

## الإعلام الدولي وأخلاقيات مهنة الصحافة



إنّ أي مهنة لها أخلاقيات، ولعل من أهم أخلاقيات المهن وأخطرها أخلاقيات مهنة الصحافة.

فبدون التقيد في أخلاقيات مهنة الصحافة، فإنّ الإعلام الدولي سوف يصبح فارغاً من مضمونه، ضاراً بالمجتمعات وبإنسانية.

لقد بينّا ضرورة التقيد بأخلاقيات مهنة الصحافة في الإعلام بكلّ وسائله، وخصوصاً الإعلام الدولي، واخترنا نماذج من دساتير ومواثيق وقواعد تنظيم سلوك الصحفي المهني.

لقد اخترنا من بين هذه الدساتير والمواثيق الموجودة في كلّ دول العالم تقريراً اخترنا على سبيل المثال لأغراض الدراسة والإطلاع والمقارنة. مبادئ أخلاقيات الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية، ومنظمة اليونسكو باعتبارها منظمة عالمية لها دورها في رعاية وتوجيه الإعلام الدولي، واخترنا من وكالات الأنباء وكالة أسوشيتد برس ووكالة يونايتد برس.

ثمّ تعرضنا لأخلاقيات الصحافة في بريطانيا وإلى قواعد أخلاقيات مهنة الصحافة لدى جمعية الصحفيين المحترفين الأميركيين، ومن ثمّ إلى فرنسا وأخلاقيات الصحافة، وإلى الإعلام الياباني وأخلاقيات مهنة الصحافة في اليابان، وأخيراً أخذنا نموذجاً دولياً شاملاً وهو نموذج الاتحاد الدولي للصحفيين، وإعلان أخلاقيات وسلوك الصحفي.

ومن خلال الغوص في تلك الدساتير والمواثيق والقوانين التي تبين قواعد أخلاقيات مهنة الصحافة وسلوك الصحفي وواجباته، نجد أنّ هناك بين جميع الممنماذج التي اخترناها وحتى بين معظم دول العالم قواسم مشتركة يجب أن يلتزم بها الصحفيون، وتلتزم بها الصحف، وبالتالي الإعلام الدولي، والعامليين في مجال الإعلام كافة.

من هذه القواسم المشتركة مسألة المسؤولية والأمانة، حيث أنّ كاتب الخبر مسؤول عن كتابته والتتحري عن مصدره، وعن دقتها والأمانة في نقله إلى الجماهير، وتصحيح الخطأ بسرعة ودقة، وقبول الرد

والاعتذار ونشره، وأن يكتب دون تحيز لدولة أو مبدأ أو انتماء. أي يكون موضوعياً ودقيقاً، مع مراعاة المصلحة العامة بالمحافظة على سرية المعلومات، وعدم افشاءها إلا في حالات استثنائية، وأن يتحرى المصداقية والأمانة في نقل المعلومات والأخبار، ويتحري المصادر، وعدم المبالغة.

وأن يبتعد عن التمييز العنصري على أساس كان، وهذا واجب ثقيل يجب أن يتحمله رجال الإعلام بكلّ مسؤولية وأمانة حتى يكسبوا ثقة الجماهير.

كما يجب على العاملين في الإعلام الابتعاد عن المصالح الشخصية وقبول الهدايا والرشوة على حساب الصالح العام لخدمة أطراف عينة، ويجب تغلب مصلحة الجماهير مع احترام القوانين السائدة.

على أن تقوم الدول بإعطاء حرية التعبير وحرية التعليق، وحرية النقد، وبالتالي حرية الصحافة المسئولة. لا تكون بوقاً مروجاً لسياسة دولة أو فئة حاكمة على حساب الحقيقة التي يجب أن تصل إلى الجماهير، ولا يجوز حجب المعلومات عن الناس.

كما يجب عدم تضليل الجماهير ونقل الأحداث المصورة بحيادية، وعدم التهويل غير اللازم والضوري لتوجيه الرأي العام باتجاه خاطئ لمصالح محددة.

يجب توثيق المصدق والأمانة والاعتراف بمبدأ حقّ الشعب في معرفة الحقيقة.

ويجب أن يتمتع الصحفي بالنزاهة والعدالة واحترام خصوصية الأفراد وكرامتهم وشرفهم.

ومراعاة موضوع تعارض المصالح، بحيث معالجة الأمر دون تحيز وبحيادية تامة، والابتعاد عن الانتهاك والتزوير والتشويه وربط المصالح الشخصية بالإعلانات التجارية.

واحترام حرية الصحافة وتشجيع الحوار مع الناس وتمكينهم من الوصول إليها في كلّ مكان وأي وقت.

وأن يدعم الإعلاميون المعلومات والأخبار التي تنقل إلى الجمهور بالوثائق والصور، ومصادر المعلومات، والإشارة إلى هذه المصادر عند الضرورة. وأن يحکّموا ضميرهم. وأن يحافظوا على السرية المهنية، واحترام العدالة، وعدم القبول بالمهام التي لا تتفق مع كرامة الصحفي كرجل إعلام، بل يقبل تلك المهام التي تتوافق مع كرامته.

ويجب العمل على الاستقلال والتسامح واحترام حقوق الإنسان.

لكن المؤسف أنّ الإعلام الدولي لا يمارس هذه الدساتير والمواثيق والقواعد كما يجب، فقد لاحظنا مثلًا أنّ الإعلام الغربي يخدم مصالح إسرائيل على حساب القضية الفلسطينية.

وانّ الإعلام الغربي بعد أحداث سبتمبر في أمريكا عام 2001 هاجم المسلمين والعرب وألصق بهم تهمة الإرهاب بدون تقصي وتأني.

كما أنّ وسائل إعلام غربية ضلت الجماهير في حرب أمريكا وحلفاءها على أفغانستان والعراق و موقفها الحالي من إيران وسوريا ولبنان.

إلا أنّ هناك إعلاماً غربياً يعمل بمصداقية وأمانة.

فعلى الإعلام الدولي أن يصوب أوضاعه ويعود إلى قواعد أخلاقيات المهنة الصحفية.

يقول اليستر كوك من هيئة الإذاعة البريطانية BBC في حقل أخلاقيات الصحافة: "الموهوب الذي لا يهتم

ويقول هـ إل مينكين: "لا تقبل تذكرة مجانية مدير مسح، ولا هدية مجانية من غرفة التجارة، ولا معروفاً من سياسي".

فالذين لا يعملون في مهنة الصحافة تعتبر هذه المهنة ومبادئ الأخلاق خلطة متنايرة ومتناقصة. وبالنسبة للصحفيين العاملين في صحف الإثارة الشعبية تعتبر مبادئ الأخلاق عموماً غير ذات صلة. أما بالنسبة للصحفيين العاملين في الصحف الرصينة، فتعتبر المبادئ الأخلاقية بمثابة قواعد للسلوك المبدئي، يجب أن يتزموا بها جمياً.

ويقدم ديفيد راندل كبير محرري الأخبار في صحيفة الاندبندنت البريطانية أنّ هناك إرشادات تساعد الصحفيين في أخلاق المهنة، ونرى أزّها ملائمة للإعلام الدولي. ومن هذه الإرشادات:

-1 على الصحفيين خدمة الصحيفة وقراءهم فقط. فالصحفي لا يدين بولائه لحزب سياسي أو مصدر أو مصلحة تجارية أو غير تجارية أو قضية محددة. فمثلاً صحيفة واشنطن بوست تبنت مبدأ يؤكد منع صحفييها من النشاط السياسي والمطاهرات، واكتشفت فيما بعد أنّ عدداً من مراسليها شاركوا في مظاهرة تؤيد الحق بالإجهاض، فمنعتهم من تغطيته أي حدث يتصل بقضايا الإجهاض.

-2 ينبغي على كلّ قصة أن تكون بحثاً صادقاً ونزوهاً عن الحقيقة. حيث يجب على الصحفيين رفض قبول العمل الذي يسعى لتداعيم وجهة نظر معينة ضد البينة والدليل أو كتابة تقارير تستهدف تعزيز نظرية متباينة بشكل مسبق.

-3 ينبغي مقاومة كلّ الدوافع التي تغري بالنشر. كعرض المال والهدايا أو الوعود بالحصول على مزايا أو ترقيات مقابل نشر كتابات تروج لشركات أو أشخاص.

-4 يجب على الصحفيين عدم السماح للدعاية بممارسة تأثير مباشر أو غير مباشر في مضمون وتوجيه الصحيفة، فكثير من المعلنين يحاولون التأثير على الصحفيين بنشر أخبار عن تجارتهم بسبب نقلهم في السوق وتأثيرهم على الصحافة.

مثال على ذلك قيام صحيفة ريفر سايد برس انتربرايز (كاليفورنيا) بنشر مقالات وصور لمتجر أقسام متعددة في نورستروم في 6 أيام بعد افتتاحه مباشرة. وظهرت هذه الأعمدة المنورة في الأسبوع ذاته الذي نشرت فيه إعلانات للمتجر في عشرين صفحة كاملة. فذلك لم يكن صدفة.

-5 يجب على الصحفي عدم استخدام موقعه للتهديد أو الحصول على مزايا أو منفعة. فكون الصحفي يتمتع بالقوة والنفوذ فلا يجوز له إساءة استخدامها لمصلحته، وأن يتدخل في النزاعات الشخصية أو الترهيب بفضح أسرار الآخرين.

-6 لا يجوز تقديم الوعود بتهميش وكتمان القصص من أجل الصداقة. من الأمثلة على ذلك أن ذكرت إحدى محطات التلفزيون في أوريغون في الولايات المتحدة تقريراً عن مدير موظفي مثل الولاية الجمهوري في مجلس الشيوخ، وكانت هناك دلائل تشير إلى أنّ منصب الرجل في المصرف أثر في موقف عضو مجلس الشيوخ حول خروج المصرف على القواعد وإنقاد دافعي ضرائب أمريكيين. هذه القصة نقلتها وكالة اسوشيتدبرس. لكن الصحيفة الرئيسية في الولاية وهي صحيفة أوريغونيان اختارت تجاهل القصة وما يدور حولها من شبكات مالية بين مثل الولاية وداعي الضرائب.

-7 يجب عدم تلفيق أو تحسين المعلومات: حيث أنّ التلفيق أو تحسين المعلومات يعني تحريف وتعديل للواقع أو تنمية للحقائق أو تناهي بعض التفاصيل المهمة في المعلومات أو الفبركة في الصورة أو اختيار القصص إلى جنب القصة الحقيقية مما يغير صورتها.

-8 على الصحفي أن لا يحقق مكسيماً شخصياً من المعلومات التي حصل عليها، فاستخدام المعلومات قبل نشرها لتحقيق مكاسب تجاري هو نوع من الإغراء الذي يواجهه المراسلون المتخصصون في التجارة والأعمال وأخبار المال والاقتصاد. فعلى سبيل المثال على مثل هذه الأخطاء مشاركة فوسترونيا نز مراسل صحيفة وول ستريت جورنال في كتابة عمود اعتماداً على معلومات من مصادر تعمل بتجارة الأسهم، وقام ببيع هذه المعلومات

إلى أحد سماسة المال من أصدقائه مقابل 31000 دولار.

-9- استخدام أسماء مزيفة أمام المقالات والكتابات في الصحف للتغطية على الأخطاء التي يتعمدها الصحفيون، وهذا عمل خطير يجب الابتعاد عنه

-10- عدم العيش بالخصوصية، فكثيراً ما يتدخل الصحفيون في خصوصيات الناس بنشر قصص إخبارية بحجة المصلحة العامة أو بحجة سماح القانون. لذلك يجب مراعاة هذه المسألة وإعطاءها العناية الصحفية.

-11- عدم مخالف القانون، فمع وجود الحرية الصحفية إلا أنّ ذلك لا يعني السماح للصحفي لنفسه أن يستعمل الحرية ضد القانون أو ضد الأنظمة والتعليمات وسواء كان ذلك بوضوح أو بطرق احتيالية ماهرة.

ونحن بدورنا نضم هذه الإرشادات إلى رأينا في الإعلام الدولي ليؤدي رسالته بحيادية ومصداقية.

المصدر: كتاب الإعلام الدولي والعلوم الجديدة