الصحافة على الخط مباشرة أي يتم نشره على شبكة الانترنت؛ وهو نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الالكتروني الانترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى.. تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافا إليها مهارات وآليات تقنية المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة (**غازي، 2016، ص 104**).

والإعلام الرقمي بشكل عام يتمثل في كل أشكال النشر والإعلام التي استحدثتها تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة وأدخلت عليها تقنياتها المختلفة خاصة فيما تعلق بالملتيميديا والتحديث والسرعة واللامكانية واللاجماهيرية، سواء كانت مضامينها على الخط أو خارجه، امتدادا لنسخة أو وسيلة إعلامية أخرى، أو خالصة.

وتعتبر الصحافة الإلكترونية من أبرز وسائل الإعلام الرقمي الإلكتروني إلا أنها ليست وسيلته الوحيدة، فصنف ضمنها أيضا المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية المختلفة كالراديو والتلفزيون ووكالات الأنباء والمواقع الإخبارية، كما يمكن أن نضيف لها بتحفظ بعض منصات الإعلام الجديد كالمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي.

- **القيمة الإخبارية:** تعني القيمة من الناحية الموضوعية مجموعة المكونات الجوهرية التي تتشكل منها الأخبار وتتميز بتميزها وتغيب بغياب أبرزها، ويجد فيها حراس البوابات والجمهور أنها مثيرة للاهتمام، وتستحق التفضيل والإبراز في وسائل الإعلام في زمان ومكان معينين (**عكاك، 2012، ص 117**).

والقيمة ثلاثة مستويات، فهي بالنسبة للقائم بالاتصال تعني المقياس أو المعيار الذي يستدل به على الأخبار، وللخبر عي الخصائص أو المكونات التي تتوفر فيه وتؤهله للانتقاء والظهور في وسائل الإعلام، والجمهور يجد في القيمة الإطار الإدراكي الذي يساعده على تفسير وفهم الأخبار (**التميمي، 2008، ص 66**).

وهي أيضا خصائص، صفات، عناصر، مقاييس، أسس، مبادئ، مواصفات، معايير، مفاهيم أو سمات تحدد موقع الخبر في المؤسسة الإعلامية ومكانته في نشرات الأخبار، أو على أنها مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي (**عكاك، 2012، ص 118**).

- **أخلاقيات المهنة الصحفية:** مجموعة المعايير والقيم المرتبطة بمهن الصحافة والتي يلتزم بها الصحفيون في عملية استسقاء الأنباء ونشرها والتعليق عليها، وفي طرحهم لآرائهم وفي قياسهم بوظائف الصحافة المختلفة ولقد كان وضع دليل يتضمن هذه المعايير والأخلاقيات أو ميثاق شرف ضرورة يفرضها تطور الصحافة الحديثة (**حجاب، 2004، ص 329**).

2. الصورة الصحفية في وسائل الإعلام الرقمية

1.2 استخدام الصورة في صحافة الانترنت:

هناك استخدامات متعددة للصورة في صحافة الانترنيت سواء كانت هذه الصورة ثابتة أو فيديو، ويمكن إجمالها في الآتي: (**كباشي، 2016**)

- مصاحبة الأخبار والموضوعات الصحفية: كما هو الأمر في كثير من المواقع الإخبارية، فنجد بداية كل موضوع صورة ثابتة أو مقطع فيديو، ويجب أن تمثل الصورة إضافة معتبرة للنص، كما يجب أن تستغل مساحة التعليق عليها لإبراز معلومة أو عنصر مهم في الموضوع، ويجب أن يكون الموضوع مشتملا على المعلومات المطلوبة مثل توضيح الأشخاص والحدث إلى جانب التاريخ والمكان.
- القصة المصورة: ويشمل ذلك اختيار عدد من الصور عن موضوع معين ثم وضعها بشكل متسلسل لتكون قصة صحفية، وهنا يجب كتابة عنوان للموضوع ثم مقدمة مختصرة عنه، ويمكن أن يتم التعليق على كل صورة أو ترك الصورة تحكي عن نفسها. ويجب أن يراعى التناغم بين العنوان والمقدمة والصور والتعليق على الصور التي هي أساس القصة الخبرية.
- ألبوم الصور: وهو مجموعة من الصور عن موضوع ما، ويحمل عنوانا معينا، ويتم في التعليق على كل صورة، وقد تنشر الصور دون تعليق.

2.2 قوة وأهمية الصورة في إيصال الرسالة الإعلامية عبر وسائل الإعلام الرقمية

من سمات عصرنا الراهن أنه «عصر الصورة»، مما يعني هيمنة الصورة وسيادتها لتكون إحدى أهم أدوات عالمنا المعرفية والثقافية والاقتصادية والإعلامية، والصورة ليست أمراً مستجداً في التاريخ الإنساني، وإنما تحولت من الهامش إلى المركز، ومن الحضور الجزئي إلى موقع الهيمنة والسيادة على غيرها من العناصر والأدوات الثقافية والإعلامية.

أ. البصر أهم وأكثر حواس الإنسان استخداماً في اكتساب المعلومات.

ب. قوة الصورة تنطلق من مفهوم التصديق والتكذيب، لأن الرؤية البصرية هي أساس التصديق، ولذلك يقال: ليس راءٍ كمن سمع.

ج. الصورة تخاطب كل البشر، المتعلم والأمي، الصغير والكبير، وتكسر حاجز اللغات، لذلك فهي الأوسع انتشاراً.

د. تختلف الصورة عن الكلمة المنطوقة أو المكتوبة لأنها ترتبط بشيء ملموس ومحسوس ومحدد، والكلمة مرتبطة بشيء تجريدي، غير ملموس، ويتصف بالتعميم.

هـ. تختلف الصورة عن الكلمة المكتوبة في سهولة التلقي، لأن القراءة تتطلب التأمل وإشغال الذهن، أما الصورة فلا تحتاج جهداً ذهنياً كبيراً لتلقيها.

و. الصورة تختلف عن النص المكتوب، الذي يتطلب تفكيك العلاقات القائمة بين الكلمات، بجهد وتركيز وبطء، بينما الصورة تعطي الرسالة دفعة واحدة (**الشميمري، د ت**).

لقد أدركت العديد من الدول والحكومات وحتى الشركات والأفراد تأثير الصورة وقوتها في إيصال الرسالة الإعلامية بأسرع وقت.

إن تأثير الصور اليوم يزداد مع التقدم التقني المصاحب لأشكال العرض والبث عبر منصات الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي، فحاسة البصر من أهم حواس الإنسان لاكتساب العلوم والمعارف المختلفة وللتفاعل مع محيطه الاجتماعي، وكما قيل: «ليس راءٍ كمن سمع»، فالمقصود أن الرؤية البصرية هي التي تصدق وتجزم بحدوث الشيء من عدمه. كما أن رواج وانتشار الصورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي نابع من سبب مهم وجوهري وهو أن الصورة مادة تتحدث عن نفسها في الغالب ولا تحتاج لمزيد وقت وجهد من المشاهد كما هو حال المواد الإعلامية المكتوبة. كما أن طرق عرضها في الوقت الحديث أصبحت مشوقة وجذابة وتحوي قوالب متعددة يمكن وضعها فيها. كما أن تأثير الصورة في عالم «السوشال ميديا» اليوم أصبح يعادل القوة العسكرية، فهي بمثابة القوة الناعمة لأي دولة تنشد التأثير والحضور الفاعل في المجتمع الدولي. فتأثيرها اليوم يمتد ليشمل التأثير على عقل الفرد ومشاعره من خلال خاصية الإبهار وتوجيه سلوكه نحو منتج أو شركة معينة. إن صناعة المحتوى الإعلامي للصورة مهم فلا نجاح من دون وجود مضمون يخاطب المشاهد ويحاكي اهتمامه، ومع انتشار الكم المتنوع من الصور في منصات الإعلام الجديد نجد هناك مضامين واضحة وعميقة في مغزاها وأخرى سطحية بلا معنى ولا مضمون (**الهزاني، 2017**).

هذا ينبئ عن أن الصورة باتت قوة إقناعية ناشطة، تعززت بدرجة أكبر بارتباطها بالصوت لتشكل وجبة معلوماتية مكتملة العناصر. فالتقنية الحديثة لم تجعل الصورة منتشرة في كل مكان فحسب، بل حولت مفاهيمها أيضا، فقد بات بوسع أي

شخص يعيش في ظل الثورة الاتصالية أن يغنم دفعات متصلة من الصور ذات الأشكال الفنية والثقافية والتعبيرية المعقدة. مما لا شك فيه أننا نعيش عصر الصورة والصوت، عصر الإعلام السمعي–البصري القادر على الاختراق الثقافي والاجتماعي، وإزاحة الثقافة الإنسانية لتحل مكانها ثقافة الصورة، تلك التي تعد آلية من آليات ثقافة العولمة الساعية إلى إعادة صياغة العالم وتشكيله على أساس تجانسي (**فتوح، 2011، ص 09**).

لم تعد الصورة لحظة زمنية جامدة، ولا حالة ثقافية محايدة، فالصورة تصنع حقيقة مضادة أحيانا، بما يحيل إلى خطر آخر يمكن تفسيره على هذا النحو: أن اجتياح الصورة عطل غريزة البحث عنها، وحضورها الكثيف واللحظي أصبغ عليها مشروعية واقعية، إذ لم يعد هناك رغبة التحرر منها، فقد تدجنت الحاسة البصرية بفعل تمكيث الصورة، في سياق عملية تعليب الوعي عبر حزمة املاءات غير مباشرة تفرضها الأجواء النفسية للصورة، فهي تصنع مناخا قهريا لصنع القرارات وتشكيل العواطف وصوغ الأفكار، وتحقق ذلك تحت وطأة إدمانها، دون إحساس منا بالعدوان أو الانتهاك لحقنا في الاعتقاد الحر، فالانبهار الفائض للصورة يخدعنا فنقابله بالسماح بتسلله إلى المخبئ في لاوعينا لجهة إحداث تعديل في منظومتنا الفكرية ليخرج وعينا على هيئة الصورة الافتراضية بل والوهمية للواقع (**فتوح، 2011، ص 13**).

3.2 أخلاقيات الصورة الصحفية

ظهر مفهوم أخلاقيات الصحافة في السويد في عام 1916 ثم في فرنسا عام 1918، ثم اعتبر هذا المفهوم من أهم الأسس التي تقوم عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية، وهو مجموعة المعايير الفنية المرتبطة بمهنة الصحافة والتي يلتزم بها الصحفيون في عملية استقصاء الأنباء ونشرها والتعليق عليها والتقاط الصور وفي طرحهم لآرائهم. ومع الساعات الأولى من مصرع الأميرة ديانا في 31 أوت 1997، برزت قضية القواعد الأخلاقية والقانونية لإعادة الانضباط إلى الصورة الصحفية وعمل المصور الصحفي، حيث ناقش مصورو الصحف الرصينة في اجتماع الجمعية الملكية لتصوير الحادث، واعتبروه فرصة جيدة لإظهار ما يعتنقونه من أخلاقيات في مجال التصوير، مثل الموضوعية والتغطية المتوازنة وأعلنوا أن ما حدث من مصوري صحف النفايات حسب التعبير الانجليزي (Rubbish) من مطاردات فضولية وغير منضبطة لموكب الأميرة كان سببا رئيسا في الحادث المأساوي، ومن ثم يجب العودة إلى حدود المهنية الصارمة وإقامة الحواجز بينهم وبين مصوري صحف الإثارة، تلك الحواجز التي كانت قد تلاشت خلال السنوات الأخيرة لرغبة الجمهور في التعرف على أخبار المشاهير، وكان في مقدمة القضايا المثارة: (**بكر، 2012، ص.ص 143–145**)

- قضية مصداقية الصورة وحمايتها من الحجب أو التلاعب في تفاصيلها أو استعمالها في غير الغرض الذي التقطت من أجله أو إساءة توظيفها بإقحامها في غير سياقها أو وضعها مع عناوين أو نصوص لا توجد رابطة حقيقية بينها وبين مضمون الصورة.

- قضية احترام الخصوصية والحدود التي يجب أن يتوقف كل من المصور الصحفي والقائم بعملية الاتصال المصور عندها، بما لا يجوز معه هتك ستر، أو نشر فحش أو انتهاك حرمة الأماكن التي حددها القانون، والتلصص على أصحابها واستراق الصور لهم في غفلتهم ودون إذن منهم وكذلك الموازنة بين حق الشخصيات العامة في الخصوصية وحق الرأي العام في متابعتهم، والحفاظ على حقوق الذين لا يريدون أن يكونوا مجالا للتصوير.
- قضية احترام القوانين والمواثيق الدولية فيما يتعلق بشأن تصوير الأسرى واحترام التقاليد العسكرية العريقة، التي تلتزم باحترام جثمان الموتى من الخصوم واحترام حقوق السجناء.
- قضية احترام الضعف الانساني لضحايا الحوادث والكوارث والجرائم والتعامل معهم باهتمام وتعاطف خاص، وتجنب التطفل على لحظات الحزن والأسى الخاصة بهم وعدم تصويرهم إلا في أضيق الحدود، التي تقتضيها الضرورة، وفي هذه الحالة يكون هلى تصوير حالة الضعف، لا على شخوص الضعفاء.
- قضية الامتناع عن تصوير المشاهد التمثيلية أو المفبركة، وإدخال الغش والتدليس بتقديمها للمتلقي على كونها حقيقة أو حدثا أو قصة خبرية.

من جهة أخرى، أدت المعالجة الرقمية للصورة الصحفية من خلال الكمبيوتر إلى زيادة قدرة المصور على تغيير خصائص الصورة ومحتواها لتحقيق أهداف المؤسسات الصحفية، وهي قضية وضعت غبارا كثيفا على قضية مصداقية الصورة الصحفية –التي كانت تمثل إحدى مزاياها– **(حامد، 2012، ص 08)**.

3. نشر الصور الصادمة بين ثلاثية: السبق الصحفي، حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية

1.3 جدل نشر الصور الصادمة بين التأييد والمعارضة:

تلجأ الكثير من وسائل الإعلام الإلكترونية إلى نشر صور صادمة، فظيعة ومأساوية غالبا مرتبطة بالأحداث التي تتطرق إليها إذ تنشر صور جثث الحوادث المختلفة، صور جثث ضحايا الحروب و حالاتهم المزرية، صور الاغتيالات سواء فيما تعلق بالشخصيات العامة أو العادية، صور العمليات الإرهابية وغيرها من الصور الفظيعة باعتبارها قيمة إخبارية وإضافة للخبر كون الصورة خير من ألف كلمة.

كان نشر مثل هذه الصور –خاصة في الغرب– يعد من المحظورات الصحفية التي تنأى عنها وسائل الإعلام المختلفة، مهما علت القيمة الخبرية للصورة. لكن يبدو أن هذا المحظور في طريقه إلى الزوال أو زال بالفعل، خاصة في ظل الضغوط والوفرة التي تتيحها المخترعات الحديثة المتمثلة في كاميرات الهواتف النقالة وجودة الصور الملتقطة بها وسرعة نشرها وتداولها عبر الهواتف نفسها أو من خلال شبكة الإنترنت. فقبل عقد من الآن كانت المعايير في مختلف أنحاء العالم لا تتسامح مع نشر هذا النوع من الصور، كما تقول "كيلي ماكبرايد" الخبيرة في مجال أخلاقيات المهنة بمعهد بوينتر للتدريب الصحفي في ولاية فلوريدا، بيد أن

العديد من وسائل الإعلام في الوقت الراهن تبحث عن الإجابة عن سؤال: كيف تنشر الصور البشعة ذات القيمة الخبرية؟ أكثر من بحثها عن السبب الذي يجعلها تحجم عن نشرها (**كباشي، 2016**).

أما أستاذ الصحافة السياسية بجامعة سيتي في لندن "آيفور غابر" فيرجع سبب كسر هذا المحظور إلى إدراك محرري الأخبار أن الصور البشعة متاحة في كل مكان. ويشاطره الرؤية نفسها أستاذ الاتصال بجامعة ويستمنستر في لندن "ستيفن باريت"، إذ يقول إن تلك الصور ستنشر لا محالة.

في هذا السياق انبثق عن هذا الجدل عديد التيارات التي ينظر كل منها إلى قضية نشر الصور الصادمة بزاوية مختلفة، وتمثل أبرزها فيما يلي:

1.1.3 التيار المؤيد:

يؤيد أنصار هذا التيار نشر الصور الصادمة بغض النظر عن محتواها وبشاعة المنظر على اعتبار أن الصورة متاحة في زمن الانترنيت وبالفعل يستطيع القارئ أن يصل إليها إن لم يكن من مصدر واحد فهناك مصادر عديدة توفرها، بالإضافة إلى أن الانترنيت وسرعة وكثافة انتشار الأخبار أدى إلى ازدياد التسامح مع مثل تلك المشاهد البشعة، لذا إن لم ينشرها صحفي سينشرها آخر وستصل في جميع الأحوال إلى يد القارئ.

ومن أنصار هذا التيار أستاذ الاتصال بجامعة ويستمنستر في لندن "ستيفن باريت"، الذي يرى أن تلك الصور ستنشر لا محالة، خاصة الصور الخاصة بحدث مثل مقتل أحد الشخصيات العامة مثل القذافي الذي شكل لحظة فارقة في التاريخ، فهناك من يتسارع لنشر تلك الصور والحصول على السبق الصحفي دوما.

وهناك بعض النماذج تظهر أن لنشر الصور الصادمة جانب إيجابي، كونها تجسد حرية الرأي والتعبير والديمقراطية وتحقيق المصلحة العامة، إذ يمكننا إعطاء مثال على ذلك بالنماذج التالية:

في مصر، لعبت صورة نشرها نشطاء لجثمان الشاب القتيل "خالد سعيد" دورا في إعادة النظر في التكييف القانوني والقيد والوصف لقضيته، ففي البداية تم التعامل مع الواقعة على أنها حادثة انتحار، واستمعت النيابة إلى أقوال القتلة بوصفهم شهودا. وبعد نشر الصورة وبها أثار العنف الوحشي، صدر قرار النائب العام بإعادة استخراج جثة الشاب وإعادة تشريحها. وكانت لصورة أخرى نشرتها رويترز لفتاة مصرية تحت جنود من الشرطة التابعة لوحدات الجيش المصري وتعامل بطريقة وحشية – كان لها– وقع الصدمة على الرأي العام المصري فخرجت مظاهرات النساء في مصر لتدين هذا الفعل وهو ما أدى بقيادة المجلس العسكري لتقديم الاعتذار والتحقيق في الواقعة (**بكر، 2012، ص 140**).

من جهة أخرى، فإن لنشر الصور الصادمة في كثير من الأحيان جانب إيجابي كونه يكشف عن ممارسات خاطئة وغير إنسانية خاصة فيما تعلق بالبلدان النامية، المحتلة أو تلك ذات الأنظمة الديكتاتورية، ويؤدي إلى تحريك الرأي العام بهدف تغيير

تلك الممارسات والحفاظ على حقوق الإنسان وكرامته في بؤر الصراع ومحاسبة المتورطين فيها، ومن ثم فإن نشرها مطلوب من أجل كشف الحقائق واستمالة تأييد الجمهور وضغطه على الجماعات.

2.1.3 التيار المعارض:

يرفض هذا التيار نشر الصور الصادمة بشكل قاطع ويعتبرها من المحظورات الصحفية بغض النظر عن القيمة الخبرية للصورة فلا يسمح للقراء أن يتعرضوا إلى مثل تلك المشاهد المؤذية، لكن هذا التيار يتعرض لحروب ضارية خاصة في ظل الضغوط والوفرة التي أتاحتها المخترعات الحديثة وسرعة نشرها وتداولها.

يقول "صفوت العالم"، أستاذ الإعلام بكلية الإعلام جامعة القاهرة، أنه على الصعيد المهني لا يجوز التسبب في الفزع للقارئ أو المشاهد، مضيفًا "يمكن أن أدلل على بشاعة جريمة أو مذبحة من خلال الأرقام والصور التعبيرية". ويوضح أنه "في الصحافة هناك اعتبارات كثيرة تحكم المهنية، منها أن الجسد الإنساني له حرمة عند الله، وبالتالي لا يجوز انتهاكه من قبل الصحافة لأية اعتبارات، حتى اعتبارات نقل الحقيقة".

ومثلا يقوم الإرهابيون عادة بالجرائم وأعمال القتل والتخريب وحجز الرهائن الأبرياء وتتهافت وسائل الإعلام خاصة الإلكترونية منها لما يميزها بالسرعة واللامكانية في تغطية تلك الأحداث ونشر الصور المتعلقة بها رغم فظاعتها وبشاعتها، ورغم ما يفرضه العمل الإعلامي من "ضرورة التعاطي مع الأحداث الإرهابية بروح المسؤولية والمصداقية والموضوعية ودراية تامة بالخلفيات والأبعاد" **(قيراط، 2011، ص 119)**، ونجد مثلا وسائل الإعلام الغربية رغم تحفظها على قضية وطرق النشر الصادمة إلا أنها لا تتردد في نشر الأعمال التي تنسبها إلى المسلمين وافتعال ظاهرة "الاسلاموفوبيا" عبر نشر صور التقتيل والتعذيب وغيرها ما جعل المواطن العربي المسلم يقترن بالجريمة والعنف، وولدت الحقد والكراهية والبغض اتجاهه فقط عبر الصور التي تنسبها إليه وتشكل منها صورة نمطية عنه للمجتمعات الأخرى، في حين تتكتم وتنأى عن نشر مثل هذه الصور إذا تبين لها أن الفاعل فيها غير المسلم.. وهذا ما يمكن أن نسميه بـ "ازدواجية المعايير" في نشر الصور الصادمة و الابتعاد عن متغير أساسي في العمل الإعلامي ألا وهو "الموضوعية"، ويمكن أن نفسره بمثال آخر، حيث لا نرى عبر وسائل الإعلام الالكترونية صور الواقع المرير الذي يتعرض له الفلسطينيون من طرف الاحتلال، كما نلاحظ تغييب الوسائل العربية منها تلك المشاهد أيضا لتبعيتها للوسائل الغربية.

من هنا، ومن نقطة ازدواجية المعايير بالضبط نخلص لوجود دافع آخر لمعارضة نشر الصور الصادمة، كونه مؤد إلى الكراهية والحقد وتشكيل صور نمطية خاطئة وخطيرة من جهة، وكون طريقة ومعايير النشر عموما غير عادلة ومنصفة لكل القضايا من جهة أخرى.

وعلى الصعيد النفسي، تقول "عفاف حامد"، أستاذة الطب النفسي، أن نشر صور الجثث يقلل حساسية المشاهدين لرؤية المناظر السيئة فـ "بعد فترة الناس تتعود ولا تتأثر بحوادث القتل" **(هشام، 2014)**.

3.1.3 التيار المتوازن:

ذهب هذا التيار إلى الموازنة بين التيارين السابقين، بحيث أيد نشر الصور الصادمة لما لها من قيمة خبرية وما تضفيه من مصداقية على الخبر وفي نفس الوقت دون التسبب في إيذاء مشاعر الآخرين أو انتهاك حرمة الضحايا حتى لو كانوا من الشخصيات العامة (**السيد، 2017، ص 10**).

ويمكن أن ننطلق في هذه الرؤية من نقطة "ازدواجية المعايير" التي تطرقنا إليها أعلاه ولكن بشكل آخر أكثر إيجابية و منفعة للصالح العام ولكل الفئات مهما كانت، ونعني بذلك أن نضع معيارين فيما يخص نشر الصور الصادمة يحتكم كلاهما إلى "المسؤولية الاجتماعية" التي تقتضيها مهنة الإعلام عموما والمسؤولية الاجتماعية الواقعة على كاهل الصحفي القائم بالاتصال والمسؤول على نشر هذه الصور بشكل خاص... يتمثل المعيار الأول في ضرورة نشر هذا النوع من الصور بهدف تنوير الرأي العام والكشف عن الحقائق بكل مصداقية، بحياد وموضوعية تامة بعيدا عن الانحياز لأي ايديولوجية أو توجه كان وذلك عبر إرفاقها بالصورة كقيمة إخبارية تدعم قوتها وصدقها وتأثيرها على أن يكون الهدف الأول من هذا النشر هو إحداث تأثير إيجابي في المواقف والسلوكات والدفع بتغيير ذلك الواقع إلى الأفضل والأحسن.

أما المعيار الثاني فيتمثل في ضرورة الابتعاد عن نشر الصور الصادمة ذات الخلفيات المهينة للكرامة الإنسانية وانتهاك الخصوصية، الخلفيات الغير واضحة أو السياسية أو تلك التي يوجه مضمونها من أجل تضليل الرأي العام أو تعبئته وتكريس النزعة الحقدية لديه من أجل مصالح سياسية حتى إن حملت في طياتها قيمة إخبارية، ونذهب ضمن هذا التيار إلى اعتبار أن التخلي عن السبق الصحفي الذي تمنحه القيمة الإخبارية التي تحملها هذه الصور أنبل من نشرها بما ينتج الفوضى والضغينة ويهين كرامة الإنسان وانتهاك حقوقه الطبيعية والتأثير سلبا على سلوكاته وأوضاعه النفسية، وبمقابل ذلك لا ضير من استخدام الصور الصادمة كقيمة إخبارية في سبق صحفي هدفه التأثير إيجابيا أو تسليط الضوء على انتهاكات وجب صدم الرأي العام بها للحصول على رد فعل منه واتخاذ قرار والتصدي لها.

2.3 المحددات الحقوقية لنشر الصور الصادمة وتأثيراتها:

1.2.3 قانونية نشر الصور الصادمة

يقول الخبير في القوانين الإعلامية وحقوق الإنسان "ماجد العاروري" أن نشر الصور منوط بأربعة محددات حقوقية تناولت القوانين والمواثيق الدولية لحقوق الإنسان وهي: حماية الخصوصية، والحق في الصورة، وحرمة الموتى، والقيمة الإخبارية للصورة، وحق الجمهور بالمعرفة، ويضيف: "لا توجد صعوبة بالغة في تحديد إن كانت أية صورة تشكل انتهاكاً للخصوصية أم لا، فمكان التقاط الصورة هو الذي يحدد إن كانت خاصة أو عامة، فالتقاط صورة في مكان عام لا يعتبر انتهاكا للخصوصية، ولكن قد يكون

طريقا عامة تملكها الدولة أو يملكها أفراد، وقد يكون مكانا خاصا يدخله الأفراد دون قيود أو تمييز مثل المحكمة، والمكان العام بالمصادفة هو المكان الخاص الذي يكتسب صفة المكان العام إن تواجد به جمهور من الناس مثل المحال التجارية، بينما التقاط الصورة في مكان خاص مثل المنزل أو من داخل المستشفى أو ثلاجة الموتى يشكل انتهاك للخصوصية، ولا يمكن التقاط صور من داخل هذه الأمكنة، إلا إذا تنازل الشخص أو امتداده المعنوي عن هذه الخصوصية" **(معالي، 2017)**.

- الحق في الخصوصية: من بين أهم ما تعرض له الإعلان العالمي لحقوق الإنسان "الحق في حرمة الحياة الخاصة" في المادة 12 التي تنص على أنه: "لا يعرض أحد لتدخل تعسفي في حياته الخاصة أو أسرته أو مسكنه أو مراسلاته أو لحملات على شرفه وسمعته، ولكل شخص الحق في حماية القانون من مثل هذا التدخل أو تلك الحملات".

- الحق في الصورة، يوضح "العاروري" أن كثيرا من الفقهاء القانونيين يرون أن صورة الإنسان هي محاكاة لجسمه، وصورة الإنسان وجسمه وجهان متلازمان، وبالتالي تأخذ الصورة حكم الجسم من حيث سرية الحياة الخاصة، فهي ترتبط بالإنسان ارتباطاً وثيقاً، ولهذا تتم حماية الصورة من النشر غير المشروع لها، والذي يتم دون رضا صاحبها، وتمت حمايتها في تشريعات العديد من البلدان باعتبارها "ملكية فكرية" لصاحبها لا لمصورها كما يفهم البعض، فلا يجوز أن تنقل صورة شخص من مكان خاص إلا إذا كانت على مسمع ومرأى الحاضرين، باعتبار ذلك موافقة ضمنية على النشر **(معالي، 2017)**.

ويشير إلى المحدد الثالث المتعلق بنشر الصور، وهو حرمة الموتى، قائلا "قوانين النشر في الكثير من بلدان العالم عالجت نشر الصور وحرمة الأموات، وتركت الباب أيضاً مفتوحاً للأخلاقيات لتضع الضوابط اللازمة، أخلاقيات مهنة الصحافة لا تضعها الدوائر الإعلامية وحدها، بل يشاركها المجتمع في ذلك، كون المجتمع هو الفئة التي يستهدفها الصحفيون".

- أثر الوفاة على الحق في الصورة: الأصل أن الإنسان تنتهي شخصيته القانونية بالوفاة، ومن ثم فالحق في الصورة الذي يحمي شخصية صاحبها ينقضي بالوفاة، إلا أن الورثة لهم الحق في الاعتراض على نشر صورة مورثهم الذي وافاه الأجل، وأساس ذلك حق شخصي خاص بهم قوامه المصلحة العاطفية التي تعطيهم هذا المسوغ **(الديحاني، دت، ص 208)**.

- حق الجمهور في المعرفة: أما المعيار الحقوقي الرابع الذي يحدد سبل التعامل مع الصور وهو حق الجمهور في المعرفة، فهذا حق يصعب تقييده حين تكون الوفاة ناتجة عن حدث عام مثل سقوط شهداء في مواجهات، ففي هذه الحالة تتيح العديد من القوانين حق نقل الصورة إن كانت في حدث عام، وكانت تهم الرأي العام، ولا يشكل نقل الصور مساً بالخصوصية، وهذا يبرر انتهاك مبدأ ملكية الصورة، لوجود حق آخر قد يكون حجم المنفعة العامة الناجمة عن استخدامه أكبر من حجم الضرر الناجم الشخصي الناجم عن استخدامه.

2.2.3 الضرر النفسي

بدوره، يؤكد أستاذ علم الاجتماع في جامعة بيرزيت "أباهر السقا" أن نشر صور الضحايا يترك أثرا نفسيا كبيرا على ذويهم، ويولّد عداءً لدى الأفراد، وشعورا بإهانة الكرامة وكرامة المقربين من الضحايا، مشيرا إلى أن أغلب المجتمعات في العالم تمنع تداول الصور، وتعلن وسائل الإعلام عن وجود صور قاسية، إلا أنه في المجتمع الفلسطيني يضرب كل ذلك بعرض الحائط (**معالي، 2017**).

ويؤيده "يسري عبد المحسن"، أستاذ الطب النفسي بجامعة القاهرة، بقوله: "على مستوى الكبار، حدثت عملية تأقلم وتكيف مع فكرة رؤيتهم لمشاهد القتل والضحايا والمذابح، وبالتالي فإحساسهم بالمرارة والحزن والإحباط اتجاه هذه الصور أصبح معدومًا، هذا يمثل نوعًا من انواع التعود".

ويضيف "هذا التعود قد يسبب زيادة في الميول العدوانية عند الناس"، ويؤكد أن هذا الخطر يزيد مع الأطفال "هذه المشاهد تسبب لهم حالة من الفزع ويحضر معها العديد من التساؤلات التي يصعب عليهم أن يفهموها في أعمارهم، ومع الوقت قد تزيد عندهم حب الكراهية والأخذ بالثأر، ويزيد عندهم الميول للعدوانية" (**هشام، 2014**).

3.3 كيفية الموازنة بين القيمة الإخبارية والصور الصادمة:

تختلف القواعد المهنية العامة باختلاف وسائل النشر، ففي حين تضع بعض الصحف والقنوات ومواقع الانترنيت قواعد صارمة تمنع نشر صور القتلى أو الصور التي تحمل سمة العنف، تضع مؤسسات أخرى قواعد للتعامل مع ذلك المحتوى دون أن ترفضه كليا، كما أنه عند مراجعة أدبيات الأكاديميات الصحفية والأعراف التحريرية لكبرى الصحف الغربية نجد في أكثرها إشارة لعدم وجود قانون عام يخص المشاهد المؤذية، بل يجب أن يقرر نشر صورة أو فيديو أم لا في حالة بشكل مستقل. بعض الوسائل الإعلامية تترك الأمر بيد غرفة التحرير، في حين أن بعضها الآخر، مثل أسوشييتد برس يضع القرار النهائي في يد مسؤول المحتوى البصري والخبير في الأعراف الأخلاقية الصحفية ليقررا في شأن النشر بعد التشاور مع الهيئة التحريرية، قبل الوصول لقرار نهائي يمر النقاش حول المحتوى البصري عبر عناوين أساسية، تستخدم بمثابة نقاط تفتيش تتم الموازنة بينها وفق ملابسات كل حالة. تلخص جمعية صحفيي مدريد هذه العناوين كالتالي: الأهمية الخبرية للمحتوى البصري، المصداقية، الخصوصية، وقيمة المادة البصرية كدليل مفيد لفضح انتهاكات حقوق الإنسان (**السويحة، 2015**).

وضع "بلاتسرت" بعض المبادئ التوجيهية لمساعدة الصحفي في التعامل مع صور العنف قبل النشر ومنها: (**السيد، 2017، ص 18**)

- التحقق من إمكانية نقل المعلومات المتعلقة بالصورة كنص مكتوب، بحيث يمكن الاستغناء عن نشر الصورة.
- محاولة نشر الصور التي يتفاعل معها القارئ عاطفيا ولا تسبب له صدمة كبيرة.
- ينبغي على الصحفي ضمان أن مؤسسته الإعلامية توفر له مساحة كافية لتوصيف صورة العنف نصيا والتعليق عليها. وفي حال عدم توفر هذه المساحة ينبغي التخلي عن نشر الصورة.
- أثناء اختيار صور العنف ينبغي على الصحفي أن يبرر اختياره نصيا (لا تكفي كتابة سطر بالعموم تحت الصورة) وإذا كان ممكنا تحذير القارئ من قسوة الصورة.
- إدراك أن كثرة نشر صور العنف يؤدي إلى استهلاك تأثير صدمتها ووظيفتها في مناشدة الآخرين، ووفقا لذلك يجب أن يتأكد من أن نشر الصورة في هذه الحالة ضروري ومفيد.
- إذا كانت الصورة مناسبة أخلاقيا، لا يمتنع الصحفي عن نشر الصورة لأسباب متعلقة بالخشية من معارضة القارئ للنشر.
- فيما يتعلق بصور الاعتداءات الإرهابية ينبغي على الصحفي الموازنة بين المصلحة العامة والواجب، من خلال عدم مساعدة الإرهابيين في سعيهم إلى الحصول على الاهتمام.
- التحقق فيما إذا كان من الممكن التعرف على هوية الضحايا الظاهرة في الصورة، وجعل الوجوه غير واضحة المعالم على الأقل، هذا الأمر ينطبق بشكل خاص على صور الموتى بداعي مراعاة حرمة الموتى ومشاعر أقاربهم.
- ضرورة تنبيه المستخدمين والقراء بوجود صور صادمة عبر حجبها على وسائل الإعلام الإلكترونية وعدم إظهارها إلى المستخدم مباشرة بحيث يتم تنبيهه إلى أنها صور صادمة وعنيفة، وبعد ذلك هو الذي يقرر الموافقة على مشاهدتها أو تجاهلها.

4. خاتمة:

نخلص بناء على ما سبق إلى أن نشر الصور الصادمة واستخدام هذه الصور الفظيعة عودة إلى قيمتها الإخبارية في وسائل الإعلام، خاصة الرقمية منها لما توفره من خصائص حديثة، مازال أمرا جدليا غير محسوم تختلف فيه الآراء بين مؤيد صريح بحجة حرية التعبير المطلقة وأدبيات السبق الصحفي وشرعية السعي خلفه خدمة للمؤسسة ومن جهة وخدمة للجمهور من خلال منحه حقه في الإعلام من جهة أخرى؛ ومعارض صريح بحجة القواعد الأخلاقية والقانونية وحتى الحقوقية التي تتعارض وتتنافى تماما مع

الممارسة المرتبطة بنشر هذا النوع إضافة إلى التأثيرات السلبية النفسية والاجتماعية التي قد تتشكل عند الفرد بسبب التعرض لها، وبين وسطي بينهما لم يحسم الأمر منتهجا التدليل على المسؤولية الاجتماعية حجته الدامغة حيث يضع التقدير الشخصي والضمير المهني ومسؤولية القيم المهنية معياره في تحديد مدى صلاحيتها للنشر من عدمه... وعليه يمكننا التأكيد على أن الصحفي القائم بالاتصال في الوسائل الإعلامية المختلفة، وخاصة الإلكترونية منها لما لها من خصائص سرعة التدفق والعالمية، أصبح بحكم الواجب الأخلاقي واحتراما لقواعد الممارسة النزيهة وضميره المهني، وإضافة إلى المسؤولية الاجتماعية التي تفرضها عليه مهنته النبيلة مجبرا على إحداث التوازن بين القيمة الإخبارية للصورة وما يترتب عن نشرها ومنه تحديد إذا كانت هذه القيمة كافية وصائبة أو النظير من ذلك، والأخذ في الاعتبار أن حرية التعبير والهامش الذي تمنحه وسائل الإعلام في البيئة الرقمية لا يعني بالضرورة نشر كل ما توفر بما يحدث الفوضى والإثارة وانتهاك حريات الآخرين، وأن الامتناع عن نشر بعض من المعلومات عموما والصور الصادمة بشكل خاص ليس بالضرورة حدا من تلك الحرية وإنما شكلا من أشكال المسؤولية الواجب تحملها واحترامها بما يحقق الصالح العام ويحفظ حقوق مختلف الفئات سواء تلك التي تكون موضوع الصورة وترتبط بها أو فئة الجمهور الذي يتعرض لها ويتلقاها، وأخيرا نشير إلى إن حرية المصور الصحفي، والصحفي الناشر تنتهي عندما تبدأ حرية الآخرين.

5. قائمة المراجع:

1 -بكر ياسر، **أخلاقيات الصورة الصحفية**، دار الكتب المصرية، (القاهرة: دار الكتب المصرية، 2012).

2 -التميمي هاشم حسن ، **فلسفة الخبر الصحفي، دراسة لمفهوم القيمة الخبرية في الصحافة العراقية**، دار ورد الأدرنية للنشر والتوزيع (عمان: دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، 2008)

3 -حامد أحمد خليل، **الصورة الصحفية: منظور مهني**، المجلس القومي للصحافة والمطبوعات، (الخرطوم: المجلس القومي للصحافة والمطبوعات، 2012).

4 -حجاب محمد منير، **المعجم الإعلامي**، الفجر للنشر والتوزيع،(القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004).

5 -الديحاني فهد محسن ، **الطبيعة القانونية للحق في الصورة الشخصية وحمايته المدنية في القانون**، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، 28، 56، دت.

6 -السويحة ياسين (2015)، **الإعلام والصورة الفظيعة**، https://bit.ly/37oLutX، (تاريخ الاسترجاع 2018/03/18).

7 -السيد إسراء صالح ، **أخلاقيات نشر صور اغتيالات الشخصيات العامة في الصحف الالكترونية "اغتيال السفير الروسي في أنقرة نموذجا"**، مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، (عمان: مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، 2017).

8 -الشميمري فهد بن عبد الرحمن (دت)، **الصورة وتأثيرها**، https://bit.ly/2MSESLa، (تاريخ الاسترجاع 2018/03/22).

9 -غازي خالد محمد ، **الصحافة الالكترونية العربية: الالتزام و الانفلات في الخطاب و الطرح**، ناشرون، (القاهرة: وكالة الصحافة العربية (ناشرون)، 2016).

10 - فتوح هبة (2011)، **ثقافة الصورة الإعلامية**، https://bit.ly/3e7O5Le، (تاريخ الاسترجاع، 2017/02/06).

11 - قيراط محمد مسعود، **الإرهاب: دراسة في البرامج الوطنية واستراتيجيات مكافحته، مقاربة إعلامية**، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض،2011.

12 - كباشي عثمان (2016)، **الصورة في صحافة الانترنت**، https://bit.ly/37qeMs0 ، 27 مارس 2016، تاريخ الاسترجاع 20 مارس 2018.

13 - معالي زهران (2017)، **لا تقتلوا الضحايا مرتين**، https://bit.ly/3hlf4Fc، (تاريخ الاسترجاع 2018/03/21).

14 - الهزاني ناصر (2017)، **تأثير الصورة في صناعة الإعلام الجديد**، https://bit.ly/2AtmIgg، (تاريخ الاسترجاع 2018/03/19).

15 - هشام هاجر (2014)، **لماذا يعتبر نشر صور القتلى في الصحافة غير أخلاقي؟** http://www.masralarabia.com، (تاريخ الاسترجاع 2018/03/20).