

# الجامع في أخلاقيات الصحافة

مرجع أساسي للصحفيين



د. عبد الوهاب الرامي

أصدر هذا الكتاب بالتعاون بين معهد الجزيرة للإعلام  
والمجلس الوطني للصحافة في المغرب

الطبعة الأولى  
2023

الرقم الدولي (ISBN):  
978-625-8479-52-2

# الجامع في أخلاقيات الصحافة

مرجع أساسي للصحفيين

تأليف

د. عبد الوهاب الرامي

تحرير

محمد أحداد

محمد خميسة

تصميم

أحمد فتاح

”لا يُعذر صحفي  
بجهله لأخلاقيات المهنة“



عبد الوهاب الرامي

# فهرس

|    |       |                |
|----|-------|----------------|
| 9  | ..... | تقديم الناشرين |
| 11 | ..... | تقديم المؤلف   |
| 14 | ..... | مقدمة          |

## الفصل الأول: أخلاقيات الصحافة:

|    |       |  |
|----|-------|--|
| 21 | ..... | محدّدات أساسية   |
| 22 | ..... | ا- المبادئ، المعايير، التطبيق  |
| 23 | ..... | اا- الفرق بين الأخلاق والأخلاقيات  |
| 30 | ..... | ااا- تشعب أخلاقيات الصحافة   |
| 32 | ..... | 1- تداخل الأخلاقي والمهني  |
| 37 | ..... | 2- تداخل الأخلاقي والقانوني  |
| 46 | ..... | 3- تداخل الأخلاقي والحقوق  |
| 58 | ..... | اا- مرجعيات أخلاقيات الصحافة   |
| 59 | ..... | ااا- أخلاقيات الصحافة في ظل الثورة الرقمية   |
| 63 | ..... | 1- الالتزامات المهنية-الأخلاقية الناتجة عن توظيف التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال |
| 64 | ..... | 2- المسؤولية الأخلاقية على المواد الوافدة من خارج هيئة التحرير                         |

## الفصل الثاني: الإطار التنظيمي لأخلاقيات

|    |       |   |
|----|-------|---|
| 71 | ..... | الصحافة وبنياتها  |
| 72 | ..... | ا- تنظيم أخلاقيات الصحافة                                 |
| 77 | ..... | اا- بنية التنظيم الذاتي الأخلاقي للمهنة وأدواته الإجرائية |
| 78 | ..... | 1- مجلس الصحافة   |
| 78 | ..... | • تركيبة مجالس الصحافة                                    |
| 80 | ..... | • مهام مجالس الصحافة                                      |
| 81 | ..... | • تمويل مجالس الصحافة                                     |

|    |   |
|----|---|
| 84 | 2- الوساطة/وسيط مجلس الصحافة                        |
| 86 | 3- مواثيق أخلاقيات الصحافة ذات البعد الدولي والوطني |
| 88 | 4- ميثاق أخلاقيات المؤسسة الصحفية                   |
| 89 | 5- وسيط المؤسسة الصحفية                             |
| 90 | 6- لجنة الأخلاقيات                                  |
| 91 | 7- الخط التحريري                                    |
| 94 | 8- رئيس التحرير                                     |
| 95 | 9- الميثاق التحريري                                 |
| 96 | 10- مجلس التحرير                                    |
| 98 | 11- الصحفيون  |
| 98 | 12- جمعيات جمهور الإعلام                            |

## الفصل الثالث: محاور أخلاقيات الصحافة

|     |   |
|-----|---|
| 99  | وبنودها                                     |
| 100 | I- الترافع عن الديمقراطية كغاية قصوى        |
| 105 | II- إسناد المُثل الفضلى للمجتمع             |
| 108 | III- احترام الكرامة الإنسانية               |
| 135 | IV- احترام الجمهور وإشراكه في صناعة المحتوى |
| 140 | V- البحث عن الحقيقة ونشرها                  |
| 151 | VI- الالتزام بالاستقلالية                   |
| 156 | VII- الالتزام بالحياد                       |
| 159 | VIII- الالتزام بالإنصاف                     |
| 162 | IX- الالتزام بالشفافية                      |
| 176 | X- احترام حقوق الملكية الفكرية              |
| 181 | XI- التعامل المهني النزيه مع المصادر        |
| 191 | XII- تجنب الإثارة                           |

|     |  |
|-----|--|
| 194 | XIII- تجنب العنف الإعلامي  |
| 200 | XIV- تجنب استغلال الصحفي لصفته من أجل حيازة مكاسب مادية أو معنوية غير مشروعة |
| 202 | XV- احترام المهنة وزملاء المهنة  |
| 209 | XVI- حقوق الصحفيين (التي تُسند الأخلاقيات)                                   |

## الفصل الرابع: الأجناس<sup>1</sup> الصحفية

|     |                                       |
|-----|---------------------------------------|
| 215 | وأخلاقيات المهنة                      |
| 216 | I- أخلاقيات الأجناس الخبرية           |
| 218 | II- أخلاقيات الأجناس الكبرى           |
| 227 | III- أخلاقيات أجناس الرأي             |
| 230 | IV- أخلاقيات الصورة                   |
| 238 | V- أخلاقيات المهنة والإعلان (الإشهار) |

## الفصل الخامس: صناعة القرار الأخلاقي

|     |  |
|-----|--|
| 242 | I- مناهج صناعة القرار الأخلاقي                 |
| 243 | II- صناعة القرار الأخلاقي في قسم الأخبار       |
| 244 | III- خطوات صناعة القرار الأخلاقي               |
| 245 | IV- تدبير تناقض القيم في صناعة القرار الأخلاقي |

## مراجع معتمدة

252

<sup>1</sup> الأنماط والأشكال والقوالب (التحريرية).

# تقديم الناشرين

في سنة 1971 نشرت صحيفتا واشنطن بوست ونيويورك تايمز "أوراق البنتاغون" التي سرّ بها العسكري دانييل إلسبيرغ، وأظهرت كذب الحكومة الأمريكية حول الوضع الحقيقي للحرب في فيتنام. تضمّنت الوثائق خُطاً عسكريّة وأسماء ضباط سريين للمخابرات وأسراراً تُصنّف في باب "الأمن القومي" وهذا يستدعي عدم نشرها، لكن المصلحة العامة وضرورة إبلاغ الجمهور بكميّة الخداع التي تعرض لها أخضعاً المعايير الأخلاقية للنقاش فأفضى ذلك إلى اتخاذ قرار النشر بناء على قاعدة: الموازنة بين المصلحة العامة والمصلحة الخاصة.

بعد ذلك انتصرت الصحافة على مفهوم الأمن القومي في ردهات المحاكم، بيد أن النقاش الأخلاقي السابق للنشر شكّل صمّام أمان للممارسة الصحفية. فالصحفيون يدركون - أكثر من أي أحد آخر خاصة المشرعين والقضاة - الحقائق والقيود والالتزامات التي ينبغي أن تُؤطر مهنتهم، ولذلك يجب أن يكونوا قادرين على تقييم الممارسات المهنية وتحديد الضروري منها والمقبول والمبرر، واللجوء إلى الطعن في تلك التي تتعارض مع المبادئ الأساسية وحدودها.

إن إبقاء نقاش الأخلاقيات داخل الحقل الصحفي، وإقرار آليات التنظيم الذاتي للصحفيين (مجالس الصحافة، هيئات مهنية... إلخ) ووضع مواثيق أخلاقية تحدد بوضوح القواعد التي لا ينبغي تجاوزها، يشكّل ضمانات لحماية الصحافة من تدخل السلطتين القضائية والتنفيذية اللتين أصبحتا - بمبرر الحد من انتهاك الأخلاقيات - تسنّان قوانين قد تصادر حرية الصحافة.

ثمة تصور يكاد يكون خاطئاً لدى بعض الصحفيين بأن سنَّ أخلاقياتٍ للصحافة يمكن أن يلقي على كاهل المهنة مزيداً من الأعباء فوق أعباء النصوص القانونية المؤطرة للصحافة والنشر، وهذا قد يضيق حرية العمل المهني، والحقيقة أنّ الهدف الأسمى لهذه المبادئ الأخلاقية هو: تجويد العمل الصحفي واحترام قواعد المهنة وأعرافها.

من الواضح أن تطوّر ممارسة مهنة الصحافة جعل الفروق ضئيلة جداً بين ما ينبغي وما لا ينبغي نشره؛ معنى ذلك أن اتخاذ القرار التحريري أصبح صعباً جداً، ويمكن أن يتأسس على الاجتهاد والتأويل والرؤى المختلفة للعاملين في غرف الأخبار، وبالتالي لا بد من البحث عن الحد الأدنى من المعايير الأخلاقية.

"الجامع في أخلاقيات الصحافة" هو ثمرة تعاون وشراكة بين معهد الجزيرة للإعلام والمجلس الوطني للصحافة بالمغرب، جاء ليبيّن حاجاتٍ ملحةً لدى الصحفيين فيما يخص التمسك بأخلاقيات الصحافة.

قيمة هذا الكتاب أنه معرّزٌ بأمثلة عملية ومواقف يواجهها الصحفيون بشكل يومي دون قدرتهم على الحسم فيها وتحديد ما يمثل انتهاكاً للأخلاقيات وما يخدم المصلحة العامة.

سيجد الصحفيون والمواطنون الصحفيون بين دفتي هذا الكتاب تأصيلاً نظرياً وأمثلة عن الممارسات الفضلى حول قيم الاستقلالية والصدق والإنصاف والتوازن والموضوعية وقيم أخرى يمكن أن تساعد في فهم أعمق لمفهوم الأخلاقيات، والأهم من ذلك إعمال الحس النقدي لاتخاذ القرار الأخلاقي الصحيح.

**معهد الجزيرة للإعلام - المجلس الوطني للصحافة**

# تقديم المؤلف

يهدف هذا المؤلف إلى تزويد الصحفيين أولاً، ثم بعد ذلك كل النشطين في مجال تناول الكلمة (بالمفهوم العريض كتابة وصوتا وصورة) في الفضاء العام - أي كل الساعين من موقع أو آخر إلى التفاعل المجتمعي والتأثير على الرأي العام - بثقافة أخلاقيات الصحافة والنشر، وأوجه ممارستها عملياً.

وقد عُنونَ المؤلف بـ "الجامع في أخلاقيات الصحافة" على اعتبار أن المدوّنين، وجمهور المعلّقين على مواد الصحافة الرقمية<sup>2</sup>، والمُنشئين لصفحات خاصة بهم على المنصات الرقمية التفاعلية، والنشطين على شبكات التواصل الاجتماعي، وغيرهم من مستعملي التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال - التي أتاحت فرصاً تعبيرية جماعية غير مسبوقة في تاريخ الإنسانية - يمثلون فئة مستهدفة ثانية لهذا المرجع، إلى جانب الفئة الأولى من ممارسي الصحافة كمهنة قائمة بذاتها، تحظى بالمشروعية القانونية من طرف الدول، وكذا الاعتراف المعنوي من طرف المواطنين.

وما يبرّر تحديداً إعداد هذا الكتاب، هو أن الخزانة العربية في أمس الحاجة اليوم لمؤلف يجمع أخلاقيات الصحافة والنشر، ويشكّل مرجعاً-دليلاً في هذا الباب، ويعالج أكثر ما يمكن من القضايا الأخلاقية المرتبطة بالموضوع، مستجِماً ومصنّفاً ومرتبباً ومستقرّاً - بحسّ عملي ومنهجية جديدين - البنود الأخلاقية المرتبطة بالموضوع، والمبثوثة هنا وهناك داخل المواثيق والنصوص ومدوّنات السلوك الأخلاقية.

<sup>2</sup> في المغرب تعبير "الصحافة الإلكترونية" عوض الرقمية هو السائد، كما هو الحال في فرنسا، لذلك سنجد في هذا المؤلف استشهادات من حقلي الأخلاقيات والقانون يوظّف فيها لفظ "إلكتروني" وهو نفس ما تعنيه كلمة "رقمي".

وفضلا عن الأدبيات الأخلاقية الصادرة عن المؤسسات الإعلامية عبر العالم، ومرجعيات آداب مهنة الصحافة ذات الصبغة الوطنية أو الدولية التي استُثِمِرَت في هذا المؤلَّف، فهو يَنزَعُ إلى تجلّية جوانب أخرى من الأخلاقيات تم إغفالها في المصادر أعلاه، إذ أضحت أخلاقيات الصحافة والنشر متشعّبة اليوم وبحاجة للتخصّص والإشباع.

ولا بد من الإشارة إلى أن هناك عددا من الإصدارات حول أخلاقيات الصحافة، لكنها تظل في أعْمَها متوزّعة بين إعلان المبادئ العامة والاجتياز الضيق والتصور المُغْرَق في التنظير والوصايا الفضفاضة والجدلية المطبوعة بأكاديمية تُبعدها عن الإدراك والتطبيق المباشرين؛ واستنادا إلى ذلك لم نُدرج في هذا المؤلَّف إلا ما تصوّرنا أنه سيخدم أخلاقيات الصحافة بشكل إجرائي، وأبعدنا - انسجاما مع هذا الهدف - كلّ تنظير يمكنه أن يُسقط هذا المرجع في الإطناب غير المبرّر الذي لا يتوافق والغاية المسطّرة له كدليل مرجعي تطبيقي، كما أننا تجاوزنا كل طرْح تاريخي أو فلسفي جدليّ يمكنه أن يثقل كاهل النص المقترح على الصحفيين.

وسيلاحظ القارئ من خلال قائمة المراجع المثبتة في آخر الكتاب أنه تم العمل بشكل رئيس على الموثائق والنصوص الأخلاقية ذات الصبغة المحلية أو الدولية؛ لكونها تشكّل عُصارة ما يمكن للصحفي أن يشتغل به. ولم نَسُق بليوغرافيا عامة؛ لأنها متاحة على الإنترنت، بل اقتصرنا على "المراجع المعتمدة" إلى جانب خبرة المؤلَّف في التكوين والاستشارة والنشر في مجال أخلاقيات الصحافة.

وتوخيا للحياد وَجَبَ التنبيه هنا إلى أن الموثائق الأخلاقية الخاصة بالمؤسسات الإعلامية الواردة في هذا الدليل لا تعني أي إقرار من جانبنا على أنها تطبّق في الواقع كما هي مسطّرة حبرا على ورق، بل لقيمتها كنصوص أخلاقية. ولذلك يبتعد هذا المؤلَّف عن تثمين أي أداء أخلاقي

للمؤسسات التي تم استثمار مبادئها الأخلاقية فيه، أو الانحياز إلى الأذى الأخلاقي أو ضده لأي منبر صحفي وطني أو دولي تم الاستئناس بأدبياته الأخلاقية كمادة خام لهذا الكتاب.

كل الأمانى أن يكون هذا المؤلف مرجعا مفيدا للصحفيين وكل ناشر في الفضاء العام، فردا أو مؤسسة، يعزز ثقافتهم الأخلاقية بقدر ما يشكل أداة استرشاد في ممارستهم الخطابية اليومية.

### **د. عبد الوهاب الرامي**

باحث في الإعلام والاتصال

خبير في تطوير المهارات الصحفية

# مقدمة

أخلاقيات الصحافة أو آداب مهنة الصحافة هي مجموعة القواعد العملية ذات القوة المعنوية، التي تقتضيها الممارسة الصحفية لتؤدي رسالتها دون إلحاق أي ضرر بالفرد والمجتمع والإنسانية في شموليتها، وتمثل الغاية الجوهرية لهذه الأخلاقيات في خدمة المصلحة العامة<sup>3</sup> بشفافية ومسؤولية واستقلالية وديمقراطية.

وهي تجسد عمليا المسؤولية الاجتماعية للصحافة، والإعلام<sup>4</sup> عموما. فضلا عن هذا فالأخلاقيات جزء لا يتجزأ من شرف المهنة.

وتُسَطَّرُ الأخلاقيات من طرف الصحفيين أنفسهم؛ لأنهم أعلم من غيرهم بدقائق مهنتهم، ضمانا للاستقلالية والحرية، وتجنباً لخدمة أجندات خارج المهام المجتمعية المنوطة بهم.

هذا، مع التذكير بأن أخلاقيات الصحافة ليست شأننا يهم الصحفيين فقط، بل هي - على غرار قوانين الصحافة - تعني كافة المواطنين باعتبارها مرجعية لتنظيم العلاقة بين الصحافة وجمهورها. ولذلك، يظل احترام أخلاقيات الصحافة من أهم المداخل لتعزيز مصداقية الصحافة لدى المواطنين، وتكريسها كسلطة رابعة.

<sup>3</sup> في سياق الحديث عن المصلحة العامة، يتجلى مفهوم "الخدمة العمومية"، كترديد له ارتباط وثيق بأخلاقيات الصحافة.

<sup>4</sup> تُعنى مادة هذا المؤلف أساسا بأخلاقيات الصحافة، لكن يتم أحيانا توسيع مداها ليشمل الإعلام باعتباره مفهوماً أوسع من الصحافة. ولذلك يوجد في هذا المتن تواتر كبير لاصطلاح "مؤسسة صحفية" عوض "مؤسسة إعلامية". وبالمقابل تم الحفاظ على "وسيلة إعلامية" أو "وسائل الإعلام" لشيوع المصطلحين.

واحترام آداب المهنة من طرف الجسم الصحفي كفيل - في نهاية المطاف - بخلق التماسك الاجتماعي الذي هو نتيجة لرعاية المصلحة العامة من كل مكونات المجتمع؛ مواطنين ومؤسسات ودولة.

وإن كان هناك إجماع على ضرورة الأخذ بأخلاقيات الصحافة، فإن ممارستها تشكو من عدة ثغرات، خاصة في بلدان العالم الثالث.

والملاحظ في هذا الصدد أن هناك:

1. كثيرا من المؤسسات الصحفية تشتغل في محيط غير مُشبع بالنزاهة والأخلاقيات، بموازاة مع ضعف الديمقراطية وتداعي أركانها (المجال السياسي، الاقتصاد، العدالة...).

2. عديدا من المؤسسات الصحفية تعيش هشاشة على مستوى نموذجها الاقتصادي؛ مما يخلف عَوَزا على مستوى مداخلها يفرض بدوره تدنُّيا للأجور التي يتقاضاها الصحفيون، وهو ما يؤثر على المناعة الأخلاقية لدى هؤلاء. وهناك كثير من المؤسسات الصحفية التي لا تنتظم في شكل مقالة<sup>5</sup> اقتصادية-ثقافية حقيقية، فلا يوجد بها نظام صارم لمراقبة جودة المنتج الصحفي، مفتوح على خلق مساطر<sup>6</sup> لتشجيع الصحفيين على العمل الشريف، لا المدرّ فقط لعائدات تجارية.

3. تصورا مرتبكا للمهنة ودورها كسلطة معنوية لمراقبة المجتمع ومساءلته؛ إذ يعتبر جزء منهم الصحافة رافعة لأهداف أخرى غير وظيفة الإخبار (وهي الوظيفة الأساسية)؛ كالحصول على حظوة

---

<sup>5</sup> المقالة في لغة أهل المغرب: المؤسسة الحرة.

<sup>6</sup> في المشرق العربي المصطلح الدارج هو (إجراءات) بدل (مساطر).

اجتماعية لدى الرأي العام المحلي أو الوطني، أو لدى السلطات، أو كأداة ضغط وربما ابتزاز يتم تسخيرها خارج الربح المشروع لخدمة أطراف أو مصالح ذاتية أو غيرية.

4. عدم تمثُّل أخلاقيات المهنة كجزء أساس من المهنية، وتقا عسا من المسؤولين في ربط مَنح بطاقة الصحافة - التي تخوّل للصحفيين الاعتراف القانوني بهم - بنقاء ذمتهم الأخلاقية؛ ويعني هذا أن كثيرا من الصحفيين الذين يخرقون علنا وبشكل مكثف ومكشوف أخلاقيات المهنة يحصلون رسميا على بطاقة الصحفي المهني.

5. بونا شاسعا بين الممارسة الصحفية وأدبيات أخلاقيات المهنة. ويقرّ الصحفيون أنفسهم بالخروقات المتواصلة التي يملها حينما الجهل بالقواعد، وحينما آخر الإكراهات المهنية للمؤسسة الصحفية؛ مثل عدم توفرها على الضمانات المادية الكفيلة بتمكين الصحفي من العيش الكريم، وتجنّبه السقوط في المتاجرة اللامشروعة بالمهنة.

6. عدم معرفة كافية بأخلاقيات الصحافة، خاصة على المستوى العملي التطبيقي؛ فينتج عن ذلك فجوة تعسّر إخضاع مضامين بنود أخلاقيات المهنة إلى إجراءات عملية، فيظلّ الصحفيون يتمثّلونها مبادئ عامة فضفاضة، وهو ما ينزع عنها قوتها العملية التي تساهم بشكل بارز في جودة المحتوى. بل إن كثيرا من رؤساء التحرير يظلون بحاجة للتدرّب على هذه الأخلاقيات، تصوّرا وتطبيقا.

وتظل صناعة القرار الأخلاقي غير صارمة داخل هيئات التحرير، ولا تخضع لمساطر محددة. ولا أدلّ على ذلك من عدم وجود مواعيق أخلاقية مُلزمة داخل كثير من المؤسسات الصحفية، خاصة في مجال الإعلام الرقمي الذي سهّل الولوج لميدان الصحافة، وغياب

مجالس الصحافة أو مؤسسات نظيرة لها ذات أثر حقيقي على صعيد المراقبة الأخلاقية في كثير من البلدان.

7. ضعفاً في الزجر المادي والمعنوي في مجال أخلاقيات الصحافة، سواء من طرف القضاء أو الهيئات المعنية بالأخلاقيات (مجلس الصحافة، رئاسة التحرير، انتقاد الزملاء...).

كما أن المنافسة التجارية غير النزيهة، والتسابق المحموم بين وسائل الإعلام لاجتذاب الجمهور بكافة الوسائل والمضامين الممكنة، يساهمان في تيسير خرق العديد من المؤسسات الإعلامية وصحفيها هذه الأخلاقيات.

وباعتبار الصحافة سلطة رابعة، فإن الأخلاقيات المرتبطة بها تستدعي كثيراً من اليقظة والحيطه والحذر والاحتراس في التعامل معها؛ فالصحفي غير المتمسك بأخلاقيات المهنة هو تماماً كالمرتبّي غير الملمّ بأصول التربية، والذي يمكنه أن يسيء للنشء ظاناً أنه يحسن إليه.

## لماذا أضحت الحاجة مُلحة اليوم لأخلاقيات الصحافة؟

في عالم اليوم المتشعب والمركب والمتداخل بفعل العولمة المُسنَّدة بالتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، أصبحت الصحافة على المحكِّ بفعل المنافسة الشرسة التي تعيشها الخطابات والتعبيرات اللامتناهية الدائرة على المنصات الرقمية. وبما أن التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال - خاصة الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي - قد أنتجت نوعا من "الديمقراطية الخطابية"، وحرَّرت الكلمة التي ظلت محتكرة تاريخيا على الحكام والفقهاء والعلماء والأدباء، لتضعها رهن مشيئة مَنْ كانوا يسمَّون "الأغلبية الصامتة"، فإن الحاجة لأخلاقيات تؤطر إنتاج الخطابات - المتلاعبة أحيانا والمتصادمة في الغالب - والتي من المفترض أن تؤسس لنقاش عام ناجع، باتت ملحة اليوم. ويظل للصحافة دور كبير في تأطير الأخلاقيات الخطابية عامة، سواء داخل حقلها، أو داخل الحقول الخطابية المجاورة؛ مثل شبكات التواصل الاجتماعي.

### من هنا لا بد من الانتباه لأمرين:

1. يجب أن يتم تحصين الصحافة من الدخلاء والمتربِّصين بها لخدمة مصالحهم الخاصة أو الفئوية، والذين لا يصلون إلى مبتغاهم إلا عن طريق إفساد أخلاقيات المهنة.
2. يتعيَّن محاسبة الصحافة ليس مهنيا فقط، بل أخلاقيا كذلك، بناء على أن الصحافة هي - بَدَهِيًا - ضمير المواطن ومرآة الديمقراطية وطائر جناحاه المهنية والأخلاقيات، إن تضرَّر أحدهما سقط.

## أخلاقيات الصحافة والمصداقية/الصّدية

مصداقية المؤسسات الإعلامية وسيلة وليست غاية؛ بمعنى أنه يمكن من خلال الثقة القائمة بين وسائل الإعلام (صحفيين ومؤسسات) والجمهور، ربط علاقة متبادلة إيجابية؛ إذ يُعتبر كسب ثقة الجمهور أمراً بالغ الأهمية من أجل خلق رأي عام مطلع ومتابع، له القدرة على المشاركة المتنورة في المجتمع.

والمصداقية هي - باختزال - نتاج لالتحام المهنية والأخلاقيات.

## بنود أخلاقيات الصحافة: معيارية للاستئناس أم إلزامية؟

في إطار التعاقد حول موثيق أخلاقيات الصحافة، تصبح بنود هذه الأخيرة إلزامية للفاعل الصحفي، وهو ما يمكن من تكريس الأخلاقيات كقوة تنظيمية زاجرة معنوية. وقد سطر ميثاق آداب وأخلاقيات مجموعة لوموند هذا الأمر بالتأكيد على أنه "ستكون له (الميثاق) قوة إلزامية لدى الأطراف (الشركات الصحفية أو جمعيات الصحفيين في مختلف الإصدارات، المساهمون، ومديرو مجموعة لوموند<sup>7</sup>، ومديرو الإصدارات وهيئات التحرير)، وسيتم تضمينه في الأنظمة الأساسية لشركات مجموعة لوموند. وفي

<sup>7</sup> La charte d'éthique et de déontologie du groupe Le Monde, 2010. ومجموعة لوموند هي التي تصدر الصحيفة الفرنسية ذات الشهرة العالمية "لوموند" وتعني في العربية: "العالم".

حال تغيير المسؤولين عن أي قسم أو فرع من فروع المجموعة، فإنّ الميثاق يُفرض بنفس الكيفية على إدارتها الجديدة على مستوى هيئات التحرير والمنشورات“.

وينص ”ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة“ المغربي<sup>8</sup> على إلزامية بنوده للصحفيين، بالتنصيص في ديباجته على أن ”هذا الميثاق الأخلاقي هو تجسيد للممارسات الفضلى التي يقوم عليها شرف المهنة، ولذلك يخضع الصحفيون والمؤسسات الصحفية للأحكام والمبادئ الواردة فيه، بعدما ارتقى به المشرّع إلى وثيقة قانونية ملزمة لتكريس قواعد السلوك المهني، في إطار الاحتكام إلى قضاء الزملاء، ووفق ما هو منصوص عليه في قانون المجلس الوطني للصحافة وفي النظام الداخلي للمجلس“.

وتقضي المادة 13 من نفس الميثاق بإلزامية نشر قراراته التأديبية من طرف الصحف المعنية بها. ”إذا أصدر المجلس الوطني للصحافة عقوبة تأديبية في حق صحفي أو صحيفة وقرر نشرها، فإن على وسيلة الإعلام المعنية أن تنشرها إلزامياً“.

<sup>8</sup> الصادر عن المجلس الوطني للصحافة بالمغرب سنة 2019.

## الفصل الأول

# أخلاقيات الصحافة: مُحدِّداتُ أساسية

١- المبادئ، المعايير، التطبيق

٢- الفرق بين الأخلاق والأخلاقيات

٣- تشعب أخلاقيات الصحافة

٤- مرجعيات أخلاقيات الصحافة

٧- أخلاقيات الصحافة في ظل الثورة الرقمية

## أ- المبادئ، المعايير، التطبيق:

مراعاةً لأخلاقيات المهنة، لا بد للصحفي المهني والقائمين على وسائل الإعلام من التمثّل السليم لهذه الأخلاقيات على مستوى المبادئ العامة (1)، والمعايير المعتمدة التي غالباً ما يتم تسطيرها في بنود داخل موثيق آداب المهنة وأخلاقياتها ومدونات سلوك (2)، ثم الحالات التطبيقية لهذه الأخلاقيات (3).

إن المبادئ التي تستند إليها أخلاقيات الصحافة كانت - في الواقع - قائمة قبل ظهور الصحافة نفسها، وستظل كذلك بوصفها مثلاً إنسانية سامية، تستلهمها الجماعات والدول في سياساتها وقوانينها كأساس للعدالة الاجتماعية، كذا الأفراد في سلوكياتهم الشخصية التواقفة للسمو والمساواة والإنصاف.

والمبادئ الأخلاقية ثابتة ولا يمكن تغييرها دون خرقها. أما المعايير فهي تجسيد للمبادئ وتكييف لها استجابة لمتطلبات مهنة الصحافة وإكراهاتها. وهي جسر واصل بين المبادئ وتطبيقاتها العملية. والتطبيق هو تنزيل عملي يخضع للقرار الأخلاقي، وقد يكون موضوع سجل أخلاقي، خاصة في الحالات التي يحدث فيها صراع بين المبادئ كحرية التعبير واحترام الحياة الخاصة مثلاً.

وتستدعي ثقافة أخلاقيات الصحافة المعرفة الجيدة بثلاثي "المبادئ-المعايير-التطبيق" لأنها تشكل تدرجاً من فلسفة أخلاقيات المهنة إلى تطبيقاتها العملية التي تشكّل - في حد ذاتها - جزءاً بارزاً من المهنية.

## هَرَمِيَّةُ أَخْلَاقِيَّاتِ الصَّحَافَةِ: مِنَ الْمَبَادِئِ إِلَى التَّطْبِيقِ

المبادئ

المعايير

التطبيق

## II- الفرق بين الأخلاق والأخلاقيات

الأخلاق (morals) والأخلاقيات<sup>9</sup> (deontology) مصطلحان متميزان، وإن كانا يتفقان في جزء من فلسفتهما.

فالأخلاق مرتبطة بسلوك الإنسان عامة، وهي التزام ذاتي بتصرفات لا تسيء للغير، تُعتبر في عُرْف المجتمعات حميدة كاحترام الكبير مثلا، وعدم إفشاء السر، والالتزام بآداب الزيارة أو المائدة أو المعايدة، والالتزام بفرائض الدين في المجتمعات المتدينة، وعدم التدخل في شؤون الغير، والمساواة والرحمة والإيثار والعدل، إلى آخره من المبادئ التي يلتزم بها الفرد بينه وبين نفسه ليكون منسجما مع التصورات المجتمعية المرتبطة بمبادئ عليا مثل الخير والهداية والصلاح.

<sup>9</sup> هناك من يميز مصطلح "الأخلاقيات" كمقابل للفظين: deontology و ethics. كما أن هناك من يعتبره مرادفا لمفهوم ethical deontology. وتترجم أحيانا الأخلاقيات بكلمة "آداب"، مثل آداب المائدة الواردة في الموروث العربي الإسلامي (وكثير منها ورد في السنة الإسلامية: كل مما يليك، لا تدخل البيوت من غير استئذان، لا تتكلم وفمك مملوء بالطعام، ابتدئ الأكل بذكر اسم الله واحمده عند الانتهاء...)، أو قائمة السلوكيات الحسنة في ثقافة البرجوازية الفرنسية على سبيل المثال.

وتلتقي الأخلاق والأخلاقيات في المبادئ الإنسانية الفُضلى<sup>10</sup>. فإذا نظرنا - مثلا - إلى الشعار الرسمي للجمهورية الفرنسية وهائتي "حرية، مساواة، أخوة" (Liberté, Egalité, Fraternité) وهي مبادئ سمحة وعادلة، فإننا نلاحظ أنها تُشكل قاعدة في نفس الآن للأخلاق والأخلاقيات.

ومن الأخلاق الحميدة في كل الثقافات هناك الصدق والأمانة. وهما يُكسبان الفرد الثقة والتقدير. وهاتان الخصلتان المحمودتان أخلاقا - نفسهما - تشكّلان قاعدة لأخلاقيات الصحافة. ومن منظور ديني فإننا غالبا ما نجدهما من الصفات المميّزة للرسول والأنبياء، وإذا اعتبرنا الصحفي رسولا للحقيقة - ويجب أن يكون كذلك - فعليه أن يبتعد عن كل أنواع الزيف لدى كافة مكوّنات المجتمع ومنها أيضا الصحافة، بل عليه أن يحارب لأجل ذلك، وأن يَرَبِّأ بنفسه عن النفاق الصحفي، بما فيه المحسوبة والزبونية والمجاملات؛ ففي ما يرتبط بالصدق مثلا، لا يمكن للصحفي أن يلبّي شرط البحث عن الحقيقة ونشرها إذا لم يكن صادقا، كما عليه من باب الأمانة أن يحفظ الحياة الشخصية وأعراض الأفراد وحميميتهم، إلا إذا كان هناك مبرر أخلاقي كاف يجيز خرق هذه القاعدة.

وغالبا ما تكون للأخلاق داخل المجتمع مرجعية فلسفية أو دينية. أما أخلاقيات الصحافة - وهو مفهوم حديث نسبيا<sup>11</sup> - فلها أساسٌ وضّعي مهني تبتغي من خلاله وسائل الإعلام تحقيق المصلحة العامة.

وتتمثل منظومة الأخلاقيات عامة حقوق الإنسان وقواعد الديمقراطية

<sup>10</sup> في كتابه "فيم مشتركة لعالم متأزم"، يذكر د. رشورت كيدر في دراسته القيم الإنسانية المشتركة في العالم، والتي تعد نواة قيمة لا تختلف إلا قليلا من بلد لآخر، وهي كالتالي: الحب، الحقيقة، الحرية، الحياة، التماسك، التسامح، العدالة، المسؤولية.

<sup>11</sup> يمكن إرجاع هذا المصطلح في صيغته باللغات اللاتينية deontology إلى الفيلسوف الألماني إيمانويل كانط من خلال نظرية الواجب الأخلاقية.

خلفية لها؛ باعتبارها مرجعية قيمية لتمييز الخطأ والصواب<sup>12</sup> في سلوكيات كلّ منتسب لجسم مهني ما. وهي تُوَطر - مهنيًا في مجال الصحافة - علاقة الصحفي والمؤسسة الصحفية في ارتباطهما مع المكوّنات المجتمعية من جمهور ورأي عام ومصادر وفاعلين مجتمعيين... ليكون فِعْلُ الإخبار نزيها عاكسا للواقع، ومفسرا له، وفاعلا فيه بإيجابية من خلال القوة الاقتراحية للصحافة.

ولهذا، لا يمكن لبُند أخلاقيات الصحافة إلا أن تضم جوانب مهنية داخلها.

وتأسيسا على ما سبق، يصح القول إن الأخلاق تشكل خلفية لأخلاقيات المهنة، إلا أنّهما متمايزان في الآن نفسه، بالنظر للتطور الذي عرفته أخلاقيات الصحافة، تنظيرا وممارسة.

### الفرق بين الأخلاق (morals) والأخلاقيات (deontology)

| الأخلاقيات   | الأخلاق  |
|--|--|
| خاصة بكل منظومة أو جسم <sup>13</sup> مهني، بحيث تختلف من منظومة إلى أخرى، وترتبط بالأداء العملي النزيه لكل منها على حدة. | هي عامة تخترق مبادئها كل المجالات (الطب، الإعلان، الصحافة، السياسة، الاقتصاد...)، وكل المستويات الاجتماعية والفئات العمرية، والدول كيفما كانت أنظمتها، والثقافات والحضارات المختلفة. |
| وهي مرتبطة بالفعل والممارسة، ولا توجد خارجهما.   |  |

<sup>12</sup> يُعرّف قاموس Webster الأخلاقيات بأنها: "كل ما يتعلق بالخلق والسلوك من حيث الخطأ والصواب".

<sup>13</sup> المقصود هنا بالجسم: الهيئة أو المؤسسة أو المنظمة أو مجموعة العاملين في مهنة ما.

| الأخلاقيات   | الأخلاق  |
|--|--|
| <p>الهيئات المهنية هي التي تضع قواعد الأخلاقيات للمنظومة أو الجسم المهني لتضمن عدم إلحاقه الضرر بالمجتمع والمجموعات والمؤسسات والأفراد.</p> <p>والأخلاقيات مقترنة بمزاولة المهنة، بغض النظر عن تصورات المشتغلين بها عن الأخلاق العامة.</p> | <p>تتكون عبر التنشئة الاجتماعية. والمجتمع هو من يسطرها من خلال مؤسساته المتعددة، ومنها أساسا الأسرة والمدرسة والمؤسسات الدينية والأقران ومنظمات المجتمع المدني، خاصة تلك التي تدعو إلى المواطنة الصالحة، والسلوكيات المجتمعية القويمة. وقد يتم في المجتمعات المتديّنة خاصة الاستناد إلى ثنائي الحلال/الحرام، أو السُّنن الحميدة للسلف، للحُكم على توجّه الأخلاق، سلبا أو إيجابا.</p> |
| <p>تخضع الأخلاقيات للمساءلة من طرف الجسم المهني الذي يحدد بنودها ويتبناها.</p>   | <p>ما عدا الحالات التي يجرمها القانون، تظل الأخلاق شأنًا شخصيا.</p>  |
| <p>لا يستحب أن تسطر أخلاقيات المهنة من خارج المنتسبين للمهنة، لأنها تدخل في عداد التنظيم الذاتي.</p>   | <p>غالبا ما تكون للأخلاق مرجعية فوقية، وهي تمرر عبر التنشئة الاجتماعية. ويكون الفرد في الغالب وارثا لها لا مُساهما في صنعها.</p>   |

| الأخلاقيات   | الأخلاق   |
|--|---|
| <p>مرجعيات الأخلاقيات مهنية، وأساسها طلب الجودة. ففي الصحافة/الإعلام، تتوقف جودة الأخلاقيات على مدى خدمتها للمصلحة العامة<sup>14</sup>، والتعامل القويم والشفاف مع الجمهور والرأي العام.</p> | <p>مرجعيات الأخلاق فلسفية، عَقَدية، دينية.</p>  |
| <p>تدهور الأخلاقيات لدى المنتمين لجسم مهني ما، تترتب عليه آثار وخيمة داخل المجتمع. وتكون هذه الآثار واضحة في مجال الصحافة بحكم وظيفة الصحفي التأطيرية.</p>                                   | <p>تدهور الأخلاق على المستوى الشخصي قد لا تكون له آثار مجتمعية واضحة.</p>   |
| <p>يمكن للأخلاقيات أن تكون ضدَّ ما هو متعارف عليه كسُنن المجتمع ونواميسه؛ لأنها تخص ممارسة ما داخل هيئة أو جسم مهني ما، وتحتكم لمنظومة حقوق الإنسان، وتتطور كلما تطورت هذه الأخيرة.</p>      | <p>ليست كل الأخلاق المجتمعية جيدة وذات بُعد ديمقراطي إنساني، وعلى الرغم من ذلك يمكن للمجتمع تبنيها. فمثلاً وأد البنات قديماً لدى بعض المجتمعات وتقديم البشر قرايين للآلهة... وقطع الرقاب أو الرجم جزاء على أمر يعتبره المجتمع خارجاً عن الأعراف، هي سلوكيات لا تُعتبر - على الرغم من فظاعتها - ضارة بالأخلاق في بعض المجتمعات؛ لارتباطها بعقائد تجيز ذلك.</p> |

<sup>14</sup> في سياق الحديث عن المصلحة العامة، انظر مضامين الخدمة العمومية في الفصل الثالث من هذا المؤلف، الواردة في الإطار المعنون بـ "بعض البنود المتعلقة بالخدمة العمومية في وسائل الإعلام. نموذج من دفتر تحملات شركة صورياد-القناة التلفزيونية الثانية بالمغرب".

## الخير والشر من منظورات مختلفة وضمنها أخلاقيات الصحافة

تختلف علاقة أخلاقيات الصحافة بالخير والشر - كمفهومين يؤطران المحظور والمسموح به - عن باقي الدوائر التي تستند هي أيضا إلى هذين المفهومين المهيكلين لسلوك الإنسان.

ويختلف التعامل مع الخير والشر من دائرة لأخرى، فهما يخضعان:

- من وجهة نظر دينية لإلزامية عقديّة.
- ومن زاوية وضعيّة لإلزامية قانونية تقوم على الإكراه.
- ومن منظور ذاتي لإلزامية معنوية خاضعة لخيارات فردية.
- ومن منطلق مهني لإلزامية يصبح معها التقيد بالأخلاقيات محددًا مهنيًا.

## الأخلاقيات وشرف المهنة

شرف المهنة هو مجموعة المبادئ والقيَم التي تؤهل أي مهنة لأن تكون شريفة، بالمعنى الذي يفيد أنها تؤدي رسالة نبيلة لصالح الإنسانية كافة، دون تعسف ولا تمييز. "فالتبيب الذي أقسم قسم أبقرات يجب أن يراعي ضميره في مهنة الطب فيعالج الناس، وخاصة البسطاء منهم بأمانة، ويحافظ على أسرار مرضاه، ويجب على المحامي أن يدافع عن الحق ويراعي أسرار البيوت، وعلى المعلم أن يعامل جميع طلابه بالطريقة ذاتها، ولا يستخدمهم في تحقيق أغراض شخصية أو وسيلةً لتحقيق الربح المادي عن طريق الدروس الخصوصية مثلا، ويجب على البائع ألا يغش زبائنه"<sup>15</sup>.

وتنص ديباجة ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة في المغرب على أن من يخرق قواعد الميثاق ينتهك شرف المهنة.

ويُعتبر - على المستوى العملي - تعبيرُ "ميثاق شرف المهنة" مرادفا لـ "ميثاق أخلاقيات المهنة".

<sup>15</sup> محمد حنفي، "شرف المهنة.. شعار فقد مصداقيته"، صحيفة القبس الكويتية، 29 أكتوبر 2006، <https://alqabas.com/article>

### III- تشعُّب أخلاقيات الصحافة:

لا يمكن حصر كل معايير الأخلاقيات وبنودها لأنها كثيرة، ويحيل بعضها على بعض. قد يكون أهمها مسطّرا، لكن كثيرا من الدقائق لم يتم تناولها بشكل جليّ، وهي تحتاج إلى دراسات مكثفة لملامستها. وقد تكون هذه الدقائق من تبعات عناصر أخلاقية أخرى، لهذا يظل القرار الأخلاقي داخل هيئات التحرير مطبوعا - في قضايا بعينها - بالجدل وتمايز المواقف.

فمثلا، إذا تأملنا سكرتارية التحرير أو الإدارة الفنية لمؤسسة إعلامية ما، فيجب على الإخراج الصحفي - الذي هو من مهامها الأساسية - أن يراعي أخلاقيات المهنة على المستوى البصري، تجنباً للتحوير والتوجيه المضمّر. فإذا تم - افتراضا - وضع عنوان لمادة إعلامية حول التحرش بهذا الشكل: "تحرش النساء بالرجال: انتقال العدوى الذكورية"، ورُسمت كلمة "النساء" باللون الأحمر، فإن هذا قد يغير مدلول المادة الصحفية إذ يُحدث تكثيفا بصريا/إدراكيا لكلمة "النساء" فيثير بذلك استغرابا أو استنكارا أو تعجبا أو تدمرا أو ما شابه، يُضفيه سكرتير التحرير على العنوان المقترح من طرف الصحفي. وعلى النقيض من ذلك، يكون الانطباع الذي يستقر عند الجمهور مخالفا إذا تم رسم كلمة "الرجال" بالأحمر. وهنا يمكن للعنوان أن يكون موجّها لمواقف وإن لم يكن يفصح عنها صراحة.

ولذلك يتوجّب على كل مرافق الاشتغال الصحفي أن تضبط البنود الأخلاقية التي تشتغل بها كافة مكوّنات الوسيلة الإعلامية، على اعتبار أن المنظومة الأخلاقية ليست محصورة في الجانب التحريري، بل هي متشعبة تتعداه لتشمل كل هياكل المؤسسة الصحفية وأقسامها.

## • أربعة شروط لتعزيز أخلاقيات الصحافة:

لا يمكن للصحفي أن يُلمَّ بشكل جيد بأخلاقيات الصحافة دون الاستيعاب الكافي للمواضيع التي يعالجها، والتشبع بالمهنية من حيث صناعة الصحافة وتقنياتها، والإلمام بالمجال القانوني (خاصة قوانين الإعلام)، والإدراك الوافي لفلسفة حقوق الإنسان ومفرداتها وتطبيقاتها.

ويستدعي التفعيل الجيد لأخلاقيات الصحافة في أي عمل إعلامي توفر شروط أربعة:

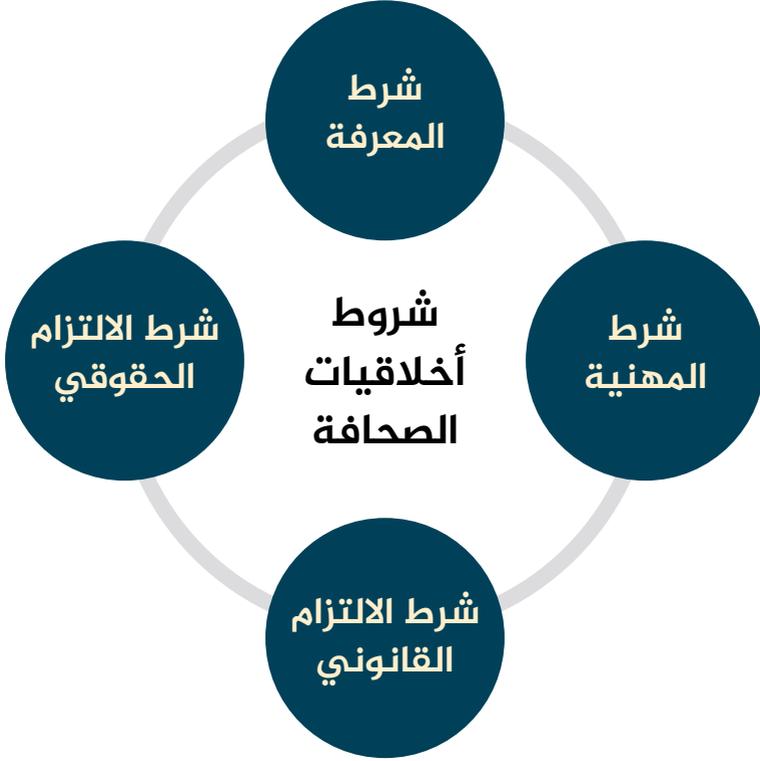
1. **شروط المعرفة:** الإلمام الكافي بموضوع المادة الصحفية.

2. **شروط المهنية:** التمكن من الأجناس الصحفية، والمعالجة المقتربة بها.

3. **شروط الالتزام القانوني:** تجنب كل خرق قانوني في مزاوله المهنة عامة، وخاصة في ما يرتبط بالبنود القانونية التي هي عبارة عن أخلاقيات تم وضعها تحت مراقبة القانون.

4. **شروط الالتزام الحقوقي:** تجنب كل ما يחדش حقا من حقوق الإنسان في العمل الصحفي.

## شروط تعزيز أخلاقيات الصحافة



وتتداخل أخلاقيات الصحافة والعناصر أعلاه، كما هو مُبيّن في ما يلي:

### 1- تداخل الأخلاقي والمهني:

إذا كانت المهنية تشكّل الجانب التقني للصحافة (الجسد)، فإن الأخلاقيات تمثل فلسفتها العامة (الروح).

ويصعب في كثير من الحالات الفرز بين الأخلاقي والمهني باعتبارهما متداخلين ومتماهيين على مستوى الممارسة. وإذا لم يكن الصحفي

مهنيا بالمعنى النوعي للكلمة، فإن مشكل الأخلاقيات سيظل قائما لديه.

ويمكن الحديث عن كثير من البنود "المهنية-الأخلاقية" بوصفها كذلك. وتدخل مسألة التحقق القَبلي من الخبر في هذه الخانة، لأن الإخلال بهذا الشرط المهني يتعارض مع مبدأ البحث عن الحقيقة وهو مبدأ أخلاقي.

وتتشكل "المسؤولية المهنية" محورا خاصا من بين المحاور الأربعة التي يتضمنها ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة المغربي<sup>16</sup>. وإذا قارنا بنودها التي ترتفع إلى 11 بندا مع مجموع بنود الميثاق، فإننا نجد أنها تشكل ثلث بنود هذه الوثيقة (11 من 33). ويُظهر هذا بشكل ملموس أهمية الجانب المهني كرافد أساس لأخلاقيات المهنة.

صفوة القول: إن أخلاقيات الصحافة ليست منعزلة عن المهنية بل هي جزء منها؛ فالصحفي الذي لا يضبط أصول الصحافة يقع بالضرورة في خرق أو آخر للأخلاقيات حتى لو توفرت فيه النية الحسنة.

---

<sup>16</sup> لا يهتم الميثاق بالمهنية في حد ذاتها، بل بما يترتب على تبخيسها من آثار أخلاقية سلبية.

## تماهي أخلاقيات الصحافة والمهنية

من خلال موثيق أخلاقيات الصحافة: المغربي والأردني  
وشبكة الجزيرة الإعلامية (قطر)

أولاً: نموذج المغرب من خلال بنود "ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة"،  
كما وردت في المحور الأول المعنون بـ "المسؤولية المهنية"

1. البحث عن الحقيقة (البحث الدؤوب، طرق سليمة، معالجة مهنية).

2. معالجة الخبر (التحقق، والإثبات، توظيف صيغ الاحتمال حين الاضطرار  
إلى توظيف معطيات غير مؤكدة لكن دون الإضرار بشرف وسمعة الأفراد  
والمؤسسات، الاهتمام بقضايا الشأن العام أساساً).

3. منع نشر الأخبار الكاذبة والتضليل (الاختلاق، والافتراء، والتحايل).

4. منع تزوير المعطيات (المعطيات الخاصة بالمؤسسة الصحفية، والشركاء  
والجمهور، عدد القراء أو الزوار).

5. الإخراج والتمثيل (التنبيه إلى إعادة تمثيل الوقائع حين يتم ذلك، وإلى  
توظيف صور الأرشيف أو أي مادة من شأنها خلق اللبس).

6. حرية الرأي.

7. مصادر الأخبار (معروفة، حمايتها عند الضرورة، ما عدا في الحالات التي يحددها القانون).

8. الوصول إلى المعلومات (تجنب الطرق غير الشريفة).

9. الخبر والتعليق (الفصل بينهما).

10. السرقة الأدبية (ممنوع إعادة الاستعمال دون إذن).

11. التعدد والتوازن.

## ثانياً: نموذج الأردن من خلال مواد "ميثاق الشرف الصحفي"

• "الالتزام بالموضوعية والدقة والمهنية العالية" (في ديباجة الميثاق ضمن المبادئ والأهداف).

• المادة 2: "يدرك الصحفيون أنهم مسؤولون عن الأخطاء المهنية والمسلكية التي تعني مخالفة القوانين والأنظمة، مما يلحق ضرراً مادياً أو معنوياً بالآخرين".

• المادة 16: "يتولى رئيس التحرير المسؤول في أي مطبوعة صحفية مهامه وواجباته المهنية التي نص عليها القانون، وعليه أن يشرف إشرافاً تاماً على الصحيفة التي يعمل بها، وخلاف ذلك يكون قد قصر في أداء واجباته المهنية".

## ثالثاً: نموذج ميثاق الشرف المهني لشبكة الجزيرة الإعلامية (قطر)

البند الذي يظهر من خلالها التداخل بين المهني والأخلاقي (سبعة ضمن عشرة):

1. التمسك بالقيم الصحفية من صدق وجرأة وإنصاف وتوازن واستقلالية ومصداقية وتنوع دون تغليب للاعتبارات التجارية أو السياسية على المهنية.

2. السعي للوصول إلى الحقيقة وإعلانها في تقاريرنا وبرامجنا ونشراتنا الإخبارية بشكل لا غموض فيه ولا ارتياب في صحته أو دقته.

3. الترحيب بالمنافسة النزيفة الصادقة دون السماح لها بالنيل من مستويات الأداء حتى لا يصبح السبق الصحفي هدفاً بحد ذاته.

4. تقديم وجهات النظر والآراء المختلفة دون محاباة أو انحياز لأي منها.

5. التعامل الموضوعي مع التنوع الذي يميز المجتمعات البشرية بكل ما فيها من أعراق وثقافات ومعتقدات وما تنطوي عليه من قيم وخصوصيات ذاتية لتقديم انعكاس أمين وغير منحاز عنها.

6. مراعاة الشفافية في التعامل مع الأخبار ومصادرها والالتزام بالممارسات الدولية المرعية فيما يتعلق بحقوق هذه المصادر.

7. التمييز بين مادة الخبر والتحليل والتعليق لتجنب الوقوع في فخ الدعاية والتكهن.

المصدر: موقع شبكة الجزيرة الإعلامية

## 2- تداخل الأخلاقي والقانوني:

يمكن القول - بدءاً - إن معظم القضايا التي تضبطها قوانين الصحافة هي ذات صلة وثيقة بالأخلاقيات.

وهناك كثير من الجوانب الأخلاقية التي تقع صراحة تحت طائلة القانون، وتشكّل مادة أساسية داخل قوانين الصحافة عبر العالم؛ فمثلاً: إذا تفحصنا القانون الفرنسي لحرية الصحافة 1881، الذي ينص على أن «السب، والقذف، والحض على التمييز أو الكراهية العرقية، والإشادة بجرائم الحرب، والطعن في وجود جرائم ضد الإنسانية (...) حين تكون عمومية يعاقب عليها كجرائم صحافة»، فإننا نلاحظ أن هذه «الجرائم» تشكل مادة أساسية لأخلاقيات الصحافة، وهذا يدفعنا إلى التأكيد على أن كثيراً من بنود قوانين الصحافة عبر العالم تتماهى مع الالتزامات الأخلاقية للصحفي.

وإذا نظرنا إلى «قانون الصحافة والنشر» بالمغرب كنموذج، فإنه بالإمكان ضبط كثير من المقتضيات التي تُغنى تحديداً بالأخلاقيات. ويمكن الإشارة هنا إلى ثمانية مداخل قانونية أساسية تتماهى وأخلاقيات الصحافة:

المقتضيات المتعلقة بالرد والتصحيح (التصويب)<sup>17</sup>. وهي متضمنة في المواد 88، 115، 116، 117، 118، 119، 120، 122، 124.

المادة 40 المتعلقة بالاستنساخ (السرقعة الأدبية، والسطو على حقوق التأليف)، إذ تنص على أنه «يتعرض كل من قام بالاستنساخ الكلي أو الجزئي لمواد إعلامية إلكترونية أصلية دون ترخيص مسبق من

<sup>17</sup> تم استعمال لفظ التصحيح في هذا المؤلف كمقابل لـ rectification (وهو الاصطلاح المعمول به في المغرب). وهناك ترجمات توظف عوضه كلمة «تصويب».

صاحب الحق، للجزاءات المنصوص عليها في التشريع المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة. يُستثنى من هذه الجزاءات الاستنساخ لغاية الاستشهاد والاستعمال غير التجاري في مجال التعليم، وكل شكل من الاستشهاد المسند لأصله والجاري به العمل حسب تقنيات وأخلاقيات مهنة الصحافة“.

المادة 64 التي تمنع الصحافة من إيراد مضامين إشهارية (إعلانية) داخلها تنتهك حقوق الإنسان. وتنص على أنه ”مع مراعاة حرية الإبداع، يمنع كل إشهار في الصحافة المكتوبة أو الإلكترونية يتضمن:

- تحريضا على الكراهية أو الإرهاب أو جرائم الحرب أو الجرائم ضد الإنسانية أو الإبادة الجماعية أو التعذيب؛

- أو إساءة أو تحقيرا للأشخاص بسبب الدين أو الجنس أو اللون؛

- أو إساءة أو تحقيرا للمرأة، أو ينطوي على رسالة من طبيعتها تكريس دونية المرأة أو يروج للتمييز بسبب جنسها؛

- أو إساءة وتحقيرا للنّشء، أو ينطوي على رسالة من طبيعتها أن تتضمن إساءة لشخص الطفل القاصر أو تتضمن تغريرا به أو مسا به أو ترويجا للتمييز بين الأطفال بسبب الجنس؛

- أو إساءة وتحقيرا للأشخاص في وضعية إعاقة؛

- أو ترويجا للتدخين عبر استعمال التبغ أو منتوجات التبغ وكذا المشروبات الكحولية في العملية الإشهارية لصالح مؤسسة أو خدمة أو نشاط أو أي منتوج آخر من غير التبغ أو المشروبات الكحولية يتضمن إشارة مميزة لهما أو مذكرة بهما بالصورة أو الاسم أو العلامة أو بأي صيغة أخرى؛

- أو استعمالاً غير قانوني للمعطيات الشخصية ولأهداف إشهارية“.

المادة 65 التي تمنع الصحافة من استعمال الإشهار (الإعلان) الكاذب أو التضليلي. وتنص على أنه ”يعتبر إشهاراً كاذباً أو تضليلاً كلُّ إشهار يُقدّم كتابةً أو بالصوت أو بالصورة بطريقة صريحة أو بأي إبقاء ضمني لسلع أو خدمات أو اسم أو علامة أو أنشطة مُنتج سلع أو مُقدّم خدمات برامج إذا كان هذا التقديم يتم بطريقة مقصودة وذلك لهدف إشهاري غير معلن عنه ومن شأنه أن يوقع الجمهور في الغلط حول طبيعة العرض ويعتبر التقديم مقصوداً إذا كان بمقابل مالي أو غيره“.

المادة 72 التي تعاقب نقل الأخبار الزائفة والادعاءات، والتحريض على الجرائم والإرهاب والسرقة والتخريب والكرهية، والإشادة بالجرائم ضد الإنسانية. وتنص على أنه ”يُعاقَبُ بغرامة (...) كل من قام بسوء نية بنشر أو إذاعة أو نقل خبر زائف أو ادعاءات أو وقائع غير صحيحة أو مستندات مختلفة أو مدلس فيها منسوبة للغير إذا أخلت بالنظام العام أو أثارت الفزع بين الناس (...). التحريض المباشر على ارتكاب الجرائم المتعلقة بالقتل أو الاعتداء على الحرمة الجسدية للإنسان أو الإرهاب أو السرقة أو التخريب. الإشادة بجرائم الحرب أو الجرائم ضد الإنسانية أو جرائم الإبادة الجماعية أو جرائم الإرهاب. التحريض المباشر على الكراهية أو التمييز“.

المادة 75 التي تمنع نشر بعض القضايا الحساسة التي تُعَرِّضُ أمام المحاكم. وتؤكد على أنه ”يمنع انتهاك سرية التحقيق والمس بقرينة البراءة أثناء مباشرة المساطر القضائية، قبل مناقشتها في جلسة عمومية. ويمنع نشر بيان عما يدور داخل المحاكم حول قضايا القذف أو السبِّ وكذا المرافعات المتعلقة بدعاوى الأحوال الشخصية ولاسيما ما يتعلق منها بإثبات الأبوة والطلاق دون إذن المحكمة المعنية. ولا يطبق هذا المنع على الأحكام الحائزة لقوة الشيء المقضي به حيث يسوغ

نشرها دائماً. يمنع نشر المرافعات الخاصة بقضايا الأطفال أو القضايا التي يتورط فيها أحداث وكذا تلك المتعلقة بالأشخاص الراشدين، كيفما كانت طبيعتها، والتي تسمح بالتعرف على الأطفال. يمنع النشر بجميع الوسائل لصور شمسية أو رسوم لأشخاص تكون الغاية منها التشهير عن طريق التشخيص الكلي أو الجزئي لظروف جناية أو جنحة من قتل أو اغتيال أو قتل للأصول أو الفروع أو تسميم أو تهديدات أو ضرب وجرح أو مس بالأخلاق والآداب العامة أو احتجاز قسري“.

المادة 83 التي تمنع القذف والسب لحطهما من الكرامة الإنسانية. وتنص على أنه ”يقصد في مدلول هذا القانون بالقذف: ادعاء واقعة أو نسبتها إلى شخص أو هيئة، إذا كانت هذه الواقعة تمس شرف أو اعتبار الشخص أو الهيئة التي نسبت إليه أو إليها. والسب: كل تعبير شائن أو مشين، أو عبارة تحقير حاطة من الكرامة أو قدح، لا تتضمن نسبة أية واقعة معينة. ويعاقب على نشر القذف أو السب مباشرة أو عن طريق النقل، حتى لو ورد هذا النشر بصيغة الشك أو كان موجهاً إلى شخص أو هيئة لم يعينها أو لم يحددها هذا النشر بكيفية صريحة ولكن يمكن التعرف عليها...”

المادة 89 التي تمنع انتهاك الحياة الخاصة. وورد فيها أنه ”يعد تدخلا في الحياة الخاصة كل تعرّض لشخص يمكن التعرف عليه وذلك عن طريق اختلاق ادعاءات أو إفشاء وقائع أو صور فوتوغرافية أو أفلام حميمة لأشخاص أو تتعلق بحياتهم الخاصة ما لم تكن لها علاقة وثيقة بالحياة العامة أو تأثير على تدبير الشأن العام. ويُعاقب على هذا التدخل - إذا تم نشره دون موافقة الشخص المعني بالأمر أو دون رضاه المسبقين - بالعقوبة المنصوص عليها في الفقرة الثانية من المادة 85 أعلاه المتعلقة بالسب، وفي حالة تم النشر بدون موافقة ورضى مسبقين وبغرض المس بالحياة الخاصة للأشخاص والتشهير بهم يعاقب بالعقوبة المنصوص عليها في الفقرة الأولى من المادة 85 أعلاه المتعلقة بالقذف“.

ولا بد هنا من الإشارة إلى أن القانون وحده لا يكفي لتوجيه الصحافة إلى الأداء الناجع والسليم. ويتوجب - من جانب آخر - التفريق بين الالتزامات ذات الطبيعة الأخلاقية والواجبات ذات الطبيعة القانونية، وإن كان اللفظان يَردان أحيانا كمرادفين.

كما أن هناك فرقا بين الجزاء المترتب على الخرقين القانوني والأخلاقي، بالنظر إلى اختلاف طبيعة سلطتي القانون والأخلاقيات؛ ففي هذه الأخيرة يتم الاحتكام إلى "قضاء الزملاء"<sup>18</sup>. وهو "قضاء" مخفّف، همّه أساسا الردع المعنوي.

وتأتي مواثيق أخلاقيات الصحافة لتكمل ضبط العمل بالصحافة حتى لا تشكل خطرا على الأشخاص والهيئات والمجتمع. وهي بذلك مكملة للقانون؛ إذ هناك كثير من التصرفات الصحفية التي لا تصب في اتجاه صالح المجتمع لكن يد القانون لا تطولها، وهو ما يمكن تسميته بـ "المنطقة الرمادية" التي يتضرر جزأها المجتمع، دون أن تكون لديه فرصة مساءلة مرتكبيها قانونيا، والأمثلة كثيرة في هذا الجانب، وأخلاقيات الصحافة تغطي - من خلال تَفَرُّعاتها - هذه المنطقة الرمادية.

---

<sup>18</sup> حسب تعبير "ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة" المغربي (2019).

## أمثلة لخروقاتٍ صحفية تُلحق أضراراً بالأشخاص والمجتمع ولا تقع تحت طائلة القانون

تقضي القاعدة الأخلاقية بتمييز الرأي عن الخبر الصّرف؛ حتى لا يوجّه الصحفيّ الجمهورَ إلى قناعاته بدعوى إخباره. فيمكن للصحفيّ مثلا أن يلحق أضرارا بحزب سياسي خلال الانتخابات حين يورد أخبارا حول هذا الحزب ضمن منظومة الأجناس الخبرية، لكنه يستغل الفرصة لتوجيه الخبر عبر تعليقات أو انتقاد أو تساؤلات مدسوسة فيه، تكون تَبَعَاتُهَا سلبية على تصور الجمهور لهذا الحزب والمترشحين باسمه.

### دسّ الرأي في الخبر

حين تنعدم الاستقلالية لا تكون الصحافة خادمة للمصلحة العامة، بل للمصالح الخاصة بمن تتكلم الصحافة باسمهم، وتصبح تحت هيمنة سلطتيّ السياسة والمال وجماعات الضغط. والمتضرر هنا هو المجتمع أولا، ثم كل الفئات والأشخاص الذين يتم التجنّي عليهم من أطراف تستعمل الصحافة لخدمة مصالحها الخاصة. وتُقصي الصحافة - وهي تنحاز للمصالح الخاصة - تعبيراتٍ وقوى حيّة مجتمعية من أجندتها. وهي تُدكّ بذلك بِنَدِ الإنصاف الذي يقضي بوصول كل مصدر مؤهل موضوعيا إلى دائرة الأخبار، لكن القانون لا يعاقب على الإهمال المقصود لأحداث ووقائع يمكنها أن تشكل مادة خبرية جيدة، على الرغم من الأضرار المترتبة على ذلك.

### خرق مبدئيّ الاستقلالية والإنصاف

إن حق الرد مكفول قانونا لكل من يرى أنه متضرر من الصحافة. وهو حق يجنب المتضررين من وسائل الإعلام المرور مباشرة إلى التقاضي الذي قد تكون كلفته الزمنية ثقيلة، وإن ظل المرجع الأخير في المنازعات. لكن القانون غالبا ما لا يكفل "حق الرد على الرد". فلنتصور شخصا متضررا من مقال صحفي أرسل رده للنشر. طبعا يمكن للوسيلة الصحفية نشره، لكنها تحتفظ بحقها في الرد على الرد الوارد إليها من هذا الشخص المتضرر. فهل يقف الأمر عند هذا الحد لتظل للوسيلة الصحفية الكلمة الأخيرة؟ وهل هذا منصف للمتضرر؟ طبعا لا، وهو ما يخرق كل قواعد احترام الجمهور، ويدعم الاستئساد عليه والنظر إليه من فوق، ولذلك فحق رد المتضرر على رد الوسيلة الصحفية يظل التزاما أخلاقيا. مع العلم أن القانون لا يشمل هذا الجانب صراحة، ويتغاضى عن الخروقات الأخلاقية المرتبطة به. وهو بذلك يرجح أن تظل للصحافة إزاءه اليد العليا.

## خرق حق الرد

وجدير بالانتباه أنه يجب على قوانين الصحافة أن تيسر تفعيل بنود أخلاقيات المهنة، لا أن تتعارض معها. وقد يكون للقانون في مجال الصحافة أثر رهيب على مستوى حرية التعبير، خاصة حين تؤدي بنوده إلى خلق رقابة ذاتية لا تخدم مطلب البحث عن الحقيقة ونشرها، وهو أساسي في مواثيق الأخلاقيات عبر العالم. كما يتحتم على أخلاقيات الصحافة ألا تشكل قيودا معنوية لممارسة الصحافة، نظرا للكّم الهائل من الالتزامات (المعنوية) التي تطرحها. وعلى الصحفيين أن يكونوا على بيّنة مما يجنيه المجتمع من التزامهم بأخلاقيات مهنتهم، وما يحصدونه هم أنفسهم من مكاسب معنوية اعتبارية بتبنيهم الطوعي لآداب المهنة.

والصحفيون ليسوا فوق القانون، وإن كان هذا لا يمنعهم من أن يجادلوا القوانين، مبرزين جوانب تعسّفها أو لا ديمقراطيتها.

## هل أخلاقيات المهنة أسمى من القوانين الجارية؟

ليست أخلاقيات الصحافة أسمى من القوانين الجارية. وعلى الصحفي أن يحترم القوانين وأن يعمل كذلك على الترافع من أجل تحسين ترسانتها داخل بلده، وجعلها متطابقة مع الشريعة الدولية. ويمكن للخلافات ذات الطبيعة الأخلاقية أن تُرفع - في نهاية المطاف - للمحاكم للبت النهائي فيها. وتنص الإعلانات البروتوكولية الخاصة بـ "إعلان حقوق وواجبات الصحفي(ة)" السويسري على أن "الأخلاقيات المهنية للصحفي(ة) لا تبتغي منه(ا) أن ي/تكون فوق القوانين وأن ي/تتنصل - تبعاً لذلك - من مساطر المحاكم الديمقراطية ذات القانونية الشرعية أو من سلطاتها".

## الصحافة والقضاء: من التنافر إلى التآزر

لكي يكون هناك تفاعل جيّد بين الصحافة والقضاء - على اعتبارهما آليتين أساسيتين لتعزيز الديمقراطية داخل أي مجتمع - يجب:

1. أن يراقب كل منهما الآخر، وفق ما تقتضيه القوانين المتعارف عليها دولياً (كاحترام استقلالية القضاء، وسرية التحقيقات القضائية من طرف الصحافة)، وأن تتاح الفرصة للصحافة كي تراقب -بموضوعية- أداء السلطة القضائية؛ إذ الملاحظ أن الصحافة تميل أكثر لمراقبة السلطة التنفيذية، في حين أن القضاء جدير هو كذلك بالمراقبة لأنه من بين أبرز أدوات ديمقراطية المجتمعات الإنسانية. وما تجدر الإشارة إليه هو أن القوانين غالباً ما تحضّن -بشكل أو بآخر- القضاء من مساءلة الصحافة، في حين أنه لا توجد - مبدئياً - في الديمقراطيات سلطة فوق القانون ولا فوق المحاسبة.

2. أن يحترم كل جسم الآخر.

3. أن يعمّق كلٌّ منهما معرفته بالآخر.

4. ألا يتم تجاهل القضايا التي تثيرها الصحافة من طرف القضاء، وأن تكون نهاية التحقيق الصحفي بداية التحقيق القضائي (والعكس صحيح كذلك، مبدئياً).

5. أن يتم تأهيل القاضي ليكون مصدراً أساساً للصحافة في القضايا المرتبطة بالعدالة، والتخفيف من واجب التحفظ اعتباراً لحق المواطن في المعلومة المستقاة من مصادرها الأولى.

6. أن يكون هناك قضاة (أو غرف قضائية) متخصصون في قضايا الصحافة.

7. أن تعتمد وسائل الإعلام مستشارين قانونيين خاصين بها.

8. أن يتم تدريب صحفيين متخصصين في القضايا المرتبطة بالقضاء والعدالة.

### 3- تداخل الأخلاقي والحقوقى:

لأخلاقيات الصحافة علاقة عضوية بالديمقراطية وحقوق الإنسان.

ويؤكد "ميثاق جودة الصحافة"، الصادر بفرنسا سنة 2008<sup>19</sup>، هذا الأمر بتسطيره على أنه يستند إلى "القيم الأساسية للحياة الديمقراطية". ويعني ذلك أنه يتعذر على الصحفي الذي لا يلتزم بأخلاقيات المهنة أن يساهم في البناء الديمقراطي لوطنه وللإنسانية.

فحقوق الإنسان بكل أصنافها؛ السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية... والتي تشكل عماد الديمقراطية، تُترجم على مستوى أخلاقيات الصحافة إلى مبادئ وسلوكيات ملزمة للصحفيين، مما يجعل التمسك بأخلاقيات الصحافة في حد ذاته دعماً لحقوق الإنسان وحمايتها من الانتهاك.

إن كل بند من بنود أخلاقيات الصحافة يستجيب لحق معين من حقوق الإنسان. والأمثلة على ذلك كثيرة.

فالحق في الحياة الخاصة والحميمية وكذلك الحق في الكرامة، مبدآن مركزيان في أخلاقيات الصحافة. وفي هذا الصدد تنص المادة 12 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على أنه "لا يجوز تعريض أحد لتدخل تعسفي في حياته الخاصة أو في شؤون أسرته أو مسكنه أو مراسلاته، ولا لحملات تمس شرفه وسمعته. ولكل شخص حق في أن يحميه القانون من مثل ذلك التدخل أو تلك الحملات".

---

<sup>19</sup> تم إنجازه من طرف عدة هيئات فاعلة في حقل الصحافة بفرنسا (نقابات، منظمات المهنية، جمعيات، شركات الصحفيين، جامعيين، مؤسسات التكوين الصحفي...).

- ويعتبر - إجمالاً - أيُّ مس بحق من حقوق الإنسان - ومنها حقُّ المواطنة - خدشاً للكرامة.

ومن خلال العلاقة المتبادلة بين أخلاقيات الصحافة وحقوق الإنسان، يمكن التأكيد على المبدأين الآتيين:

أ. يعتبر تقاعس وسائل الإعلام عن الدفاع عن حقوق الإنسان خرقاً سافراً لأخلاقيات الصحافة.

ب. يعد انتهاك وسائل الإعلام لحق من حقوق الإنسان خرقاً مباشراً لأخلاقيات الصحافة.

## مستويات الالتزام الأخلاقي

إن الصحفيين وهم يستجيبون لأحد بنود أخلاقيات المهنة، لا يتصرفون بنفس المستوى؛ إذ يتدرج التزامهم على سُلّمٍ ينطلقُ من الضعف إلى القوة. فإذا نظرنا - مثلاً - إلى موقف صحفي من شخص (أو إثنية في بلد ما) يُحَقِّره المجتمع (والتحقير لا مبرر له، تحت أية ذريعة، في الصحافة). نجد أن هناك أربعة احتمالات لموقف الصحفي إزاء هذا السلوك المجتمعي:

- المستوى الأول (سلبي): حين يُحَقِّر الصحفي هذا الشخص إسوة بالآخرين.
- المستوى الثاني (سلبي جداً): حين يدعو الصحفي إلى تحقير هذا الشخص.
- المستوى الثالث (محايد سلبي): حين يمتنع الصحفي عن تحقير الشخص، خلاف ما يقوم به المجتمع.

• المستوى الرابع (إيجابي): حين يُجرّم الصحفي تحقير هذا الشخص ويسعى من أجل انتفاء ذلك.

ونلمس من خلال هذا النموذج أن الأداء الأخلاقيّ الإيجابي يتطلب تبصراً بالفعل الصحفي الأخلاقي وترجمته بنجاعة على أرض الواقع.

## أخلاقيات الصحافة وأخلاقيات المهن والهيئات الأخرى

يظل من واجب الصحفي أخلاقيا مراقبة كل خرق أخلاقي تُحدثه المهن والهيئات الأخرى، إذا كان هذا الخرق يسيء بأي شكل من الأشكال لأخلاقيات الصحافة؛ فمثلا في مجالات الطب أو المحاماة أو الاقتصاد أو السياسة أو الإعلان (الإشهار) أو شبكات التواصل الاجتماعي أو حتى الرياضة<sup>20</sup>. على الصحفي أن يراقب أخلاقيات هذه المجالات والمهن، وذلك مساهمةً منه في تقويم المجتمع ومؤسساته وتثقيفها.

ومن واجبات الصحفي أيضا مراقبة مدى احترام الأخلاقيات داخل هياكل الدولة والمجتمع. ومن المفترض أن تكون هناك مدونات سلوك أخلاقي لدى كل فروع المجتمع السياسي والمدني (الأجهزة التنفيذية والتشريعية والقضائية وجمعيات المجتمع المدني).

<sup>20</sup> في فرنسا مثلا هناك ميثاق أخلاقيات لرياضة القفز بالمظلات صدر سنة 2018 عن الفيدرالية الفرنسية للقفز بالمظلات Fédération Française de Parachutisme، مما يعني أن الأخلاقيات قد تُرصد لها موثيق في كل أصناف الأنشطة الإنسانية المنظمة. وفي مجال الأخلاقيات البرلمانية هناك نموذج "مدونة السلوك والأخلاقيات البرلمانية"، الصادرة عن البرلمان المغربي.

وفي الحالة التي يتعامل فيها الصحفي - على سبيل المثال - مع مشهد سياسي غير مشبع بالأخلاقيات، فإن ذلك يؤثر حتما على أخلاقيات الصحافة. فإذا لم يلتزم السياسي معنويا بالإدلاء بالمعلومة التي تيسر عمل الصحافة، وتُطعّم النقاش العمومي، فإنه لا يتيح للصحفي أن يعطيه رأيه بموضوعية، والموضوعية تدخل ضمن بنود أخلاقيات الصحافة.

ويجب على الصحفي هنا الاشتغال على مستويات ثلاثة:

1- ضبط ما يمكن أن يسيء في تصرفات هذه الأطراف لأخلاقيات الصحافة كرشوة الصحفيين مثلا، أو نشر الأخبار الكاذبة وترويجها عبر الصحافة.

2- رصد الخروقات الأخلاقية الخاصة بكل مهنة أو هيئة أو تنظيم.

3- رصد الدوائر الأكثر هشاشة على مستوى منظومة أخلاقيات هذه المهن والهيئات، وتبيان أوجه القصور فيها، والمساعدة على ترشيدها عن طريق معالجتها إعلاميا، ومقاربة المتضررين منها.

## **أخلاقيات الصحافة بين الشمولية والخصوصيات الثقافية**

مبدئيا، أخلاقيات الصحافة هي - على غرار حقوق الإنسان - شمولية، غير تمييزية، متأزرة، واحدة لا يمكن تجزئتها. لكن في بعض المجالات مثل التعامل مع الدين والأخلاق العامة غالبا ما يتم تكييفها بالنظر إلى السلوكيات المتوافقة عليها اجتماعيا وثقافيا وإثنيا ودينيا.

إن مضمون الآداب العامة (وهو مصطلح يعني حُسن السلوك المجتمعي

القائم على تجنب ما يمكن أن يثير البلبلة والفوضى أو الإشمئزاز والاستهجان لدى الناس والجمهور) يختلف من ثقافة لأخرى، وذلك بالنظر إلى المرجعيات التي تتأسس عليها هذه الثقافة. فمفهوم العُزّي - مثلا - قد يكون فنيا جماليا في ثقافة ما، لكنه قد يعني - وفي كل السياقات - الخلاعة في ثقافة أخرى.

وقد بدأ منذ سنوات الحديث عن احترام الحساسيات الثقافية، في وقت تنامى فيه الشعور الديني<sup>21</sup> عبر العالم (الأرثوذكسية بروسيا، الأحزاب الإسلامية التي تنشط سياسيا في عدد من البلدان العربية...). وفي هذا السياق أصبح من أولويات الأخلاقيات التركيز على عدم إشعال فتيل الفتنة بين الشعوب والثقافات، وتجنب الإذكاء المجاني للحساسيات الثقافية، وخاصة الدينية منها.

وقد تم التأكيد على احترام الحساسيات الثقافية على المستوى الدولي، في أعقاب نشر الصحيفة الهولندية Jyllands-Posten صورا كاريكاتورية مسيئة لرسول الإسلام عام 2006.

وفي نفس الإطار منعت المؤسسة الإعلامية "بي بي سي" في دفتر أخلاقياتها استعمال كلمة "إرهابي"؛ لأنها ذات شحنة عاطفية وحمولة موقف مسبق، ملزمة الصحفيين العاملين بها بالاكْتفاء بإعطاء الوقائع دون نغوت قد تكون لها عواقب وخيمة.

وينص الميثاق الأخلاقي لجمعية الصحفيين المحترفين بأمريكا في جزئه المعنون بـ "قلل من الضرر" (Minimize Harm) على "أخذ الاختلافات الثقافية بعين الاعتبار في التغطية والمعالجة الإعلامية".

<sup>21</sup> تنص المادة 71 من قانون الصحافة والنشر المغربي على أنه تطبق أحكام جزائية "إذا تضمنت إحدى المطبوعات أو المطبوعات الدورية أو إحدى الصحف الإلكترونية إساءة للدين الإسلامي".

وبهذا المعنى يمكن القول إن أخلاقيات الصحافة في الجزء المرتبط بالخصوصيات الثقافية، تظل سياقية ومتطورة.

### الصحافة سلطة رابعة؟

ظهر مصطلح "السلطة الرابعة" حينما قال المفكر السياسي الأيرلندي إدموند بيرك (1729-1797) أمام مجلس البرلمان البريطاني "ثلاث سلطات تجتمع هنا تحت سقف البرلمان، لكن السلطة الرابعة تجلس هناك في قاعة المراسلين، وهي أهم منكم جميعاً".

وذاغت التسمية عن طريق المؤرخ الأسكتلندي توماس كارليل (1795-1881) من خلال كتابه "أبطال وعبادة البطولة".

ومن مفارقات المصطلح أنه - مبدئياً - ليست هناك سلطة للصحافة إلا إذا حققت وظيفتها الأساس المتمثلة في المراقبة/المساءلة. ولا تمتلك الصحافة وسائل إجراه للوصول لغاياتها كما هو الحال بالنسبة للسلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية، لذلك تظل هذه السلطة ذات طابع معنوي.

وهناك من يعتبر هذه السلطة "سلطة مضادة"؛ بمعنى أنها تراقب أداء السلطات الدستورية الثلاث المذكورة أعلاه.

وظهر مؤخرًا مصطلح "السلطة الخامسة" الذي يرمز أساسًا إلى السلطة التي اكتسبها جمهور وسائل الإعلام عبر شبكات التواصل الاجتماعي وانخراطه - إلى جانب ذلك - في العمل الجمعي مستعينا بالتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال (الإنترنت)، مما عزز قدرته على خلق خطابات تأطيرية، تشكل في النهاية نوعًا من المساءلة لمنظومة السلطات الأخرى، بما فيها سلطة وسائل الإعلام.

## هل الصحفي مناضل؟

طُرح هذا السؤال كثيرًا في مجال الصحافة. والجواب هو نعم. لكنه مناضل من نوع خاص.

الصحفي مناضل لأنه ملتزم بقضية يسخر لها مهنيته، تتمثل في الكشف عن الحقيقة وجعلها متداولة بين الناس.

إلا أن الصحفي مناضل بلا إيديولوجية لأنه ليس مناضلًا حزبيًا أو سياسيًا، وإن كان - مبدئيًا - يساهم في إيصال رجال السياسة الأكثر التصاقًا بالمصلحة العامة إلى سدة الحكم.

ويجب عدم نسيان أن الصحافة ولدت في أحضان السياسة، وتماهت معها خلال جزء من تاريخها؛ فمنذ بدايتها وطوال القرن التاسع عشر كان كثير من السياسيين يمارسون هم أنفسهم الصحافة. وفي أواخر هذا القرن؛ مع ظهور الصحف الجماهيرية ذات السحب العالي وتحويلها إلى المهنية، بدأ حقل الصحافة والسياسة يتمايزان. ويمكن القول إن الصحافة الاستقصائية

التي أضحت ذات أهمية بالغة منذ ثمانينيات القرن العشرين قد جعلت الوجه النضالي للصحافة - بمفهوميه السياسي والأيدولوجي - ينحسر ليتمّ اعتباره من مَسَاقِط المهنة.

ولهذا يمكن اعتبار الصحفي مناظلا خارج المفهوم التقليدي للنضال؛ لأنه يسعى لخدمة المصلحة العامة، ويتعب من أجل ذلك (مهنة المتاعب). وهو مناضل؛ لأنه يراقب يوميا أداء السلطات الأخرى خاصة منها التنفيذية والتشريعية والقضائية، وباقي دوائر صناعة القرار وتنفيذه، مكسرا نطاق الصمت حول الخروقات التي قد تشوب عملها.

## أخلاقيات الصحافة واجبات وحقوق

ورد في إعلان ميونيخ لواجبات وحقوق الصحفيين (1971)، أنه "بناء على حق الجمهور في معرفة الوقائع والآراء تنتج مجموعة واجبات الصحفيين وحقوقهم". ويعني هذا أن أخلاقيات الصحافة تظل مسخرة - سواء في شقها الخاص بالالتزامات أو ذلك الذي ينص على حقوق الصحفيين - لخدمة الجمهور بشكل جيد.

فمثلا حق الصحفي في السلامة الجسدية وهو يزاول عمله، أو في التكوين/التدريب المستمر هما آيتان من أجل أن يقوم الصحفي بخدمة الجمهور بشكل أمثل، وليستا ترفا يحقق من خلاله الصحفي امتيازات ذاتية فقط.

ودون حقوق الصحفيين المسطرة في كثير من مواثيق أخلاقيات الصحافة، يتعذر تأمين الواجبات المنوطة به.

ولذلك فأخلاقيات الصحافة خارج بعض الحقوق التي يجب أن تُكفل للصحفيين، تظل في مجملها التزامات، سواء من طرف الصحفيين (الالتزام بالبنود الأخلاقية)، أو المشغّلين (التكوين/التدريب المستمر مثلا)، أو السلطات (حماية الصحفي أثناء قيامه بمهامه).

وينص ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة المغربي على ثلاثة حقوق يجب أن تكون مكفولة للصحفي:

1. الحماية والسلامة (الحق في السلامة الجسدية، وتجنّب الصحفي المضايقة والأذى).

2. بند الضمير (قبول الصحفي التوجيهات من مشغّله فقط، لكن دون أن تتعارض هذه التوجيهات مع ميثاق الأخلاقيات<sup>22</sup>. وللصحفي الحق في استعمال حق بند الضمير، ورفض أو توقيع أي مادة تم تحويلها لتجانّب الحقيقة).

3. التعاقد والكرامة (الحق في عَقْد عمل غير مُهين يحفظ كرامة الصحفي، وفي التكوين والتدريب المستمرين والسلامة والحماية القانونية).

<sup>22</sup> في نفس الإطار، ينص إعلان ميونيخ لواجبات وحقوق الصحفيين (1971) على أن "مسؤولية الصحفيين تجاه الجمهور تعلقو فوق كل مسؤولية أخرى وخاصة تجاه مشغّلهم والسلطات العمومية".

## الخطأ المهني الجسيم من منطلق أخلاقيات الصحافة

يَعْتَبَرُ "ميثاق الواجبات المهنية للصحفيين الفرنسيين"<sup>23</sup>، الأخطاء المهنية التالية التي قد يرتكبها الصحفيون "أخطاء جسيمة":

- تشويه السمعة (التشهير).
- الاتهامات الباطلة (غير المُسندة بحجة أو حجج).
- تحوير الوثائق وتزويرها.
- تحريف الأحداث والوقائع.
- الكذب والافتراء.

أما إعلان بوردو الصادر عن الاتحاد الدولي للصحفيين (1954) والذي تم تعديله سنة 1986، فهو يحدد الأخطاء الجسيمة التي يمكن للصحفيين اقترافها في ما يلي:

- السرقة الأدبية.
- التحريف المُغرض.
- الإشاعة، الاغتياب *médiance*، التشهير، الاتهام غير المبرر.
- قبول أي مكافأة مقابل نشر معلومة أو حذفها.

<sup>23</sup> أصدرته سنة 1918 النقابة الوطنية للصحافة بفرنسا، وتمت مراجعته سنة 1938، و2011، حيث تم تغيير اسمه من "ميثاق الواجبات المهنية للصحفيين الفرنسيين" La Charte des devoirs professionnels des journalistes français إلى "ميثاق الأخلاقيات المهنية للصحفيين" Charte d'éthique professionnelle des journalistes.

وقد حدد ميثاق أخلاقيات الموقع الإخباري الفرنسي "ميديا بارت" ما أسماه الأخطاء المهنية "الأكثر جساماً" les plus graves fautes professionnelles التي يمكن للصحفي ارتكابها في ما يلي: التشهير، الاتهامات غير القائمة على أدلة، تحريف الوثائق، تحريف الوقائع، الكذب.

## أخلاقيات الصحافة.. شكلا ومضمونا

يجب عدم نسيان أن لأخلاقيات الصحافة جانبا شكليا يجعل الإخراج الصحفي في قلب الأخلاقيات؛ ففي باب الموضوعية - مثلا - هناك ما تسميه الصحافة الأمريكية "الموضوعية الشكلانية"؛ وتعني أن شكل إخراج المادة نفسه قد يحقق أو يخل بموضوعية المضمون. ويدخل ترتيب المعطيات داخل منظومة الأجناس الخبرية في هذا الباب. فقاعدة "الأهم، فالمهم، فالأقل أهمية (دون انتفاء الأهمية)"، المستعملة في بناء "الهرم المقلوب"، هي من باب الشكل الذي يحقق موضوعية المضمون، وغايتها ضمان ألا ينتقص الصحفي من قيمة العنصر الأهم إخباريا بإحاقه تراتيبا بما هو أقل أهمية.

وهناك كذلك التعامل مع الأجناس الصحفية، التي هي قوالب تؤطر شكل المواد الصحفية. فمن غير الإنصاف - وهو بند أخلاقي ذو أهمية - أن يميز الصحفي دون سبب مهني بين المصادر من خلال الخيارات التي تتيحها الأجناس؛ ولبيان المقصود نطرح السؤال الآتي: هل يختار الصحفي جنس الاستجواب أم مقال التحليل أم البورتريه (البروفایل) أم العمود الصحفي أم الاستطلاع أم التقرير الصحفي للإخبار عن أنشطة مترشحين متنافسين خلال انتخابات ما؟

الشكل (الجنس) الذي يختاره الصحفي يحدد مبدئيا تصوراتته حول الهدف منه؛ فالبورتريه سيُعَلِي - في الغالب، وفق منحى الممارسة العام - من قيمة المترشح، والتقرير يظل نسبيا محايدا إذا التزم بقواعد المهنة، أما الاستجواب فيمنح المترشحَ فرصةً للتعبير عن نفسه وقناعاته الانتخابية أو البرنامج الانتخابي للحزب الذي ينتمي إليه. لذلك فالأجناس في حد ذاتها ليست بريئة، وقد تكون مدخلا لخرق أخلاقيات المهنة إذا لم يكن استعمالها محصنا بضوابط الموضوعية والنزاهة والإنصاف.

إن وضع صورة مُقَرَّبَة للمصدر (شاهد العيان أو المتحدث أو السياسي) في مقال ما أو جعله يتحدث عن قرب في مادة سمعية بصرية يختلف - دلالياً - عن التقاطه من بعيد، كل هذه التفاصيل ترمز في الحالتين إلى قوة الحضور أو ضعفه.

وينسحب الأمر كذلك على تأطير الصورة الثابتة أو المتحركة التقاطا وإخراجا، كما ينطبق على استعمال الألوان والإضاءة وبنط الحرف، وتوظيف كل ما تتيحه الإمكانيات الطباعية أو الإخراجية من مؤثرات شكلية لها - حتما - تأثير على المضمون بشكل أو بآخر.

## لا لأدلة أخلاقيات الصحافة والكيل بأكثر من مكبال

مبادئ أخلاقيات الصحافة عامة ومتآزرة وغير قابلة للتجزئة ولا يمكن بالتالي تكييفها لأغراض سياسية أو إيديولوجية؛ فالحس الوطني لدى الصحفي أو الوسيلة الإعلامية لا ينبغي أن يكون ذريعة لخرق آداب المهنة والانحياز للدولة التي ينتمي إليها مثلا، في خرق سافر لمبادئ العدالة والقانون الدوليين والأسس التعامل السليم بين الدول. وهو ما يعتبر كيلا بمكيالين على مستوى أخلاقيات الصحافة.

كما أنه لا يمكن، مثلا، للدول أن تملّي على الصحفيين "عدم الإساءة لدولة صديقة"؛ لأن الصحفي لا يفاضل في تعامله الأخلاقي بين الدول عبر توزيعها إلى صديقة وغير صديقة، وإلا سيكون قد تبنى أجندة سياسية عوض أجندته الصحفية، وهو أمر غير مقبول أخلاقيا.

وهذه القاعدة عامة تنسحب على كل ما يغطيه الصحفي من مواضيع.

## من ”الحق في التعبير“ إلى ”واجب التعبير الإيجابي“

لا يمكن تصور الحق في التعبير أمراً مطلقاً. بل هو يخضع لضوابط أخلاقية تطبع الخطابات الصحفية بالإيجابية التي بدونها تتحول الصحافة إلى ”بائعة للسُّامِّ والسلبية“. منها:

- تقديم الصحافة لنفسها كقوة اقتراحية بناة في معالجتها للأحداث والأوضاع والسياسات.
- تجنب الألفاظ والتعبيرات الساقطة والبذيئة والفاحشة.
- تجنب السب والشتم والتشهير والنيل من السمعة والأعراض بشكل صريح أو مبطن.
- تجنب النقد الهدام.
- تجنب التيئيس ونشر الإحباط والعدمية.

## IV- مرجعيات أخلاقيات الصحافة

تشكّل المواثيق المحلية والدولية أهم مرجعيات أخلاقيات الصحافة خاصة في جانبها العملي. وقد تم اعتمادها في هذا المؤلف كمادة أساس، طبعاً إلى جانب كتب ودلائل متفرقة. ونورد هنا جزءاً من تلك المواثيق التي تم استقراؤها لغايات هذا المؤلف. (لاستكمال لأئحة المصادر، انظر لأئحة المراجع المعتمدة في نهاية المؤلف):

- ميثاق شرف الاتحاد الدولي للصحفيين المتبنّى في 12 يونيو 2019 بتونس، والذي يكمل إعلان المبادئ الصادر عن نفس الاتحاد والمعروف بـ ”إعلان بوردو“ (1954)، المعدّل سنة 1986.

• إعلان ميونيخ (1971) Charte de Munich، المتعلق بواجبات وحقوق الصحفيين.

• نداء لاكولين (2008) Appel de la Colline.

• ميثاق الواجبات المهنية للصحفيين الفرنسيين - Charte des devoirs professionnels (1918).

• الميثاق الأخلاقي لجمعية الصحفيين المحترفين بأمريكا (1926).

• مدونة قواعد سلوك الصحفيين البريطانيين (1938).

• قرار المجلس الأوروبي حول أخلاقيات الصحافة (1993).

وفي السبعينيات من القرن الماضي بدأت تظهر عبر العالم - وبكثافة أكبر - جملة من المواثيق الأخلاقية الوطنية، أو الخاصة بالمؤسسات الصحفية. ويعد بعضها مراجع لأخلاقيات الصحافة لا يمكن تجاوزها نظرا للاجتهادات الواردة فيها.

## V- أخلاقيات الصحافة في ظل الثورة الرقمية<sup>24</sup>

لا تفرّق أخلاقيات الصحافة بين طبيعة الوسائل الإعلامية. ويعني ذلك أنها صالحة لكل الوسائل لارتباطها أساسا بالمضامين الصحفية. لكن

---

<sup>24</sup> انظر عبد الوهاب الرامي (المنسق الوطني) وآخرون. "الكتاب الأبيض لتأهيل الصحافة الإلكترونية المغربية"، تحديات وتوصيات، وزارة الاتصال المغربي، أبريل 2013.

هناك خاصيات تقنية أو ناتجة عنها (الصوت، الصورة، التشعب النصّي HyperText، الآنية، الروابط، التفاعلية، الأساليب الجديدة للتسويق والإعلان...) تدفع إلى تدقيق بعض جوانب الأخلاقيات، وهو ما نلمسه في حالة الصحافة الرقمية، باعتبارها تجمع بين المكتوب والصوت والصورة المتحركة، والتفاعلية المباشرة مع الجمهور.

## هل توجد أخلاقيات خاصة بالنشر الصحفي الرقمي؟

لا، هناك فقط تكييف للمعايير الأخلاقية في الحالات التي تستدعيها التقنية.

وفي حالة الصحافة الرقمية، يذهب كثير من الصحفيين والمهتمين إلى أن خصائص النشر الرقمي تستدعي إعداد مواثيق أخلاقية خاصة بها. وهم يطالبون بذلك وكأن الأخلاقيات ليست في الأصل مبادئ قبل أن يتم تكييفها وفق صنف كل وسيلة إعلامية. وهذا التصور خاطئ من أساسه؛ لأننا إذا تفحصنا مبدأ البحث عن الحقيقة مثلا، وجدناه قناعة قارّة يجب أن تكون مُقتَسمة بين كل الوسائل الإعلامية كيفما كان صنفها أو التقنية التي تتأسس عليها. وينطبق الأمر هذا على كل المبادئ التي تقوم عليها الأخلاقيات.

ولذلك يتسرع كثير من المهتمين والمهنيين بالقول: إن للصحافة الرقمية أخلاقياتها الخاصة.

وفي مقال نشر في فبراير 2018 على موقع الاتحاد الدولي للصحافة الفرنكوفونية (L'Union Internationale de la Presse Francophone) (UPF)، تحت عنوان "أي أخلاقيات صحفية على الإنترنت؟" تم التنصيص

على أن المعايير المسطرة في المواثيق الأخلاقية الموجودة حالياً تظل صالحة. ولا يمكن الحديث حتى في أحسن الأحوال إلا عن تكييف يسير لها، حين تستدعي التقنية ذلك.

وفي بريطانيا اكتفى الميثاق الجديد العملي لسنة 2016 (The New Code of Practice, 2016) بالتنصيص في مقدمته على أن بنود الميثاق تنسحب كذلك على الصحافة الرقمية. أما في ألمانيا فلم تُجرَ تغييرات خاصة على قانون الصحافة، أُضيف - فقط - الضبط الأخلاقي لمضامين الصحافة الرقمية سنة 2008 ضمن اختصاصات مجلس الصحافة. أما ميثاق أخلاقيات الصحافة البلجيكي لسنة 2013، فهو ينص بشكل صريح على أن "الصحفيين يحترمون أخلاقيات مهنتهم مهما كان صنف الوسيلة التي يشتغلون فيها، بما في ذلك الاستعمال المهني لشبكات التواصل الاجتماعي، والمواقع الشخصية والمدونات كمصادر للأخبار أو كأداة لنشرها".

ولم يُعدّل في سويسرا "إعلان واجبات وحقوق الصحفي(ة)"; وإنما نصّ مجلس الصحافة السويسري سنة 2000 على أن المعايير الأخلاقية المتبناة في الإعلان (الميثاق) تنسحب كذلك على الإنترنت.

وباستعيد ميثاق شرف الاتحاد الدولي للصحافة الرقمية (أسس في 12 ماي 2005) باختزال بعض البنود الأخلاقية التي كانت قائمة من قَبْل، دون إضافة تُذكر، خاصّة بهذا الصنف من الصحافة.

ويُستنتج من استقراء هذه المعطيات أن أخلاقيات الصحافة لا تفرّق في بنودها العامة بين أصناف الوسائل الإعلامية (مكتوبة، سمعية، سمعية بصرية، رقمية)، وإنما نجدُ توليدات هي نتاج واقع تكنولوجي جديد، بات يفرض تكييفاً متعلقاً بالتفاصيل (ذات الطبيعة التقنية في الغالب) لا الأصل.

ولا بد من التذكير أن الصحافة الرقمية تعيش داخل فضاء سيبراني، وهي تتأثر به بشكل أو بآخر؛ فالمدونات الشخصية blogs - على سبيل المثال - والتي هي تعبيرات شخصية ظهرت خارج نطاق الصحافة، نجدها اليوم مُدرّجة كمضامين داخل النسخ الرقمية لكبريات الصحف العالمية، وصارت الشبكات الاجتماعية مصدرا للأخبار، والفيديوهات الملتقطة من مواطن شاهِدٍ على حدثٍ عبر هاتفه المحمول جزءا من صناعة المحتوى، وهذه مؤشرات على أنّ على الصحافة (الرقمية خاصة) أن تنتبه إلى مسؤولياتها الأخلاقية المرتبطة بالمستجدّات التي يفرضها توظيفها للتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال.

ومن البنود الأخلاقية المرتبطة بالتكنولوجيات الجديدة، والتي يمكن إدراجها اليوم في مجال أخلاقيات التعامل مع الجمهور ما يلي:

1- إشراك الجمهور في صناعة المحتوى عبر آليّة التفاعليّة التي تتيحها التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال.

2- التعامل الجاد مع المحتوى الصادر عن الجمهور وعدم تجاهله.

3- توفير آليات التفاعل (التعليقات، التنبيهات...) وأخذها بعين الاعتبار.

4- خلق وسيطٍ لدى الصحيفة الرقمية يُعنى بمشاركة الجمهور في صناعة المحتوى. وهي الآلية التي تتيح بالفعل إشراك الجمهور بشكلٍ فعّال في المواد الصحفية للخروج من نموذج الإعلام النازل (التقليدي، الأحادي الاتجاه).

إجمالاً، إن معظم الملامح الأخلاقية الجديدة الخاصة بالصحافة الرقمية مرتبطة بالالتزامات المهنية الأخلاقية الناتجة عن توظيف التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، وهو ما يستدعي ضبط عملية

التلقي عند الجمهور بإرشاده، وتيسير التعامل مع المواد المقترحة من خارج هيئة التحرير، وفتح سبل مشاركة الجمهور في صناعة المحتوى، في عالم أصبحت فيه كثافة المعلومات وليس شُحّها - كما هو الحال قبل الإنترنت - جزءاً من مشاكل التلقي.

## 1- الالتزامات المهنية الأخلاقية الناتجة عن توظيف التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال

هناك كثير من الخصائص التي تميز الصحافة الرقمية عن باقي أنواع الصحافة، مما يستدعي التعامل معها بحس أخلاقي عالٍ؛ فعلى سبيل المثال: يصبح من الأخلاقي اليوم تحيين المادة الصحفية كلما استوجب الأمر ذلك، ويشمل التحيين الشكل (تصحيح لغوي، توضيح فقرة غامضة، إضافة رسم توضيحي أو مبيان...) والموضوع (إضافة مستجد، إعادة التوازن داخل مادة إعلامية بتوظيف مصدر آخر مكمل...).

كما أنه يمكن الإشارة إلى الزمن التقريبي الذي تتطلبه قراءة موضوع ما، وهو ما تقوم به كثير من المواقع الرقمية الإخبارية اليوم. وهي خدمة ذات طابع أخلاقي؛ لأنها جزء من الشفافية التحريرية، تمكّن المتصفح من الاطلاع على المواد المقترحة، وترتيب استهلاكها وفق أجدنة زمنية تجعله يتلافى هدر الوقت المتاح له.

ويمكن الاطلاع على دليل "أخلاقيات الصحافة في العصر الرقمي" الصادر عن معهد الجزيرة للإعلام باعتباره دليلاً متخصصاً بأبرز المعضلات الأخلاقية التي رافقت دخول المنصات الرقمية في جوهر العمل الصحفي<sup>25</sup>.

<sup>25</sup> محمد خميسة ويونس مسكين، دليل أخلاقيات الصحافة في العصر الرقمي، معهد الجزيرة للإعلام، 2022. <https://bit.ly/3X1o6et>

## 2- المسؤولية الأخلاقية على الموادّ الوافدة من خارج هيئة التحرير:

وتهم هذه المسؤولية الروابط التي تتيح النص التشعبي hypertext، والتفاعلية مع الجمهور.

### • الروابط:

لا بد من أن تمتد الأخلاقيات لتشمل في الصحافة الرقمية الروابط التي تعد مدخلا للتشعب النصي أي - في نهاية المطاف - امتدادا له. وهنا تراعي الصحيفة أن تكون الروابط التي يتم انتقالها:

1. خالية هي نفسها من أي خرق أخلاقي (نص أو صورة أو فيديو).

2. متوازنة قائمة على مبدأ التنوع، بحيث لا تخضع للانتقاء المُغرض الذي يُبقي فقط على الروابط التي تحيل على مواد تسند المادة التي تقترن بها، ويُقصي المواد المختلفة أو المتناقضة مع تصورات صاحب المادة الإعلامية.

3. بعيدة عن الإخوانيات، والمحسوبية الإعلامية، وتشكّل إضافةً على مستوى فهم الموضوع واكتماله واستيعابه.

هناك إذن مسؤولية أخلاقية للصحف الرقمية تجاه الروابط التي تعتبر امتدادا للمحتويات الأساسية، على الرغم مما يبدو إخلاءً لذمتها من هذه المسؤولية في بعض قوانين الصحافة<sup>26</sup>.

---

<sup>26</sup> يعرف قانون الصحافة والنشر المغربي في مادته الأولى، الفقرة 3-1، المحتوى الأساسي للصحيفة الإلكترونية على أنه "محتوى الصحيفة الإلكترونية باستثناء الإعلانات والروابط وتعليقات الزوار وباقي أشكال مساهماتهم غير المعالجة صحفياً".

## • التفاعلية:

لكي تشكّل التفاعلية بؤابة شراكة مع الجمهور لصناعة محتوى صحفي جيد يكون فيه المتلقي فاعلا ومساهما ناجعا وليس منفعلا فقط، لا بد لهذه التفاعلية أن تكون مؤطرة من طرف الوسيلة الإعلامية عبر وضع قواعد أخلاقية لكل المساهمين فيها، وتسطير مدونات سلوك لتأطير أي نقد، أو اقتراح، أو تظلم من ضرر ما، أو تنبيه لقضية معيّنة وارد من الجمهور، أو من أي مصدر خارجي للمعلومة، أو كاتب رأي من خارج هيئة التحرير، أو صاحب مدوّنة تحتضنه الوسيلة الإعلامية.

## • تأطير مساهمات الجمهور في الصحافة الرقمية:

لقد أضحت مشاركة جمهور وسائل الإعلام في محتواها العام - إن كانت ردّا أو تعليقا أو اقتراحاً - توجّها مهنيا أخلاقيا لكثير من المؤسسات الصحفية عبر العالم. بل إن فتح باب المشاركة للجمهور أضحى أمرا تتبناه الموثيق الأخلاقية لكبريات الصحف عبر العالم.

وينص الميثاق الأخلاقي للموقع الرقمي الفرنسي ميديا بارت - apart على أن هذه الصحيفة تُعتبر كذلك نادياً تشاركيا - club partitif وأنه بالإمكان التعبير عن أي رأي داخله، حتى لو كان هذا الرأي غير متّفق مع الخط التحريري للمؤسسة، وهو احترام لمبادئ حرية التعبير كما هو منصوص عليه في "ميثاق المشاركة" (la Charte de participation).

نورد هنا - لتقريب الفكرة - نموذج جريدة لوموند الفرنسية لتأطير مشاركة الجمهور في صناعة المحتوى.

## ميثاق فضاء مساهمات قراء موقع جريدة لوموند الفرنسية<sup>27</sup>

منذ 22 ماي 2019، وضعت جريدة لوموند ميثاق قواعد سلوك جديدة بالنسبة لما تسميه "فضاء المساهمات" (Espace de contribution)، وهو حيّز للنقاش والحوار والتبادل بين جمهور الجريدة حول المواضيع المطروحة.

وتتوزع هذه القواعد على عشرة محاور:

1- قواعد السلوك التي يجب التقيّد بها:  
على المناقشات أن تتحلى بالاحترام بين المساهمين، ومن المساهمين تجاه الصحفيين، والأشخاص الذين يتم ذكرهم في المواد المطروحة، دون سبّ ولا كذف أو تمييز قائم على الجنس أو العرق، أو الحض على الكراهية، أو التبشير الديني أو الدعاية.

كما على المساهمات أن تكون بلغة فرنسية سليمة. ولا يُنشر أي مساهمة غير لائقة من وجهة نظر الصحيفة. وفي حالة تكرار سلوكيات غير محمودة فإنه يمكن للصحيفة ترتيب جزاء ضد أصحابها قد يصل إلى سحب حقه في التعليق.

2- أمثلة لتعليقات تخرق القواعد التي يجب الالتزام بها من طرف المساهمين:  
على سبيل المثال، يُرفض تعبير "فلان عنصري". في حين يُقبل تعبير "ما قاله فلان ذو حمولة عنصرية" أو "سبق أن تمت إدانة فلان قضائياً بتهمة العنصرية".

<sup>27</sup> La charte de l'espace des contributions du «Monde» en 10 questions  
تم الحفاظ هنا على المحتوى الأساسي للميثاق، والالتزام في أقصى الحدود بالترجمة المباشرة لتكون هذه المادة عاكسة - دون تجاوز - للنص الأصلي الفرنسي.

يُرْفَضُ تعبير ”هذا الرجل قتل زوجته، وأتمنى أن يُعدم بدوره“. لكن يُقبل تعبير ”إذا ما تمت إدانة هذا الرجل من طرف المحكمة، أتمنى أن تكون العقوبة التي سيلاقها عبرة للآخرين“.

يجب تجنّب:

- السب؛ مثل ”فلان أبله“.
- الحُصّ على العنف مثل ”يستحق فلان أن يُصفع“.
- إطلاق تعبيرات عنصرية أو تحض على الكراهية، استنادا إلى الانتماء الديني أو الوطني أو العرقي؛ مثل ”ليس غريبا أن يتصرف فلان بهذه الكيفية بالنظر للمنطقة التي ينتمي إليها“.
- التعبيرات الجنسانية sexism مثل ”إنها جميلة على الرغم من سُمرتها“.
- التعبيرات التي تهاجم مباشرة المساهمين في فضاء التعليق والنقاش مثل ”بالنظر لمستواك، من الواضح أنك لن تفهم أبدا محتوى المقال“.

3- عدد التعليقات بالنسبة لكل مقال وطول المساهمة:

- تُحدد المساهمات في مساهمة واحدة على كل مادة صحفية، وثلاث إجابات في حالة النقاش.
- لا تتجاوز المساهمة ألف حرف، أي حوالي 200 كلمة.
- كل كلمات الشكر والإعجاب التي لا سندَ موضوعيًا لها غير مقبولة.

4- توقيع المشاركة بالاسم الحقيقي أو المستعار؟

يمكن المساهمة بالاسم الحقيقي أو باسم مستعار.

لكن جريدة لوموند يمكنها - متى استدعى الأمر ذلك - الاتصال بالمشارك على العنوان المثبت بحساب الاشتراك.  
يمنع أي انتحال للصفة أو اسم مستعار مُنافٍ للسلوكيات القويمة.

5- إمكانية المساهمة بأكثر من اسم؟  
لا يمكن المساهمة إلا بنفس الاسم. وحين تغييره تظهر كل التعليقات السابقة بالاسم الجديد.

6- التنبيه للتعليقات الخارقة للقواعد:  
يجب الإشعار بالتعليقات الخارقة لقواعد السلوك بالنقر على "التنبيه عن هذا التعليق" «Signaler ce commentaire». وتتكلف الفرق الخاصة بالوساطة بالنظر بشكل مستعجل في المواد التي تتم الإشارة إليها من طرف المساهمين.

7- انتقاد جريدة لوموند في التعليقات:  
نعم يجوز انتقاد مواد جريدة لوموند، لكن بشكل محترم؛ ليس فيه تهجّم على الصحفيين أو الوسطاء. ويمكن عبر بريد إلكتروني خاص الاتصال مباشرة بهيئة التحرير أو بوسيط الجريدة.

8- كيفية التصرف إذا لم يُنشر تعليق تم إرساله من طرف مساهم:  
يمكن الاتصال بطاقم الوساطة للاستفسار عن سبب عدم النشر عبر بريد إلكتروني خاص، مع بيان التوقيع الخاص بالتدوين (الاسم)، وتاريخ الإرسال وتوقيته.

9- هل يجوز وضع روابط داخل التعليق؟  
لا. وذلك لتجنّب السقوط في الإعلان والدعاية من طرف المساهمين في التعليق. لكن يجوز ذلك بالنسبة للمواد التي تنتجها هيئة تحرير لوموند.

10- هل تتم أرشفة المساهمات؟  
جريدة لوموند لا تضمّن أرشفة التعليقات، وعلى كل مساهم - إذا أراد - أن يقوم بذلك بنفسه.

ويضبط القانون أحيانا مسؤولية الوسيلة الإعلامية عن تعليقات زوار المواقع الرقمية. وتنص المادة 36 من قانون الصحافة والنشر المغربي على أنه "تخضع تعليقات زوار الصحيفة الإلكترونية والروابط لمبدأ الحرية ويلتزم مدير النشر بعدم نشر أي محتوى يُعَدّ جريمة طبقا للقانون، مع سحب التعليق أو الرابط في حالة ثبوت الإساءة. ولهذا الغرض يضع مدير النشر في الحيز المخصص للمساهمات الشخصية لمستعملي شبكة الإنترنت وسائل ملائمة لمراقبة المضامين غير المشروعة تسهّل عليه حجبها وجعل الولوج إليها مستحيلا، كما تسهّل على كل شخص آخر التعرف على المضامين المذكورة والإخبار عنها".

وينص ميثاق أخلاقيات الصحيفة الرقمية الفرنسية ميديا بارت على أن "الطاقم الصحفي مُلزم بشكل خاص، إزاء التعليقات على مقالات الصحيفة (من طرف الجمهور)، بتبني اليقظة في مواجهة التعبيرات العنصرية، والمعادية للسامية، والجنسانية (ضد المرأة)، والمعادية للمثلية والإعاقة، وتلك التي تعتمد أشكالا أخرى من الكراهية الاجتماعية". وفي ما يخص حَقِّي التصحيح والرد، فإن قانون الصحافة والنشر المغربي ينظم في مادته 124 كيفية تعامل صاحب التصحيح أو الرد مع الوسيلة الإعلامية الرقمية؛ لتفادي التأويل المرتبط بما تتيحه التكنولوجيات الجديدة من خيارات متعددة. وتقضي المادة بأن "يخضع التصحيح والرد عن المادة الإعلامية المنشورة في الصحيفة الإلكترونية للأحكام المنصوص عليها في المواد من 115 إلى 123 (أعلاه) مع مراعاة المقتضيات التالية:

- يتم التصحيح من طرف الصحيفة الإلكترونية بنص مكتوب ينشر على الصفحة الرئيسية، سواء كانت المادة الإعلامية موضوع التصحيح مكتوبةً أو سمعيةً أو سمعية بصرية أو على شكل صورة.

- يمكن للمتضرر إثبات معطيات الرد بواسطة الصورة أو مادة إعلامية سمعية أو سمعية بصرية، قابلة للنشر على الإنترنت، دون تجاوز المدة الزمنية للمادة السمعية البصرية موضوع الرد. ولا تجوز المطالبة بالرد بمادة إعلامية سمعية أو سمعية بصرية على مادة إعلامية مكتوبة“.

## الفصل الثاني

# الإطار التنظيمي لأخلاقيات الصحافة وبنياتها

أ- تنظيم أخلاقيات الصحافة

ب- بنية التنظيم الذاتي للأخلاقي للمهنة وأدواته الإجرائية

# 1- تنظيم أخلاقيات الصحافة

خيارات تنظيم أخلاقيات الصحافة:

هناك ثلاثة خيارات لتنظيم أخلاقيات المهنة على المستوى المؤسسي (الوطني):

**1. التنظيم المشترك co-regulation:** ويتم فيه تنظيم الأخلاقيات وضبطها بالاشتراك بين الجسم الصحفي والدولة، أو أجهزة أخرى خارج مجال الصحافة. وفي هذا الصنف غالبا ما تقوم الدولة - وفق مقارنة تشاركية مع الهيئات الممثلة للصحافة - بتأسيس مجلس الصحافة وتمويله من الميزانية العامة، لكن قرارات المجلس تكون مستقلة، ولا تخضع لأي تدخل منها.

**2. التنظيم الذاتي auto-regulation:** ويعود فيه ضبط الأخلاقيات للجسم الصحفي حَصْرًا، باستقلالية تامة عن الدولة وأجهزتها أو أي طرف آخر من غير المنتمين لمهنة الصحافة. وفي التصور الأمثل للتنظيم الذاتي أن يتم تمويل المجلس ذاتيا من طرف وسائل الإعلام نفسها، ولا تساهم الدولة البتة في تمويله، توخّيا لاستقلالية المجلس (نموذج سويسرا). وهنا يمكن إدراج نموذج "مجلس الصحافة" التونسي، الذي هو حسب نظامه الأساسي "هيئة خاصة مستقلة غير ربحية"، تتشكل من تسعة أعضاء، ينتمون للنقابة الوطنية للصحفيين التونسيين، والجامعة التونسية لمديري الصحف، والرابطة التونسية لحقوق الإنسان. وأساس هذه التركيبة الثلاثية ضمان مشاركة الصحفيين والناشرين والجمهور.

**3. التنظيم بقوانين من طرف الدولة regulation:** وذلك بقوانين مختلفة، خاصة بالصحافة (مثل حماية الحياة الخاصة أو البنود المتعلقة بالتشهير في قوانين الصحافة) أو من خارجها (كالقانون الجنائي أو القوانين المتعلقة بمحاربة الأخبار الزائفة أو مكافحة الإرهاب، إلخ)، دون أي تدخل تنظيمي من الجسم الصحفي المعني نفسه بالأخلاقيات.

## منظومة الأطراف المعنية بأخلاقيات المهنة

- الدولة كجهاز وكتوجّه ديمقراطي.
- ممثلو المواطنين.
- المؤسسات المرتبطة بالصحافة والإعلام من موقع التأطير الداخلي أو الخارجي (نقابات، نوادٍ، مراصد، جمعيات حقوقية...).
- مالكو وسائل الإعلام، الناشر.
- المساهمون في رأسمال المؤسسات الإعلامية. ينص الميثاق الأخلاقي للصحيفة الرقمية الفرنسية "ميديا بارت" Mediapart على أن "القيّم التي تُلهِم هذا الميثاق الأخلاقي الموجّه للصحفيين تُلزم كل المشاركين في نشاطها: أجراءها ومسيّريها ومن يملكون أسهماً فيها".
- الصحفيون.
- الجمهور.
- المحتضنون.
- القضاء.
- مجموعات الضغط عبر سلطة المال، سلطة السياسة والأيدولوجيات ذات النزعات التحكّمية.

## كيف يمكن للدولة تعزيز التنظيم الذاتي للصحافة؟

تتمثل أفضل الطرق التي يمكن للدولة أن تعزز بها التنظيم الذاتي للصحافة في:

• تجنّبها امتلاك وسائل الإعلام، أو إدارتها مباشرة، أو خلق أو دعم أو تشجيع منابر موالية لها.

• عدم تدخل السلطات العمومية في الإعلام. وقد ورد في ديباجة "إعلان حقوق وواجبات الصحفي(ة)" السويسري ما يلي: "يعترض الصحفي على أي تدخل خارجي، من الدولة أو غيرها، في ما يخص قضايا أخلاقيات الصحافة"، وهو ما يعني أن أخلاقيات الصحافة شأن يدبره الصحفيون أنفسهم وباستقلالية. وينص نداء "لاكولين" La Colline (باريس 2008) على أنه يجب تأمين أن تكون أخبار وبرامج الإعلام السمعي البصري العمومي غير مُتَحَكِّم فيها من السلطات التنفيذية.

• الحفاظ على التعددية الإعلامية بتبني مقتضيات ضد الاحتكار me-sures anti-monopole. ويعد قانون السمعي البصري بالمغرب (قانون 77-03) أداة لفك احتكار الدولة لمجال البث الإذاعي والتلفزيوني، من أجل خلق الفرصة للمبادرة الحرة في المجال، وذلك استجابة لمبدأ التنوع الذي يعتبر من بين البنود الأساسية للأخلاقيات.

وتنص المادة 11 من قانون الصحافة والنشر المغربي على أنه "يجب على كل شخص ذاتي أو اعتباري يملك أكثر من 30 بالمائة في رأس مال أو حقوق تصويت داخل أجهزة إدارة أو تسيير مؤسسة صحفية أو المؤسسة المالكة لها أو هما معا أن يصرح بذلك إلى المجلس الوطني للصحافة. يجب على

كل مؤسسة صحفية تملك أكثر من 10 في المائة من رأس مال أو حقوق تصويت داخل أجهزة إدارة أو تسيير مؤسسة صحفية أخرى أو هما معا أن تصرح بذلك إلى المجلس الوطني للصحافة وإلى مجلس المنافسة. في حالة عدم التصريح بالمقتضيات المشار إليها في الفقرتين الأولى والثانية أعلاه، يعاقب الشخص المالك لأكثر من 30 في المائة من أسهم المؤسسة الصحفية أو المؤسسة المالكة لها أو المؤسسة الصحفية المالكة لأكثر من 10 في المائة من الرأسمال عن ذلك، بغرامة من 15.000 إلى 30.000 درهم.

والملاحظ أن المادة تتوخى مراقبة نسبة المساهمة في أسهم المؤسسات الإعلامية ولا تمنع التركيز<sup>28</sup> المخل بالتعددية، الذي يعني تحديدا امتلاك مجموعات إعلامية واسعة وقوية، من طبيعتها احتكار التعبير داخل المجتمع.

## المسؤوليات الأخلاقية المرتبطة مباشرة بالصحافة

• مسؤولية الناشر ومنظمات الناشرين<sup>29</sup>:

ورد في "ميثاق آداب وأخلاقيات مجموعة لوموند" (الفرنسية) أنه لا يمكن لأي مساهم الحصول على أسهم داخل المجموعة إلا إذا وقّع مسبقا على هذا الميثاق، كالتزام منه ببنوده.

<sup>28</sup> من أجل التوسع، انظر القانون الفرنسي 1067-86 الخاص بالسمعي البصري، الصادر بتاريخ 30 سبتمبر 1986، وكذلك المقال «Le dispositif anti-concentration, un outil visant à garantir le pluralisme» على موقع المجلس الأعلى للسمعي البصري بفرنسا Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

<sup>29</sup> قد تكون هذه المسؤولية - حسب بعض التنظيمات - محدودة في ما يخص تعليقات زوار المواقع الرقمية؛ بحيث يلتزم الناشر فقط بسحب المادة التي تتضمن خرقا لأخلاقيات المهنة حين يتم التنبيه إليها من طرف الجمهور أو الشخص أو المجموعة أو المؤسسة المتضررة عن طريق آليات الإشعار التفاعلي المخصصة لذلك.

وتذهب الصحفية السويسرية سيلفي أرسفر Sylvie Arsever - التي شغلت منصب نائب رئيس مجلس الصحافة السويسري - إلى أنه "إذا كانت المسؤولية الأخلاقية القصوى تقع - مبدئياً - على عاتق الصحفيين كأشخاص، فإنه يجب على المؤسسة الصحفية أن تسهّل ممارسة هذه المسؤولية"<sup>30</sup>. وهو ما يطرح مسؤولية الناشر الأخلاقية، إلى جانب رئاسة التحرير.

- مسؤولية القائمين على هيئات التحرير.
- مسؤولية الصحفي.
- مسؤولية المحتضن.
- مسؤولية الإدارة وهيئات تنظيم المهنة (القضاء، مجالس الصحافة).

Sylvie Arsever, «La déontologie journalistique», publication du Centre de Formation au <sup>30</sup> journalisme et aux Médias (CFJM) (Suisse)

## II- بنية التنظيم الذاتي الأخلاقي للمهنة وأدواته الإجرائية

تشمل بنية التنظيم الذاتي الأخلاقي للصحافة جملة من العناصر،  
نجمها في الإطار التالي:

### بنية التنظيم الذاتي الأخلاقي لمهنة الصحافة وأدواته الإجرائية

1. مجلس الصحافة.
2. وسيط مجلس الصحافة.
3. الميثاق الوطني لأخلاقيات الصحافة.
4. ميثاق أخلاقيات المؤسسة الصحفية.
5. وسيط المؤسسة الصحفية.
6. لجنة الأخلاقيات.
7. الخط التحريري.
8. رئيس التحرير.
9. ميثاق التحرير.
10. مجلس التحرير.
11. الصحفيون.
12. جمعيات جمهور الإعلام.

## 1- مجلس الصحافة (آلية للتنظيم الذاتي الأخلاقي بشراكة بين مهنيي الصحافة والجمهور، ممثلا بشخصيات عامة)

تأسيس مجلس للصحافة ليس كافيا لضمان تفعيل جيد لأخلاقيات المهنة، بل إن نزاهة المجلس وطريقة اشتغاله، والتزامه بروح ميثاق الأخلاقيات ونصه هو ما يحقق ذلك. وليست كل مجالس الصحافة عبر العالم نجحت في مهمتها، والدليل على ذلك هي النتائج البسيطة (على الرغم من أهمية العمل الذي تم القيام به) التي حققها مجلس الشكاوى البريطاني (The Press Complaints Commission (PCC) وهو هيئة للضبط الذاتي الأخلاقي كانت تتألف من ممثلي ناشري الصحف والمجلات البريطانية المطبوعة واستمرت إلى حدود سبتمبر 2014، ليتم استبدالها بـ "منظمة معايير الصحافة المستقلة" - the In-dependent Press Standards Organisation (IPSO).

### • تركيبة مجالس الصحافة:

هناك صيغ متعددة لمجلس إدارة مجالس الصحافة. لكن في الغالب ما يتم اعتماد تركيبة ثلاثية: ممثلو الناشرين، ممثلو الصحفيين، وشخصيات عامة. وهناك اختلاف بين المجالس في ما يخص الشخصيات العامة؛ ففي المغرب مثلا هؤلاء الأعضاء هم أنفسهم يمثلون هيئات مهنية وجمعية أخرى (القضاء، المحاماة، حقوق الإنسان...) ويتم تعيينهم من طرف هذه الهيئات.

وفي كندا يتم اختيار هذه الشخصيات العامة بوصفها تمثل الجمهور، لا الهيئات المهنية والجمعية. ومن ثمة كل شخصية تحظى بالثقة والمصداقية والنزاهة يمكنها أن تكون عضوا في مجلس الإدارة (أو مكتب المجلس). وما يميز مجلس الصحافة بكندا أن رئيسه يكون بالضرورة ممثلا للجمهور، لا ناشرا أو صحفيا.

## تركيبة مجالس الصحافة

### نموذج تونس

(النظام الأساسي لمجلس الصحافة التونسي)

الفصل 4 الفقرة 1.4:

يتألف المجلس من سبعة (7) أعضاء، على النحو التالي:

- عضوان (2) معينان من قبل النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين أحدهما ذو اختصاص قانوني.
- عضو واحد (1) معين من قبل الجامعة التونسية لمديري الصحف.
- عضو واحد (1) يمثل الجمهور تعينه الرابطة التونسية لحقوق الإنسان.
- عضو واحد (1) تعينه النقابة العامة للإعلام.
- عضو واحد (1) تعينه النقابة الوطنية لمؤسسات التلفزيونات الخاصة.
- عضو واحد (1) تعينه الغرفة الوطنية النقابية للإذاعات الخاصة.

### نموذج المغرب

(القانون رقم 90.13 القاضي بإحداث المجلس الوطني للصحافة)

المادة 4:

يتألف المجلس الوطني للصحافة من واحد وعشرين (21) عضوا موزعين على النحو التالي:

- أ. سبعة (7) أعضاء ينتخبهم الصحفيون المهنيون من بينهم، مع مراعاة تمثيل مختلف أصناف الصحافة والإعلام.
- ب. سبعة (7) أعضاء ينتخبهم ناشرو الصحف من بينهم.

ج. سبعة (7) أعضاء وهم:

- ممثل عن المجلس الأعلى للسلطة القضائية.
- ممثل عن المجلس الوطني لحقوق الإنسان.
- ممثل عن المجلس الوطني للغات والثقافة المغربية.
- ممثل عن جمعية هيئات المحامين بالمغرب.
- ممثل عن اتحاد كتاب المغرب.
- ناشر سابق تعينه هيئة الناشرين الأكثر تمثيلية.
- صحفي شرفي تعينه نقابة الصحفيين الأكثر تمثيلية.

شريطة أن يكون هؤلاء الممثلون (7) لهم خبرة في ميدان الإعلام والصحافة.

يتعين في تأليف المجلس السعي إلى تحقيق مبدأ المناصفة. تعيّن الحكومة مندوبا لها لدى المجلس يعهد إليه بمهمة التنسيق بين المجلس والإدارة، ويحضر اجتماعات المجلس بصفة استشارية.

## المهام المنوطة بمجالس الصحافة

- الدفاع عن حرية الصحافة.
- دعم معايير المهنية (تجويدها).
- تعزيز الوضع المجتمعي والاجتماعي للصحفي.
- صون وحماية مصداقية وسائل الإعلام لدى جمهور الإعلام.
- تفعيل المسؤولية الاجتماعية (ممارستها بشكل ملموس، وإخراجها من التجريد وإعلان المبادئ).
- دعم التفاعلية المؤسسية (بين الجمهور ووسائل إعلامه).

- تثبيت الثقة بين الصحافة وجمهورها.
- الحد ما أمكن من تدخل الدولة في الصحافة.
- ضمان الاستقلالية التحريرية.
- تلقي التظلمات من المتضررين من الصحافة، ودمقرطة مساطرها لتصبح متاحة للجميع، وبناء نظام إجرائي للوساطة بين الأطراف المتنازعة. إذ لا يكلف رفع الشكاوى لمجالس الصحافة كثيرا كما هو الحال بالنسبة للقضاء.

### • تمويل مجالس الصحافة:

الصيغتان الأبرز لتمويل مجالس الصحافة هما:

1. التمويل الذاتي (خارج ميزانية الدولة): وهو أفضل صيغة متى أتاحت الفرصة لذلك؛ لأنه الأكثر استجابة لفكرة الضبط الذاتي، لكن يتعذر على كثير من مجالس الصحافة تحقيق تمويل ذاتي، خاصة في ظروف وضع صحفي لا يتيح خلق شراكة حقيقية بين وسائل الإعلام من أجل ذلك، أو حينما يكون النموذج الاقتصادي لمعظم وسائل الإعلام هشا، يستعصي معه ضخ أقساط مالية قارة للمجلس.

وحين يتم تمويل مجلس الصحافة ذاتيا، تتمثل مصادر التمويل الأساسية في وسائل الإعلام المؤسّسة، والإطارات المرتبطة بها مثل النقابات والنوادي والمجموعات المهنية. ويظل باب الدعم مفتوحا للهيئات والمجموعات والمؤسسات والجمعيات التي ينتمي إليها الصحفيون أو المرتبطة بمجال الصحافة كشركات الإعلان والخدمات الإعلامية لتدعم وفق قدراتها المجلس. فمثلا بالنسبة لمجلس الصحافة السويسري، كانت من بين المؤسسات الداعمة له سنة 2018 شركة الإعلان السويسرية Publicitas AG.

وفي حالة التمويل الذاتي، غالباً ما يشتغل أعضاء المجلس بشكل تطوعي بدون أجر. وإن اقتضى الحال تعويضهم عن المهام المنوطة بهم، فيكون ذلك في حدود بسيطة.

2. تمويل المجلس أساساً من المال العام (ميزانية الدولة): وذلك لضمان استمرارية المجلس ودعم أخلاقيات الصحافة عبره. وشرط هذا النموذج ليكون جيداً، ألاّ تتدخل الدولة نهائياً في عمل المجلس، ليستطيع أخذ قراراته (ضبط الأخلاقيات، التحكيم، الاستشارة...) بكل استقلالية.

هذا النموذج هو المعمول به في المغرب.

## تمويل مجالس الصحافة

### نموذج تونس

(من خلال الفصل 20 - الفقرة الأولى - من النظام الأساسي لمجلس الصحافة)

- الاشتراكات السنوية للنقابة الوطنية للصحفيين التونسيين، والجامعة التونسية لمديري الصحف، والنقابة العامة للإعلام، والنقابة الوطنية لمؤسسات التلفزيون الخاصة، والغرفة الوطنية النقابية للإذاعات الخاصة.

- مساهمات الدولة والمؤسسات العامة والسلطات المحلية والهيئات العمومية الأخرى.

- الهبات والعطايا التي لا تقوض استقلال المجلس.

- الإيرادات المتأتية من ممتلكات المجلس المنقولة وغير المنقولة.
- الإيرادات المتنوعة التي لا تقوض استقلالية المجلس.

### نموذج المغرب

(من خلال المادتين 19 و20 من القانون رقم 90.13  
القاضي بإحداث المجلس الوطني للصحافة)

#### المادة 19

تتكون موارد المجلس من:

- الاشتراكات السنوية للمؤسسات الناشرة للصحف.
- إعانات الدولة والمؤسسات العمومية والجماعات الترابية وكذا مختلف الهيئات، وفق القوانين والأنظمة الجاري بها العمل.
- الهبات والوصايا، التي ليس من شأنها التأثير على استقلالية المجلس.
- مداخل المنقولات والعقارات التي يملكها.
- المداخل المختلفة التي ليس من شأنها التأثير على استقلالية المجلس.

#### المادة 20

يفرض على كل مؤسسة ناشرة للصحف أداء اشتراك سنوي إجباري في حدود نسبة 1 بالمائة من أرباحها الصافية، لفائدة المجلس المنصوص عليها في المادة 46 من هذا القانون.

## 2- الوساطة/وسيط مجلس الصحافة

يتكلف مجلس الصحافة بمهام الوساطة، وهي وظيفة أساسية لديه. والوساطة آلية لتذويب الخلافات وتجاوزها، وهدفها إيجاد حلول بين الفرقاء والأطراف المتنازعة خارج القضاء الذي قد تكون أحكامه صارمة، وليس دائماً عليها إجماع ولا رضا، خاصة من الأطراف التي تكون أحكام القضاء في غير صالحها. ولذلك نشأ منذ ثمانينيات القرن الماضي توجه نحو حلول خارج القضاء، عبر ما يسمى بـ ”الأساليب البديلة لحل المنازعات“ Modes Alternatifs de Règlement des Conflits (M.A.R.C).

والوساطة - بوصفها آلية من أخلاقيات المهنة - تؤطرها آداب وضوابط؛ حتى لا تكون ذريعة لهدر الحقوق وإلحاق الضرر عبر طمس الحقائق وتنويم الضمائر. وقد أصدر لهذه الغاية ”تجمعُ منظمات الوساطة“ بأوروبا le Rassemblement des Organisations de la Médiation (R.O.M.)، المنشأ سنة 2009، الميثاقَ الوطني لأخلاقيات الوسيط Code National de Déontologie du Médiateur. كما صدرت في 2004 ”مدونة السلوك الأوروبية للوسطاء“ Code de Conduite Européen pour les Médiateurs.

ويوجد بكل مجالس الصحافة هيئة تعنى بالوساطة/الوسيط، وظيفتها تقريب الرؤى بين الأطراف المتنازعة، والوصول إلى صيغ متفق عليها تنبني على حلول روائية، تحفظ حقوق هذه الأطراف، وترد لها الاعتبار في حالة الضرر.

## بعض المواد المتعلقة بالوساطة في القانون المحدث للمجلس الوطني للصحافة بالمغرب (في إطار اختصاصات لجنة الوساطة والتحكيم)

### المادة 24:

”تهدف مسطرة الوساطة في مفهوم هذا القانون إلى عرض خلاف مرتبط بقطاع الصحافة والنشر قائم بين مهني هذا القطاع أو بين هؤلاء والأغيار على المجلس لتسهيل إبرام الصلح لإنهائه.“  
(...)

### المادة 26:

”تحدد مدة مسطرة الوساطة في ثلاثة أشهر، ابتداء من التاريخ الذي صرح فيه المجلس باختصاصه في طلب الوساطة، ويمكن تمديد هذا الأجل لنفس المدة.“

### المادة 27:

”تنتهي مهمة لجنة الوساطة والتحكيم كهيئة وساطة، باتفاق الأطراف أو بانصرام الأجل المنصوص عليه في المادة 26 أعلاه، بعد تمديده عند الاقتضاء، دون التوصل إلى إبرام صلح، أو بأمر من القاضي بناء على طلب أحد الأطراف المعنية في حالة بطلان اتفاق الوساطة لعدم احترام الإجراءات المسطرية الجاري بها العمل في مجال الوساطة.“

### المادة 28:

”توقع لجنة الوساطة والتحكيم كهيئة وساطة، مع الأطراف وثيقة الصلح الذي تم التوصل إليه، وفي حالة عدم وقوع الصلح لأي سبب من

الأسباب، فإن اللجنة تسلم وثيقة بذلك تحمل توقيع الأطراف المعنية. يكتسي الصلح بين الأطراف المعنية قوة الشيء المقتضي به، ويصبح قابلا للتنفيذ بمجرد موافقتهم“.

### المادة 29:

”يمكن لأحد أطراف اتفاق الوساطة أن يخبر المجلس في أي مرحلة من المسطرة برغبته في إنهاء مسطرة الوساطة كتسوية بديلة. وتعتبر المسطرة منتهية بمجرد توصل المجلس بطلب مكتوب في هذا الشأن“.

## 3- مواثيق أخلاقيات الصحافة

تاريخيا مواثيق الأخلاقيات سابقة لمجالس الصحافة في أوروبا؛ فمن بين الدول الأولى التي وضعت مواثيق لأخلاقيات الصحافة الدول الاسكندنافية، وكذا فرنسا سنة 1918، في أعقاب الحرب العالمية الأولى. وقد تبنى الاتحاد الدولي للصحفيين ميثاق أخلاقيات للصحفيين سنة 1954، وتمت مراجعته سنة 1986.

وفي المغرب مثلا، تم إخراج ميثاق الهيئة الوطنية المستقلة لأخلاقيات الصحافة وحرية التعبير سنة 2002، بشراكة بين النقابة الوطنية للصحافة المغربية وجملة من هيئات المجتمع المدني، في حين أنشئ المجلس الوطني للصحافة سنة 2016.

وتكمن أهمية المواثيق الدولية والوطنية في قيمتها المعنوية الناجمة عن الإجماع الذي تحققه على مستوى عريض، وكذلك باعتبارها مواثيق مؤطرة للمواثيق الخاصة بكل مؤسسة صحفية على حدة.

وهناك جملة من الموثيق التي تدرج في هذا الباب (انظر مرجعيات أخلاقيات الصحافة في هذا المؤلف).

## الحاجة لمُدونة أخلاقيات الصحافة

قد تكون هناك مصادر متناثرة لضبط أخلاقيات المهنة في البلد الواحد، في صيغة موثيق وبنود قانونية، وهو ما يخلق تفاوتاً في التعامل مع الأخلاقيات حسب المجالات (السمعي، السمعي البصري، الصحافة المكتوبة، الصحافة الرقمية، وكذلك صناعة المحتوى على الإنترنت، دون إغفال الإعلان، وكافة الإنتاجات المرتبطة بالإعلام، كالأفلام التي تعرض في وسائل الإعلام، والمسلسلات، والبرامج الترفيهية... إلخ).

ولهذا وجب إعداد مُدونة لأخلاقيات المهنة، تحقق الانسجام والتعامل الموحد مع كل الصحفيين (والمجالات التي تدور في فلك الإعلام) بغض النظر عن الوسيلة التي يشتغلون بها، تحقيقاً لديمقراطية التعامل مع الخروقات الأخلاقية عن طريق توحيد المساطر، ومحو تفاوتات القوة الزجرية للبنود الأخلاقية، مهما اختلفت طبيعة المؤسسات الصحفية ومراميها.

والقاعدة هي أنه لا توجد أخلاقيات مختلفة بين الصحافة المكتوبة والمسموعة والسمعية البصرية والرقمية، بل هناك فقط تكييف للأخلاقيات حسب صف الوسيلة الصحفية.

وانطلاقاً من المدونة الأخلاقية العامة، يمكن لمختلف الوسائل الصحفية أن تدقق في هذه الأخلاقيات بالنظر إلى خصوصياتها التقنية وتداعياتها.

#### 4- ميثاق أخلاقيات المؤسسة الصحفية

تظل المواثيق ذات البعد الدولي أو الوطني إطارا مرجعيا أساسا، لكنها لا تغني عن المواثيق الداخلية التي تقوم بإعدادها المؤسسات الصحفية نفسها، والتي تدقق في كثير من البنود العامة الواردة في المواثيق الدولية والوطنية، بما يسهل مراقبة الالتزام بها وتفعيلها صحفيا. ورئيس التحرير الذي يمثل "الضمير الأخلاقي" للمؤسسة الصحفية، هو الموكول له - بالاشتراك مع هيئة التحرير - السهر على إخراج ميثاق أخلاقيات مفصل كأداة عملية يتم تفعيلها على مستوى الممارسة اليومية.

كما أن دلائل العمل المهنية التي قد تأخذ صيغة ميثاق تحرير تعتمد - ما عدا القواعد المهنية - جزءا من الأخلاقيات أو الجوانب المهنية الأخلاقية. وهو ما يمثله "كتاب الأسلوب" Livre de style بجريدة لوموند الفرنسية الذي يشكّل ميثاق تحرير داخلي، من 212 صفحة، صدر سنة 2002، وتم تحيينه سنة 2004.

ويجب على المسؤولين عن الأقسام الصحفية داخل المؤسسات الصحفية أن يكونوا ملمين بالمواثيق الأخلاقية المرتبطة بالمجالات التي يغطونها. فمثلا على القسم السياسي أن يكون مُلِمًا بالمواثيق الأخلاقية التي تتبناها الأحزاب السياسية، والقسم الرياضي أن يكون مُلِمًا بالمواثيق المتبناة من جهات تنشط في المجال الرياضي أو تُعنى به.

ففي فرنسا تتبني اللجنة الوطنية الأولمبية والرياضة الفرنسية "ميثاق آداب وأخلاقيات الرياضة الفرنسية"<sup>31</sup> - Charte d'éthique et de déontologie du sport français ، ولا يمكن للصحفي الرياضي في فرنسا ألا يكون مدركا لهذا الميثاق لأن مسائلة المجال الرياضي هي في جانب منها مسائلة للأخلاقيات التي من المفترض أن يقوم عليها.

<sup>31</sup> Comité National Olympique et Sport Français (CNOSF).

## 5- وسيط المؤسسة الصحفية

يعتبر الوسيط داخل المؤسسة الصحفية مُفَعَّلًا أساسا لمبادئ أخلاقيات المهنة في شراكة مع الجمهور. فمن مهام الوسيط تلقي تظلمات وشكاوى وملاحظات الجمهور، بل كذلك مقترحاته لمحتوى معيّن أو أفكار يمكن استثمارها صحفيا. ولذلك يعتبر الوسيط رمزا للشراكة التي يمكن للمؤسسات عقدها مع الجمهور - بشكل تفاعلي - من أجل تحويله إلى شريك حقيقي في صناعة المحتوى وتجويده. ومهما كانت التفاوتات في مهمة الوسيط بين وسائل الإعلام التي تتبنى هذا الخيار، فإن هذه المهمة تتوخى غايتين أساسيتين: إقامة حوار بين الصحفيين وجمهورهم، وتأمين سلوكيات حسنة داخل هيئة التحرير.<sup>32</sup>

وتظل نسبة حضور الوسطاء داخل وسائل الإعلام عالميا ضئيلة؛ إذ تُبيّن إحصائية أن نسبة الجرائد اليومية التي خصصت وسيطا لها بالولايات المتحدة الأمريكية لم تتجاوز أبدا 2%، وأن نسبة الوسطاء بجرائد باقي دول العالم هي أقل كثيرا من ذلك.

فإذا كانت السويد هي التي أنشأت مهمة الوسيط (أمبودسمان ombudsman) سنة 1809؛ للدفاع عن حقوق المواطنين في مواجهة الشطط (التعسف) في استعمال السلطة، فإن الوسيط الصحفي لم يظهر في الولايات المتحدة الأمريكية إلا سنة 1913، وبعد ذلك اليابان في الثلاثينيات من القرن الماضي، ثم بعد ذلك أوروبا في الثمانينيات من نفس القرن.

وفي فرنسا، كانت لوموند أول جريدة أنشأت وظيفة الوسيط سنة 1994، ثم بعد ذلك فرانس تيلفزيون France Télévisions سنة 1998، وراديو فرانس<sup>33</sup> Radio France 2002.

<sup>32</sup> حسب كريستوف أبراموفيتز Christophe Abramowitz. صحفي مصور براديو فرانس Radio France. في مقال له بعنوان "تاريخ موجز لوسطاء الصحافة" «Petite histoire des médiateurs de presse». موقع راديو فرانس Radio France.

<sup>33</sup> المرجع نفسه.

وهناك مؤسسات إعلامية أسقطت منصب الوسيط بعد أن كانت أنشأته داخلها، كما أن هناك من يعتبر أنه بإمكان مدير المجتمع الرقمي com-munity manager أن يقوم في المستقبل مقام الوسيط.

## 6- لجنة الأخلاقيات

لجنة الأخلاقيات هي هيئة عليا داخل المؤسسات الصحفية ذات اختصاصات استشارية وتوجيهية، تسهر على تطبيق الأخلاقيات داخل هذه المؤسسات. ومن مهامها إصدار تقارير دورية في هذا الشأن. وغالبا ما يتم إنشاء لجان الأخلاقيات في المؤسسات الإعلامية الكبرى<sup>34</sup>.

### نموذج لجنتي الآداب والأخلاقيات بمجموعة لوموند الفرنسية<sup>35</sup>

تسهر لجننا الآداب والأخلاقيات داخل مجموعة لوموند على تطبيق مبادئ الأخلاقيات الصحفية المسطرة من المجموعة بالنسبة لكل إصداراتها. لكنهما ليستا لجنتين زجرتين أو تأديبيتين.

فهما تصدران آراء استشارية وتوصيات للصحفيين المعنيين، وإدارة التحرير، ورئيس الإدارة الذي تعود إليه صلاحية الأمر بنشرها.

وعلى إدارة الإصدار المعني بملاحظات وتوصيات إحدى اللجنتين الرد عليها في أجل 15 يوما من التوصل بها.

<sup>34</sup>وقد تبنى الإعلام العمومي المغربي هذا النهج بإنشاء لجنة أخلاقيات داخل كل من الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة (القناة الأولى)، وشركة صورياد 2M (القناة الثانية).

<sup>35</sup>المعطيات الواردة هنا مستقاة من "ميثاق آداب وأخلاقيات مجموعة لوموند".

وبدعوة من رئيسهما أو طلب من عضوين منهما، تجتمع اللجنتان على الأقل مرتين في السنة. وتصدران تقريراً سنوياً حول المواضيع التي طرحت عليهما، وكذا الآراء والتوصيات المتبناة. وهو تقرير يوضع رهن إشارة أي شخص يهمله الأمر، ويوزع على صحفيي ومواقع الإصدارات المعنية.

## 7- الخط التحريري

يشكل الخط التحريري جزءاً أساسياً من السياسة التحريرية العامة لوسائل الإعلام، والتي يمكن تقسيمها إجمالاً إلى مهنية وأخلاقية. ومن المفترض - بل المفروض مبدئياً - أن يعتمد الخط التحريري مواقف مبدئية ثابتة تحقق "الانسجام الخطابي" للوسيلة الإعلامية التي تتبناها.

ومن ميزات الخط التحريري أنه:

• يترجم السياسة التحريرية، والمبادئ المؤسسة للفعل الإعلامي والصحفي، ونوع الصحافة الذي يتم الانخراط فيه، وسقف الطموحات التحريرية للقائمين على الوسائط الإعلامية.

• يُمَوِّع الوسيلة الإعلامية بالنظر إلى نظيراتها في سوق الإعلام، من خلال تبيان بؤر اهتمامها مجالياً (السياسة، الاقتصاد، الاجتماع...) وعلى صعيد دوائر التلقي (الجمهور أو الجماهير المستهدفة)، ومستوى الجرأة المتبناة في البحث والتقصي والتحليل، وكذا خياراتها وحساسياتها الثقافية والحضارية والمجتمعية، بل حتى السياسية.

• يميز مدى الالتزام المهني والأخلاقي الذي يربط الوسيلة الإعلامية بالمهنة وبالجمهور (المواطنين)، وقَدْر المتاعب (المادية والمعنوية) التي يمكنها أن تتحمله من أجل البحث عن الحقيقة ونشرها ونصرتها (الالتزام الإيجابي بالقضايا العادلة).

- يشكّل مرجعا أساسا لتشغيل الصحفيين، وأرضية للتعاقد بينهم وبين مالكي وسائل الإعلام.
  - يعتبر أرضية يتمكن من خلالها رئيس التحرير من الحكم على ملاءمة المواد الإعلامية التي ينتجها الصحفيون للسياسة العامة للوسيلة الإعلامية. إنه دستور المؤسسة الإعلامية.
  - يشكّل مرجعا في حالة الخلافات التحريرية.
  - يُلزم وسائل الإعلام بالتبني العلني للمبادئ الإنسانية والحقوقية الكونية (أو على الأقل يدفعها في هذا الاتجاه)؛ إذ يصعب أن يعبر الخط التحريري عن خلاف ذلك دون أن يتعرض للمساءلة والشجب.
- ولا يعني الخط التحريري الحيادَ تجاه الأحداث والوقائع والقضايا، بل هو التزام بمبادئ ترتبط بخدمة المصلحة العامة.

## خطوات تحديد الخط التحريري

حين تحديد الخط التحريري، لا بد من اعتماد خمسة مداخل أساسية:

**أوّلا:** رصد التوجّهات الكبرى للمؤسسة الإعلامية، والمبادئ المهنية والأخلاقية التي تنبني عليها، ورهاناتها كقوة اقتراحية وسلطة مضادة تُعنى بمراقبة المجتمع.

**ثانيا:** تحديد شخصية المؤسسة الصحفية:

- ما هي نسبة الإخبار، والشرح والتحليل، أو الرأي داخلها؟
- ما هو المشروع المجتمعي الذي تراهن عليه؟ وقياسا إلى الشأن السياسي: هل هو محافظ أم تقدمي أم وسطي؟ وهل تقترب تصورات

المؤسسة الصحفية (حساسيتها التحريرية) من الرؤى السياسية لليمين أو اليسار؟ أم هي بينهما؟

• هل المؤسسة الصحفية ذات شخصية شابة وشعبية تُعنى أساسا بالأخبار الناعمة والملازمة الساخرة والطرح الأفقي؟ أم هي جادة ورسينة تسعى لأن تكون مرجعا أساسا داخل المجتمع؟ أم تقديمية تتميز بجرأتها في الدفاع عن الخيارات الديمقراطية في أدق تفاصيلها (قضايا المرأة، الحريات الفردية، حرية المعتقد...)?

• هل تريد المؤسسة الصحفية أن تكون فاعلة في المجال السياسي، باعتبارها فضاء لخلق حيوية فيه؟ أم هي - على العكس - تختار أن تبقى بمنأى عن المواضيع التي تخلق نقاشات مجتمعية محتدمة؟

**ثالثا:** ما هي المجالات والموضوعات الأثيرة لدى المؤسسة الصحفية، التي يمكنها أن تمنحها محتوى صحفيا متميزا؟ السياسة، الاقتصاد، الاجتماع، الثقافة، الرياضة، الخدمات، إلخ. وما هي أولويات الموضوعات داخل كل مجال؟ مثلا في مجال الرياضة (كرة القدم، أو ألعاب القوى، أو غيرها).

**رابعا:** ما هو الجمهور أو الجماهير المستهدفة؟ هل هو محلي جهوي أم وطني أم إقليمي أم دولي؟ ما مستواه التعليمي؟ وما فئاته؟ السياسيون، الفاعلون المحليون أو الوطنيون، طلبة الجامعات، المرأة، الشباب، إلخ؟

**خامسا:** ما هي خيارات الشكل والأسلوب المعتمدة من طرف المؤسسة الصحفية؟ ما الأجناس والأحجام الصحفية الأثيرة لديها؟ ما هو نَبْر المواد الصحفية (تقريرية، جدلية، طويلة، قصيرة...)، ما هو أسلوب العنونة؟ ما أساليب الإخراج المتبناة؟ إلخ.

## 8- رئيس التحرير

يعتبر رئيس التحرير ضامنَ أخلاقيات المهنة داخل المؤسسة الصحفية. وقد نصّت لجنة شكاوى الصحافة ببريطانيا على أن "رؤساء التحرير مسؤولون عن سلوكيات الصحفيين الذين يشتغلون داخل المؤسسة الصحفية. وعليهم - ما أمكن - التأكدُ أيضاً من أن ممارسات المتعاونين الخارجيين مع هيئة التحرير تتوافق مع هذا الميثاق (ميثاق أخلاقيات اللجنة)".

ويلعب رؤساء التحرير دوراً مركزياً من أجل تحقيق انسيابية أخلاقية بين مالكي وسائل الإعلام ورؤساء التحرير وأقسام الإعلان، أساسها إقناع هذه الأطراف بالالتزام بالأخلاقيات.

وإذا لم يستطع رئيس التحرير النهوض - بشكل جيد - بالمسؤولية التحريرية في شقيها المهني والأخلاقي، فإن المسؤولية الاجتماعية التي هي أحد أعمدة الالتزام الأخلاقي داخل المؤسسات الصحفية تتأثر سلباً.

وعلى رئيس التحرير أن يحرص حين إبرام عقد تشغيل مع صحفي جديد على أن يلتزم هذا الأخير - كتابةً - باحترام الأخلاقيات كما هي مسطرة من المؤسسة الصحفية.

كما على رئيس التحرير أن يقوم بتوعية الصحفيين المشتغلين معه بضرورة أخلاقيات الصحافة لتأسيس ثقافة أخلاقية مُقتَسَمة وجامعة بين أفراد الطاقم الصحفي؛ سواء خلال اجتماع هيئة التحرير، أو عند صناعة القرار الأخلاقي، أو حين إبداء ملاحظاته على محتوى المواد الإعلامية التي تُعرض عليه.

## 9- الميثاق التحريري

الميثاق التحريري وثيقة تتضمن القواعد التحريرية التي تتبناها المؤسسة الصحفية. والهدف منه تجويد المادة الصحفية، ووضع أرضية لخلق تناغم بين طُرُق جُمع المادة الصحفية ومعالجتها.

وغالبا ما يمزج الميثاق التحريري بين عناصر مهنية وأخرى أخلاقية.

ويمكن أن يتم تدقيق الميثاق التحريري بواسطة "دليل تحرير" يكتسي صبغة عملية، ولا يقف عند حدود تسطير المبادئ العامة التي يجب التشبّع بها داخل المؤسسة الصحفية.

كما أنه يمكن للميثاق التحريري أن يتناول موضوعا محمدا؛ فقد أصدرت - على سبيل المثال - الإذاعة التونسية في أكتوبر 2016 "الميثاق التحريري في التعاطي مع الإرهاب". وهو ينقسم بعد التوطئة إلى قسمين: "القيم الصحفية" و"القواعد الحرفية". ولا تُشغَل القيم الصحفية إلا حيزا يسيرا من الوثيقة، في حين أن القواعد الحرفية تشكل معظم مادته. وتنقسم هذه الأخيرة في هذا الميثاق إلى ستة مواضيع فرعية هي:

- تسمية الجماعات الإرهابية.
- التعاطي مع ضحايا الإرهاب.
- التعاطي مع الذين يوصفون بالإرهابيين.
- مصادر الخبر.
- التغطية الإخبارية.
- البرامج.

ويهتم ميثاق التحرير بالمضامين (المواضيع، زوايا المعالجة)، وكذا بشكل المادة الصحفية (التبويب، الأجناس، الأسلوب، الإخراج...).

ويتم تحديد عناصر ميثاق التحرير بالنظر إلى: الأهداف الصحفية والجمهور المعني بالمادة الصحفية. ومن خلال الميثاق التحريري تبرز شخصية الوسيلة الإعلامية التي من المفترض أن تكون متميزة عن الوسائل الأخرى.

## 10- مجلس التحرير

مجلس التحرير آلية من آليات الحكامة الجيدة داخل المؤسسات الصحفية. وهو هيئة مُساعدة على أخذ القرار في ما يتعلق بالطاقتم الصحفي، من طرف الإدارة، وفق تصور تشاركيّ. ومن بين أهداف مجلس التحرير ضمان استقلالية الصحفيين عن سلط السياسة والمال وضغوط المساهمين، وألا يكون الصحفيون طرفا في نزاع المصالح، وأن يحترموا الخط التحريري، ويشاركوا في تدبير المؤسسة (كأن تتمّ استشارة مجلس التحرير عند تشغيل صحفيين جدد أو الاستغناء عن خدماتهم)<sup>36</sup>.

وكما جاء في النظام الداخلي لمجلس التحرير بوكالة المغرب العربي للأنباء (المغرب) الصادر سنة 2019، فإن الوظائف الأساسية المنوطة بمجلس التحرير استشارية بالدرجة الأولى من خلال آراء وتوصيات بخصوص القضايا التي تهم الصحفيين. فمن جانب، يمثل مجلس التحرير الصحفيين، كما يشكّل - من جانب آخر- قوة اقتراحية لتطوير أداء المؤسسة الصحفية.

ويمكن إجمال اختصاصات مجلس التحرير داخل المؤسسات الصحفية في:

• المشاركة في إعداد السياسة العامة والخطط الإستراتيجية للتحرير

<sup>36</sup> انظر "مجلس تحرير لضمان استقلالية الصحفيين" Un conseil de rédaction pour assurer l'indépendance des journalistes، جونغيف فورتانGeneviève Fortin، موقع مجلس الصحافة كيبك، 2014. Conseil de presse du Québec.

والسهر على تنفيذها، في تناغم مع السياسة العامة التي يسنّها مجلس إدارة المؤسسة الإعلامية.

• المشاركة - استشاريا - في إعداد مشاريع تعديل القوانين والنصوص التنظيمية الخاصة بالطاقت الصحفي.

• إعداد تقارير عن إنتاجية الصحفيين كماً ونوعاً، يرفع لمجلس الإدارة أو المدير العام.

• إعطاء رأي في كل ما يخص تغيير تشكيلة هيئة التحرير (تشغيل، فصل...).

• تقديم رأي استشاري بخصوص ترقية الصحفيين أو تغيير وضعهم الإداري داخل المؤسسة.

• اقتراح مكافآت تشجيعية للصحفيين المتفوقين وكذلك اقتراح الجزاءات المترتبة على تقصير الصحفيين في مهامهم التحريرية.

• إعادة توزيع الصحفيين داخل هيئة التحرير وفق كفاءاتهم ومردوديتهم.

• تقديم مقترحات بشأن تكوين الصحفيين، وتجويد أدائهم.

• مراقبة مدى احترام الصحفيين لأخلاقيات المهنة، ورفع تقارير واقتراحات في هذا الشأن<sup>37</sup>.

---

<sup>37</sup> انظر "دور مجلس التحرير بمؤسسات الإعلام"، الموقع الرقمي للأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي في المملكة المتحدة، وأيضاً النظام الداخلي لمجلس تحرير وكالة المغرب العربي للأنباء - المغرب.

## 11- الصحفيون

يُعتبر الصحفيون الحلقة الأولى المعنية بشكل عملي بأخلاقيات المهنة. وهناك خروقات أخلاقية يمكن ضبطها بسهولة من طرف رئيس التحرير أو هيئات المراقبة الأخرى، لكنّ بعض الخروقات تبقى غير ظاهرة، ويعوّل على ضمير الصحفي وحسّه الأخلاقي كي لا يتم اقترافها. ولذلك فدرجة تشبّع الصحفيين بأخلاقيات المهنة هي ما يضمن النجاعة الأخلاقية للمؤسسة بكاملها.

## 12- جمعيات جمهور الإعلام

يمكن لجمعيات جمهور وسائل الإعلام أن تلعب دورا في المراقبة الأخلاقية لهذه الوسائل، خاصة إذا كانت منظمة لتشكّل سلطة خامسة إلى جانب جمعيات المجتمع المدني، وكذلك جمهور شبكات التواصل الاجتماعي.

## الفصل الثالث

# مَحَاوِرُ أَخْلَاقِيَّاتِ الصَّاهِفَةِ وَبُنُودِهَا<sup>38</sup>

- I- الترافع عن الديمقراطية كغاية قصوى
- II- إسناد المُثُلِ الفُضلى للمجتمع
- III- احترام الكرامة الإنسانية
- IV- احترام الجمهور وإشراكه في صناعة المحتوى
- V- البحث عن الحقيقة ونشرها
- VI- الالتزام بالاستقلالية
- VII- الالتزام بالحياد
- VIII- الالتزام بالإنصاف
- IX- الالتزام بالشفافية
- X- احترام حقوق الملكية الفكرية
- XI- التعامل المهني النزبه مع المصادر
- XII- تجنب الإثارة
- XIII- تجنب العنف الإعلامي
- XIV- تجنب استغلال الصحفي لصفته من أجل حيازة مكاسب مادية أو معنوية غير مشروعة
- XV- احترام المهنة وزملاء المهنة
- XVI- حقوق الصحفيين (التي تُسند الأخلاقيات)

<sup>38</sup>أوردنا في هذا الفصل البنود الخاصة بكل محور في صيغة التزامات تشكّل - مجتمعةً - ميثاقاً أخلاقياً مفضلاً.

## 1- الترافع عن الديمقراطية كغاية قصوى

1. الالتزام بالدفاع عن الديمقراطية وتوسيع هامشها، باعتبارها السبيل الوحيد لضمان حقوق الإنسان، وتحقيق المساواة والعدالة والرفاه لجميع المواطنين، توخياً لتنمية ”روح السلم والكرامة والتسامح والحرية والمساواة والإخاء“<sup>39</sup> لدى المواطن وتربيته على قيم الديمقراطية والمواطنة والحوار والمشاركة.

2. مراقبة احترام بنود الدستور من طرف الأفراد والجماعات والمؤسسات.

3. الترافع عن حرية التعبير، وشجب العراقيل التي تعوقها. والمرجع الأساس الشهير هنا هي المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان (1948) التي تنص على أنّ ”لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل، واستقاء الأنباء والأفكار وتلقيها وإذاعتها بأية وسيلة كانت دون تقيّد بالحدود الجغرافية“.

4. الترافع عن الحق في الوصول إلى المعلومات.

5. ربط حرية التعبير بالتنوع ونقد المجتمع وحرية النقد من المبادئ التي تنص عليها كثير من مواثيق الصحافة عبر العالم. وقد تبنت ”ميثاق آداب وأخلاقيات مجموعة لوموند“ حَرْفياً ما نص عليه إعلان ميونيخ (1971) حول أخلاقيات الصحافة، مسطّراً في ديباجته أن ”الحق في الخبر، والتعبير الحر والنقد من الحريات الأساسية لكل كائن بشري“. ويؤكد الميثاق نفسه في موضع آخر: ”على الصحفيين أن تكون لهم نظرة نقدية للأخبار وأن يُتيحوا تعدّد الآراء“.

<sup>39</sup> مستقى من الاتفاقية الدولية لحقوق الطفل، وهو ما ينسحب على كل المواطنين.

6. تثقيف المواطنين سياسيا واقتصاديا وحقوقيا، ورفع درجة وعيهم بمحيطهم الوطني والدولي.

7. اعتبار المصلحة العامة الفيصل في انتقاء الأخبار ومعالجتها<sup>40</sup>.

8. اعتبار الصحافة أداة لتفعيل مفهوم "الخدمة العمومية" كما يعنيه الاصطلاح الأنجلوسكسوني «public service obligations».

## بعض البنود المتعلقة بالخدمة العمومية في وسائل الإعلام

نموذج من دفتر تحمّلات<sup>41</sup> شركة صوريد-القناة  
التلفزيونية الثانية بالمغرب<sup>42</sup>

### المادة 3 من الفصل الأول القواعد العامة المؤطرة للخدمة العمومية للاتصال السمعي البصري

تعمل الخدمة العمومية وفق القواعد التالية:  
- الالتزام بالدقة والإنصاف والموضوعية والصدق والنزاهة وعدم التحيز، والاستقلالية التحريرية عن المصالح التجارية والفئوية والسياسية والإيديولوجية وخاصة في الأداء الإخباري.

<sup>40</sup> يظهر نفس مضمون هذا البند في المحور التالي المعنون بـ "إسناد المُثَلِّ المُضَلَّى للمجتمع"، لكونه يعنيهما معا.

<sup>41</sup> تحمّلات: التزامات

<sup>42</sup> للاطلاع على مدلول الخدمة العمومية، والخروج من دائرة الالتباس حول معناها الإجرائي، وضعنا في ملحق المؤلف كل المادة الخاصة بالخدمة الإعلامية العمومية الواردة في دفتر تحمّلات (التزامات) القناة الثانية، نظرا لأهميتها في تقريب مقتضيات الخدمة العمومية إلى الأذهان.

- عدم الإشادة بالعنف أو التحريض على التمييز العنصري أو على الإرهاب أو العنف تجاه شخص أو مجموعة أشخاص بسبب أصلهم أو جنسهم أو انتمائهم من عدمه لمجموعة عرقية أو لجنس أو لديانة معينة.

- تفادي التحريض على نهج سلوكيات تلحق ضررا بالصحة أو بسلامة الأشخاص والممتلكات أو بالبيئة أو تعريض السلامة الذهنية أو الجسمانية أو الأخلاقية أو النفسية للناشئين للخطر، أو تمس بحرمة الحياة الخاصة وبالكرامة الإنسانية وبالأخلاق العامة.

- مراعاة سلامة اللغة العربية وتبسيطها، من حيث ضبط التركيب والمعجم والاشتقاق ومخارج الحروف وإملاء الخط ونطق الأسماء، واعتماد التدقيق اللغوي في كل ما يتم بثه بالعربية. وتستطيع الشركة لتحقيق هذه الغاية التنسيق مع "معهد الدراسات والأبحاث بخصوص التعريب" لإحداث لجنة تدقيق لغوية بالشركة تعنى بتتبع سلامة اللغة العربية المستعملة.

- مراعاة سلامة اللغة الأمازيغية، وفق "نحو ومعجم اللغة الأمازيغية المعيار"، من حيث ضبط التركيب والمعجم والاشتقاق ومخارج الحروف وإملاء الخط ونطق الأسماء، واعتماد حرف "التيفيناغ" واعتماد التدقيق اللغوي في كل ما يتم بثه بالأمازيغية. وتُبرم الشركة لهذه الغاية - تحت إشراف السلطة الحكومية المكلفة بالاتصال - اتفاقية مع المعهد الملكي للثقافة الأمازيغية تحدث بموجبها لجنة لغوية مشتركة تعنى بتتبع سلامة الاستعمال اللغوي في البرامج الأمازيغية.

- تطوير ولوج الأشخاص ضعيفي السمع إلى البرامج التلفزية باستعمال كافة الوسائل الملائمة.

- دعم الإبداعات المبتكرة للإنتاجات السمعية البصرية والسينمائية والموسيقية المغربية.

- الاهتمام بالذاكرة الفنية الموسيقية والغنائية والسينمائية والمسرحية المغربية وتوثيق الإنتاج الوطني وعرضه على عموم الجمهور.

- إعطاء الأولوية للإنتاج السمعي البصري الوطني وللموارد البشرية المغربية.

- احترام حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، طبقا للتشريع والتقنين الجاري به العمل والالتزامات الدولية للمغرب.

- التعامل المنصف والشفاف مع المنتجين المهنيين وتشجيع المنافسة الحرة وتكافؤ الفرص في قطاع الإنتاج السمعي البصري.

9. تجنب التحريض على أي فعل مجرّم قانونيا أو أخلاقيا؛ مثل الحضّ على الكراهية أو الإرهاب أو الدعوة إلى الحرب عوض السلم أو إشاعة خطابات عدّمية تيئيسية تساهم في "الاكتئاب الجمعي"، وإحباط مؤشرات الاطمئنان لدى المتلقين.

## التحريض على الأفعال الشنيعة والإهانة في قانون الصحافة والنشر المغربي

يُجَرِّم قانون الصحافة والنشر المغربي الأفعال الشنيعة والإهانة في مادته 72 التي تشجب ما يلي:

”- التحريض المباشر على ارتكاب الجرائم المتعلقة بالقتل أو الاعتداء على الحرمة الجسدية للإنسان أو الإرهاب أو السرقة أو التخريب.

- الإشادة بجرائم الحرب أو الجرائم ضد الإنسانية أو جرائم الإبادة الجماعية أو جرائم الإرهاب.

- التحريض المباشر على الكراهية أو التمييز.

يعاقب بغرامة من 20.000 إلى 100.000 درهم عن كل إهانة كما هي معرفة في التشريع الجاري به العمل، وترتكب بإحدى الوسائل الواردة في الفقرة الأولى أعلاه في حق رجال ونساء القضاء والموظفين العموميين ورؤساء أو رجال القوة العامة أثناء قيامهم بمهامهم أو هيئة منظمة“.

## II- إسناد المثل الفضلى للمجتمع

1. الاشتغال بالنظر إلى المصلحة العامة، واعتبارها الفيصل في اختيار المواضيع الصحفية، والمصادر التي تتم مقاربتها، ونوعية المسائلة التي تطرحها أي مادة إعلامية مقترحة.
2. مراعاة الآداب العامة وقواعد السلوك المجتمعي غير المضر بالمجتمع وتمثلاته الفضلى.
3. تجنب نشر البلبلة والارتباك والفوضى والتهيؤ داخل المجتمع، ولو بدعوى قول الحقيقة كاملة.
4. تجنب توظيف التعبيرات والمشاهد الساقطة المُخلة بالحياء، أو التي من شأنها خلق جو لتقبُّل البذاءة داخل المجتمع.
5. تجنب نشر الغيبيات المُفسدة للفكر الجمعي، وكذلك كل أساليب الشعوذة. بل على الصحفي محاربتها.
6. تحاشي الاتجار بمخاوف الناس وهمومهم وآمالهم عن طريق الصحافة.

## الخلل الوظيفي (المُضْمَر) في الإعلام

إن ما تسميه المدرسة الوظيفية في علم الاجتماع الإعلامي "الخلل الوظيفي" (dysfonctionnement)، قد لا يتم الانتباه إليه دائماً من طرف الصحفيين وهيئات التحرير؛ لأنه يكون أحياناً مُضْمَراً ويتستر وراء فعل الإخبار العادي.

هذه ثلاثة أمثلة للتوضيح:

1. في مجال تغطية الإيدز/السيدا: إذا ركز الصحفي فقط على المآسي الناتجة عن مرض فتاك كداءٍ فقدان المناعة المكتسب (الإيدز/السيدا)، ولم يضع المعلومات التي يحصل عليها في إطارها العلمي الصحيح، ولم يبيّن المجهودات التي يقوم بها العلم الحديث لتجاوز هذا الداء، ولم يُعْطِ شحنة أمل للمصابين في التعايش الآمن مع هذا المرض أو الشفاء منه، فإنه - وهو يخبر بالحقائق المرتبطة بهذا الداء - يثير الفزع وينشر الاضطراب، ويغذّي توجّس المجتمع من المصابين، وهو ما يؤدي في النهاية إلى وُضْمِهِم وعزلهم اجتماعياً.

2. في مجال تغطية الفقر وتجلياته: حين تتم ملامسة المواضيع المرتبطة بالفقر ورفيفه البؤس بكثافة عالية، دون الإشارة للمجهودات المبذولة من المُجْتَمَعَيْن السياسي والمدني (طبعاً إذا كانت هناك مجهودات)، فإن هذا التفاوت الحاصل بين الواقع والخطاب الصحفي الذي يعتمد حقيقة تظل جزئية، يُسقط الإعلام في الخلل الوظيفي؛ لأن حَجَب الجانب المُشرق من الحقيقة، بدعوى خاصية المساءلة الموكولة للصحافة، لا يعني أبداً القفز على المنجزات والجهود المبذولة لمعالجة القضايا العالقة.

3. في مجال تغطية الشؤون السياسية: طبعاً السياسيون هم أولى بالمساءلة من غيرهم من طرف الصحافة. لكن التركيز فقط على الجوانب السلبية في الحقل السياسي والفاعلين فيه، يؤدي - لا محالة - إلى اعتبار العمل السياسي مدخلاً فقط للفساد، مما ينتج عنه في نهاية المطاف عزوفٌ عن المشاركة السياسية، وهذا أمر سيئٌ للغاية لأنه يُنْعِد الأشخاص النزهاء عن الانخراط في السياسة والوصول إلى سدة الحكم.

7. تجنب نشر البلبلة والتفرقة داخل المجتمع، بل من واجب الصحفي العمل على إدماج العناصر البشرية والثقافية المتنوعة داخل المجتمع.

## وسائل الإعلام ومبدأ التنوع والإدماج

قد يبدو مبدأ التنوع والإدماج للوهلة الأولى متعارضين، لكنهما ليسا كذلك. إذ لا يمكن قمع ثقافات أو إثنيات أو لغات داخل المجتمع الواحد بدعوى الاندماج (الوحدة)؛ لأن الوحدة (unity) لا تعني أبداً الأحادية (uni-formity) (إلغاء التنوع، وتبني مبدأ النسخة/الصيغة الوحيدة).

ففي حالة نيوزيلاندا - مثلاً - نلاحظ أن هناك اندماجاً لنسيج اجتماعي متكوّن من حوالي 200 إثنية و160 لغة. لذلك فالمبادئ الكبرى المشتركة التي ترعاها الدساتير والقوانين تشكّل ضماناً لحرية ممارسة كل التعبيرات التي لا تتعارض مع مبادئ التنوع والاندماج، مهما كان مصدرها الأصلي. ولا يمكن لوسائل الإعلام التذرع بالدفاع عن التنوع على حساب مقوّم الإدماج الذي هو ضامن أساس للتعايش السلمي.

## III- احترام الكرامة الإنسانية

1. تجنب السب والقذف والتشهير.

### السب والقذف في قانون الصحافة والنشر المغربي

تنص المادة 83 من قانون الصحافة والنشر المغربي على أنه "يُقصد في مدلول هذا القانون بـ:

- القذف: ادعاء واقعة أو نسبتها إلى شخص أو هيئة، إذا كانت هذه الواقعة تمس شرف أو اعتبار الشخص أو الهيئة التي نسبت إليه أو إليها.

- السب: كل تعبير شائن أو مشين أو عبارة تحقير حاطة من الكرامة، أو قدح لا تتضمن نسبة أية واقعة معينة.

يعاقب على نشر القذف أو السب مباشرة أو عن طريق النقل، حتى لو ورد هذا النشر بصيغة الشك أو كان موجهاً إلى شخص أو هيئة لم يعينها أو لم يحددها هذا النشر بكيفية صريحة ولكن يمكن التعرف عليها من خلال العبارات الواردة في الخطاب أو الصياح أو التهديدات أو المكتوبات أو المطبوعات أو الملصقات المجرمة، وكذا المضامين المنشورة أو المبتوثة أو المذاعة. ولا تعتبر الوقائع المثارة في تعريف القذف موجبة لتحريك دعوى القذف إلا إذا كانت وقائع يعاقب عليها القانون".

## السب والقذف في القانون المصري

تصل جرائم السب والقذف على المنصات الرقمية (السوشال ميديا أساسا) في مصر إلى الحبس ثلاث سنوات، وغرامة 200 ألف جنيه.

ويتم تشديد العقوبة السجنية لتصل إلى خمس سنوات في حالات التشهير المقرون بالابتزاز من أجل منفعة مادية أو جنسية.

## الكرامة الإنسانية وحقوق الإنسان في تصور الاتحاد الأوروبي

”قيمتان من القيم الأساسية تكمنان في جوهر فكرة حقوق الإنسان هما الكرامة الإنسانية والمساواة. ويمكن فهم حقوق الإنسان عن طريق تحديد تلك المعايير الأساسية الضرورية لتأمين حياة كريمة، كما وتأتي عالميتها من حقيقة أن كل البشر - في هذا الصدد على الأقل - متساوون. ويجب ألا نميز ولا يمكننا التمييز بينهم.

وهذان المعتقدان أو القيمتان هما في الحقيقة كل ما يلزم في الواقع للانخراط في فكرة حقوق الإنسان، ونادراً ما تكون هذه المعتقدات مثيرة للجدل. ولهذا السبب تتلقى حقوق الإنسان دعماً من كل ثقافة في العالم وكل حكومة متحضرة وكل دين رئيسي. ومن المعترف به عالمياً أن سلطة الدولة لا يمكن أن تكون مطلقة أو اعتباطية تعسفية؛ بل يجب أن تكون محددة، على الأقل إلى حد

يسمح لجميع الأفراد الموجودين ضمن نطاقها بالعيش بحدٍ أدنى من متطلبات الكرامة الإنسانية.

### المصدر: الموقع الرقمي للاتحاد الأوروبي

2. تجنب المتاجرة بالمآسي الإنسانية، وخلق تراجيديا مُفْتَعَلَة هدفها رفع منسوب الإثارة بغرض تحقيق مكاسب مادية.

3. تجنب الدعوة للتمييز والكرهية، بشكل مباشر أو غير مباشر، بكيفية صريحة أو مُضمرة.

4. تجنب الإشارة كتابةً أو بالصوت أو الصورة إلى الانتماء الإثني أو الوطني لشخص ما أو دينه أو جنسه أو ميولاته الجنسية، أو مرضه أو إعاقته العضوية أو الذهنية ذات الطابع التمييزي<sup>43</sup>، وكذلك التمييز بالإغراق في الوصف والتركيز على الانتماء الأقلّي (من الأقلّية) خاصة في الحالات السلبية (جريمة قتل مثلاً).

5. في حالة تغطية الحروب والأعمال "الإرهابية" وحوادث السير والكوارث الطبيعية يجب احترام معاناة الضحايا ومآسيهم ومشاعر أقربائهم، بل حتى المتعاطفين معهم<sup>44</sup>.

6. اعتبار حق الإنسان في الخصوصية، والذي تنبثق عنه حقوق أخرى كالحق في الصورة، والحق في عدم استجواب شخص أو أخذ تصريح منه وهو تحت الصدمة.

<sup>43</sup> انظر المادة 8 من إعلان واجبات وحقوق الصحفي(ة) الصادر عن مجلس الصحافة بسويسرا La Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste.

<sup>44</sup> المرجع نفسه.

7. تجنب الصحفي الحصول على معطيات ومعلومات وأخبار بالابتزاز أو الضغط، أو تصوير أشخاص في الفضاءات الخاصة دون إذْنهم إلا إذا كانت المصلحة العامة تبرر فعلًا ذلك، أو الإصرار على ملاحقة مصادر معينة عبرت عن عدم رغبتها في التواصل مع الصحفي والاستجابة لطلبه، أو الإصرار على البقاء داخل فضاء عام يستثمره المصدر حين يطلب هذا الأخير من الصحفي مغادرته، أو ابتزازه بتعقُّبه من جديد (لجنة شكاوى الصحافة البريطانية).

8. اعتبار الحق في النسيان، تجنُّبًا للمحاكمة الإعلامية.

## الحق في النسيان (الرقمي)

يضمن الحق في النسيان تدبير الفرد لهويته الرقمية. فالأفراد يتركون آثارًا يومية من دخولهم لعالم الإنترنت، يمكن استغلالها من طرف من يسعون لذلك (بيانات شخصية، صور، فيديوهات، تدوينات، مواد إعلامية، مواد على شبكات التواصل الاجتماعي...)، كما قد يصبح هؤلاء الأفراد مواضيع لمواد على الشبكة العنكبوتية دون إرادتهم.

واستمرار وجود هذه الآثار على الشبكة قد يكون مضرًا بالنسبة للفرد، خاصة الآثار السلبية؛ فالشخص الذي تتم محاكمته قضائيًا، والذي يكون أدى عقوبته (غرامة أو سجن)، قد تظل المواد الإعلامية التي أعدت عنه تجرّمه من خلال استمرار تداولها في فضاء الإنترنت، وقد يستثمرها خصومه أو أشخاص عابثون في أي وقت ضده ما دامت قائمة في ذاكرة الشبكة، ويمكن استعادتها بمجرد نقر زرّ لوحة مفاتيح الحاسوب أو الهاتف النقال. وبذلك يدوم الضرر، مع احتمال تطور الأمر إلى محاكمة سيبرانية.

ولذلك برز الحق في النسيان الرقمي من بين الحقوق الجديدة للإنسان، ضد شراهة مُحَرِّكات البحث التي يمكنها أن تهتك خصوصية الأفراد، فتُمنَع في ذلك بواسطة الاسترجاع الآني للمواد المبتوثة على الإنترنت.

وبعني هذا الحق - باختصار - تمكّن الفرد من بياناته والمواد الإعلامية والتواصلية التي تهتمه، والتصرّف بصورته الرقمية من خلال الاعتراض التصحيح والمحو الكامل والتحكم في مدة حفظ هذه البيانات والمواد.

9. الانطلاق في حالة القضايا المعروضة على المحاكم من قاعدة "قرينة البراءة". أي أن المتهم بريء حتى تثبت إدانته، ويجب أن يحظى بنفس فرص المتابعة الصحفية في حالة تبرئته أو إعادة اندماجه في الحياة العامة. كما على الصحفي احترام مبادئ نقل أخبار جلسات المحاكمات القضائية.

### مبادئ نقل جلسات المحاكمات القضائية

#### من طرف الصحافة

من خلال قانون الصحافة والنشر المغربي

في حماية حصانة المحاكم

**المادة 80:** من أجل ضمان حصانة للمحاكم، واحترامها لقرينة البراءة أو إعاقة سير البحث والتحقيق:

- يمنع نشر أي وثيقة من وثائق البحث والتحقيق وغيرها من الوثائق المتعلقة بالمساطر الجزرية قبل مناقشتها في جلسة عمومية.

- يمنع نشر بيانٍ عما يدور حول قضايا القذف أو السب وكذا المرافعات المتعلقة بدعاوى الأحوال الشخصية ولا سيما ما يتعلق منها بإثبات الأبوة والطلاق، دون إذن المحكمة المعنية. ولا يطبق هذا المنع على الأحكام حيث يسوغ نشرها دائماً.

- يمنع النشر بجميع الوسائل لصور شمسية أو رسوم لأشخاص تكون الغاية منها التشهير والتشخيص الكلي أو الجزئي لظروف جريمة أو جنحة من قتل أو اغتيال للأصول أو الفروع أو تسميم أو تهديدات أو ضرب وجرح أو مس بالأخلاق والآداب العامة أو احتجاز قسري.

- يمنع نشر المرافعات الخاصة بقضايا الأحداث أو القضايا التي يتورط فيها أحداث وكذا تلك المتعلقة بالأشخاص الراشدين، كيفما كانت طبيعتها، والتي تسمح بالتعرف على الأحداث.

**المادة 81:** تمنع الهيئات القضائية والمحاكم نشر بيان عن كل قضية من القضايا المدنية، كما يمنع نشر بيان عن المداولات الداخلية إما لهيئات الحكم وإما للهيئات القضائية والمحاكم، وكذا ما قرر القانون أو المحاكم سماعه في جلسة سرية.

يجب أن يكون قرار الهيئات القضائية والمحاكم بالمنع مبرراً ويتاح للصحافة الاطلاع على قرار المنع.

يحق نشر ما يجري في الجلسات العلنية للمحاكم بشرط احترام قرينة البراءة وعدم مخالفة الحقيقة، وأن لا يتم بسوء نية.

10. حماية المرأة وتجنّب تبخيس قيمتها داخل المجتمع.

11. حماية القاصرين، بالامتناع عما يمكن أن يخلق وُصفا اجتماعيا تُجاههم. خاصة في الحالات الحساسة كقضايا الاعتداء الجنسي، ومنها أساسا الاغتصاب.

12. حماية الفئات الهشة داخل المجتمع أو التي تعيش وضعية خاصة تستلزم الاعتناء بها. وفي هذا الاتجاه، تنص المادة 50 من قانون الصحافة والنشر المغربي على أنه ”يخضع توزيع المطبوعات الدورية الوطنية والأجنبية لهذا القانون وللقوانين الأخرى الجاري بها العمل، ولا سيما فيما يتعلق باحترام مبادئ حماية النشء والقاصرين وحظر الإساءة للمرأة واحترام الأشخاص في وضعية إعاقة“.

## التشهير

في معاجم اللغة، شَهْر فلان بفلانٍ يعني فَضَحَهُ وعابَهُ، وأذاع عنه السُّوء.

والمصطلح الإنجليزي diffamation الذي يُترجم كذلك عربيا بالقذف، منحوت من كلمة fame التي تعني السمعة أو الشهرة. وبذلك فالتشهير يوازي تلويث السمعة والإساءة إليها.

ويتنافى التشهير مع حق الأفراد في السُّمعة الجيدة. ويمكن تعريفه بأنه فضح خصوصية الأشخاص أو أفعالهم، أو الإشارة إلى صفات مذمومة فيهم، أو أخطائهم بهدف إلحاق الأذى بهم من خلال تعريضهم للشجب والاستنكار والتبخيس. وهو نوع من ”القتل المعنوي“ من خلال إشهار ما لا يريد شخص ما الاشتهار به.

ويقوم التشهير على:

- اعتماد وقائع صحيحة لكنها تنتمي لدائرة الحياة الشخصية، ولا يوجد مبرر إعلامي لنشرها على الملأ. مثلا: القول إن سياسيا لا يستحم بالشكل الكافي.
- اختلاق وقائع كاذبة.
- "المطزقة الإعلامية" (التركيز المُغرض للأخلاقي والمبالغ فيه على فعل يجزّمه القانون أو المجتمع) بخصوص أفعال سلبية من طرف شخص ما.
- تضخيم جوانب سلبية من موضوع ما يخص شخصا ما، لإعطاء فكرة سيئة عنه.
- عدم التمييز بين الشخص وأفعاله، بحيث تصبح الأفعال المجزّمة مبررا لنعته الشخص بالمُجرّم.

ولذلك فالتشهير يتجاوز السب والقذف كمفهومين قانونيين؛ لأن تجلياته متعددة، وقد يكون التشهير مُقنّعا وليس صريحا، وبآثار وخيمة على المشهّر بهم. فمثلا حين يركّز الصحفي انتقاده على شخص بعينه دون أشخاص آخرين متورطين في نفس القضية التي يغطيها، فهذا يُعتَبَر في حد ذاته تشهيراً، لأنه يستهدف جزءا من كل، ويبرّئ ذمة الأفراد الآخرين المتورطين معه. ويمكن تسمية هذا التصرف "التشهير بالانتقاء المُغرض".

ويتم التعامل مع التشهير من طرف القضاء بطرق مختلفة. لكن غالبا ما تكون الغرامة المالية هي الجزاء، وتكمن المشكلة في أن آثار التشهير تظل قائمة ولو تم تصحيح الأمر من طرف الوسيلة الإعلامية التي ورد فيها، أو حتى إن أعاد القضاء أو هيئة ما من هيئات الحكامة الأخلاقية الاعتبار للمشهر به، إذ من الصعب استدراك الخطأ، وجبّر

الضرر الذي قد يظل متناميا على الشبكة العنكبوتية، ووسائل التواصل الاجتماعي. وتُلزِمُ بعضُ مواثيق أخلاقيات الصحافة، و كذا القضاءُ أحيانا، المُشَهَّرَ بالاعتذار للطرف المتضرر.

وهناك مشكلة عامة بخصوص تعامل القضاء مع التشهير، تتبدى في اشتراط التدايل على سوء نية المنبر المتهم به. ففي القضاء الأمريكي، لا يمكن للموظف العمومي كسب قضية ضد وسيلة إعلامية ما بتهمة التشهير إلا إذا استطاع إقناع القضاء بسوء نية هذه الوسيلة<sup>45</sup>. ويلزم قانون الصحافة والنشر المغربي المحكمة بالبرهنة على سوء النية كشرط لحصول التشهير من لدن المنبر الإعلامي المتهم به. ويقتضي هذا من القاضي قدرا عاليا من الموضوعية والنزاهة.

وقد تكون القيمة المادية لجبر الضرر مرتفعة، وهو ما يؤدي بالصحافة إلى التخوف من العقوبات، وبالتالي تقليص الاستفادة من حرية التعبير.

ويمكن - استنادا لأخلاقيات السياسة - أن يطلب السياسي المشهَّر به غرامة رمزية فقط. ويجب أن يكون هذا المنحى التزاما سياسيا تتبناه الأحزاب دعما لحرية التعبير.

<sup>45</sup> الدكتور الطيب بلواضح، "حق الرد والتصحيح في التشريعات الإعلامية والصحفية"، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، 2014، ص 166.

## الكرامة الإنسانية في ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة المغربي

يضم ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة المغربي بندا خاصا بالكرامة الإنسانية، هذه صيغته:

### ”احترام الكرامة الإنسانية

من واجب الصحافة احترام كرامة الإنسان في كل التغطيات الإخبارية نسا وصورة وصوتا، ولا يجوز استغلال لحظات الضعف الإنساني أو الإعاقة العقلية أو الجسدية لخرق مبدأ احترام الكرامة الإنسانية، كما لا يجوز نقل صور البشاعة أو العنف أو التشوهات الجسدية، ويجب تجنب التقارير التي من شأنها أن تشكل ضررا لمشاعر الضحايا أو ذويهم، وخصوصا في الحوادث والكوارث الطبيعية والجرائم والحروب.

وعندما يتعلق الأمر بنشر وبث مواد مبررة إخباريا قد تثير حساسية الجمهور، يجب الإشارة لذلك بوضوح“.

## الكرامة مفهوم مُلتبس

الكرامة مفهوم ملتبس لأنه يرتبط بالتمثّلات والأحاسيس؛ فبالنسبة لنفس الواقعة أو الفعل، قد يشعر الإنسان أن كرامته (أو أنها) تعرضت للمس أو لا، ويختلف كذلك تصور الكرامة ومعناها باختلاف الثقافات. فالفعل الواحد قد يُعتبر مشينا أو إيجابيا حسب السياق الاجتماعي

الثقافي. فسَرَدَ رجلٌ ما محاسنَ امرأةٍ ما قد تعتبره هذا المرأةُ غَزَلاً وقد تعتبره تحرّشاً حسب السياق؛ فالسياق هنا محدّد للكرامة. مع العلم أن التحرش مجرّم قانوناً وأخلاقاً لكونه مأساً بالكرامة. ولذلك تتم إدانة أي ملامسة صحفية خادشة - ولو احتمالاً - لكرامة الإنسان.

والكرامة مفهوم فلسفي حقوقي قانوني أخلاقي، ولذلك يصعب تحديدها خارج المواضعات المجتمعية، وإحساس المعنيّ بها. لكنّ كلّ مسّ بحقوق الإنسان - ومن ضمنها حقوق المواطنة - يعتبر هادراً للكرامة؛ لأنّ ضمان حقوق الإنسان هو في نهاية المطاف صونٌ للكرامة.

وارتباطاً بالكرامة، يعتبر "الحق في السُّمعة الطيّبة" - المستحقّة طبعا - مبدأً أخلاقياً، يُسَقِّط أي مبرّر للتشهير. وهنا لا بد من اعتبار سمعة المؤسسات على مستوى آداب مهنة الصحافة، لأنها تتماهى أحياناً وسمعة الأشخاص المنتمين إليها، خاصة أولئك الموجودين في دائرة القرار.

وطبعا، إن تشويه سمعة الأفراد أشدّ وطأة من تشويه سمعة المؤسسات؛ لأن الآثار التي تطول الفرد تمس كرامته وسمعته، أما المؤسسة فتتأثر جراء ذلك سمعتها فقط، إذ تظل الكرامة معطى إنسانياً بحتاً. وفي حالة تشويه المؤسسات، تكون الآثار اقتصادية أو سياسية حسب طبيعة المؤسسة. ووقع الآثار السياسية أشدّ على الأشخاص خاصة في حالة تماهيهم مع المؤسسات التي يستهدفها التشويه. فالمساس بسمعة رئاسة الحكومة في فترة ما مثلاً، هو مسّ كذلك برئيس الحكومة نظراً لتماهيهم مع المؤسسة كصانع للقرار فيها.

ومن بين المفاهيم اللصيقة بالكرامة هناك الشرف. ولذلك تعتبر كل الجرائم الماسة بشرف الأشخاص مُنتهكة في حد ذاتها لكرامتهم.

## أمثلة صحفية للمس بالكرامة الإنسانية

1. يتم القبض على شخص مُسلم متلبّس بسرقة في بلد ما غير عربي إسلامي. فتُنشر صحيفة الخبر مشيرة إلى أن مرتكب الجريمة من أصول عربية إسلامية.

هذا الأمر مأس بالكرامة لأنه يخدش مقوّمات انتماء لا علاقة لها بفعل السرقة؛ فالإخبار بهذه الكيفية لا يمكن إلا أن يكون مُغرضاً، وهو لا يُدين فقط مرتكب الفعل الشنيع، بل يحط من كرامة كل المنتمين للبلدان العربية الإسلامية كثقافة ودين. وفضلا عن هذا يساهم مثل هذا التمييز السلبي في تعزيز الصور النمطية السيئة تجاه العرب والمسلمين، في حين أن لا علاقة لهؤلاء ككيان بفعل فردي معزول.

2. إظهار امرأة مسنّة، بوجه مكشوف، وهي تتكلم تحت الصدمة، وإلحاح من الصحفي، عن تفاصيل اغتصابها من طرف شخص اقتحم عليها منزلها، في مجتمع يعتبر المرأة في عمُر الجدّات مقدّسات اجتماعيا.

من شأن هذا التصرف، فضلا عن خدش كرامة السيدة المُسنّة التي اضطرت للبوح بتفاصيل لا مبرّر لها صحفيا، المس بكرامة المواطنين على اعتبار الموقع الوجداني الذي تحتله النساء المسنّات في أغلب المجتمعات الإنسانية.

3. إظهار فنان شهير على فراش المرض، واستغلال ذلك للإمعان في عرض المآسي التي يعيشها على الملأ، والمتاجرة بضعفه ووهنه.

في هذا الفعل اللاأخلاقي خدش لكرامة هذا الفنان وكذلك لأسرته وذويه وجمهوره.

4. إظهار صور لجثث أشخاص معروفين أو لا، منكّل وممثّل بها بشكل مُقَرَّف ومقَرَّر، خلال حرب ما.

يظل هذا مرفوضاً أخلاقياً حتى لو كان هؤلاء الأشخاص من بلد يخوض الحرب ضد بلد صحفي. وقد لاحظنا كيف أن الإعلام الأمريكي يتجنب دائماً نشر صور موت الجنود الأمريكيين في كل الحروب التي خاضتها الولايات المتحدة الأمريكية؛ والدليل على ذلك أن حرب أمريكا في العراق سنة 2003، كانت إعلامياً "حرباً دون جثث" (أمريكية تحديداً)<sup>46</sup>.

## البند القانوني ذات الصلة بالكرامة من خلال قانون الصحافة والنشر المغربي

يمكن القول إن كثيراً من بنود قانون الصحافة والنشر المغربي تسعى من بعيد أو قريب لحفظ كرامة الإنسان. إلا أن هناك بنوداً ذات علاقة مباشرة بالمفهوم، منها أساساً:

- المادة 64 التي تمنع في الصحافة المضامين الإشهارية (الإعلانية) المنتهكة لحقوق الإنسان.

<sup>46</sup> لكن هذا المبدأ لا يطبقه الإعلام الأمريكي مع ضحايا الدول التي تحاربها الولايات المتحدة الأمريكية.

- المادة 72 التي تعاقب على نقل الأخبار الزائفة والادعاءات، والتحريض على الجرائم والإرهاب والسرقة والتخريب والكرهية، والإشادة بالجرائم ضد الإنسانية.

- المادة 75 التي تمنع نشر بعض القضايا الحساسة التي تُعَرِّضُ أمام المحاكم.

- المادة 83 التي تمنع القذف والسب لحطهما من الكرامة الإنسانية.

- المادة 89 التي تمنع انتهاك الحياة الخاصة.

## الحياة الخاصة في وسائل الإعلام من منظور مجلس أوروبا

ورد في كتاب "المبادئ التوجيهية المتعلقة بحماية الحياة الخاصة في وسائل الإعلام"، الصادر في 2018 عن مجلس أوروبا، ما يلي:

"الحق في الحياة الخاصة حق مكفول للجميع. تم تعريف مفهوم الحياة الخاصة بشكل فضفاض ودون أي دقة معينة. ويشمل بشكل خاص - ودون الحصر - السلامة الجسدية والنفسية للشخص بالإضافة إلى جوانب متعددة من هويته مثل تحديد النوع الاجتماعي والميول الجنسي، أو الاسم أو عناصر مرتبطة بحقه في الصورة. تعتبر سمعة الشخص أيضا جزءا من الحق في الحياة الخاصة.

يمتد مفهوم الحياة الخاصة إلى حق وحرية ربط علاقات مع أشخاص آخرين (بما في ذلك العلاقات الغرامية) وتطويرها. فضلا عن ذلك تندرج المعلومات المتعلقة بالوضع الطبي وعنوان المنزل والأبوة خارج نطاق الزواج والأنشطة الجنسية ضمن مجال الحياة الخاصة.

ويعني الحق في الحياة الخاصة أن لكل شخص - سواء كان شخصية خاصة أو عامة - الحق في أن يعيش خصوصياته دون التعرض لاهتمام غير مرغوب فيه (مع بعض التحفظات).

من حيث المبدأ، فإن أي منشور يتعلق بمسألة خاصة تماماً ينتهك الحق في احترام الحياة الخاصة، باستثناء حالة هي: موافقة الشخص المعني أو إذا اعتبر ذلك المنشور يدخل في مسائل الشأن العام. وعليه، يجب أن يقرر الصحفيون أنفسهم ما يندرج في المجال الخاص أو العام، على أساس كل حالة على حدة. فكلما تعلق المنشور بالحياة الخاصة الحميمة، كلما وجب التبرير بجدية“.

ويجمل مجلس أوروبا من خلال الإصدار نفسه المسائل المتعلقة بالحياة الخاصة في أربع دوائر:

1. الأسرة، المنزل، الملكية.
2. السلامة البدنية والمعنوية.
3. الحق في حماية الصورة (صور الأحداث العنيفة أو الصادمة، كاميرات المراقبة، الكاميرات الخفية).
4. المراسلات.

## أخلاقيات التعامل مع الحياة الخاصة<sup>47</sup>

تنص المادة 89 من قانون الصحافة والنشر المغربي على أنه ”يعد تدخلا في الحياة الخاصة كل تعرض لشخص يمكن التعرف عليه وذلك عن طريق اختلاق ادعاءات أو إفشاء وقائع أو صور فوتوغرافية أو أفلام حميمية لأشخاص أو تتعلق بحياتهم الخاصة ما لم تكن لها علاقة وثيقة بالحياة العامة أو تأثير على تدبير الشأن العام.“

يُعاقب على هذا التدخل، إذا تم نشره دون موافقة الشخص المعني بالأمر أو دون رضاه المسبّقين بالعقوبة المنصوص عليها في الفقرة الثانية من المادة 85 أعلاه المتعلقة بالسب. وفي حالة تم النشر بدون موافقة ورضا مسبقين وبغرض المس بالحياة الخاصة للأشخاص والتشهير بهم، يعاقب بالعقوبة المنصوص عليها في الفقرة الأولى من المادة 85 أعلاه المتعلقة بالقذف.“

ويجب على الصحفي التوفيق بين مطلبيّ البحث عن الحقيقة واحترام الحياة الخاصة من خلال الاحتكام إلى مبدأ المصلحة العامة. وفي جميع الحالات يلتزم الصحفي بعدم تعريض عَوْرَات الأشخاص والجماعات وحميميتهم وممارساتهم الخاصة للتلصص الجماعي voyeurisme collectif، وهو أمر يجب ألا تساهم فيه وسائل الإعلام. وينص الميثاق الأخلاقي لجمعية الصحفيين المحترفين بأمريكا في محور ”قلّل من الضرر“ (Minimize the harm) على أنه يجب ”إحداث التوازن بين حاجة الجمهور إلى المعلومات والضرر المحتمل أو الإزعاج. والبحث عن الأخبار ليس رخصة للغطسة أو التدخل الفضولي الذي لا مبرّر له.“

<sup>47</sup> نظرا لأهمية الحياة الخاصة في مجال أخلاقيات الصحافة، وارتباطها الوثيق بمفهوم الكرامة الإنسانية، فإننا نخص لها هنا حيزا وافرا لاستيعاب التعامل الصحفي الأخلاقي معها.

إن كل ما يهم شخصا ما - مهما كان موقعه داخل المجتمع، مغمورا أو مشهورا، غنيا أو فقيرا، في دوائر القرار السياسي أو خارجه - ولا علاقة له بتدبير الشأن العام يدخل في نطاق الشخصي والخاص، وليس من حق الصحافة الخوض فيه، بأي شكل من الأشكال، إلا في ظروف محددة أخلاقيا.

فالسجل الصحي لشخص ما وحياته الأسرية وعلاقته الزوجية وأسلوب تربيته لأبنائه وتعامله مع أقاربه ودخله المالي واختياراته الجمالية المرتبطة مثلا بأسلوب اللباس، واللغة التي يتكلم بها والتي تدخل ضمن الحقوق الثقافية، وطريقة عيشه العامة كلها عناصر تنتمي للحياة الخاصة يجب على الصحافة تجنب نشرها على الملأ.

ويميل الناس - في الغالب - إلى التستر على حياتهم وأفعالهم الخاصة حفظا لكرامتهم، وذلك للحاجة النفسية لفضاء خاص لدى كل أفراد المجتمع، بعيدا عن أعين المجتمع. وكذلك - وهذا هو الأهم - حتى لا يَمْنَح الفرد فرصة محاكمته لتياراتٍ وفصائلٍ ما من المجتمع دون وجه حق، والمحاكمة الاجتماعية<sup>48</sup> هي - معنويا - أخطر من المحاكمة القضائية.

طبعاً، على أي فعل مرتبط بالحياة الشخصية ألا يكون خارقاً للقانون، وألا يكون له تأثير سلبي على الحياة العامة، وإلا أصبح في حكم ما يمكن للصحافة تغطيته.

وليس للأمر صلة بإيجابية ما ينقل في نطاق الخصوصية أو سلبيته، ما لم تكن هناك مُسَوِّغات أخلاقية لذلك؛ فليس من حق الصحفي

<sup>48</sup> قد تصل هذه المحاكمة إلى "الإعدام المعنوي الجماعي"، وهو ما يفيدته التعبير الفرنسي lynchage public.

نشر أحزان الآخرين ومآسيهم وأفراحهم الخاصة إلا إذا كانت تمتُ للشأن العام بصلة، وفيها ضرر محتمل على المواطنين والمجتمع. وحتى في حالة موافقة أطراف ما على نشر جزء من حياتها، تظل المسؤولية الأخلاقية للصحفي حاضرة. بما يعني أنه ولو كانت هناك موافقة من شخص أو أشخاص على نشر ما يرتبط بحياتهم الشخصية، فالصحفي يقدر الضرر الذي يمكن أن يلحق المعني أو المعنيين بالأمر، ليتخذ قراره الأخلاقي بتوصيل الخبر للجمهور أو الإحجام عن ذلك.

وعلى الصحفي ألا ينتظر رفع دعوى قضائية عليه من متضرر لينتبه إلى ضرورة حماية الحياة الخاصة؛ إذ يظل الضرر قائما في كثير من الحالات التي لا ترفع بخصوصها شكاوى قضائية، كما هو الشأن بالنسبة للأطفال وغير المتعلمين وكل المتضررين الذين لا تتيح لهم ظروفهم رفع تظلمات. ولا بد من تيسير مساطر التظلم بالنسبة لكل المواطنين، سواء لدى هيئات الضبط الذاتي كمجالس الصحافة أو القضاء. كما يمكن التفكير في خلايا استماع للإنصات للجمهور المتضرر من أداء الصحافة.

## المواد المتعلقة بالحياة الخاصة في قانون الصحافة والنشر المغربي

تروم المواد من 87 إلى 91 من قانون الصحافة والنشر المغربي - أساسا - حماية الحياة الخاصة. وهي تتضمن الحالات التي يكون فيها مسّ بها.

”المادة 87: يمكن لأي شخص يعتبر نفسه ضحية لنشر قذف أو سب أو مس بالحياة الخاصة أو مس بالحق في الصورة بطريقة مباشرة أو عن طريق النقل، بمجرد تمكنه من التعرف عليه من خلال العبارات المستعملة في المطبوع المعنوي أو الصحيفة الإلكترونية المعنية بما فيها المواد السمعية والمرئية ولحق به ضرر، أن يطلب التعويض وفق الشروط والشكليات المنصوص عليها في التشريع الجاري به العمل.

المادة 88: تطبق مقتضيات المواد 83 و85 و87 من هذا القانون على القذف أو السب الموجه في حق الأموات إذا كان قصد مرتكبيه يهدف إلى الإساءة لشرف واعتبار الورثة الأحياء. يحق للورثة الأحياء أو من ينوب عنهم سلوك مسطرة الرد والتصحيح.

المادة 89: يعد تدخلا في الحياة الخاصة كل تعرض لشخص يمكن التعرف عليه وذلك عن طريق اختلاق ادعاءات أو إفشاء وقائع أو صور فوتوغرافية أو أفلام حميمية لأشخاص أو تتعلق بحياتهم الخاصة ما لم تكن لها علاقة وثيقة بالحياة العامة أو تأثير على تدبير الشأن العام. يُعاقب على هذا التدخل، إذا تم نشره دون موافقة الشخص المعنوي بالأمر أو دون رضا المسبقين بالعقوبة المنصوص عليها في الفقرة الثانية من المادة 85 أعلاه المتعلقة بالسب. وفي حالة تم النشر بدون موافقة ورضا مسبقين وبغرض المس بالحياة الخاصة للأشخاص والتشهير بهم يعاقب بالعقوبة المنصوص عليها في الفقرة الأولى من المادة 85 أعلاه المتعلقة بالقذف. مع بقاء الحق في التعويض المنصوص عليه في المادة 87 أعلاه.

المادة 90: يفترض الرضا إذا تم الإعلان عن المعلومات الواردة في المادة 89 أعلاه من طرف الشخص نفسه أو تم إشهارها سابقا، أو أحيط العموم علما بها بصفة قانونية.

المادة 91: تراعي المحكمة في تقدير التعويض المعنوي والمادي لجبر الضرر الناتج عن المس بالحياة الخاصة أو المس بالحق في الصورة أو القذف والسب ما يلي:

- مدى توفر سوء النية.
- ملابسات وظروف ارتكاب الفعل الضار.
- عناصر الضرر وحجمه.
- التناسب بين التعويض وحجم الضرر وفقا للمبادئ العامة والخبرة المنجزة.
- رقم معاملات المقاوله الصحفية.

يشترط في الأخذ بحسن النية في تقدير التعويض مدى قيام الصحفي بالتحري والاستقصاء والبحث وغياب القصد الشخصي ووجود المصلحة العامة وراء النشر وكذا الأخذ برأي المعنوي بالقذف والسب والمس بالحياة الخاصة والمس بالحق في الصورة“.

## الحياة الخاصة، والحميمية، والسرية

في الحالات التي يتم فيها الترخيص لتناول الحياة الخاصة، على الصحفي أن يحترس من الكشف عن ملامح من الحياة الحميمة -macy؛ لأنها تظل ”خاصة جدا“ ما عدا مواضع معينة.

والحميمية هي غير السرية؛ إذ تعتبر ضمن الأشياء الخاصة جدا والتي يجب على الصحافة ألا تكشفها، إلا بمبررات استثنائية. أما

بالنسبة للممارسات والمعطيات السرية، فيتوجب على الصحافة - مهنيا وأخلاقيا - كشفها إذا كان ذلك في صالح المجتمع، ما عدا الحالات التالية:

1. أن تكون المعلومات والمعطيات محاطة قانونيا بالسرية. لكن على الصحافة من جانب آخر، مساءلة شرعية السرية التي تحاط بها رسميا، سواء أكانت وثائق وبيانات في حوزة الإدارة، أو ممارسات وأفعالا وأقوالا من مسؤولين على الرغم من أنها لا تدخل في الإطار الخاص. وعلى الصحافة أن تسأل عن مدى شرعية واجب التحقق والسرية أو سر المهنة الذي يطبع بعض المهن، وهل يخدم الديمقراطية أو على العكس يعرقلها؟ وكيف تتعارض السرية - خاصة في بعض الحالات - مع مبدئي الشفافية والحكمة الجيدة؟

2. أن تكون المعطيات والممارسات في دائرة الحميمة. مثلا في حالة شريط صوتي يتحدث فيه مسؤول مع شخص آخر في إطار خاص، ويقول فيه كلاما لا يمكن لهذا الشخص أن يتلفظ به في الفضاء العام نظرا لموقعه الاجتماعي، وللالتزامات المترتبة عليه. نَقْلُ هذا الكلام الذي قيل في دائرة خاصة إلى العلن، يمكن أن يُعطي له حجماً أكثر مما له، وأن يُؤوّل بشكل يتجاوز نية المتلفظ به. وقد يُزَمَى صاحبه - حسب السياق ومنحى التأويل - بالسعي إلى الإخلال بالمجتمع، أو التآمر على الدولة أو المواطنين أو نشر البلبلة والفوضى<sup>49</sup>.

<sup>49</sup> قريبا من هذا المعنى تعبير "المجالس أمانات"، أي أن ما يقال في المجالس الخاصة يجب ألا يَبْرَحَها، وألا يتم تسريب ما يدور داخلها.

3. أن تكون الممارسات والمعطيات في دائرة الحريات الفردية<sup>50</sup>. إذ يؤدي كشفها للعموم إلى خلخلة الثقة في من تعنيهم هذه الأخبار والمعطيات، بل زرع التوجّس بين المواطنين. فمثلا تصوير شخصية في وضع لا يقبله المجتمع جهرا، لكنه يجيزه سترا، أو يتفق على حرمة كالجماع بين الأزواج أو غيره، يدخل في دائرة الحريات الفردية، ولا داعي لأن تنبش الصحافة في ذلك إلا إذا أصبح لهذا الأمر تأثير على المجتمع بكيفية أو بأخرى.

## تراتبية الحميمي، والخاص، والعام من حيث درجة السرية



<sup>50</sup> وقد طُرحت مسألة المدى الذي تشمله الحريات الفردية في أوروبا في إطار الجدل بخصوص ارتداء الحجاب في الفضاء العام؛ إذ إنَّ هناك من المعارضين لحرية ارتداء الحجاب في الأماكن العمومية من يرى أن الحجاب يجب أن يظل في دائرة الخاص والحميمي.

## الفضاء الخاص والفضاء العام

حين الحديث عن الحياة الخاصة، لا بد من تمييز الفضاء الخاص عن الفضاء العام.

مبدئياً - على المستوى الأخلاقي - يُعتبر نقل الحميمي والخاص إلى الفضاء العام<sup>51</sup> فضا لا مبرر له.

ويتم استثمار الفضاء العام إما:

- بشكل محسوس أي ماديا وجسديا. كالخروج في تظاهرة في الشارع الذي هو مبدئياً فضاء عام.
- أو بشكل غير محسوس، كنشر تدوينة على شبكات التواصل الاجتماعي.

ويجب ألا يتم انتهاك حرمة الأماكن الخاصة من طرف الصحافة لكونها مجالا للحياة الخاصة. فلا يحق للصحفي إفشاء أي مخالفة أخلاقية تتم في مكان خاص مثلا (ما لم يكن فيها تعسف على الغير) لتحويلها إلى فضيحة أخلاقية، ما لم يكن باستطاعته التنديد بكل المخالفات القائمة في الأماكن الخاصة والتي يتسّر عليها أصحابها. فالانتقاء التمييزي (المُغْرِض) من طرف الصحافة فِعْلٌ في حد ذاته غير أخلاقي.

<sup>51</sup> "الفضاء العام" مصطلح استحدثه يورغن هابرماس، الفيلسوف وعالم الاجتماع الألماني، صاحب نظرية الفعل التواصلي.

وهو نتاج للمعلومات المتداولة علانية والموجهة لأكبر قدر من المواطنين لمناقشتها وخلق جدل بشأنها. كما أنه شرط لوجود رأي عام يلعب فيه التواصل دورا حاسما. وفي غالب الأحيان يشكل الفضاء العام أرضية للاقتراح أو الاحتجاج. وهو عبارة عن برلمان مفتوح لإكساب الأفكار القوة المعنوية التي تؤهلها لتغيير المجتمع، كما أنه مستودع دينامي للتعبيرات التي تسعى لخلق رأي عام مساند لقضية ما أو معارض لها. ومن شروط وجود فضاء عام جيد حرية التعبير.

وكانت لجنة شكاوى الصحافة ببريطانيا قد دققت في مفهوم "المكان الخاص"، بعد مراجعتها لبنود أخلاقيات الصحافة إثر وفاة الأميرة البريطانية الليدي ديانا في 31 غشت 1997 بجسر ألما بفرنسا، معتبرة أنه لا يمكن للصحفيين المصوّرين (البارتزي أساسا) التقاط إلا ما يمكن للمارّ العادي معاينته من مكان خاص لشخص ما، ودون استعمال أي وسيلة غير مشروعة مثل تسلّق السور الذي يحوط المكان، أو الاستعانة بسلم للتلصص على ما يجري في هذا الفضاء الخاص.

## سؤال العام والخاص في مقاربة الشخصيات العامة

يجب على الصحفي حماية الحياة الخاصة للشخصيات العمومية، وخاصة منهم السياسيون والفاعلون الاقصاديون؛ لأن منافسيهم داخل المجتمع السياسي ودائرة الاقتصاد قد يستغلون الفرصة للتشنيع بهم، من أجل دحرهم سياسيا، أو خنقهم اقتصاديا.

وتنشر بعض وسائل الإعلام موادّ تفتت على الحياة الخاصة بعد أخذ الإذن من الأشخاص الذين تلامسهم. وهو المنهج الذي ظلت تسلكه مثلا مجلة باري ماتش الفرنسية Paris-Match.

إلا أن هناك صحفا مثل ليبراسيون، لوفيغارو، لوموند الفرنسية تتأفّف من نشر الأخبار ذات الطابع الشخصي للسياسيين أو المشاهير عموما. ومن جانب آخر، على الصحفي ألا يتاجر ببؤس البسطاء مستغلا صمتهم إزاء الأضرار التي تلحقهم جراء اقتحام حياتهم الشخصية.

لا سيما أن كثيرا منهم في وضعيات حياتية عصيبة قد يلجؤون للصحافة من أجل التوعية بقضاياهم. ويصح التعامل مع الأخلاقيات أكثر صرامة في حالات بعينها مثل الاعتداء الجنسي والاعتصاب أو زنا المحارم، نظرا للوصمة الاجتماعية التي قد تخلفها في وجدان الجمهور، وهو ما يعتبر ماسا بالكرامة الإنسانية.

## ما الشخصية العمومية؟

إجمالا، الشخصية العمومية ثلاثة أنواع:

• شخصية لها مسؤولية في تدبير الشأن العام (غالبا ما تكون سياسية)، وهي صنفان: معروفة في واجهة المجتمع، وغير معروفة لكنها مرتبطة بالشأن العام (في البلديات، داخل الأحزاب السياسية...).

• شخصية معروفة تشكل قوة اقتراحية في تدبير الشأن العام، أو جزء منه تطوعا (ناشطو المجتمع المدني مثلا).

• شخصية شهيرة لدى مجمل المواطنين في مجال ما، كالرياضة أو الفن أو الأدب أو الإعلام.

متى يجوز تناول الإعلامي للحياة الخاصة للشخصيات العمومية؟ يمكن فرز ست حالات لا تظل فيها الحياة الشخصية ملكا خاصا للشخصية العمومية:

1. حين يكون هناك تعارض للحياة الخاصة لشخصية ما مع الخط السياسي الذي على أساسه تم انتخابها.

2. حين يخلق تصرف ما بلبلة داخل الرأي العام تجاه الشخصية. كأن يعلن شخص علانية عن عدم تناوله للخمر في برنامج انتخابي في حين أنه يقوم بالعكس؛ لأن المحاسبة هنا تقوم على شجب الكذب - مع افتراض أن الشخصية العمومية يجب أن تكون صادقة مع المواطنين - وليس على شرب الخمر في حد ذاته.

3. حين يكون تصرف الشخصية متعارضا مع المصلحة العامة.

4. حين يكون تصرف الشخصية خارقا للقانون.

5. حين يكون تصرف الشخصية مضرًا بأشخاص آخرين.

6. حين يكون تصرف الشخصية متعارضا مع الديمقراطية؛ لأن هذا يشجع السلوكيات المضادة للديمقراطية.

## الحياة الخاصة للسياسيين ورؤساء الدول

في الدول الغربية، تسمح كثير من وسائل الإعلام لنفسها النباش في الحياة الخاصة للسياسيين ورؤساء الدول، من منطلق أن جزءا مما يجري في إطار الحياة الخاصة يعكس مدى نزاهة هذه الشخصيات. فتعتبر - مثلا - أن من يسمح لنفسه بعلاقة خارج الزواج دون علم شريكه، قد لا يتورع في خداع المواطنين كذلك.

وهناك ثلاثة مواضيع أثيرة لدى بعض الصحفيين ترتبط بالحياة الخاصة للسياسيين ورؤساء الدول:

- الأسرة والأبناء والعلاقات خارج الزواج.
- صحّة السياسيين باعتبار تأثيرها على القدرات التدبيرية للسياسيين وبالتالي تأثيرها على الشأن العام.
- الممتلكات والاستثمارات الخاصة والمداخيل المالية.
- وهم يبرزون ميلهم لتغطية هذه المواضيع بمبدأين:
- أولاً: يجب على حرية التعبير أن تظل المرجع الأساس، لا قمع هذه الحرية.
- ثانياً: يمكن للحصانة التي قد تُضفيها الصحافة على الحياة الخاصة للسياسيين أن تشكّل غطاءً لأفعال وتصرفات لها طابع شخصي، لكنها ذات آثار بيّنة على الشأن العام.

والأخطر في كل هذا أن يتصرف الصحفي كآلة في يد خصوم سياسيين لتمريغ سمعة وكرامة بعضهم في الوحل من خلال كشف ما هو سلبي في حياتهم الشخصية وعرضه على الملأ.

## المواقع الإخبارية على الإنترنت والحياة الخاصة

تجنح كثير من وسائل الإعلام اليوم على الإنترنت، لطمأنة جمهورها بخصوص المعطيات الخاصة بأفراده، وترصد لذلك ميثاقاً يشكّل التزاماً بينها وبينهم. وغالبا ما يتم التركيز هنا على الأطفال الذين قد يشاهدون مثلاً فيديوهات تبثّها هذه الوسائل الإعلامية.

هنا إشارة لنموذج من الموقع الرسمي للإذاعة والتلفزيون بلجيكا  
La Radio-télévision belge de la Fédération Wallonie-Brux-  
elles (RTBF)، تحت شعار "احترام حياتكم الخاصة أولويتنا".



*Le respect de votre vie privée est notre priorité*

## IV- احترام الجمهور وإشراكه في صناعة المحتوى

1. الإيمان بأن حق الجمهور في معرفة الأحداث والآراء هو المؤسس لواجبات الصحفيين وحقوقهم. وينتج عن هذا الحق التزامان أساسيان:  
أ. الإجابة عن أسئلة الجمهور وانتظاراته، وتثقيفه ورفع وعيه بمحيطة واعتباره الأساس في عملية الإخبار.  
ب. إتاحة وصول المواطنين لوسائل الإعلام وإشراكهم في صناعة المحتوى الصحفي.
2. اعتبار أن مسؤولية الصحفيين تجاه الجمهور تعلق على مسؤولياتهم تجاه الأطراف الأخرى، وخاصة السلطات العمومية والمشغلين.
3. الاهتمام بالشأن العام واعتبار إثارة النقاش حوله خدمة إعلامية يجب أن يؤديها الصحفيون للمواطنين. وهذا السلوك دليل احترام لذكاء الجمهور.

4. تجنب نشر البلبلة والفوضى عن طريق الإخبار الذي لا يراعي المسؤولية الاجتماعية.

فمن زاوية نظر الأخلاقيات، لا يملك الجمهور الحق المطلق في معرفة كل شيء داخل المجتمع. كما أن الصحفيين لا يملكون الحق المُطلق في تعميم كل شيء؛ إذ ليس - على سبيل المثال - من حق الجمهور الاطلاع على خصوصية الأفراد وحياتهم الحميمة.

5. التمسك بالأجندة الصحفية عوض خدمة أجنادات أخرى (سياسية، اقتصادية، عَقَدية...). ففي المجال السياسي تحديدا، لا يعتبر الصحفي فاعلا سياسيا وإن كان فاعلا في السياسة.

6. احترام آباء وأبناء وأقرباء وأصدقاء المتورطين في جرائم، وعدم إقحامهم في مواضيع هذه الجرائم إذا لم تكن لهم - قانونيا - صلة بها.

7. مراعاة خصوصيات الجمهور الناشئ، وأخذ الاحتياطات اللازمة من حيث التنبيهات المرتبطة باستهلاك المضامين العنيفة أو الخاصة بجمهور البالغين.

8. تجنب الإساءة للقاصرين. وتنص المادة 79 من قانون الصحافة والنشر المغربي على أنه "يعاقب بغرامة من 100.000 إلى 500.000 درهم كل من:

- عرض أو قدم أو باع للأطفال دون الثامنة عشر من عمرهم النشرات - أيا كان نوعها - المعدة للبغيء أو الدعارة أو الإجرام أو استهلاك أو ترويج المخدرات والمؤثرات العقلية أو الكحول أو السجائر.

- عرض هذه النشرات إلكترونيا أو في الطرق العمومية أو خارج المتاجر

أو داخلها أو قام بالدعاية لها في نفس الأماكن أو بأية وسيلة نشر أو بثٌ أخرى في متناول العموم“.

9. تيسير ”الحق في الإعلام (المعلومة) كما في التعبير الحر والنقد للمواطنين من خلال إشراكهم في صناعة المحتوى. ف ”الحق في الإعلام (المعلومة) وفي حرية التعبير والنقد من بين الحريات الأساسية لكل كائن إنساني“ حسب منطوق ديباجة ”إعلان واجبات وحقوق الصحفي(ة) السويسري“<sup>52</sup>.

10. اعتبار عامل الأمية، والفئات ذات المستوى التعليمي البسيط في صياغة المادة الصحفية المقترحة للمواطنين، خاصة على مستوى الحوامل السمعية والبصرية، وما يستدعيه ذلك من إخبار باللغة التي يفهمها المواطنون غير المتعلمين. وتبسيط الخطاب الصحفي.

11. تحمّل الصحفي مسؤولية المادة الصحفية التي ينجزها، حتى لو لم يوقعها باسمه.

12. تجنّب الصحفيّ الإشهار المجاني اللاأخلاقي لحياته الخاصة، وكل أشكال الإشهار الذاتي على حساب المادة الإعلامية (إبراز ما يتمتع به من حظوة أو جاه أو مكانة اجتماعية أو رفاهية)، سواء في إطار العمل المنجز أو على شبكات التواصل الاجتماعي، كالظهور في سيارات فاخرة في مجتمع تعيش فيه شرائح مجتمعية الفقر البيّن. ولا يمكن للصحفي أن يناقض ما يوحي به وهو يشتغل. فإذا كان مستميلا لجمهوره بشكل وديّ في برنامج تلفزيوني ما، يجب عليه ألا يظهر بمظهر المتعالي الذي يعيش حياة اللهو والمتعة والبذخ خارج عمله، وألا يُشهر حياته الشخصية، خاصة إذا لم تكن لها علاقة بالشأن العام، أو كانت باذخة يستلذّ من خلالها الصحفي بإثبات ذاته كشخص يعيش فوق مستوى الجمهور العريض.

<sup>52</sup> «La Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste».

## المسؤولية الأخلاقية للتغطية المباشرة أو البث المباشر

تتحمل الوسيلة الصحفية والصحفيون العاملون بها المسؤولية الأخلاقية الناتجة عن البث المباشر؛ إذ من المهام الأساسية للصحافة أن تقوم بالفرز لإسقاط الغث في تغطيتها للوقائع، والحفاظ فقط على ما له قيمة خبرية. فكل أفعال السب والقذف والصور البذيئة التي تخرق قواعد الأخلاقيات، يجب أن تكون - طبيعياً - خارج المضامين الصحفية، وذلك بناء على المسؤولية الاجتماعية الموكولة للصحفي بالنظر إلى دوره التربوي داخل المجتمع.

وهناك شرط "التحكم في الهواء" (بالفرنسية: maîtrise de l'an-tenne) الذي يستوجب يقظةً أخلاقية في حالة التغطية المباشرة.

فلا يصح في فضاء ما فتح الكاميرا للنقل المباشر لوقائع يعرف الصحفي مسبقاً أنها قد تحمل أشياء متعارضة مع أخلاقيات الصحافة، أو تكون مُضرةً بطرف أو آخر من المجتمع.

وعلى الصحفي الذي يقوم بالنقل المباشر أن يكون مستعداً لإنهاء النقل حالما يتبين له أن المضامين المنقولة تخرق أو قد تخرق بنداً من بنود أخلاقيات المهنة. كما عليه أن يُصاحِب النقل بتدخل منه كلما استدعت الأحداث تأطيراً أخلاقياً لموقف ما، أو مشهد أو تصريح أو شهادة ضمن المباشر. كما يمكنه أن يستعين بمُعلِّق متخصص يضع الأمور في نصابها إذا انفلتت.

وفي كل الحالات، فإنه لا يجوز - مهنيًا وأخلاقياً - فتح الكاميرا لتنقل ما يقع، دون معالجة للمادة الإعلامية (وهو غالباً ما يقوم به نشطاء

شبكات التواصل الاجتماعي، أو "المواطن الصحفي"، صارفين النظر عن مستلزمات النقل الأخلاقي للوقائع).

## تنمية الحس النقدي للجمهور تُجاه وسائل الإعلام وقضايا المجتمع

تعتبر التربية على وسائل الإعلام أساسية لتكون هذه الأخيرة مراقَبة بدورها من جمهورها.

ولعل الوسيط mediator خير مثال على التعامل البيداغوجي من طرف وسائل الإعلام لرفع درجة تثقيف الجمهور في مجال الاشتغال الصحفي؛ لأنه يتيح إمكانية الاطلاع على السياسات التحريرية، وصناعة الأخبار والتحديات التي تواجهها.

ويمكن تخصيص برامج تلفزيونية أو إذاعية خاصة بمناقشة قضايا صحفية تطرح على بساط النقاش الأدياء المهني والأخلاقي للصحافة في قضايا بعينها.

كما يمكن عقد شراكات مع مؤسسات التعليم لتنظيم أيام للصحافة أو الإعلام لصالح التلاميذ والأساتذة والمشاركة في الأنشطة الإعلامية المبرمجة داخل هذه المؤسسات، همّها تحسين التعامل مع المضامين المقترحة من وسائل الإعلام (عناصر الموضوعية، معايير تمييز الأخبار الزائفة، إكراهات العمل الصحفي...). (مثال هذه الشراكات هناك برنامج Décodex الذي أعدته جريدة لوموند الفرنسية).

## V- البحث عن الحقيقة ونشرها

1. الالتزام بالعمل المهني الأخلاقي الجيد للوصول إلى الحقيقة. وبدون التمكّن من الأدوات المهنية للممارسة الصحفية تصبح الأخلاقيات غير ذات سند موضوعي. فمثلا في حالة الانتقاء الموجّه لعناصر الخبر، أو الإخلال بالتوازن داخل المادة الإعلامية (معالجة تفضيلية للفاعلين في الأحداث، ووجهات نظرهم المختلفة في ارتباط بالخطاب الأساس أو زاوية المعالجة)، يتم قسرا الالتفاف على الحقيقة.

2. التفريق بين مستلزمات مهنة الصحافة والاتصال/التواصل. فالغاية القصوى من الصحافة هي البحث عن الحقيقة ونشرها، أما الاتصال (في جانبه المؤسسي) فهدفه الأساس تلميع صورة المؤسسة. وتسعى الصحافة لخدمة المصلحة العامة، في حين يهتم الاتصال أساسا بخدمة المصلحة الخاصة، سواء كان كُنْهها تجاريا أو سياسيا أو دعائيا أو عقديا. للأفراد أو المجموعات. ويعتبر تحويل هدف الصحافة عمّا هو موكول لها لتصبح أداة اتصال خرقا سافرا لأخلاقيات المهنة.

3. الالتزام بأن يكون البحث عن الحقيقة دؤوبا ومُنَسِمًا بالمواصلة. فالمعالجة الموسمية للظواهر لا تؤدي دورها؛ إذ على المواضيع ذات الأولوية أن تحظى بمتابعة يتم من خلالها إشباع الموضوع تلبية لانتظارات الرأي العام التي على الصحفي أن يكون مُلِمًا بها، ومستجيبا لها. كما على الصحفي الإجابة عن الأسئلة الموضوعية التي تطرحها الأحداث والوقائع نفسها، حتى إن لم يكن هناك إلمام كاف للرأي العام بهذه الأحداث والوقائع تتبعه انتظارات وتوقعات. وهنا يبرز حق التتبع droit de suite المكفول مبدئيا للجمهور، والنابع من الحق في الخبر.

4. عدم اكتفاء الصحفي بالبحث عن الحقيقة، بل عليه نشرها متى تيقن منها؛ إذ هناك - لسبب أو لآخر - تكتم من كثير من الصحفيين على الحقائق التي بحوزتهم.

## الحقيقة مهما كلفت من ثمن؟

الصحفي ملتزم بقول الحقيقة مع مراعاة المسؤولية الاجتماعية، وهو ما يعني أنه يجب على هذه الحقيقة ألا تكون مضرّة بحق من الحقوق الإنسانية، كالحق في الصورة أو الحياة الشخصية، وأن تصبّ في اتجاه الاستجابة للمصلحة العامة.

وينص إعلان ميونيخ لواجبات وحقوق الصحفيين (1971) على "احترام الحقيقة، مهما كانت عواقبها بالنسبة للصحفي، وذلك استجابة لحق الجمهور في معرفة الحقيقة".

كما ينص "إعلان الواجبات" السويسري في مادته الأولى، استئناسا بما ورد في إعلان ميونيخ على التزام الصحفي بـ "البحث عن الحقيقة، بموجب حق الجمهور في معرفتها، ومهما كانت العواقب المترتبة على ذلك بالنسبة له".

وقد ورد الشيء نفسه في ميثاق الهيئة الوطنية المستقلة لأخلاقيات الصحافة وحرية التعبير بالمغرب، الصادر سنة 2002، إذ ينص حرفيا في بنده الأول على أن الصحفي "يلتزم (...) بالبحث الدؤوب عن الحقيقة مهما كانت تبعات ذلك". وهو ما تم إسقاطه في ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة، الصادر عن المجلس الوطني للصحافة بالمغرب، في يوليوز 2019.

## الحقيقة والحق في الحصول على المعلومة

على الصحفي أن يدافع عن القوانين التي تتيح الوصول للمعلومة، وكذا تفعيلها السليم الذي يخدم الحقيقة ويُخفِّض منسوب الإشاعة ويرفع درجة الشفافية داخل المجتمع، ويمكِّن في النهاية من المساءلة الموضوعية لمكوّنات المجتمع، في أي موقع كانت.

وتظل مجهودات الصحفي للوصول إلى الحقيقة متعثّرة إذا لم تكن مصادر المعلومات منفتحة عليه، خاصة منها المؤسسات العمومية، وتلك التي تدور في فلك صناعة القرار.

5. تجنّب الأخبار الكاذبة، وكل أشكال الافتراء والزيف والكذب والاختلاق والتدليس والتزوير<sup>53</sup>، والآراء المُغرّضة المضلّة التي تكثُر بفعل الدعاية والدعاية المضادة<sup>54</sup>.

6. محاربة الأخبار الزائفة، وتقويمها<sup>55</sup>.

<sup>53</sup> "إن الوظيفة الأولية للصحفي هي خدمة حق الشعب في معلومة حقيقية، عبر ارتباط صادق بالواقع الموضوعي، وذلك من خلال وضع الأحداث بطريقة واعية في إطار سياقها المناسب من غير تشويه، وعبر استعمال القدرات الخلاقة للصحفي، حتى يتلقى الجمهور مادةً تمكنه من تكوين صورة دقيقة ومتناسقة للعالم حيث يكون فهم مصدر وطبيعة وجوهر الأحداث والمسارات والوضعيات بالطريقة الأكثر موضوعية" (إعلان اليونسكو 1983).

<sup>54</sup> يجب، في إطار محاربة الأخبار الكاذبة، تربية تلاميذ الإعدادي والثانوي وطلاب المؤسسات الجامعية (ضمن المواد المسماة بالمهارات الناعمة (soft skills) على وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، وطرق اشتغال الصحافة، وخاصة ما يرتبط بالتضليل الإعلامي désinformation والأخبار الزائفة fake news).

<sup>55</sup> أنشأت جملةً من المؤسسات الصحفية (خاصة في الغرب) خدمات لمجابهة الأخبار الكاذبة على شبكات التواصل الاجتماعي، غالباً ما تكون على شاكله منصات رقمية تفاعلية مع الجمهور، وعلى سبيل المثال، هناك في فرنسا تجربتا لوموند (Les Décodateurs) ولبيرراسيون (Désintox)، كما أن وكالة رويترز البريطانية استحدثت وحدة لتقصي الحقيقة ملحقة بقسم التحرير بها، غايتها التحقق مما يروج على الشبكة العنكبوتية من أخبار سامة.

## التحقق من المعلومات والمعطيات في المناظرات التلفزيونية نموذج لبرنامج للنقاش السياسي على القناة التلفزيونية الفرنسية BFMTV

في مستهل المناظرة التلفزيونية على قناة BFMTV الفرنسية، التي أجريت في 23 سبتمبر 2021 بين السياسي الاشتراكي جان لوك ميلونشون Jean Luc-Mélenchon، والمحلل السياسي اليميني المتشدد إيريك زمور Eric Zemmour (ترشح الاثنان لرئاسة فرنسا في انتخابات أبريل 2022)، عرض - في البداية - الصحفيان اللذان أدارا النقاش محاور المناظرة وكيفية تدبير اللقاء.

وتمت الإشارة إلى أن هناك خلية تواكب البرنامج تتكون من عشرة صحفيين للتحقق من صحة المعطيات والمعلومات التي يدلي بها المتناظران، وأن هذه الخلية تتدخل عبر ممثلتها بعد الجزأين الأول والثاني من المواجهة التلفزيونية لتصحيح المعطيات والوقائع والأرقام والبيانات والقوانين المغلوطة التي يوظفها المتنافسان في خطابهما.

وبعد ذلك ظهرت ممثلة خلية التحقق لتشير إلى أن هناك طاقما من عشرة صحفيين متخصصين كل منهم في مجال، يمتحسون في كل ما يقال في البلاتوه من طرف السياسيين المتناظرين، استنادا إلى مصادر موثوقة. وتقوم الخلية بإعطاء البديل الصحيح في حالة الخطأ (حتى لا نقول التزييف).

وأغلب الملاحظات التي وردت في تحقيقات الخلية تتعلق بالأرقام والإحصائيات التي أوردها المتناظران لإسناد آرائهما. ويعطي البرنامج الحق لطرفي النقاش في التعقيب على ملاحظات خلية التحقق، مما يفتح نقاشاً آخر داخل النقاش يمكّن من مزيد من الشفافية المؤدية للحقيقة.

## الأخبار الزائفة في قانون الصحافة والنشر المغربي

تنص المادة 72 من قانون الصحافة والنشر المغربي على أنه "يعاقب بغرامة من 20.000 إلى 200.000 درهم كل من قام بسوء نية بنشر أو إذاعة أو نقل خبر زائف أو ادعاءات أو وقائع غير صحيحة أو مستندات مختلفة أو مدّس فيها منسوبة للغير إذا أخلت بالنظام العام أو أثارت الفرع بين الناس، بأية وسيلة من الوسائل ولاسيما بواسطة الخُطب أو الصياح أو التهديدات المفوه بها في الأماكن أو الاجتماعات العمومية وإما بواسطة المكتوبات والمطبوعات المبيعة أو الموزعة أو المعروضة للبيع أو المعروضة في الأماكن أو الاجتماعات العمومية وإما بواسطة الملصقات المعروضة على أنظار العموم وإما بواسطة مختلف وسائل الإعلام السمعية البصرية أو الإلكترونية وأية وسيلة أخرى تستعمل لهذا الغرض دعامة إلكترونية".

## خطوات التحقق من صحة أشرطة الفيديو في قناة الجزيرة

أشار منتصر مرعي في مقدمة المؤلّف الجماعي "البحث عن الحقيقة في كومة الأخبار الكاذبة"، الصادر عام 2017 عن معهد الجزيرة للإعلام، إلى الخطوات المتبعة داخل قناة الجزيرة للتحقق من صحة أشرطة الفيديو (الخاصة أساسا بأخبار القاعدة)، مجملا إياها في ما يلي:

- تقييم المصدر ومدى صدقيته بالنسبة للجزيرة.
- مشاهدة المادة مشاهدة متأنية وتحليل الشكل والمضمون تحليلا دقيقا والتأكد من خلوها مما يدعو للشك.
- الاستعانة بخبراء وفنيين للتأكد من أنّ المادة لم تتعرض للفبركة أو التلاعب.
- الاستعانة بمراسل الجزيرة في أفغانستان المطلع على الظروف السياسية للمنطقة.
- محاولة توفير مصدر آخر يعزز صحة شريط الفيديو أو التسجيل الصوتي.
- التريث قبل بث الشريط وإخضاع المحتوى للنقاش من قبل هيئة التحرير؛ إذ كثيرا ما تأخر بثّ الشريط للتأكد من موافقته للسياسة التحريرية وأخلاقيات المهنة، دون الوقوع

في فخّ المنافسة وتحقيق السبق الصحفي على حساب الدقة.

• بث الشريط مع ترك المجال مفتوحا في حال وجود شكوك، وتعريف المشاهدين بذلك تحقيقا للشفافية؛ إذ كثيرا ما كانت الجزيرة تقول إن الشريط “منسوب” إلى تنظيم القاعدة دون أن تقطع بصدقية ذلك، أو تقول “لم يتسنّ التأكد من صحته”. والجزيرة تدرك أن المسؤولية الأخلاقية لا تسقط عنها في هذه الحالة، وأن القرار التحريري يجب أن يكون مدروسا بعناية.

• شرح وتوضيح السياق الذي حصلت فيه الجزيرة على شريط الفيديو، وفتح النقاش بهذا الخصوص على شاشتها مع الاستعانة بخبراء ومحللين.

• عرض الرأي الآخر ووجهة نظر الطرف الأميركي تحديدا والذي كان يصدر بدوره بيانات رسمية تؤكد أو تنفي صحة أشرطة الفيديو أو التسجيلات الصوتية.

وقد أصدر مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب دليلا لفهم آليات التحقق الصحفي، يمكن الاطلاع عليه عبر هذا الرابط:

<https://goo.gl/UJxk8y>

## نصائح فيسبوك لاكتشاف الأخبار الزائفة

1 - انتبه إلى عناوين الأخبار، فربما تكون مضللة أو مغايرة لسياق الحدث.

2 - افحص عناوين المواقع (URL) بعناية، فقد يكون مضللاً ومصمم خصيصاً ليكون شبيهاً بعنوان موقع آخر مشهور بمصداقيته.

3 - تحرّر مصدر الخبر وتأكد إذا ما كان موثقاً به أم لا. إذا كانت الأخبار صادرة عن جهة غير رسمية أو غير معروفة، راجع بنفسك مسؤولي المؤسسة للحصول على مزيد من المعلومات.

4 - احترس من المواقع الإخبارية والصفحات التي تحتوي على أخطاء لغوية وعرض غير متناسق لمضامينها؛ فأغلب الظن أن من قام بالنشر ليس صحفياً محترفاً.

5 - تمعّن في الصور والفيديوهات؛ إذ غالباً ما تحتوي الأخبار الزائفة على صور أو مقاطع فيديو استعملت خارج سياقها أو تم تعديلها. وفي هذه الحالة يمكن القيام ببحث عكسي للصورة للتحقق من مصدرها.

6 - تحقق من التواريخ، فقد تحتوي الأخبار الكاذبة أحياناً على تسلسلات زمنية غير متناسقة أو تواريخ معدلة لأحداث معينة.

7 - تحقق من الأدلة التي اعتمدها الموقع للتأكد من صحتها؛ فقد يكون نقص الأدلة أو الإشارة إلى خبراء مجهولين علامة على أخبار كاذبة.

8 - اطلع على مقالات أخرى ذات صلة بالموضوع، فإذا لم تعثر على مصادر أخرى للخبر، فمن المرجح أن يكون زائفاً.

9 - انتبه إلى الأخبار الساخرة، تحقق إذا ما كان الموقع الناشر للخبر معروفاً بمحاكاته الساخرة للأحداث وما إذا كانت تفاصيل المقالة ونبرتها هزلية.

10 - احذر الأخبار الزائفة والإشاعات المنشورة عن قصد، كن حاسماً عند قراءة الأخبار ولا تشارك سوى المعلومات الموثوق بصحتها.

**المصدر: "دليل الصحفي التونسي في التثبت من صدقية أخبار الواب والشبكات الاجتماعية"، الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري، 2021.**

7. الالتزام بإدراج الخبر في موقع الخبر، والرأي في موقع الرأي، تجنّباً للتدليس الصحفي وتوجيه الجمهور من حيث لا يدري.

8. تجنّب إعطاء أخبار في حالة الشك، ولو بصيغة الاحتمال.

9. الالتزام بالموضوعية في أجناس الرأي؛ لأن الحرية التي يتمتع بها الصحفي في إعطاء آرائه ليست مطلقة؛ إذ على كل رأي أن يكون مُسنداً بمعطيات مقنعة، ومنطق حجاج وتدليل سليم وورصين.

10. الاشتغال ما أمكن بالمصادر المُعَرَّفَة؛ لأنها السبيل الوحيد لضمان المصداقية، ومعرفة مدى وثوقية الخبر، وإتاحة التحقق منه. وفي هذا الصدد ينص إعلان ميونيخ على أنه يتعيّن على الصحفي أن "ينشر فقط الأخبار ذات المصدر المعروف أو إرفاقها - متى كان ذلك ضرورياً - بالتحفظات اللازمة، وألا يُسْقِط المعلومات الأساسية، أو يُحرّف النصوص والوثائق".

11. تجنّب توظيف المصادر المجهولة في معظم المادة الصحفية أو كاملها.

12. توخّي الدقة بإعمال آليات التحقق من المصادر والمعطيات والوقائع، وتجنب التغطيات والمقاربات السطحية التي يعوزها العمق، خاصة في القضايا الكبرى.

13. التحقق من المعلومات (الوقائع والأحداث) والتصريحات (الآراء) المستقاة من المصادر، والتأكد من صحتها عبر مساءلتها، وخاصة تلك المتضمنة لانتقادات أو اتهامات لطرف أو أطراف أخرى، وذلك بإعمال التقاطع بين مصادر عدة. وعلى الصحفي الإلمام بالرهانات والمصالح الخاصة والأجندات والحسابات الشخصية لمصادر الأخبار حتى يتجنب الاستغلال المُغرِض من طرفها. كما على الصحفي التواصل مع الذين يتمّ انتقادهم أو اتهامهم للتعبير عن آرائهم في ما يُنسب إليهم. ويمكن اعتبار ذلك "حقّ رد غير مباشر"، أساسه إقامة توازن داخل المادة الصحفية.

14. طرح سؤال المصلحة الذاتية التي يمكن أن يجنيها مصدر بعينه من تسريب معلومات ما، خاصة إذا كانت حساسة.

15. الالتزام بالأمانة وتجنّب تحوير مضامين ومعاني التصريحات والبيانات التي تدلي بها المصادر، عن طريق تبخيسها المُغرِض أو اجترائها أو إعادة صياغتها أو إخراجها عن سياقها، بما يجعلها تزيغ عن دلالاتها الأصلية.

16. تجنب انتقاء وتوظيف المصادر التي تتفق فقط وقناعات الصحفي؛ لأن في ذلك خرقاً لمبدأ التنوع الإعلامي، ولأن الصحفي في هذه الحالة يستعمل هذه المصادر ذريعة للتعبير عبرها عن آرائه الخاصة. كما على الصحفي تجنب الانتقاء المتحيز للأحداث والذي يخضع لحسابات سياسية أو إيديولوجية لا لأجندته الإعلامية.

17. التخلّص من الصور النمطية خلال المعالجة الصحفية، بل محاربتها داخل المجتمع، سواء كانت هذه الصور النمطية إيجابية أو سلبية، ومساءلة المجتمع على ضوء المعطيات الموضوعية لا الأفكار الجاهزة عن مكوّناته، والتي قد تكون نتاج إيديولوجيا أو دعاية لا علاقة لها بالحقيقة.

18. التوظيف الجيد للأجناس/الأنماط الكبرى (الاستجواب، والاستطلاع، والتحقيق) وكذا أجناس الرأي؛ لأنها المدخل الرئيس للوصول للحقيقة.

19. توظيف المناظرة الإعلامية بين الفاعلين داخل المجتمع، خاصة في الصحافة السمعية البصرية؛ لأنها الوحيدة الكفيلة بإبراز الحقيقة، وتبيان مدى تنافسية المشاريع المجتمعية المقترحة.

20. تجنب تحريف الوقائع عن طريق الاستعمال غير النزيه والمنحاز للتصوير (الصورة الثابتة والمتحركة) والتوضيب (المونتاج)، أو استعمال مواد أرشيفية أو لا علاقة لها بسياق الوقائع المغطاة.

21. تبيان مدى قابلية تطبيق الوعود التي يقدمها السياسيون للمواطنين، والكشف عن كل إخلال بالوعد التي يقدمونها، وإبراز أوجه التناقض في خطابات الشخصيات العامة.

## ٧- الالتزام بالاستقلالية

1. تحقيق الاستقلالية عن أي جهة يمكنها توجيه الصحفي لخدمة مصالحها الخاصة أو الفئوية بواسطة الضغط المادي (الامتيازات النقدية والعينية) أو المعنوي (الضغط السياسي الإيديولوجي) أو بطرق أخرى كتنظيم تظاهرات أو الاختفاء وراء أنشطة ذات جاذبية للصحافة هدفها استدراج الصحفي للضغط عليه.

### الاستقلالية في النموذج الليبرالي للإعلام

(الغارديان البريطانية ومجموعة لوموند  
وموقع مديا بارت بفرنسا)

بالنسبة لصحيفة الغارديان البريطانية، رئيس التحرير هو المسؤول الأول عن ضمان احترام أخلاقيات المهنة. ويتكلف مدراء التحرير بالتحقق من تطبيق آداب الصحافة بشكل سليم. وكل صباح يجتمع رئيس التحرير مع مسؤولي التحرير (حوالي 15 مسؤولاً) من أجل ندوة نقدية حول المضامين، ورئيس التحرير مسؤول أيضاً عن المضامين الإعلانية؛ فإذا كان هناك محتوى إعلاني مخلّ بأخلاقيات الصحافة فله صلاحية سحب الإعلان من الصحيفة.

وعلى الصحفيين الذين يتعرضون لضغوط مالية أو سياسية أن يرفعوا الأمر لمسؤولي التحرير ورئيس التحرير.

أما بالنسبة لمجموعة لوموند الفرنسية، فإن "ميثاق آداب وأخلاقيات مجموعة لوموند" يعرف في ديباجته الاستقلالية بالمعنى الذي يفيد عدم الرضوخ لتعليمات وتوجيهات جهات لها نية استثمار

الصحافة لفائدتها. وينص في هذا الصدد على أن "الاستقلال التحريري لجرائد مجموعة لوموند عن مالكي الأسهم والمعلنين والسلطات العمومية والسياسية والاقتصادية والإيديولوجية والدينية شرط ضروري لصحافة حرة وجيدة".

وهناك من الصحف ما يذهب بعيدا في تبنيها للاستقلالية، ومؤسسة ميديا بارت الفرنسية نموذج لذلك؛ فقد ورد في ميثاقها الأخلاقي ما يلي: "إن ميديا بارت - باعتباره موقعا إخباريا مستقلا اقتصاديا - ليس له من مصدر تمويل إلا اشتراك قرائه. وهو لا يقبل أي عائد إعلاني (إشهاري)، ولا يتلقى أي دعم عمومي، ولا يعتمد على أي راع خاص *mécène privé*. والمساهمون فيه من غير الصحفيين (أعضاء شركة الأصدقاء أو الأشخاص المستثمرون) يلتزمون بتأمين الاستقلال التام لهيئة تحريرها. وهم يمتنعون عن التدخل في الخيارات التحريرية أو معالجة الأخبار. وتلتزم إدارة ميديا بارت بتجنيب الصحفيين أي ضغط نابع من شركاء اقتصاديين أو سلطات عمومية، ومنظمات سياسية، ونقابية، ودينية".

ولا يمكن لأي إملاء خارجي إلا أن يكون مرفوضا مهما كانت صيغته، مكتوبا، أو شفويا، أو عبر تواطؤ مضر بين الصحفي وجهة ما.

وتعني الاستقلالية في النموذج الليبرالي للإعلام عدم رضوخ الصحفي للمسؤولين عن التحرير، ومنهم رؤساء التحرير، إذا كانت تعليماتهم مُخَلَّة بأخلاقيات المهنة، وكذلك استقلالية هيئة التحرير عن مالكي الوسيلة الإعلامية أو الناشرين. كما تعني استقلالية هيئة التحرير عن القسم التجاري، بحيث لا يَصِحَّ أن يقوم الصحفي بتحرير الإعلانات التي تُذَرَج في الوسيلة الإعلامية، كما يجب ألا يقوم بصياغة أي إعلان محرَّر *publi-rédactionnel*<sup>56</sup>.

<sup>56</sup> هو إعلان مؤدى عنه، يرد محرراً في شكل مقال مكتوب. ومن المفترض أخلاقيا أن يتم التنبيه إلى طبيعته الإعلانية (الإشهارية).

2. العمل على أن تظل صورة الصحفي نظيفة وسامية في المجتمع، من خلال الالتزام - في إطار العمل أو خارجه - بتبني سلوكيات ترفع من مستوى نظر المجتمع للمهنة والمهنيين، واعتماد التضامن الإيجابي بين الصحفيين في حالة التعسّف عليهم أو تضررهم من حيف أطرافٍ أو هيئاتٍ أخرى.

3. تجنب الاصطفاف الأيديولوجي مع هيئاتٍ وتياراتٍ تسعى للوصول للحكم، بما يُنتج مواد صحفية مُؤدّجة.

4. عدم الرضوخ لرؤساء التحرير والناشرين المتواطئين مع أشخاص أو مجموعات أو هيئات ما.

5. تجنّب كل صيغ التنافي والتعارض والتناقض بين مهمّة الصحفي والمهام الأخرى التي يمكن للصحفي أن يزاولها، والتي من شأنها التأثير على استقلالية قرار الصحفي أو المؤسسة الصحفية؛ كالاشتغال في الآن نفسه في مجال الصحافة ومجالات الإعلان أو التواصل لصالح مؤسسات غير صحفية، مثل الأحزاب السياسية أو هيئات أخرى ذات طبيعة سياسية أو اقتصادية (مثلا اشتغال الصحفي كمستشار إعلامي لدى فاعل سياسي). كما يجب على الصحفي تجنب الخضوع لإملاءات المعلنين والرضوخ لهيمنة سلطة المال.

وفي هذا الصدد، ينص قانون الصحافة والنشر المغربي على عدم خلط المهام الصحفية والسياسية من خلال مادته 18، التي تفيد أنه ”تتنافى مهمة مدير النشر مع العضوية في الحكومة، وتعيّن المؤسسة الصحفية مديرا جديدا للنشر في حالة إذا ما تم تعيين مدير النشر عضوا في الحكومة“.

وينص ميثاق أخلاقيات الموقع الصحفي الفرنسي ميديا بارت على

أنه يمكن لصحفييه "أن يُستدعَوْا للتدخل في الاجتماعات العمومية المنظمة من طرف الجمعيات، والمجاميع collectifs، والمؤسسات بمناسبة لقاءات أو مظاهرات. ولكل صحفي الحرية في أن يشارك في أحداث من هذا النوع وتوقيع عرائض، بشرط أن يكون الإمضاء باسمه الشخصي وليس بصفته صحفيا بميديا بارت.

ويجب على أي اقتراح بالمشاركة في حدث من هذا الصنف أن يخضع مسبقا لنظر "شركة الصحفيين (SDJ)" بميديا بارت.

6. تجنّب التواطؤ مع المصادر من أجل إنتاج محتوى لا يعكس تصوراتها الخاصة بقدر ما يترجم تصورات أطراف أخرى أو رؤية الصحفي نفسه، جزئيا أو كليا.

وبناء على هذا، يجب على الصحفي:

أ- عدم الكشف - في حالة الاستجواب - مسبقا عن أسئلته للمصدر، ويمكن، بل من المستحسن إحاطة هذا الأخير بالموضوع موجزاً أو بمحاور المقابلة.

ب- الامتناع عن تسليم المادة المنجزة للمصدر لمراجعتها قبل نشرها.  
ج- إنابة زميل له للتفاعل صحفيا مع مصدر ما في حالة وجود ألفة أو تقارب بينه وبين هذا المصدر.

7. تجنّب الصحفي ممارسة أي نشاط إعلامي في فترة الانتخابات إذا كان هو نفسه مترشحا.

8. الامتناع عن إسناد أي مترشّح أو متبارٍ لمنصب ما (في الانتخابات مثلا) بعينه، وذلك بالظهور معه علانية في الفضاءات العامة أساسا، أو حمل رموزه أو رموز الجهة التي يمثلها أو الظهور بها في وسائل الإعلام.

9. تجنب تسلّم الرشا الصريحة أو المقنّعة كالسفرات والامتيازات وعروض الإقامة بفنادق فاخرة من لدن الأطراف التي تتوخى الاستفادة من خدمات الصحافة.

10. الالتزام بأن يشكّل السّفَر الصحفي (بالاصطلاح الفرنسي voyage de presse) استثناء داخل منظومة العمل الصحفي، وأن يكون مبرراً مهنيا (أهمية المشروع، تساؤلات الرأي العام حوله، راهنيته والرهانات المرتبطة به...). وتَسْتَدْعِي - في إطار السفر الصحفي - مؤسسة ما الصحافة لتتبع مشروع لها أو إنجاز في مكان ما. وغالبا ما يكون هذا السفر مبرمجا من طرف هذه المؤسسة في إطار عملية تواصلية دعائية. ولا تعتبر الاستجابة لدعوة الزيارة التزاما من طرف الصحفي بنشر مادة صحفية حول موضوع السفر.

## السّفَر الصحفي في ميثاق أخلاقيات الموقع الصحفي الفرنسي ميديا بارت

”لا يشارك صحفيو ميديا بارت في الأسفار الصحفية التي تتحمل تكلفتها المؤسسات الخاصة أو العمومية. ويمكن لإدارة التحرير أن ترخّص لبعض الأسفار الصحفية، خاصة تلك المنظمة للصحافة بهدف تغطية التنقلات الرسمية. وتقبّل ميديا بارت أن يستقلّ صحفيوها الحافلات الموضوعة رهن إشارة الصحفيين لتسهيل تحركاتهم في إطار الأسفار الرسمية. وتتحمّل إدارة التحرير المصاريف الأخرى الخاصة بالنقل (القطار، الطائرة...) والإيواء. وتحتفظ هيئة التحرير بحقها في عدم نشر مقال ما عَقِبَ تنقل أو سفر صحفي قد يكون استُدْعِيَ له صحفي(ة) (تابع للموقع)“.

11. العمل على أن يحظى الصحفي بالتكوين المستمر في مجال عمله، وأن يكون عَقْد العمل الذي يُجْرِيه مع المشغلين حافظاً لكرامته، ومؤمّناً لظروف عيش كريم.

## ٧٧- الالتزام بالحياد<sup>57</sup>

1. الالتزام بالحياد من أهم العناصر الأخلاقية الصحفية. ولتحقيق ذلك، لا بد للصحفي من الاستعانة بالعناصر الآتية:

- أ. الخبراء والمتخصصين والمراجع الأساس في موضوع المادة الإعلامية.
- ب. المعطيات الثابتة السليمة والمنجزة بشكل موضوعي وعلمي.
- ج. «المعطيات الضرورية»، التي لا غنى عنها لمعالجة المادة الإعلامية.

### الصحفي بين الموضوعية والحياد الموضوعية نعم ودائماً الحياد حسب الجنس الصحفي

- الموضوعية شرط لا محيد عنه في الصحافة، أما الحياد فالمستحبُ منه الإيجابي لا السلبي. فإذا صادف شخص ما رجلاً يَهُمُّ بقتل رجل آخر، ووقف على الحياد، فإنه يساهم في الجُرم خاصة إذا كانت لديه فرصة شلّ هجوم الرجل الذي يوشك على ارتكاب جريمته. وفي هذه الحالة يكون الحياد سلبياً.

<sup>57</sup> تم الاستئناس بالنسبة لهذه الفقرة - جزئياً - بالبنود المتعلقة بالحياد في مؤلف "دليل الصحفي المهني لتغطية الانتخابات الجماعية (البلدية)"، عبد الوهاب الرامي. المجلس الوطني للصحافة (المغرب)، 2021.

- أن تكون موضوعيا لا يعني أن تظل محايدا في كامل المعالجة الصحفية؛ فالموضوعية مطلوبة في كل الأجناس الصحفية، أما الحياد فشرط أساس في الأجناس الخبرية والأجناس الكبرى، أما أجناس الرأي فهي غير معنية به، حيث الانحياز لرأي أو طرح أو موقف يلغي إلزامية شرط الحياد.

## تقدير الموضوعية حسب الأجناس الصحفية<sup>58</sup>

ليس للموضوعية نفس المعنى في كل الأجناس الصحفية. ففي الأجناس الخبرية تعني عكس الواقع ونقله (الأحداث والوقائع) بأمانة وبتراتبية تبين مدى أهمية عناصر الأحداث والوقائع.

وفي الأجناس الكبرى تعني القدرة على التفسير غير المنحاز لما يجري، والإحالة على المسؤوليات البشرية في ما يرتبط بالأوضاع والحالات التي يتم التطرق إليها.

وفي أجناس الرأي تعني قوة الحجّة وتماسك مقوماتها الإقناعية إسنادا لرأي أو طرح أو موقف معيّن.

2. تجنّب التمييز بين المصادر والشهود والمواضيع والأحداث على أساس الانتماء الإثني والثقافي والجنسي واللغوي والعقدي والإيديولوجي والحزبي.

<sup>58</sup> انظر موجز الأجناس الصحفية في قائمة الملاحق.

3. تجنب أن يؤثر الصحفي على مجرى العدالة أو أن تكون تغطيته لقضاياها مُجحفة في حق المتقاضين أو الأطراف موضوع المحاكمة، بما يتناقض والمحاكمة العادلة.

وتنص المادة 75 من قانون الصحافة والنشر المغربي على أنه: "يُمنَع انتهاك سرّية التحقيق والمس بقرينة البراءة أثناء مباشرة المساطر القضائية، قبل مناقشتها في جلسة عمومية. يمنع نشر بيان عما يدور داخل المحاكم حول قضايا القذف أو السب وكذا المرافعات المتعلقة بدعاوى الأحوال الشخصية ولاسيما ما يتعلق منها بإثبات الأبوة والطلاق. دون إذن المحكمة المعنية. ولا يطبق هذا المنع على الأحكام الحائزة لقوة الشيء المقضي به حيث يسوغ نشرها دائماً. يمنع نشر المرافعات الخاصة بقضايا الأطفال أو القضايا التي يتورط فيها أحداث وكذا تلك المتعلقة بالأشخاص الراشدين كيفما كانت طبيعتها، والتي تسمح بالتعرف على الأطفال. يمنع النشر بجميع الوسائل لصور شمسية أو رسوم لأشخاص تكون الغاية منها التشهير عن طريق التشخيص الكلي أو الجزئي لظروف جناية أو جنحة من قتل أو اغتيال أو قتل للأصول أو الفروع أو تسميم أو تهديدات أو ضرب وجرح أو مس بالأخلاق والآداب العامة أو احتجاز قسري".

4. الالتزام بالحياد في المعالجة السمعية البصرية في إدارة النقاش (الإذاعة والتلفزة والصحافة الرقمية)، وتوزيع الزمن على الضيوف بالقسطاس، ومحاجّتهم بنفس القوة، ونفس العزيمة في البحث عن الحقيقة.

5. تجنب أن يستعمل ضيوف البرامج الحوارية أي شيء يمكنه التأثير على المشاهد خارج منطق الحوار. مثلاً: من غير الأخلاقي مهنياً أن يُسمح في بلد إسلامي، لمحاور بين ضيوف عدّة أن يحمل سُبْحَة في يده؛ لأن ذلك سيميّزه عن الآخرين باعتباره متديّناً، مما قد يخلق تعاطفاً معه أكثر من الآخرين.

## VIII- الالتزام بالإنصاف

1. التعامل مع المصادر والمواطنين عامة على قدم المساواة بتفعيل مبدأ "التوازن"، وتجنب تفضيل طرف على آخر دون مبرر صحفي موضوعي، وذلك بإتاحة الفرصة لكل التعبيرات لتجد صداها في وسائل الإعلام وفقا لمبدأ التنوع الإعلامي<sup>59</sup>. والالتزام الحياد بتبني أجندة صحفية مُنصفة خاصة في حالات التنافس بين أطراف الأحزاب والمترشحين المنتمين لها خلال الانتخابات، والانحياز للحمولة الخيرية البناءة التي تستجيب لمستلزمات الخدمة العمومية ليس إلا.

ويلتزم الموقع الصحفي الفرنسي ميديا بارت بـ "احترام المناصفة والتنوع ما أمكن، في حالة البث المباشر live، وكذلك حين اختيار الأشخاص الذين يتم استجوابهم لأجل صياغة مقالات. ويجب أيضا أن يظل هذا الاحترام للتنوع قاعدة مشتركة داخل هيئة التحرير (...) وعلى تشكيلة طاقم التحرير أن يعكس - قدر المستطاع - التنوع الذي يطبع المجتمع الفرنسي".

### ما معنى التوازن صحفيا؟

يعني التوازن أساسا العدل والإنصاف في تجميع المعطيات والآراء والشهادات وتضمينها في المادة الإعلامية. وهو لا يعني إعطاء نفس الحيز أو المساحة للمصادر لأن ذلك لا يستقيم مع مطلب الإخبار الذي يخضع لعنصر الأهمية، وقيمة ما تدلي به الأطراف التي يقوم عليها الخبر.

<sup>59</sup> انظر الميثاق الوطني للتنوع الإعلامي المرفق بهذا الدليل.

ثم إن مواقع الفاعلين في الأحداث تختلف. ومن الطبيعي أن يعطي الصحفي حيزاً أكبر لطرف في موقع الاتهام ليدافع عن نفسه، أو لمتضرر للتعبير عما يلحقه من حيف. فالتوازن لا يخضع لقياس سنتمتري للمساحة أو الزمن المخصَّصين لشهادات ومقولات المصادر. ولا بد هنا من اعتبار قاعدة أساسية في الصحافة حول توظيف المصادر هي كالتالي:

”على الصحفي المهني أن يوظف المصادر المتناقضة أولاً، فإن تعذّر فالمُختلفة، فإن تعذّر فالمتنوّعة، فإن تعذّر فالمتعدّدة“.

ويمكن تمييز ستة أصناف من التوازن:

1. التوازن الكميّ: يهتم الصحفي بالملامسة العددية للمصادر وتوظيف شهاداتها، حتى لا يتم ترجيح كفة أطراف على أخرى، خارج مستلزمات الإخبار المهني الموضوعي المنصف والمستقل والمحايد.

2. التوازن النوعي: يتم فيه اختيار الشهادات والتصريحات والمعطيات المعبّرة فعلاً عن المصادر، والتي تعكس بأمانة الوقائع والأحداث، وتضفي جوانبها دون انتقاء متفاوت من حيث جودة ما تدلي به المصادر. ففي تصريحات السياسيين مثلاً، لا يجوز القيام بمفاضلة في فرز ما يدلي به المصحّون، بل يجب اختيار أهم ما في تصريحات الفاعلين مهما كانت الصورة التي لدى الصحفي عنهم. فالانتقاء على أساس إيديولوجي أو مصلحي يشكّل نوعاً من الدعاية لصالح الفاعلين في الأحداث أو ضدهم.

3. التوازن المتلازم أو الداخِل-نصي (micro, intratextuel): وهو الذي يتحقق في نفس المادة الإعلامية (ملامسة كل الأطراف أو أهمها، المعنية بحدث ما في ذات المادة الإعلامية).

4. التوازن المُطَرِّد أو التعاقبي: هو الذي يتحقق من خلال مادة ثانية في نفس الموضوع يُفرد من خلالها الصحفي - استدراكا للتوازن - حيّزا لمصادر لم يتمكن من مقاربتها في مادة سابقة. فأحيانا لا تتيح الأحداث مجالا لإقامة توازن في الأخبار نظرا لضغط الزمن، والحاجة إلى السرعة في نشر المادة الإعلامية. ففي حالة خطاب لرئيس دولة أو زعيم سياسي يمكن للصحفي الإخبار عن مضامين الخطاب في مرحلة أولى، ولا يحتاج الأمر هنا إلى التفعيل المتلازم لمبدأ التوازن. لكن في ما بعد؛ حين تكون هناك ردود فعل مختلفة حول هذا الخطاب، على الصحفي - لزاما - أن يُفَعِّل هذا المبدأ.

5. التوازن المتباعد (macro): هو توازن على مدى فترة أطول. مثلا خلال سنة يكون الصحفي قد لامس كل الأحزاب السياسية كمصادر في شؤون السياسة داخل بلد ما.

6. التوازن الأجناسي (الأنماط/الأشكال/القوالب): وهو يعني التوزيع العادل للأجناس الصحفية في ارتباط مع الأحداث والفاعلين فيها. فتخصيص استجابات لشخصية ما ليس له نفس وُقَع كتابة عمود صحفي عنها.

2. تجنب نقل أي اتهامات بين المصادر والأطراف المتصارعة إلا بعد ملامسة الأطراف المتهمة؛ للرد على المنسوب إليها. وإذا امتنع الطرف المتهم عن الرد، يتم ذكر ذلك في المادة الصحفية المقترحة.

3. تجنب التأكيد - في حالة الانتخابات - على الجوانب السلبية لدى مترشح ما للانتخابات، والتركيز على الجوانب الإيجابية لدى مترشح آخر، وإلا اعتبر الأمر خلافاً وظيفياً في العمل الإعلامي.

## IX- الالتزام بالشفافية

الالتزام بالشفافية من العناصر الأخلاقية الأساسية في مجال الصحافة. وهي تعني كل أطوار الممارسة الصحفية. فعلى الصحفي وكذا المؤسسة التي ينتمي إليها أن يكونا قابلين للمساءلة إسهوة بباقي مكونات المجتمع، وتعتبر الشفافية ركناً أساسياً من أجل مساءلة سليمة. ثم إن التعاقدات القويمة لا يمكنها أن تتأسس دون شفافية. ويمكن تفريع الشفافية في مجال الصحافة إلى عدة أركان كالآتي:

### • شفافية المؤسسة الصحفية (الشفافية المؤسسية)

1. الالتزام بوضوح وسلامة الإطارين القانوني والتنظيمي للمؤسسة الصحفية، وهو ما يعزز ثقة الجمهور فيها.

2. التزام الناشر بالنزاهة وسلامة ذمته القانونية، وعدم السقوط في حالات تناقض فيها مسؤوليته كناشر مع مسؤوليات أخرى.

## الحكمة الصحفية

### مالكو وسائل الإعلام: التحفظات وحالات التنافى

#### نموذج مجموعة لوموند الفرنسية

يلتزم المساهمون في رأسمال المجموعة وأعضاء مجالس المراقبة في مجموعة لوموند، في مجال التعبير العمومي، على ألا تمثل تصريحاتهم هذه المجموعة، ماعدا الحالات التي يُسَمَح لهم فيها بذلك عبر قرار من مجلس المراقبة.

وتتنافى صفة عضو داخل مجلس إدارة المجموعة مع:

- تمثيلية العضو في ولاية انتخابية وطنية أو محلية (ما عدا الولايات البلدية في المدن المأهولة من أقل من 30.000 نسمة).
- قيامه بمهام إدارة وتأطير، أو تمثيل حزب سياسي أو نقابة.
- صدور عقوبات سجنية نافذة ضده، بصفتها أحكاماً نهائية، مرتبطة بالمواضيع التالية:

- الحض على الكراهية العنصرية والتمييز.
- التمويل غير القانوني للأحزاب السياسية.
- المسّ بالأشخاص.

### شفافية المؤسسة الصحفية: نزاهة الناشر

تنص المادة 16، الفقرة 4، من قانون الصحافة والنشر المغربي على أنه يجب على الناشر - إلى جانب التمتع بحقوقه المدنية - "أن لا يكون قد صدر في حقه حكم نهائي حائز لقوة الشيء المقضي به من أجل جنائية أو جنحة في قضايا الابتزاز والنصب وخيانة

الأمانة والرشوة واستغلال النفوذ أو في قضايا الاغتصاب أو التغيرير بالقاصرين أو في الاتجار في المخدرات أو أفعال إرهابية“.

كما تنص المادة 56 من نفس القانون، على نفس الأمر بالنسبة لمدير شركة طبع أو توزيع المطبوعات الدورية.

3. الالتزام بالشفافية الإدارية والمحاسبية عبر نشر البيانات التي تتيح ذلك. وقد ورد في المادة 25 من قانون الصحافة والنشر المغربي أنه ”يجب أن يرد في كل نسخة من نسخ المطبوع الدوري أو في صفحة الاستقبال الرئيسية لكل صحيفة إلكترونية متاحة لولوج العموم ما يلي: - اسم مدير النشر - أسماء وصفات الأشخاص الذين يتولون الإدارة - عنوان المطبوع وكذا اسم وعنوان المطبعة والموزع في حالة وجوده، بالنسبة للمطبوع الدوري - عنوان الصحيفة ومضيف الموقع بالنسبة للصحيفة الإلكترونية. يجب أن يشار في كل عدد من أعداد المطبوع الدوري إلى عدد النسخ المطبوعة أو عدد الزوار عن كل يوم بالنسبة للصحيفة الإلكترونية“.

كما أن المادة 14 من نفس القانون توجب على المؤسسات الصحفية نشر حساباتها الختامية للعموم، من خلال التنصيص الآتي: ”تنشر القوائم التركيبية المحاسبية للمؤسسة الصحفية في منشوراتها قبل فاتح يوليو الموالي للسنة المحاسبية المعنية، مع نشر كمية السحب“.

## معطيات حول وضع الصحافة الرقمية بالمغرب متعلقة بشفافية المؤسسة الصحفية<sup>60</sup>

تبين الإحصائيات المتاحة التي ترجع لسنة 2012، أن 63.40% من الصحف الرقمية المغربية لم يكن لديها أي إطار قانوني (تابعة لشركة، أو مصرّح بها لدى المحكمة الابتدائية)، وأن 59.94% منها لم تكن تملك مقرا اجتماعيا. كما أن 62.50% في المائة منها ممولة ذاتيا، ويشغل 93.57% من صحفيها بدون عقد عمل، و83.48% من هؤلاء دون مقابل مادي. ولم تكن 44.01% من الصحف الرقمية المغربية تعلن عن أطقم عملها (هيئات الإدارة، والتحرير، والإعلان).

أكد أن هذه الأرقام تغيّرت اليوم، خاصة بعد دخول قانون الصحافة والنشر بالمغرب حيز التنفيذ سنة 2016، لكنها تفيد أنه إذا كان الوضع العام للمؤسسة الصحفية مرتبكا ولا يركز على ضوابط واضحة، فإن مبدأ الشفافية يتآكل ليصبح مُربكاً لعلاقة هذه المؤسسة مع مكونات المجتمع الذي تنشط فيه.

4. التمييز الوظيفي بين هيئات ومرافق ومهام الإدارة والتحرير والإعلان داخل المؤسسة الصحفية.

5. التمييز بين هيئتي التحرير والإعلان، اللتين يجب أن تشتغل كل واحدة منهما بمعزل عن الأخرى.

<sup>60</sup> الأرقام الواردة هنا مستقاة من "الصحافة الإلكترونية في المغرب دراسة ميدانية"، الرابطة المغربية للصحافة الإلكترونية، منشورات الإيسيسكو، 2012.

6. تجنب التعاقد الإعلامي (contrats, conventions) مع مؤسسات ما، من أجل تتبع أخبارها حصريا بموجب عقد؛ إذ يُعْتَبَر هذا دمجاً بين شِقِّي الصحافة والإعلان (الإشهار).

7. تجنب التعاقد بين مؤسستين صحفيتين ذاتي خطين تحريريين متناقضين من أجل إنتاج محتوى مشترك<sup>61</sup>؛ لأن ذلك يُزبِك الجمهور بالنظر لتداخل هويتين صحفيتين مختلفتين من أجل إنتاج محتوى موحد.

8. تجنب المؤسسات الصحفية اللعب على الشعارات الزائفة أو المضلّة مثل "أول جريدة في المغرب"، أو "الجريدة الأكثر استقلالية"؛ لأنها تعبيرات إعلانية غير مضبوطة المعنى.

9. التزام المؤسسات الصحفية بالكشف عن كيفية صرف أموال دعم الدولة لها في حالة تلقيها لهذا الدعم.

10. إعلان المؤسسات الصحفية للعموم عن مباريات التوظيف التي تباشرها، والالتزام بقواعد التنافس الشريف بين الصحفيين الذين يودّون الالتحاق بها.

11. احتفاظ المؤسسة الصحفية الرقمية بأرشيدها لمدة كافية، حتى تمكّن المتضررين أو القضاء من الرجوع إليها في الحالات التي تستدعي ذلك. وفي هذا الصدد، تنص المادة 39 من قانون الصحافة والنشر المغربي على أنه "يلتزم مدير نشر الصحيفة الإلكترونية بالاحتفاظ بأرشيدها الصحيفة لفترة توازي مدة ستة أشهر على الأقل تبتدئ من تاريخ نشر المادة الإعلامية".

<sup>61</sup> بالتعبير الإنجليزي pooling of journalistic products.

## • شفافية المؤسسة تُجَاه صحفييها

1. الالتزام بأن تكون هيئة التحرير مستقلة عن الناشر (مالك الوسيلة الإعلامية)، وأن يكون القرار التحريري بيدها، دون أي منازع. وإذا كان الناشر نفسه صحفياً، فهو يرضخ لقرارات هيئة التحرير في ما يخص مضمون وشكل المادة الصحفية المقترحة<sup>62</sup>.

2. التزام المؤسسة الصحفية بإخبار هيئة التحرير والاستشارة معها في كل ما يمكنه أن يغير وضعيتها أو وضعية الصحفيين داخلها. "وتجب استشارتها (هيئة التحرير)، على الأقل، قبل أي قرار نهائي أو إجراء يهْمُ تشكيلتها<sup>63</sup>: تشغيل الصحفيين وتسريحهم وتنقيلمهم وترقيتهم" (إعلان ميونيخ لواجبات وحقوق الصحفيين).

و"يجب بالضرورة إبلاغ هيئة التحرير عن كل قرار مُهمّ من طبيعته التأثير على حياة المؤسسة (الصحفية)"<sup>64</sup>.

3. ضرورة الاعتراف بحق الصحفي في الاطلاع على الخط التحريري للمؤسسة الصحفية مكتوباً قبل التعاقد النهائي معها. وكل تحويل لهذا الخط في ما بعد يجيز للصحفي المتعاقد فسخ عقد الشغل الذي يربطه بالمؤسسة التي أقدمت على هذا. ويمكنه هنا تفعيل "بند الضمير" الذي يتيح له تعويضات كمقابل عن المغادرة<sup>65</sup>.

4. ضرورة رسم مسار للتنشئة داخل المؤسسة الصحفية بشكل مؤسسي، لفائدة الصحفيين الجُدد من أجل إطلاعهم على سياساتها العامة، وجعلهم يتأقلمون معها، ويتشبعون بخط تحريرها.

<sup>62</sup> انظر "إعلان واجبات وحقوق الصحفي(ة)" السويسري.

<sup>63</sup> تم تكييف النص الأصلي من إعلان ميونيخ ليطماشى وتركيبية الجملة.

<sup>64</sup> المرجع نفسه.

<sup>66</sup> المرجع نفسه.

5. الالتزام بأن تُصَدَّر التعليمات والتوجيهات داخل هيئة التحرير في صيغة مكتوبة حتى تكون واضحة وموثقة وتؤسس لقواعد تحرير لا لبس فيها.

6. إتاحة المؤسسة الصحفية لصحفييها انخراطهم في مجلس التحرير؛ لتمكينهم من المشاركة في القرارات الإدارية والتحريرية الخاصة بها.

7. إشراك المؤسسة الصحفية صحفييها في صياغة كل المواثيق الداخلية.

8. التزام المؤسسة الصحفية التي تريد تغيير خط تحريرها بإشراك هيئة التحرير في ذلك.

9. التزام الصحفي برفض التعليمات الصادرة عن رئيسه أو رؤسائه التي تتنافى والخط التحريري الذي يشتغل في إطاره.

## جدول رواتب صحفيي ميديا بارت Mediapart (موقع إخباري فرنسي)

نقدم هنا جدول الرواتب (الخام) الذي يحدد تعويضات صحفيي ميديا بارت حسب الأقدمية، نموذجاً لتطبيق شفافية المؤسسة تجاه صحفييها. ولتفادي طول الجدول، تمت المحافظة فقط على الأرقام المطابقة للأقدمية وفق كل خمس سنوات، في حين يبيّن الجدول الأصلي ارتفاع التعويضات سنوياً. ويرجع الجدول لسنة 2018.

| الراتب الشهري على 13 شهراً<br>(بالأورو) | الأقدمية المهنية حسب<br>السنوات |
|---|---------------------------------|
| 2 141                                   | 0                               |
| 3 318                                   | 5                               |
| 4 067                                   | 10                              |
| 4 709                                   | 15                              |
| 5 565                                   | 20                              |
| 5 726                                   | 25                              |
| 5 726                                   | 30                              |
| 5 886                                   | 35                              |
| 6 047                                   | 39                              |

## • شفافية الصحفي تُجَاه مؤسسته الصحفية

هذه المسألة ضرورية في المؤسسات الصحفية التي تراعي الحكامة الجيدة في التعامل بين كل مكوناتها الهرمية والنوعية، لِمَا لذلك من آثار على المادة الإعلامية النهائية.

1. التزام الصحفي قبل التحاقه بالمؤسسة الصحفية بالكشف عن تاريخه المهني وأنشطته المالية والسياسية السابقة التي قد يكون لها تأثير على عمله بالمنبر الصحفي الذي يشتغل فيه.

### إعلان المصالح الخاص بصحفي ميديا بارت (فرنسا) Mediapart

يقدمُ الصحفي المنتسب لجريدة ميديا بارت أو الذي يريد الانتساب لها جرداً لأنشطته خلال السنوات الخمس السابقة، لكي يكون المشغّل على علم بها، تحسباً للآثار التي قد تنجم عنها حين مزاوله عمله بهذا الموقع الإخباري الفرنسي.

وفي إعلان المصالح الذي يردُّ على شكل التزام بالشرف موقع من الصحفيين، يتم الكشف عن الأنشطة والممارسات التالية:

1. الأنشطة المهنية المعوّض عنها مادياً التي تمت مزاولتها خلال السنوات الخمس الأخيرة.
2. المساهمة في الأجهزة التسييرية لمؤسسة خاصة أو عمومية أو شركة خلال نفس الفترة.

3. المساهمة المالية المباشرة في رأسمال شركة أو حيازة أسهم عند تاريخ الإعلان.
4. المهام الإدارية أو الولايات الانتخابية داخل جمعيات أو نقابات أو أحزاب سياسية على المستوى المحلي أو الوطني عند تاريخ الإعلان.
5. الانخراط في حزب سياسي عند تاريخ الإعلان.
6. الانخراط في جمعية أو نقابة لمجالها علاقة بالمواضيع التي يغطيها الصحفي.
7. النشاط المهني لزوج(ة) الصحفي(ة) أو شريكه (ها) الدائم عند تاريخ الإعلان.
8. ملاحظات (إضافية).

2. التزام الصحفي بالتعاون مع رئيس التحرير حين الخوض في مواضيع حساسة تقتضي طبيعتها أن يكون فيها رأي وتوجيه من رئاسة التحرير، كالقضايا الميدانية التي يطرحها جنس التحقيق الصحفي، ومنها تأكيد رئيس التحرير من هوية المصادر التي يقدمها الصحفي كمصادر مجهولة.

3. الالتزام بإخبار رئيس التحرير بأية محاولة ضغط من طرف مصدر ما، خاصة إذا تجاوز الضغط الترغيب ليصبح ترهيبا.

#### • الشفافية التحريرية

1. تجنب الخلط داخل المؤسسة الصحفية بين الخبر والرأي والإعلان والترويج والدعاية.

## استقلالية المواد الصحفية عن الإعلان (الإشهار) نموذج مجموعة لوموند الفرنسية

ينص "ميثاق آداب وأخلاقيات مجموعة لوموند" على عدم التداخل بين الإنتاج الصحفي والإعلان، مركزًا على المقتضيات الثلاثة الآتية:

1. في كل العناوين التي تصدرها مجموعة لوموند ورقية كانت أو رقمية، وكذا في كل الملاحق أو الأعداد الخاصة، يجب التمييز - بشكل لا لبس فيه - بين الفضاء التحريري والفضاء الإعلاني أو الترويجي. فالأشكال الطباعية typographie، ومقومات التشخيص iconographie، وإخراج الإعلانات والإعلانات المحرّرة publi-report-ages يجب ألا تختلط وتتماهي مع المضامين التحريرية.

2. لا يمكن التذرع بإكراهات الإعلان (الإشهار) للتأثير على الخيارات التحريرية للمجموعة. ولا يساهم الصحفيون - ولو بشكل مجهول ودون مقابل - في تصور وصياغة أو اقتراح صور للتشخيص أو إخراج إعلان أو إعلان محرّر في أحد عناوين المجموعة.

3. ليس للمعلنين أي حق في مراجعة المضامين أو التدخل فيها، حتى بالنسبة للملاحق والأعداد الخاصة التي ساهموا في تمويلها.

2. تنبيه الصحفي المصادر التي يلامسها إلى أن القرار التحريري المرتبط بالمادة المنجزة (من حيث إصدار المادة الإعلامية كليًا أو جزئيًا، وشكل إخراجها) يعود لرئيس التحرير، تفاديا لأي ضغط قد يُمارَس عليه.

3. الإشارة إلى الصور والأصوات المُركّبة أو التي تم التصرف فيها لإعطائها معنى خاصا مغايرا للمعنى الأصلي.

4. ذكر الجنس الصحفي، خاصة في الأجناس الكبرى وأجناس الرأي. إن الجمهور غير المثقف صحفيا قد لا يفرّق بين الأجناس الصحفية (مثلا الافتتاحية وعمود الرأي)، ولا شك أن تعريف الجنس الصحفي من طرف هيئة التحرير يسهّل الإدراك الجيد لمرامي الإخبار. وهو الأمر الذي تعتمد عليه كبريات الصحف الورقية والرقمية عبر العالم.

5. التصحيح والتحديث: التصحيح العاجل لكل معلومة منشورة تمّ التأكد من عدم صحتها أو دقتها، وتحديث المعلومات حتى لا يتم اعتبار المعلومات القديمة جديدة من طرف القارئ، واستدراك ما استجد في موضوع ما. وينص ميثاق أخلاقيات الصحيفة الرقمية ميديا بارت على أنه "حين يتم نشر مقال على الموقع، تجب الإشارة إلى كل تصويب أو تغيير مهم له في العلبة السوداء "la Boite noire" (المخصصة في الموقع لهذا الغرض).

## أخلاقيات التعامل مع المعطيات المنشورة غير الدقيقة حسب لجنة شكاوى الصحافة البريطانية

1. على الصحف والدوريات السهر على عدم نشر أي مادة غير دقيقة، أو مضلّة أو مُحَرّفة.

2. إذا ثبت أنه تم نشر مادة صحفية فيها إخلالٌ وازنٌ بالدقة أو

تصريح مضلل أو تقرير محرّف للواقع، ووجب تصويبها بسرعة، مع إيلاء التصحيح الأهمية التي يستحقها.

ويجب أن يُنشر (إلى جانب التصحيح) اعتذار في هذه الحالة.

3. على كل صحيفة أو دورية أن تنشر بوفاء ودقة نتيجة أي مسطرة خاصة بالتشهير مرفوعة ضدها.

6. تجنب استعمال وسم "مبعوث خاص" إلا في حالة تحمّل المؤسسة الإعلامية نفسها التكلفة المادية واللوجستية للتغطية الصحفية. وإلا فإنه يشار إلى مكان التغطية فقط.

7. وجوب الإشارة للعلاقة التي تجمع أي صحفي أصدر مؤلفاً ما بالمؤسسة الصحفية التي يشتغل بها في حالة المعالجة الصحفية لهذا المؤلف من طرف زميل له.

#### • شفافية الهوية

1. ضرورة إفصاح الصحفي عن هويته الحقيقية للمصادر والشهود، واسم المنبر الصحفي الذي يمثله، وموقعه داخله. وعلى الصحفي وهو يزاول عمله الميداني حمل شارة واضحة تبيّن صفته المهنية<sup>66</sup>.

2. تجنب الصحفيين التخفي للوصول إلى معطيات ومستندات أو الحصول على وثائق ومعلومات دون موافقة أصحابها، أو من يملكها إلا في الحالات التي تبررها المصلحة العامة وحين لا يمكن الحصول عليها بطريقة أخرى عادية.

<sup>66</sup> نجد هذا البند نفسه في محور "التعامل المهني النزيه مع المصادر" لأنه يتعلق بالمحورين معاً.

3. إعلان الصحفيين والمصورين الذي يقومون بتحقيقات داخل المستشفيات أو المؤسسات الشبيهة عن هويتهم الحقيقية للمسؤولين، وضرورة حصولهم على ترخيص قبل ولوج الأماكن الممنوعة على العموم (لجنة شكاوى الصحافة البريطانية).

4. تجنب خلط دور الصحفي بدور رجل الأمن أو القاضي.

5. تجنب الصحفي الحرّ freelance التعاون مع وسائل إعلامية ذات خطوط تحرير متناقضة.

6. تحمّل الصحفي لكل مسؤولياته عما ينجزه من مواد، حتى وإن كانت لا تحمل توقيعها (لا تصدر باسمه)<sup>67</sup>.

### • الشفافية تُجاه الجمهور

1. الالتزام بأن تكون عملية التغطية الصحفية شفافة ومفهومة من طرف الجمهور، كما على الصحفي دعوة الجمهور للتحاور حول الممارسات الصحفية، وتشجيعه على التظلم في حالة تضرره من وسائل الإعلام<sup>68</sup>.

2. اعتراف الصحفيين بأخطائهم وتصحيحها في الحال<sup>69</sup>.

3. مراقبة كل وسيلة إعلامية الاختلالات الأخلاقية لدى الوسائل الإعلامية الأخرى<sup>70</sup>.

---

<sup>67</sup> «Charte des devoirs du journaliste» élaborée en 1918 par le SNJ (Syndicat National des Journalistes) (France) et révisée en 1938.

<sup>68</sup> «الميثاق الأخلاقي لأمريكا الشمالية» بالفرنسية «Le code éthique nord-américain» (Sigma Delta Chi de 1996).

<sup>69</sup> المرجع نفسه.

<sup>70</sup> المرجع نفسه.

4. صياغة مدونة سلوك لتغطية الانتخابات، تعرض على الجمهور، وتكون متاحة للعموم، تقوم من خلالها وسائل الإعلام بتعاقد معنوي مع المواطنين، والفرقاء السياسيين.

5. الإعلان عن خطة التغطية الإعلامية خلال أي استحقاق انتخابي.

6. شرح منظومة الرصد الإعلامي التي تتبناها الوسيلة الإعلامية خلال الانتخابات، إنصافا لكل الأطراف المترشحة.

7. الإشارة إلى مراجعة أي استجواب من طرف صاحبه.

## X- احترام حقوق الملكية الفكرية

1. الامتناع عن السرقة الأدبية والسطو المباشر على أعمال الآخرين - بما فيهم الزملاء - ذات الطبيعة الفكرية (مقالات، كتب، أفكار معبر عنها من خلال ناقل/حامل سمعي بصري) في صيغتها الأصلية، بنفس الكلمات والأسلوب.

2. تجنب السطو غير المباشر على أعمال الآخرين، مثل سرقة الآراء المبتكرة، والتعبير عنها بأسلوب مُغَايِر للتمويه، أو ترجمة مقالات أو جزء منها من مصنفات أجنبية، دون الإشارة إلى فعل الترجمة، أو استنزاف الصحفي لأعمال الآخرين، بدعوى الإشارة للمصدر، دون إيراد أفكار مبتكرة من لدنه تبرر صدور مادته الإعلامية.

## أشكال الالتواء على الملكية الفكرية في الصحافة

يُنْتَدِعُ بعض الصحفيين جملة من الأساليب للسطو على أعمال زملائهم أو أطراف خارج هذه الدائرة، نورد هنا أبرزها:

- اشتغال الصحفي بمادة وكالات الأنباء، مع تغييرات طفيفة، ونسبُها لنفسه أو للوسيلة الإعلامية التي يشتغل لحسابها، مثل تغيير العنوان أو وضع جمل رابطة أو تغيير ترتيب الفقرات.

- توصيف المصادر التي يتم استغلالها بتعبيرات عامة، بحيث لا يُتبيّن ما هي، وبالتالي تضيع حقوق أصحابها المعنوية.

- توظيف تقنية "ما قالته الصحافة" (مقتطفات من الصحافة)، والاستنزاف المبكّر للمواد الصحفية الأصلية، المُنتَجة من طرف الغير، بدعوى الإخبار عنها. وقد يسبب هذا ضياع الحقوق المادية للوسيلة الإعلامية التي تتعرض لهذا النوع من السطو الإعلامي الناعم.

- إعادة نشر مادة صحفية من إنتاج الغير دون إذن صاحبها مع وضع رابط المادة الأصلية في نهاية المادة المستنسخة مصحوبا بتعبيرات من قبيل: "للاطلاع على المادة من مصدرها" (في الصحافة الرقمية خاصة).

3. الالتزام بالإشارة الصريحة لأسماء الزملاء الذين يُستعملون كمصادر في مواد إعلامية جديدة، مع الإحالة على المعلومات المقترنة بتلك المصادر المستثمرة.

4. الامتناع عن تبخيس أصحاب الملكية الفكرية، وغمطهم حقهم المعنوي في أن ترفق أسماؤهم بأعمالهم الموظفة في مادة إعلامية جديدة، مثل إسقاط اسم كاتب تقرير عن موضوع ما، بالإشارة إليه بالعبارة الآتية مثلا: "وأكد أحد الخبراء في تقرير له عن الموضوع (...) أن...".

## حقوق التأليف صحفيا

المادتان 40 و41 المتعلقةتان بالاستنساخ

في قانون الصحافة والنشر المغربي

(السرقة الأدبية، والسطو على حقوق التأليف)

### المادة 40:

"يتعرض كل من قام بالاستنساخ الكلي أو الجزئي لمواد إعلامية إلكترونية أصلية دون ترخيص مُسبق من صاحب الحق، للجزاءات المنصوص عليها في التشريع المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة. يُسْتثنى من هذه الجزاءات الاستنساخ لغاية الاستشهاد والاستعمال غير التجاري في مجال التعليم، وكل شكل من الاستشهاد المسند لأصله والجاري به العمل حسب تقنيات وأخلاقيات مهنة الصحافة".

### المادة 41:

"يتعيّن على مدير نشر الصحيفة الإلكترونية فور توصله من صاحب

حق مَحْمِي بما يفيد وجود خرق لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، المبادرة إلى سحب المادة المعنية أو تعطيل الولوج إليها وتقديم الاعتذار، عند توفر الشروط القانونية الواردة في التشريع المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة“.

## السطو على الملكية الفكرية في ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة المغربي

”يمنع على الصحفي والمؤسسات الصحفية استعمال المواد المحرّرة والمصوّرة لزملائهم دون إذن منهم، وإلا اعتبر ذلك سطواً.

وذكر مصدر المواد الصحفية لا يبرر استغلالها إذا كان من شأن هذا الاستغلال أن يسبب ضرراً لأصحابها الأصليين“.

5. تبني إجراءات تأديبية من المؤسسة الصحفية كافية للردع في حالة ثبوت السرقة الصحفية.

## مسؤولية الصحافة في حالة تلقيها مواد مسروقة من خارج هيئة التحرير (الإجراءات التي يجب اتخاذها)

- إيقاف التعامل فوراً مع صاحب السطو على الملكية الفكرية.
- إخباره ومنحه فرصة الإجابة عن المنسوب إليه.
- الاعتذار للأشخاص الذين تم السطو على ممتلكاتهم الفكرية.
- إخبار المتلقيين (الجمهور) بواقعة السطو.
- إخبار المجلس الوطني للصحافة (في البلدان التي توجد بها هذه المؤسسة) بالإجراءات التي تم اتخاذها منذ العلم بالسطو.

## “المشاع الإبداعي” إمكانية لحل بعض مشاكل حقوق الملكية الفكرية في مجال الصحافة

غاية “المشاع الإبداعي” Creative Commons خُنق خيارات على مستوى الحقوق التي يتمتع بها صاحب المصنّف الأصلي (المادة الإبداعية الأصلية)، عوض الاحتكام دائماً إلى المقولة الشهيرة “كل الحقوق محفوظة”. والمشاع الإبداعي لا يتعارض مع حقوق التأليف والنشر. فمن خلاله، يمكن لصاحب حق تأليف أن يتنازل عن جزء من حقوقه، بغاية النسخ أو إعادة التوزيع، أو التعديل أو التغيير، أو الاشتقاق، دون مقابل. فمثلاً يمكن لصاحب الحق أن يرخص الاستغلال غير التجاري لعمله.

ومؤسسة المَشاع الإبداعي منظمة غير ربحية، يوجد مقرها بسان فرنسيسكو بالولايات المتحدة الأمريكية، هدفها الترويج للأعمال الإبداعية، عبر صيغ توافقية تخدم الجميع وبمرونة، دون خرق لحقوق الملكية الفكرية<sup>71</sup>.

## XI- التعامل المهني النزيه مع المصادر

1. إفصاح الصحفي عن هويته الحقيقية للمصادر والشهود، واسم المنبر الصحفي الذي يشغل لصالحه، والمهمة أو المهام المكلف بها داخله، وتجنب انتحال صفة، أو إخفاء صفته كصحفي للحصول على معلومات، أو استعمال طرق غير قانونية وغير شريفة كسرقة أو شراء وثائق بشكل مباشر، أو غير مباشر ككراء خدمات شخص من أجل القيام بذلك أو التآمر على مصدر من أجل الوصول إلى ملفات أو معطيات لديه. كما على الصحفي وهو يزاول عمله في الميدان الحيّ حمل شارة واضحة تبين صفته المهنية.

2. التزام الصحفي باعتماد المصادر المؤهّلة، الموثوق فيها والتي تتيح التحقق من صدّقية مضامين مايدلي به أصحابها، عن طريق توصيفها بدقة (إلا في حالة حمايتها بتجهيلها من طرف الصحفي لدواع خاصة) ومعرفة الخلفية المُنتِجة للمعلومات والآراء، وذلك استجابة لحق الجمهور في معرفة مصادر المعلومات والمعطيات الموظفة.

3. ضرورة تذكير الصحفي المصادر العمومية المالكة لمعطياتٍ بالحق في الوصول إلى المعلومة، وما يُلزم به هذه المصادر من تعامل منفتح على الصحافة.

<sup>71</sup> للمزيد من المعلومات، انظر موقع المَشاع الإبداعي Creative Commons على الإنترنت  
[/https://creativecommons.org](https://creativecommons.org)

4. التزام الصحفي بالاشتغال بالمصادر المستقلة المعروفة ذات المصداقية الكبيرة.

5. التزام الصحفي - إلا في حالات مبرّرة واستثنائية - بعدم نشر المواد التي تكون مصادرها مجهولة. وعلى المصادر التي يشتغل بها الصحفي أن تكون معلومة لديه في كل الحالات، وإن قام بالتستر على هويتها حماية لها، بتقدير منه أو طلبٍ منها.

6. الالتزام باحترام سرية المصادر، وحماية المصدر حين تعبيره عن رغبته في عدم الكشف عن اسمه أو صفته التي تفصح عن هويته، أو في حالة تقدير الصحفي للخطر الذي يمكن أن يهدد المصدر وإن وافق على الكشف عن اسمه، وذلك لظروف يتفهمها الصحفي. ويمتنع الصحفي في هذه الحالة عن إعطاء أي معلومة تمكّن من الوصول إلى معرفة هوية المصدر.

## مصادر الأخبار في "ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة" المغربي

"لا بد أن تكون مصادر الأخبار معلومة وأن يتعامل معها (الصحفي) بحسّ نقدي ويعرّف بها، وإذا دعت الضرورة الملحة الى عدم الكشف عن مصدر من المصادر، فإن الصحفي ملزم بحماية حق مصادره في السرية، إلا في الحالات التي يحددها القانون".

## الحماية القانونية والأخلاقية لسرية المصادر الصحفية

تنص المادة 5 من قانون الصحافة والنشر المغربي على أن "سريّة مصادر الخبر مضمونة ولا يمكن الكشف عنها إلا بمقرر قضائي وفي الحالات التالية:

- القضايا المتعلقة بالدفاع الوطني وأمن الدولة الداخلي والخارجي
- الحياة الخاصة للأفراد ما لم تكن لها علاقة مباشرة بالحياة العامة".

ويستلزم الكشف عن المصادر أمام القضاء، معايير ومسطرة وضمانات مصوغة في نصوص قانونية واضحة؛ لأن كل كشف عن المصادر المجهولة يقلص الثقة في الصحافة من طرف مالكي المعطيات الحساسة، ويجعلهم يتوجسون منها، مما يفقدها صفة السلطة الرابعة. هذا وناهيك عن احتمالية أن يوظف القضاء المعلومة بشكل سيئ يسير في اتجاه معاكس لحرية الرأي والتعبير.

وقد ورد في بيان جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية الخاص بمبادئ أخلاقيات الصحافة (1973) "أن العهود التي يقدمها الصحفي بالحفاظ على سريّة مصادر أخباره لا بد من الوفاء بها مهما كان الثمن. ولهذا السبب يجب ألا يتعامل الصحفيون مع هذه العهود باستخفاف. وما لم تكن هناك حاجة واضحة وملحة إلى الحفاظ على ثقة المصادر في الصحفي، فإن مصادر هذه الأخبار يجب الكشف عنها".

## مبررات رفع التحفظات الأخلاقية المرتبطة بحماية المصادر وفق لجنة شكاوى الصحافة البريطانية (PCC)

تبرّر الحالات التالية رفع التحفظات الأخلاقية التي يلتزم بها الصحفي لحماية مصادره حين حصوله على المعلومات والمعطيات:

- المعطيات والمستندات المتعلقة بجريمة.
- السلوك الخطير المُعاكس للمجتمع.
- السلوك المضر بالصحة والأمن العامين.
- تضليل الجمهور الناتج عن تصريحات أو أفعال شخص أو منظمة.

7. تحقّق الصحفي مما يدلي به المصدر المجهول قبل النشر، إذ تسعى بعض المصادر التي تُفضّل عدم الكشف عن هويتها - خاصة التي تخوض صراع مصالح - لتلميع صورتها مقابل تسويد صورة الأطراف المتصارعة معها. وفي هذا الصدد، تظل القاعدة "لا حقيقة دون تنويع المصادر" من ركائز الصحافة المهنية.

8. التزام الصحفي بالتفعيل السريع لِحَقِّي التصحيح والرد المكفولين للمصادر التي تعتبر نفسها متضررة من معلومات صحفية غير صحيحة. وتظل للناشر مسؤولية أخلاقية تجاه ما يرد إليه في إطار حق الرد. فإذا كان الرد متضمّنًا للقدف أو السب مثلا، يتجنب الناشر أو رئيس التحرير نشر الرد مع تنبيه صاحبه إلى المانع من النشر. ولا يمكنه بدعوى ضرورة النشر الذي ينص عليه القانون الزجُّ بالرد المُجلِّ بمقتضيات التعبير في الفضاء العام، وتوريط صاحبه بالنظر إلى التبعات (القانونية والأخلاقية) المترتبة على ذلك.

واستجابة لمبدأ سرعة الرد، ينص ميثاق أخلاقيات الموقع الإخباري الفرنسي ميديا بارت على أنه "يمكن لكل مقال لميديا بارت أن يكون موضوع حق رد، ينشر في ظرف الأيام الثلاثة بعد الإرسال، ويشار للرد في المقال المعترّض عليه، مع وضعه في خانة "للمزيد/للمتابعة" («Prolonger» l'onglet).

## متى يمكن عدم قبول نشر التصحيحات والردود؟

يمكن استقاء الجواب من قانون الصحافة والنشر المغربي، في مادته 120:

"يمكن رفض نشر التصحيحات والردود في الحالات التالية: - إذا توصل بها مدير نشر المطبوع الدوري أو الصحيفة الإلكترونية بعد مضي 60 يوماً من تاريخ نشر المقال المثير للرد والتصحيح - إذا سبق لمدير نشر المطبوع الدوري أو الصحيفة الإلكترونية أن نشر ما قد تتضمنه التصحيحات والردود بنفس المعنى والوقائع - إذا تم تحريرها بلغة أخرى مغايرة للغة المقال أو الخبر موضوع التصحيح أو الرد. يتعين على مدير النشر الامتناع عن نشر التصحيحات والردود إذا تضمنت جريمة معاقب عليها قانوناً".

9. الالتزام باحترام قاعدة "خارج التسجيل" off the record. بمعنى أن ما يُدلي به المصدر للصحفي بشكل شخصي خارج المقابلة الصحفية، يجب ألا يستثمره الصحفي وكأنه جزء من المضامين التي ينقلها للجماهير.

10. استجابة الصحفي لحق المصدر في أن يعرف الشكل الذي سيصدر عليه ما أدلى به، وكذلك لحقه في ألا توظف مقولته أو شهادته خارج السياق الذي حدده الصحفي وهو يجري الاتصال. وتفاديا للضغط الذي قد يمارس على الصحفي، يجب عليه تنبيه مصدره إلى أن القرار التحريري المرتبط بالمادة المنجزة (من حيث إصدارها كلياً أو جزئياً، وكذا شكل إخراجها) يعود في نهاية المطاف لرئيس التحرير (في توافق مع سكرتير التحرير أو الإدارة الفنية). وتنص المادة 14 من الميثاق العالمي لأخلاقيات الصحفيين (Charte mondiale d'éthique des journalistes، تونس 2019) على "واجب احترام الصحفي لترتيبات النشر المتفق عليها مع المصدر، مثل "خارج التسجيل"، والالتزام بتجهيل المصدر، والنشر الموقوت "embargo"<sup>72</sup>.

11. تجنب الصحفي تزوير الوثائق المستلمة من المصادر، وكذلك إفادات الشهود، لتكيفها غير النزيه مع مراميه، وتحميلها معان جديدة غير أصلية فيها، أو توظيفها في سياق بعيد عن السياق الذي أنتجت فيه.

## مَلْحَمَانِ مِنَ التَّعَامَلِ اللِّأَخْلَاقِيِّ مَعَ الشَّهَادَاتِ

### أولاً:

في أحد الفيديوهات لتلفزيون رقمي (بأحد البلدان العربية الإسلامية) تظهر امرأة تشتكي من ظلم زوجها قائلة "نحن مسلمون ولسنا يهوداً". والمعنى الذي قصدته المرأة هنا هو أنه علينا كمسلمين أن نتسم بالعطف لا بالقسوة، وأن نرقّ لحال بعضنا. وكان

<sup>72</sup> مادة تواصلية تَرِدُ من أطراف خارج هيئة التحرير، يتم الالتزام بعدم نشرها إلا بعد أجل يحدده صاحب هذه المادة.

على الصحفي أن يُعْمَلَ "مقص الأخلاقيات" ويحذف تعبير "ولسنا يهودا" حتى لا يلتبس المعنى المراد من المرأة؛ إذ في المقولة إساءة للديانة اليهودية ومعتنقيها، والمرأة لم تكن تقصد ذلك أساسا.

والصحفي مسؤول عن الشهادات التي يوردها؛ إذ عليه التأكيد من أنها تخلو من الخروقات الأخلاقية.

### ثانيا:

على الصحفي الاحتراس حين تحويل الشهادات من اللسان الدارج (العامية) إلى لغات أخرى مكتوبة (أو المسماة بالفصحى)، حتى لا يَرْفَع أو يَخْفِض - باختياره لمستوى اللغة المنقول إليها - مقام الشخص صاحب الشهادة.

وأساس في التعامل في الصحافة المكتوبة والرقمية خاصة، أن يتم تفصيح العامية دون الابتعاد عن المعنى الأصلي.

فمثلا عبارة "خاص يَنْلَقَى شي حل" (العامية المغربية) قد تُحوَّل إلى "من الضروري إيجاد حل ما" أو "يجب العثور على حل ما" أو "من الضروري ابتداء حل ما" أو حتى "اجْتِرَاح حلّ ما" (صيغة أدبية) إلخ. وهي تعبيرات تعكس مستويات لغوية متفاوتة.

وعلى الصحفي هنا الحذر من أن يبتعد - في تحويله للشهادات من العامية إلى اللغة الفصحى - عن المعنى الأصلي، وألا يرفع اللغة التي يترجم بها اللسان العامي إلى مقام اللغة العالميّة أو الأدبية حين تكون الشهادة من سجلّ اللغة الشعبية.

12. تجنب الصحفي توجيه أي اتهام لأي طرف كان، شخصاً أو مؤسسة، دون أدلة صارمة.

13. التزام الصحفي بتجنب نشر المعلومات المستقاة من مصادر دون نسبتها لأصحابها.

14. الالتزام بتوظيف المصادر الأولية أساساً، فإذا تعذر فالثانوية.

## المصدر الأولي والثانوي في الصحافة

- **المصدر الأولي:** شاهدٌ مباشر، وثيقة مكتوبة أو سمعية بصرية، صورة، فاعل في حدث ما، المبعوث الخاص للمؤسسة الصحفية...

- **المصدر الثانوي:** يملك المعلومة عبر وسطاء، معلومة مستعارة من وسيلة إعلامية أو كتاب، شخص سمع عن شاهد...

15. الالتزام بتقريب المصادر المجهولة من الجمهور من خلال الصيغ المتفق عليها في مجال الصحافة؛ لتبيان أهمية هذه المصادر إخبارياً، وقربها من الحدث، ونوعية علاقتها به (من مصدر مُطَّلِع، من مصدر مأذون، من مصدر شبه رسمي، من مصدر حسن الاطلاع...) <sup>73</sup>.

<sup>73</sup> انظر لائحة المصادر المجهولة ضمن ملاحق هذا المؤلف.

## لائحة توصيفات المصادر المجهولة في الصحافة<sup>74</sup>

(على السلم المتدرج نزولا من المصدر المالك للمعلومة المؤكدة إلى الإشاعة)

| صيغة التوصيف   | تدرّج المصادقيّة (الموثوقيّة) | درجة المصادقية (الموثوقيّة)                              |
|--|-------------------------------|--|
| - من مصدر رسمي<br>- رسميا<br>- من مصدر مأذون                                   | 1                             | المعلومة التي يدلي بها المصدر هنا ذات مصداقيّة عالية     |
| - من مصدر شبه رسمي<br>- من مصدر مقرب<br>- في محيط، في دائرة، في أوساط مقربة من | 2                             |  |
| - من مصدر عليم جدا<br>- من مصدر مؤكد   | 3                             | المعلومة التي يدلي بها المصدر هنا ذات مصداقيّة مقبولة    |
| - من مصدر حسن الاطلاع<br>- من مصدر مطلع  | 4                             |  |
| - في الأوساط الدبلوماسية، أو السياسية، أو الاقتصادية (علم، يروج...)            | 5                             | المعلومة التي يدلي بها المصدر هنا ذات مصداقية متوسطة     |
| - المراقبون<br>- حسب مراقبين<br>- حسب بعض المراقبين                            | 6                             |  |
| - حسب شهادات متطابقة<br>- حسب بعض الشهود<br>- حسب شاهد عيان                    | 7                             |  |
| - يروج أن<br>- يشاع أن، حسب شائعات   | 8                             | يتم التعامل هنا مع المعلومة على سبيل الاحتمال والاسترشاد |

<sup>74</sup> هذه اللائحة هي ترجمة بتصرف، ومزيدة بما ورد في مؤلف فرنسي اطالع عليه المؤلف منذ ما يناهز 30 سنة، ولم يتأت له - بعد البحث - وضع يده على المصدر الأصلي، لتقديمه كوثيقة مرجعية.

16. التزام الصحفي حين التحقيق في وقائع تكون فيها أطراف تحت الصدمة، أو في حالة إنسانية متأزمة ألا يكون متعاطفاً إلا بشكل مستتر، على اعتبار أن نقل الخبر هو الأساس حين مزاولة الصحفي عمله، لا تقاسم المشاعر، أو الإفراط في إبدائها.

17. التزام الصحفي بسرية البحث والتحقيق في معالجة أخبار المتفرقات faits divers والأخبار البولييسية والقضائية، خاصة إذا كان لها تأثير على مجرى العدالة، أو على صورة أو كرامة الأشخاص المعنيين بالتحقيق.

18. تجنّب الصحفي شراء معلومات أو وثائق (مستند ورقي، صور، فيديو...) من شهود في حالات إجرامية، أو من ضالعين أو شركائهم، إلا إذا كان الأمر يخدم المصلحة العامة، ولا سبيل آخر للحصول على هذه المعلومات والوثائق إلا بمقابل مالي (من بنود لجنة شكاوى الصحافة ببريطانيا).

19. احتراس الصحفي وتعامله بحذر، حين استعمال شهادات وإفادات ووثائق يكون مصدرها شبكات التواصل الاجتماعي (Charte mondiale d'éthique des journalistes، تونس 2019).

20. تحاشي التشهير بالمصادر التي لا تتعامل - لسبب أو لآخر - بالإيجاب مع طلب الصحفي. وعلى الصحفي أن يكون مُقنِعاً للمصدر وأن يجذبه للتعامل الإيجابي معه، ومحترماً له في كل الحالات. ويمكن للصحفي أن يذكّر بلباقة المسؤولين السياسيين - في حالة امتناعهم من التعامل معه - بأخلاقيات العمل السياسي ووجوب انفتاح السياسي على تزويد الرأي العام بالمعلومة والرأي والمساهمة في النقاش العام؛ إذ من شأن امتناع رئيس حزب سياسي مثلاً عن التعامل الإيجابي مع الصحافة في واقعة سياسية ما، أن يُذكي الارتباك لدى المواطنين. ومن جانب آخر، لا ننسى كذلك أن للسياسي حق اختيار المنابر الإعلامية التي يتعامل معها، وهو اختيار سياسي تواصلي إعلامي.

## XII- تجنب الإثارة

1. ترتيب الأولويات الصحفية بالنظر للأهمية الحقيقية للأحداث والوقائع، لا خَلْقُ أولويات مزيفة.

تجنب السقوط في التراخيديا وشخْصنة الأخبار بغرض رفع منسوب الإثارة، توخياً لتحقيق مكاسب تتعارض مع مبادئ وأخلاقيات الصحافة.

### تجنب السقوط في الإثارة أثناء معالجة قضايا القاصرين والمرأة المادتان 9 و10 من ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة المغربي

#### 1. حماية القاصرين

من مسؤوليات الصحافة الأخلاقية، حماية القاصرين وصورهم في قضايا حساسة اجتماعياً، ولا يجب أن يكونوا موضوع فيديوهات يتم استدراجهم لها بغرض الإثارة المجانية، أو أن يكونوا هدفاً لأشرطة مصورة تتضمن العنف والميوعة وانحدار القيم الإنسانية، وإلا اعتبر ذلك إخلالاً بأحكام هذا الميثاق.

#### 2. احترام صورة المرأة

لا يجب أن تقدم المرأة في صورة تمييزية أو حاطة من كرامتها، ولا تستعمل بأي شكل من الأشكال في الإثارة التي تتجاوز فعل الإخبار.

2. تجنب تحويل واقعة ما إلى "قضية إعلامية" غير مبررة، وتقديمها في صيغة مسلسل درامي، أو "دراما إعلامية" مُغرقة في المأساوية، مُتجاوزة فِعْل الإخبار.

3. تجنب تحويل حياة المشاهير إلى فضاء للإثارة مليء بالدراما (peo- plisation)، ورسم تمثّلات اجتماعية حولهم قد تُشعِر الجمهور - في النهاية - بالإحباط قياساً إلى شُخْنة الأحلام التي تضيفها الصحافة على واقعهم.

4. الالتزام بوضع عناوين وصور على مقياس المادة الصحفية، وتفادي العناوين المثيرة التي تتجاوز حجم المادة الإعلامية وتُضخّم أهميتها<sup>75</sup>. وكذلك تجنب توظيفها لتوجيه المادة المقترحة، كاستخراج جزئية من مقال ما بعيدة عن الخطاب الأساس المتضمّن فيه ووضعها في العنوان، أو التقاط صورة لملمح هامشي من حدث وإبرازه على حساب الأهم فيه.

---

<sup>75</sup> ما يسمى بالفرنسية titre survendeur.

## الفرق بين التشويق والإثارة<sup>76</sup> ”نعم للتشويق لا للإثارة“

على الصحفي أن يميز بين التشويق الذي هو مَطْلَب مهني، والإثارة التي تعتمد على تجاوز الحقيقة وخرق مقوّمات الموضوعية. لنعاين المثال التالي: ”القيامة“ في مؤتمر الاتحاد

ظهر هذا العنوان في يومية مغربية بالصفحة الأولى لتوصيف مجريات أشغال أحد مؤتمرات حزب ”الاتحاد الاشتراكي للقوات الشعبية“ (المغرب)، لكن التعبير عن احتداد النقاش وتصادم التيارات داخل الحزب بلفظ ”القيامة“، يَجَنُحُ بالعنوان إلى التهويل المثير المسيء لغاية الإخبار. ولو كان تم إعمال تعبيرات من قبيل ”لعبة شد الحبل تتواصل داخل الاتحاد الاشتراكي“ أو ”مؤتمر الاتحاد الاشتراكي على صفيح ساخن“ أو ”مؤتمر الاتحاد الاشتراكي: حرب الإخوة الأعداء“، لكان العنوان أكثر مهنية والتزاماً بأخلاقيات المهنة، خاصة في بندها المتعلق بالالتزام بالموضوعية“.

5. تحاشي تجييش المستجوبين أو الشهود أو المصادر من أجل الإثارة، خاصة عن طريق حُضْم على كيل الاتهامات للأطراف المعنية في قضايا سياسية أو اجتماعية.

6. تجنب التوظيف السيئ للتغطية المباشرة (سماع كلام ناب، تصوير أشخاص دون إذنه، هدر وقت المشاهد عبر خلق حالة انتظار لا طائل من ورائها، عدم توظيف آلية الانتقاء التي تعتبر أسس الصحافة...).

<sup>76</sup>مقتطف من ”دليل الصحفي المهني: العنوان الصحفي أقصر الطرق إلى القارئ“، عبد الوهاب الرامي، ندى كوم، 2006، ص. 26.

7. تجنّب دفع المواطنين إلى الاستقواء بالإعلام، وعدم تشجيعهم للركون له كبديل لمؤسسات الدولة.

8. تجنّب قبول الارتشاء لإسناد قضايا والضغط على مؤسسات بعينها كالدخالية أو القضاء.

9. تجنّب الوساطة الإعلامية في غير ما يرتبط بالصحافة:

أ. تدخّل الصحفي - بصفته صحفيًا - كوسيط للصالح بين الأفراد، وهو ما يتيح له الفرصة؛ لإشهار حميميتهم وبالتالي التشهير بهم.

ب. طلب مساعدات مباشرة للمنكوبين أو مَنْ هم في وضعية هشاشة اجتماعية بتقديم أرقام هواتفهم من أجل تلقي الإحسان. هذا الأمر ممكن على مستوى وسائل التواصل الاجتماعي، لكنه ليس دور الصحافة.

10. امتناع الصحفيين والصحفيات، خاصة حين ظهورهم على شاشات التلفزيون أو تصويرهم في فيديوهات للبت العمومي، عن كل ما يمكنه أن يخلق إثارة جسدية من خلال اللباس أو الأوضاع الجسدية أو الحركات.

## XIII- تجنّب العنف الإعلامي

1. تحاشي السقوط في العنف الإعلامي، خاصة في حالة نقل أحداثٍ تتسم هي نفسها بالعنف، ومنها مثلًا: الوقائع التي يتم فيها تبادل السبّ والقذف أو حالات القتل أو حين معالجة أخبار احتجاز رهائن، أو وقائع ذات طبيعة إرهابية، أو تغطية أخبار الصراعات المسلحة والكوارث الكبرى. وهنا يجب الاحتراس من التشجيع على الفوضى، وزرع الرعب في النفوس، والتحريض على التصرفات الأنانية عوض التآزر. كما يجب احترام الأرواح البشرية، وعدم تعميق مآسي الضحايا وعائلاتهم وأقربائهم.

2. تجنّب التحريض على كل أشكال العنف: اللفظي والجسدي والنفسي والرمزي والاقتصادي والاجتماعي والسياسي...

3. شجب كل أشكال العنف الرمزي؛ لأنه سبيل للعنف المادي. فالعنف السياسي قد يولّد تطاحنات وحروباً. والتحرّش الذي هو عنف رمزي قد يؤدي - في حالة التغاضي عنه - إلى الاغتصاب الذي هو اعتداء جنسي مادي.

## عدم تبني الصحفي حقوق الطفل والدفاع عنها هو تعنيف (رمزي) مبطن له حسب الاتفاقية الأممية لحقوق الطفل<sup>77</sup>:

- "للطفل الحق في الحماية من كافة أشكال العنف أو الضرر أو الإساءة البدنية أو العقلية أو الإهمال أو المعاملة المنطوية على إهمال، وإساءة المعاملة أو الاستغلال، بما في ذلك الإساءة الجنسية.

- له الحق في "الرعاية البديلة" بالنسبة للأطفال اللاجئين والمشردين والمحرومين من آبائهم وعائلاتهم أو أوصياء عليهم بصفة دائمة أو مؤقتة.

- للطفل المعوق الحق في حياة كريمة، وحصوله فعلاً على التعليم والتدريب وخدمات الرعاية الصحية وخدمات إعادة التأهيل والإعداد لممارسة عمل والفرص الترفيهية، وتلقيه ذلك بصورة تؤدي إلى تحقيق اندماجه الاجتماعي ونموه الفردي.

<sup>77</sup> من "الميثاق الوطني لأخلاقيات الإعلام حول الطفل والطفولة"، عبد الوهاب الرامي (مع عبد اللطيف بن صفيّة) في إطار شراكة مع المرصد الوطني لحقوق الطفل في المغرب، وبدعم من منظمة يونسيف، 2012.

- الحق في المشاركة في الحياة الثقافية، والحماية ضد الاستغلال الاقتصادي واستعمال المواد المخدرة والاستغلال الجنسي والاتجار بالأطفال والتعذيب.

- الحق في محاكمة عادلة، وحمايته من التجنيد أو المشاركة في الحرب دون سن الخامسة عشرة.

- الحق في إعادة الإدماج...“.

4. شجب العنف السياسي خاصة، لأنه مُؤلِّد للعنف المادي، ويسيء للديمقراطية.

5. تجنب التشهير عن طريق إشهار الحياة الخاصة، والتلصص على الحميمة لأنه يدخل في دائرة العنف الرمزي.

6. تجنب الإشادة بالعنف أو التحريض على التمييز العنصري تجاه شخص أو مجموعة أشخاص بسبب أصلهم أو جنسهم أو انتمائهم لمجموعة إثنية أو لجنس أو ديانة معينة. وينضاف إلى هذه المحظورات، حسب “الدليل العملي للتنظيم الذاتي لوسائل الإعلام” Le guide pratique de l'autorégulation des médias الصادر عن منظمة الأمن والتعاون في أوروبا Organisation pour la Sécurité et la Coopération en Europe (سنة 2008) “اللون والميولات الجنسية والمرض أو الإعاقة الجسدية أو الذهنية إلا إذا كانت تشكّل تفاصيل ضرورية داخل النص الصحفي“.

وينص أحد بنود “ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة” المغربي على أنه “لا يجوز التمييز بين الناس بسبب جنسهم أو لونهم أو عرقهم أو

إعاقتهم أو انتمائهم الديني أو الاجتماعي أو من خلال كافة أشكال التمييز الأخرى، ولا التكفير والدعوة للكراهية والوصم واللاتسامح. كما يلتزم الصحفي بعدم نشر وبث موادّ تمجّد العنف والجريمة“ باعتبار أنّ كل هذه المحظورات تنتمي لطائفة العنف الإعلامي.

وفي نفس المنحى، ينص ميثاق التنوع الإعلامي (المغرب)<sup>78</sup> على نبذ العنصرية والتعصب والتمييز والكراهية والعنف والعدوانية والإقصاء ومعاداة الأجنبي، واحترام معتقدات الآخرين المختلفين ثقافياً واختياراتهم الحياتية.

## مواجهة خطاب الكراهية وبناء خطاب مضاد (إعلامياً وعلى شبكات التواصل الاجتماعي)

هناك عدة قوانين تتيح متابعة ناشري تدوينات الكراهية. ويجب في حالة خرقها تدخل السلطات الأمنية وكذلك المنظمات المحلية التي تنشط في مجال محاربة خطاب الكراهية.

ويمكن إخطار القائمين على منصات التواصل الاجتماعي بأي خطاب مطبوع بالكراهية، بغاية التوقيف المرحلي أو الدائم لحسابات خارقية قواعد الاستعمال المنصوص عليها.

نموذج تويتر عبر الرابط التالي:

<https://support.twitter.com/forms>

وفي إطار إنتاج خطاب بديل ناجع لخطاب الكراهية، من الأفضل أن

<sup>78</sup> انظر الفصل الخامس من هذا المؤلف.

يتفادى المتضرر الرد على ناشري خطاب الكراهية بشكل شخصي ومنفرد، واعتبار التعامل معه مسألة خاصة. بل عليه الاستعانة بمنظمة متخصصة تُغنى بهذا الأمر أو ذات طابع حقوقي لتأمين مؤازرة جماعية وازنة، حتى لا يأتي تدخّل المتضرر بنتائج ضحلة أو عكسية. ومن الموصى به كذلك أن تتم الاستعانة بشخصيات لها حضور وازن في المجتمع لتعزيز الخطاب النقيض أو البديل لخطاب الكراهية. وعلى الرد أن يكون سريعا ومرتبلا بخطابات الكراهية الآنية، وتجنّب الرجوع لتدوينات قديمة لإثارها من جديد والتي يكون المتلقون قد نسوها. كما يجب تفادي الرد على الخطابات غير المؤثرة على منصات التواصل الاجتماعي؛ لأن ذلك سيؤدي إلى إشهارها وترسيخها.

وعلى التغطية التي تقوم بها وسائل الإعلام في إطار مكافحة خطاب الكراهية ألا تسقط هي نفسها في السب أو التجريح، وألا تتعارض مع القانون، أو تروّج للصور النمطية المثيرة للكراهية.

ولأن كثيرا من خطابات الكراهية تكون قائمة على ترويج معلومات زائفة، فإن العمل الصحفي الذي يفند تلك المعلومات ويقدم للجمهور الحقائق، يكون أفضل وسيلة لردع خطابات الكراهية. ويمكن العودة لإصدار معهد الجزيرة للإعلام "دليل تجنب التمييز وخطاب الكراهية في الإعلام" للاستزادة.

7. تجنب التشهير (الثُّب) للحياة الخاصة والمعطيات الخاصة والتحريض على العنف والكراهية.

8. التزام وسائل الإعلام بحماية القاصرين من العنف (التشوّهات، المشاهد العنيفة كالتّي تحتوي على صور قتلى، أو أشلاء أجساد) والميوعة (مثل

تقديم برامج جسورة في أوقات يمكن للأطفال أن يشاهدوها فيها).

9. تجنب "الذكورية الإعلامية" تجاه المرأة.

## قواعد تغطية وقائع وظواهر العنف ضد المرأة<sup>79</sup>

1. التعامل مع النساء ضحايا العنف باعتبار الأمر قضية مجتمعية لا حالات إنسانية شخصية، معزولة.
2. إعطاء المرأة المعنفة الكلمة للتعبير عن نفسها، وتجنب الحديث عنها بالنيابة.
3. عدم كشف هوية المرأة المعنفة خاصة إذا كان التعنيف جنسيا إلا في الحالات المبررة أخلاقيا (لا تخرق أخلاقيات المهنة)، والتي تكون فيها المرأة راشدة وموافقة عن طواعية.
4. تجنب تبرير العنف، مهما كانت طبيعة هذه المبررات.
5. تجنب إيجاد تبريرات لمؤاخذة المرأة المعنفة وإلقاء اللوم عليها (عدم أخذ احتياطات، جنوح، سياق لأخلاقي...).
6. اعتماد المرجعية الحقوقية في معالجة ظواهر العنف ضد المرأة.
7. اعتماد مصادر مختلفة لتغطية وقائع وظواهر العنف ضد المرأة (الأسرة، مصادر قانونية، أمنية، وقضائية...).

<sup>79</sup> من مؤلف "دليل الصحفي المهني من أجل مقاربة إيجابية للمرأة في الإعلام"، عبد الوهاب الرامي، منظمة البحث عن أرضية مشتركة Search for Common Ground ومعهد التنوع الإعلامي Media Diversity Institute, 2016.

10. تجنب أن يتصرف الصحفي بشكل عدائي تجاه مصادره والشهود الذين يتناول شهاداتهم، أو إذا فطن إلى محاولة استغلال مصدر ما لفرصة اللقاء به لبث رسائل خارج الأسئلة الصحفية الملقاة عليه، أو زاوية معالجة المادة الصحفية.

## XIV- تجنب استغلال الصحفي لصفته من أجل حيازة مكاسب مادية أو معنوية غير مشروعة

1. تجنب استعمال الصحفي لبطاقته المهنية إلا في الحالات المرتبطة بممارسة المهنة.

2. التمييز بين بطاقة الصحافة المهنية التي تشهد المهنة (النقابات والهيئات المؤطرة) على صلاحيتها كوثيقة للاعتراف القانوني بالصحفي، وبطاقة الانتماء لمؤسسة صحفية، وهي لا تدل على الاعتراف الرسمي أو القانوني بصاحبها، ولا تخول له الامتيازات القانونية التي يتمتع بها الصحفي المهني.

3. تحاشي الصحفي تبني سلوك يتجاوز صفته المهنية، خاصة خلال التحقيقات التي يقوم بها. ولا يمكنه أن يتحوّل إلى بوليسي أو قاضٍ في مثل هذه الحالات.

4. تحاشي الصحفي ممارسة مهنة جانبية يجني منها أرباحاً؛ لأنه سيكون متحيزاً لهذه المهنة التي يزاولها، كما أنه قد لا يؤدي بشكل لائق المهام المنوطة به في هذه المهنة، مستغلاً الحظوة التي يمنحها له انتماؤه للصحافة، أو يستعمل صفته كصحفي لابتزاز المسؤولين داخل

هذه المهنة والانتقام إعلاميا من القائمين عليها في حالة تنبيهه أو توبيخه. ثم إن هناك أحداثا طارئة يجب على الصحفي أن يكون متأهبا لتغطيتها وقت وقوعها، ويستدعي منه هذا تفرغا كاملا للمهنة.

5. تجنب الصحفي وضع أي إشارة (ملصق، بطاقة، كتابة، رمز بصري...) على زجاج سيارته لإفشاء هويته من أجل الاستفادة ما. وإن كان الصحفي يشتغل وهو يسابق الزمن، فإنه ليس إطفائيا أو رجل إسعاف أو شرطة يتوجب إخلاء الطريق له لينجز عمله الاستعجالي.

6. لا يحق للصحفيين استعمال المعلومات المالية التي يحصلون عليها من أجل الحصول على فائدة ما قبل صدورها رسميا للعموم، ولا تسليمها لأطراف أخرى للاستفادة منها. ولا يحق لهم الكتابة عن أسهم يمكن لهم أو لأقربائهم الاستفادة منها دون إخبار رئيس التحرير أو المكلف بالصفحة أو الباب المالي بالوسيلة الإعلامية، كما لا يمكن لهم بيع أو شراء أسهم، مباشرة أو عن طريق أشخاص آخرين، كتبوا عنها مؤخرا أو ينوون الكتابة عنها قريبا (لجنة شكاوى الصحافة البريطانية).

7. امتناع الصحفيين عن تلقي أي هدية يمكنها أن تمس باستقلالية العمل الصحفي. وقد حددت في فرنسا قيمة سبعين أورو للهدية التي يمكن للصحفي تلقيها. كما أن استعارة معدات للاشتغال بها يجب ألا تتجاوز ثلاثة أشهر، حتى لا تصبح نوعا من الرشوة المُقنَّعة<sup>80</sup>.

وينص ميثاق أخلاقيات الموقع الصحفي الفرنسي ميديا بارت على أن "الهدايا ذات القيمة المتواضعة التي تحصل عليها هيئة التحرير يشترك فيها كل أفراد الطاقم الصحفي، ومُجَمَل الهدايا الأخرى يتم إرجاعها، في كل الحالات، لمانحها".

<sup>80</sup>ورد هذا في "ميثاق آداب وأخلاقيات مجموعة لوموند" La charte d'éthique et de déontologie du groupe Le Monde, 2010.

8. امتناع الصحفي عن معالجة أي موضوع يكون طرفاً فيه، وفيه صراع مصالح. كما لا يغطي أي مجال يكون فيه أحد أعضاء عائلته أو من في محيطهم القريب في دائرة السلطة<sup>81</sup>.

## XV- احترام المهنة وزملاء المهنة

1. الالتزام بالترافع عن المهنة وشرفها. وتنص المادة 2 من إعلان واجبات وحقوق الصحفي(ة) السويسري أنه على الصحفي "الدفاع عن حرية الصحافة، والحقوق التي تخولها، وحرية التعليق والنقد والاستقلالية وكرامة المهنة".

2. الالتزام بالدفاع عن أخلاقيات الصحافة، وهو ما يقابل قَسَم أبقرات في مجال الطب، أو تأدية القسم لقول الحقيقة في جلسات القضاء. ويجب على الهيئات التي تنظم أخلاقيات المهنة أن تستلم التزاما مكتوباً من الصحفي الذي يريد مزاولة المهنة، يُعْلِن من خلاله حرصه على تبني أخلاقيات الصحافة وتفعيل بنودها.

ويمكن لبطاقة الصحافة المهنية أن تتضمن - اختزالاً - على وجهها الخلفي أهم مبادئ أخلاقيات المهنة، أو الإشارة إلى ميثاق مهني وطني موضوع من طرف المهنة، في إطار التنظيم الذاتي أو إعلان أخلاقي عالمي أو دولي.

3. التآزر بين الصحفيين في إطار قضاياهم المشروعة والقانونية، والدفاع عن مهنية الصحافة وأخلاقياتها.

4. الاعتراف بتحكيم الزملاء الممثلين في مجالس الصحافة. ويوظف ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة في المغرب تعبير "قضاء الزملاء" في ما يرتبط بالتحكيم الأخلاقي.

<sup>81</sup> المرجع السابق.

## دفاعا عن المهنية: المستوى التعليمي للناشر ونزاهته وتخصه

لكي تكون الصحافة مهنية، لا بد من أن تكون للقائمين عليها وخاصة الناشرين الكفاءة اللازمة التي تمكّنهم من تأطير الرأي العام بشكل ناجع. وتنص المادة 16 من قانون الصحافة والنشر المغربي على جملة من الشروط التي من دونها لا يمكن للناشر أن يشتغل بشكل قانوني في مجال الصحافة. وعليه فإنه يتوجب قانونا "أن يكون حاصلًا على شهادة من مستوى الإجازة على الأقل أو شهادة متخصصة في مجال الصحافة مسلّمة من طرف مؤسسات التعليم العالي العام أو الخاص أو دبلوم معترف بمعادلته (...). أن لا يكون قد صدر في حقه حكم نهائي حائز لقوة الشيء المقضي به من أجل جنائية أو جنحة في قضايا الابتزاز والنصب وخيانة الأمانة والرشوة واستغلال النفوذ أو في قضايا الاغتصاب أو التغيرير بالقاصرين أو في الاتجار في المخدرات أو أفعال إرهابية (...). وأن يتوفر على صفة صحفي مهني وفقا للمقتضيات الواردة في التشريع المتعلق بالصحفي المهني (...). (و) عندما لا يتوفر مالك المؤسسة الصحفية على صفة صحفي مهني وفقا للمقتضيات الواردة في التشريع المتعلق بالصحفي المهني، وجب عليه تعيين مدير للنشر شريطة أن يكون هذا الأخير شخصا ذاتيا ويتوفر على نفس الشروط الواردة (...). أعلاه".

5. امتناع الصحفي عن أي تعاون مهني خارج المؤسسة التي يشتغل فيها، إلا في إطار تعاقد بينه وبين مؤسسته يجيز ذلك بوضوح. وينص ميثاق الموقع الفرنسي ميديا بارت على أنه "يجب على صحفيي

الموقع أن يطلبوا إذنا من مدير التحرير للاشتغال بالقطعة pige مع مؤسسات إعلامية خارجية. ويجب على كل نشاط منتظم (خارجي)، سواء كان رنجيا أو لا، أن يكون موضوع اتفاق مسبق مع إدارة التحرير.

6. امتناع الصحفي عن التعبير عن الذات - وهو ينشط على شبكة الإنترنت (منصات التواصل الاجتماعي أساسا) - بطريقة تتعارض مع الخط التحريري المتعاقد بشأنه مع الوسيلة الإعلامية التي يشتغل بها. وقد نصّت الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار - The American Society of News Editors في دليلها الأخلاقي على أن "وسائل التواصل الاجتماعي أدوات وليست لعبة، فالصحفيون يمثلون مؤسساتهم ولا يمكن لهم أن يتصرفوا بطريقة غير مقبولة على الشبكة".

ونص الميثاق الأخلاقي للموقع الإخباري ميديا بارت على أن تعبيرات صحفيها على شبكات التواصل الاجتماعي تخضع لنفس الشروط الأخلاقية التي تلزمهم كصحفيين "لأن الجمهور يعتبرهم - ولو تناولوا الكلمة بشكل شخصي - صحفيين لدى هذه المؤسسة". وهو ما قد تكون له آثار على صورة الموقع. وتتبنّى واشنطن بوست الأمريكية نفس المنحى.

7. تجنب السعي للحصول على منصب زميل، أو التسبب في طرده بأي وسيلة كانت، مثل اقتراح أو قبول الاشتغال مكانه بتعويضات أقل قيمة مما يتقاضاه.

8. الدفاع عن تبني منهج تشاركي تكون فيه المؤسسات الإعلامية والهيئات الممثلة للجسم الإعلامي حاضرة بقوة في عملية إعداد القوانين التي تمس من قريب أو بعيد مجال الصحافة.

9. احترام متطلبات السر المهني.

السر المهني هو التزام بعدم الإفصاح شفويا أو بأي واسطة أخرى (مكتوبة أو سمعية أو سمعية بصرية) للعموم - ومبدئيا حتى الخواص خارج دائرة المعنيين بالسر- عن معلومات ومعطيات في حوزة مؤسسة أو من يمثلها يمكنها أن تُنقِط هذه الأخيرة أو المجتمع الذي توجد فيه، في البلبلة والارتباك أو تنتج عن إفشائها ردود فعل سلبية تجاهها.

ويُستعمل السر المهني في الإدارة من أجل تجنّب عرقلة سياساتها خاصة على مستوى القمة، ولذلك يلتزم به - بالضرورة - الموظفون. ويُعدّ حفظ السر المهني مشروعا في إطار التنافسيّة بشتى أشكالها. لكنه يمكن - من جانب آخر - أن يشكّل مدخلا لانعدام الشفافية، يتعارض مع مبدأ التعامل الحكيم. ولذلك يجب على المعلومات المحاطة بالسريّة أن تكون مضبوطة ومبرّرة إداريا وقانونيا، وأن تكون معلومةً لدى الموظفين بوصفها كذلك.

ويُستعمل السر المهني في الطب والمحاماة والمنشآت والمؤسسات الحساسة، كالجيش والأمن والخارجية. ويتعرض - حسب الحالات - خارجهُ لعقوبات تأديبية أو جنائية.

### لكن ما معنى السر المهني في الصحافة؟

يختلف السر المهني في الصحافة عنه في مجالات أخرى كالتّي تم ذكرها فوق. فهو يشمل حماية المؤسسة الصحفية والصحفيين ومصادرهم.

فهناك داخل المؤسسة الصحفية أشياء يمكن إدخالها في السر المهني، خارج حماية المصادر.

مثلا، كل الأمور التي يمكن بسبب كشفها للعموم، أو لأطراف معينة أن تضر بهذه المؤسسة. فإفشاء خطة تنمية مؤسسة إعلامية، وعناصر نموذجها الاقتصادي، ومنهجية إجراء التحقيقات الصحفية بها، والمواضيع التي تبرمجها ليكون لها فيها السبق، وطرق التدبير المؤسسي، قد يضعف تنافسية المؤسسة، خاصة أن هناك كثيرا من المؤسسات الإعلامية التي تتبنى النماذج الناجحة، وقد "تختلس" خططها المبتكرة.

ولذلك تحاط - حسب واقع كل مؤسسة - مجموعة من العناصر بالسر المهني. لكن يجب ألا يتعارض هذا مع أخلاقيات المهنة وخاصة مستلزمات الشفافية والحكامة الجيدة. فلا يمكن مثلا اعتبار الإعلان المقنن الذي تمارسه المؤسسة الصحفية، أو الهبات والأموال السرية التي قد تتلقاها، خدمة لأجندات غير إعلامية، داخلة بشكل مشروع ضمن ما يمكن أن يغطيه السر المهني.

ويحقق الالتزام بالسر المهني، في ما يرتبط بالصحفيين ومصادرهم، ثلاث غايات:

- أولا: تأمين اشتغال الصحفيين بأمان وحرية ودون عرقلة من طرف أي جهة كانت.
- ثانيا: تأمين استعمالهم كل المصادر الممكنة من أجل الوصول للحقيقة، ودون أن يحاسبهم من يعتقدون - لأمر سياسي أو إيديولوجية - أنه يجب عدم التعامل مع بعض المصادر لتعارضها مع توجهاتهم.

• ثالثاً: حماية المصادر الصحفية، وهو ما يحقق:

أ. تجنب الأضرار التي يمكن أن تلحق بها جراء كشف أسماؤها. الانتقام من طرف الهيئات العاملة بها، أو هيئات أو أشخاص يعتبرون التصريحات أو الوقائع المُدلى بها ضد مصالحهم. وتتدرج قائمة الضرر الذي قد يلحق من يتم الكشف عن اسمه في قضايا حساسة، من التحرش البسيط إلى الاغتيال، مروراً بتجميد الترقية والفصل عن العمل وإهدار فرص النجاح والتميز والتنقيط التعسفي والحرمان من الامتيازات المهنية... وقد يمتد الانتقام إلى ذوي المصادر التي كُشفت، المالكة لمعلومات حساسة مزعجة.

ب. الحفاظ على مصداقية الوسيلة الإعلامية وتعزيز الثقة فيها، ودفع المصادر المحتملة المالكة لمعلومات حساسة للانفتاح على الصحافة والمساهمة في بحثها عن الحقيقة.

وبالنسبة لمسألة تعامل الصحفي مع مصادره في الحالات التي تكون فيها مالكة لمعطيات من طبيعة التستر عليها الإساءة للمصالح العليا أو المصلحة العامة لبلد ما، فإن كثيراً من القوانين تلزمه بالكشف عن اسم وهوية المصادر للقضاء من أجل غايات التحقيق. وتنص المادة 5 من قانون الصحافة والنشر المغربي على أن "سرية مصادر الخبر مضمونة ولا يمكن الكشف عنها إلا بمقرر قضائي وفي الحالات التالية:

- القضايا المتعلقة بالدفاع الوطني وأمن الدولة الداخلي والخارجي.
- الحياة الخاصة للأفراد ما لم تكن لها علاقة مباشرة بالحياة العامة."

وتوجد صحف تعارض هذا المبدأ مثل الصحيفة الرقمية الفرنسية ميديا بارت التي تنص في ميثاقها الأخلاقي على أن "صحفي ميديا بارت يحمون مصادرهم ويمتنعون بشكل قطعي عن إفشائها

لأي جهة كانت - حتى السلطات القضائية - حينما ينشرون معلومات تحت غطاء السرية“.

ويحاول القضاء في البلدان الديمقراطية ألا يستعمل الصلاحية المخولة له لمساءلة الصحافة عن مصادرها إلا في حالات نادرة، حتى لا يُنْعَت بعرقلة عمل الصحافة والتضييق عليها، ويعتبر الأمر من الأعراف الديمقراطية. صحيفة ”نيويورك تايمز“ على سبيل المثال، لم تشهد إلا حالتين تم فيهما سجن صحفيين من طاقمها التحريري سنتي 1857 و1978، رَفَضَا الكشف عن مصادرها<sup>82</sup>.

كما أن القضاة يمتنعون في الغالب عن استدعاء الصحفيين كشهود في كثير من القضايا التي يشتغلون عليها، وذلك تجنباً لدفعهم إلى الكشف عن المصادر التي يشتغلون بها.

ويتعارض بند ”التبليغ عن جريمة“ المتضمّن في القوانين الجنائية مع مبدأ السر المهني. وهنا لا بد من تسطير دقيق لمُدونة سلوك أخلاقي في هذا الجانب، لثنائية التعامل الممكن في هذا الباب، نظراً لكون الصحفي مواطناً قبل أن يكون صحفياً.

<sup>82</sup> انظر ”السر المهني: بين الصحفي والقاضي“، صحيفة الاتحاد الإماراتية، 21 مارس 2005.

## XVI- حقوق الصحفيين<sup>83</sup> (التي تسند الأخلاقيات)

1. التزام المؤسسة الإعلامية بضمان حقوق الصحفي المادية والمعنوية والتحريرية<sup>84</sup>.

2. ضمان حرية وصول الصحفيين لكل المصادر الخبرية، كذلك حرية التحري في كل الأحداث المرتبطة بالمصلحة العامة دون أي تقييد. ولا يمكن الاعتراض على الصحفي بدعوى سرية الشؤون العامة أو الخاصة التي من المفترض أن تشكل استثناء. وعلى الحالات التي تتسم بالسرية أن تكون مبررة بشكل كامل. وينص - في هذا الباب - إعلان ميونيخ لواجبات وحقوق الصحفيين على أنه "لا يمكن تطبيق سرية الشؤون العامة أو الخاصة على الصحفي إلا استثناء وبموجب مبررات واضحة".

3. رفض قيام الصحفي بأي عمل مهني متعارض مع قواعد المهنة وضميره، ولا يصون كرامته المهنية، أو ينجم عنه ضرر ما بالنسبة له.

4. رفض الصحفي أي توجيهات أو تعليمات متعارضة مع الخط التحريري للمؤسسة التي يشتغل بها. كما عليه الاطلاع على الخط التحريري مكتوباً والالتزام به في إطار التعاقد. ويجيز تغيير الخط التحريري فسخ التعاقد من طرف الصحفي ونعويضه<sup>85</sup>. ويكرّس "ميثاق آداب وأخلاقيات

<sup>83</sup> تم الاستئناس هنا بالبنود الواردة في "إعلان واجبات وحقوق الصحفي(ة)" السويسري.

<sup>84</sup> المقصود بها أساساً حقوق الملكية الفكرية، لكنها تتعدى ذلك لتشمل على سبيل المثال: حق رفض نشر مادة معدلة من هيئة التحرير لا تطابق ما ذهب إليه الصحفي في الصيغة الأصلية، وكذلك حق اقتراح مواد يعتبرها ذات أهمية بالنسبة للمصلحة العامة، وحقه في الاعتراض على مادة من اقتراح رئيس التحرير يتنافى مضمونها أو معالجتها مع أخلاقيات المهنة.

<sup>85</sup> لم يعد معمولاً به في سويسرا. ويمكن للمؤسسة تبعاً لذلك تغيير خطها التحريري لكن بإشراك هيئة التحرير. وهذا ما يستتبعه حذف بند الضمير من الأخلاقيات، إذ هناك من يعتبره إجحافاً في حق المؤسسة الإعلامية كأنما الخط التحريري غير قابل للتطوير؛ إذ يتيح "بند الضمير" لأي صحفي فرصة المطالبة بتعويضات تقابل - كما جرى به العرف - مستحقات الطرد التعسفي، حين تغير المؤسسة الإعلامية ولو جزءاً من سياستها التحريرية.

مجموعة لوموند“ هذا المبدأ، استعادةً لبند متعلق بنفس المضمون من إعلان ميونيخ لواجبات وحقوق الصحفيين، كالتالي: ”لا يمكن إكراه الصحفي على أي فعل مهني أو تعبير عن رأي يتعارض مع قناعاته وضميره“.

5. التزام المؤسسة الصحفية بحق الصحفي في رفض توقيع أي مادة إعلامية ذات طبيعة إعلانية (إشهارية) أو دعائية باسمه.

6. التزام المؤسسة الصحفية بحق الصحفي في إخباره مسبقاً بأي خطوة أو قرار بإمكانهما التأثير على حياة المؤسسة، وخاصة على هيئة التحرير (تنظيمها وتشكيلها).

7. التزام المؤسسة الصحفية بحق للصحفي في معرفة مالية المؤسسة وطرق صرفها.

8. التزام المؤسسة الصحفية باحترام حق الصحفي في تعويض يؤمن متطلباته الحياتية ويحفظ كرامته، والاشتغال في شروط مهنية جيدة تكفلها اتفاقية جماعية، وكذلك حقه في عقد شغل شخصي يحقق له الأمن المادي والمعنوي، وتوفير تعويضات ملائمة لطبيعة عمله، والمسؤوليات المنوطة به، ودوره الاجتماعي. ”بالنظر إلى مهمته ومسؤولياته، يحق للصحفي الاستفادة ليس فقط من الاتفاقيات الجماعية، بل أيضا من عقد عمل شخصي يحقق له الأمن المادي والمعنوي، وكذلك تعويض يتطابق ودوره الاجتماعي الذي يعود إليه، يكون كافيا لتأمين استقلاليته الاقتصادية“ (إعلان ميونيخ لواجبات وحقوق الصحفيين).

9. التزام المؤسسة الصحفية بحق الصحفي في الانتماء لجمعيات ونقابات مهنية.

10. أحقية المؤسسة الإعلامية وصحفيها في الاستفادة من الدعم العمومي وفق مسطرة شفافة وعادلة. وتنص في هذا الباب المادة 7 من قانون الصحافة والنشر المغربي على أنه "تستفيد قطاعات الصحافة والنشر والطباعة والتوزيع من الدعم العمومي بناء على مبادئ الشفافية وتكافؤ الفرص والحياد. بهدف تنمية القراءة وتعزيز التعددية ودعم مواردها البشرية. تحدد شروط وكيفيات الاستفادة من الدعم المذكور أعلاه بنص تنظيمي وفق معايير موضوعية مع الاحترام المطلق لاستقلالية المقاولات الصحفية المستفيدة من الدعم".

11. أحقية المؤسسات الصحفية في الاستفادة من التحفيزات العمومية المخصصة لها. وفي هذا الجانب تنص المادة 34 من قانون الصحافة والنشر المغربي - في ما يتعلق بالصحافة الرقمية - على ما يلي: "تستفيد الصحيفة الإلكترونية وبالمجان من اسم نطاق وطني بامتداد خاص بالصحافة [press.ma](http://press.ma) يكون مدخلا لمضمونها الإعلامي. كما تستفيد الصحف الإلكترونية من التدابير التحفيزية العمومية المخصصة للقطاع، وفق مقتضيات التشريعية والتنظيمية الجاري بها العمل".

12. أحقية الصحفي في السلامة والاطمئنان أثناء مزاولته لمهنته. و"تلتزم السلطات العمومية بتوفير الضمانات القانونية والمؤسسية لحماية الصحفيات والصحفيين من الاعتداء أو التهديد أثناء مزاولتهم لمهنتهم"، وفق المادة 7 من قانون الصحافة والنشر المغربي.

13. أحقية الصحفي في المحاكمة العادلة التي تحترم قرينة البراءة في القضايا المرتبطة بأدائه كصحفي. وهو ما تزكيه المادة 7 من قانون الصحافة والنشر المغربي: "تحترم قرينة البراءة وكافة ضمانات المحاكمة العادلة في قضايا الصحافة والنشر وفقا لأحكام الدستور والقوانين الجاري بها العمل".

14. أحقية المؤسسة الصحفية في ألا تكون عرضة لأي توقيف أو حجب إداري. وتنص المادة 37 من قانون الصحافة والنشر المغربي - في ما يتعلق بالصحافة الرقمية - على أنه "لا يجوز حجب موقع الصحيفة الإلكترونية إلا بمقرر قضائي وفي الحالات المنصوص عليها في هذا القانون، على ألا تتجاوز مدة الحجب شهرا واحدا. لا يجوز السحب النهائي للمادة الصحفية من موقع الصحيفة الإلكترونية إلا بمقرر قضائي في حالة الجرائم المنصوص عليها في المواد 73 و75 و76 و81 من هذا القانون. يمكن لرئيس المحكمة الابتدائية المختصة بأمر استعجالي صادر عنه وبناء على ملتمس من النيابة العامة قبل البت في الموضوع أن يأمر بالسحب المؤقت لهذه المادة الصحفية وتعطيل الولوج إليها إذا تعلق الأمر بالمواد 73 و75 و76 و81 من هذا القانون وب:

- التحريض المباشر على ارتكاب الجرائم المتعلقة بالقتل أو الاعتداء على الحرمة الجسدية للإنسان أو الإرهاب أو السرقة أو التخريب.
- الإشادة بجرائم الحرب أو بالجرائم ضد الإنسانية أو جرائم الإبادة الجماعية أو بجرائم الإرهاب.
- التحريض المباشر على الكراهية أو التمييز العنصري أو التحريض على الإضرار بالقاصرين.

### - حقوق الصحفيين

15. أحقية الصحفي في الاعتراف به قانونيا مهما كانت طبيعة الوسيلة الإعلامية التي يشتغل بها (ورقية، سمعية بصرية، رقمية...).

16. أحقية الصحفي في الحصول على المعلومة وحماية سرّية مصادره الصحفية وفق القانون.

17. أحقية الصحفي في ألا تطبق عليه العقوبات السالبة للحرية في

قضايا النشر الصحفي، واستبدالها بغرامات مالية (قانون الصحافة والنشر المغربي خالٍ من العقوبات السجنية).

18. ضمان تمتّع الصحفي بامتياز حسن النية خلال مقاضاته في قضايا النشر، إلى أن يثبت العكس.

19. أحقية الصحفي في تشفير المعلومات التي يشتغل بها وإخفاء الهوية<sup>86</sup>.

20. ضمان المؤسسة الصحفية للصحفيين الرسميين والمتعاونين معها حرية كتابة مؤلفات، والمشاركة في صناعة أفلام، إلخ. بشرط ألا تنجز هذه الأنشطة على حساب وقت العمل الرسمي بهذه المؤسسة (انظر ميثاق أخلاقيات الموقع الصحفي الفرنسي ميديا بارت).

21. التزام المؤسسة الصحفية بحق الصحفي في الاستفادة من التكوين والتدريب المستمر المستجيب لاحتياجاته المهنية.

---

<sup>86</sup> ينص تقرير مفوضية الأمم المتحدة السامية لحقوق الإنسان على أهمية التشفير وإخفاء الهوية في "البيئات العدائية". وهناك من يعتبر إلزامية تسجيل شريحة الاشتراك الهاتفي ضد مبدأ الحق في إخفاء الهوية الذي يمكن أن يعزز عمل الصحفي في قضايا معينة.

## حقوق مادية خاصة يجب توفيرها للصحفي

يجب توفير حقوق الصحفيين المادية في حالة إعادة استعمال إنتاجاتهم الصحفية من طرف المؤسسة المشغّلة، أو أي مؤسسة أخرى، إعلامية أو غير إعلامية.

كما يجب منع كراء الصحف من الأكشاك، وإيجاد طريقة يستفيد منها الصحفي ماديا حين توفير صحيفته بالمجان لرواد أماكن معينة مثل المقاهي، والمنتديات، وقاعات الانتظار.

وعلى المنصات الكبرى GAFAM<sup>87</sup> أن تراعي الحقوق المادية للصحفيين حين استثمار أعمالهم بواسطتها من طرف الغير.

---

<sup>87</sup> لفظ GAFAM مركب من الأحرف الأولى لأكبر شركات تكنولوجيايات التواصل والمنصات الرقمية عبر العالم وهي: Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft. وهي تسيطر على العالم بتوفرها على البيانات الكبرى Big Data الخاصة بالإنسان ومختلف أنشطته.

## الفصل الرابع

# الأجناس الصحفية وأخلاقيات المهنة

الأجناس (الأنماط/ الأشكال/ القوالب)  
الصحفية وأخلاقيات المهنة

I- أخلاقيات الأجناس الخبرية

II- أخلاقيات الأجناس الكبرى

III- أخلاقيات أجناس الرأي

IV- أخلاقيات الصورة

V- أخلاقيات المهنة والإعلان (الإشهار)<sup>88</sup>

<sup>88</sup> "الإعلان" و"الإشهار" مسميان لنفس المادة (مرادفان). واللفظ الأخير هو السائد في دول المغرب.

يمكن الرجوع - بالنسبة للأخلاقيات المرتبطة بالأجناس الصحفية<sup>89</sup> - لكل البنود المتضمنة في باب "محاوَر الأخلاقيات وبنودها" داخل هذا المؤلف، والمتعلقة، في كثير من جوانبها، بمبادئ التغطية الصحفية.

لكن - بالإضافة إلى تلك البنود المتفرقة - نورد هنا جملة من المقتضيات الأخلاقية الخاصة التي تفرضها طبيعة الأجناس الصحفية (الأجناس الخبرية، الأجناس الكبرى، أجناس الرأي). وهنا تحديداً، يمكن الحديث عن التزامات مهنية أخلاقية.

## 1- أخلاقيات الأجناس الخبرية

1- اعتماد قاعدة "المصادر المتناقضة أولاً، فإن تعذر فالمختلِفة، فإن تعذر فالمتنوّعة، فإن تعذر فالمتعدّدة". وتشكّل هذه القاعدة مدخلاً للكشف عن الحقيقة عبر تنوع المصادر وتصوراتها.

2- إسناد أي خبر بمصادره، مصداقاً لمقولة "الصّحفيُّ مصادِرُهُ".

3- اعتماد قاعدة المصدريّن المستقلّين للتحقق من مقولة مصدر ما، أو خلق التوازن داخل موضوع ما، خاصة إذا كان الصحفي ينظر بعين الرّيبة والشك والتحفّظ إلى ما يقوله المصدر الأول.

4- اعتماد قاعدة الهرم المقلوب كتعاقد مع الجمهور على ترتيب مكوّنات الخبر وفق الأهمية تنازلياً.

5- تجنب وضع خاتمة لأي جنس من الأجناس الخبرية، قد تكون مدخلاً لإقحام الصحفي لذاته في موضوع المادة الصحفية.

---

<sup>89</sup> انظر لائحة الأجناس الصحفية في ملاحق هذا المؤلف، وللتوسع في الموضوع، انظر "دليل الصحفي المهني، الأجناس الصحفية مفتاح الإعلام المهني"، عبد الوهاب الرامي، إيسيسكو، 2011.

6- توظيف المزدوجتين ( ” ) ما أمكن لتقديم مقولات المصادر بشكل مباشر، ولتجنب الحديث بشكل غير مباشر عن هذه المقولات، مما قد يحوّر معانيها. ثم إن ”كيف قيل“ في الأخبار يكون أحيانا بنفس قدر أهمية ”ماذا قيل“.

7- الابتعاد عن فكرة ”التفاصيل من أجل التفاصيل“ لأن الصحافة لا تنقل الأحداث برمتها، بل تنقل أهم ما فيها.

8- ضرورة إضافة عناوين داخلية للمواد الصحفية المكتوبة الطويلة، لتبيان تمفصلاتها، وتهويتها، ومنح فرصة للقارئ كي يستريح متى أحس بالرغبة في ذلك، وليتمكن من العودة لاستئناف القراءة بيسر وسلاسة.

9- التزام الصحفي أثناء اشتغاله بالتقرير الصحفي بالنزول للميدان، لكون هذا الجنس منتما لما يسمى ”الصحافة الواقفة“، أي الميدانية.

10- تجنب استعمال الانتقائية المغرّضة في العمل الميداني.

11- الالتزام بأن يظل التقرير الصحفي خبريا، ولو خاض في التفاصيل أو وُظف الوصف أحيانا لغايات إخبارية.

12- وجوب إخراج التقرير الصحفي من دائرة الأماكن المغلقة والتجمّعات ذات الطبيعة الخطابية (ندوات، مؤتمرات، مواعيد مستديرة...)، ليكون أداة إخبار لها القدرة على نقل كل الأحداث والوقائع ذات الطبيعة المادية، والتي يمكن التقاطها بالعين من خلال الميدان (حوادث سير، حرائق، تدشينات، لقاءات سياسية أو ثقافية أو رياضية...).

13- البحث في كل حدث وواقعة، والأطراف المرتبطة بهما، عن الخبر،

وتجاوز التّمزُّج (تعقّب الحدث وفق تسلسل أجزائه زمنياً) أو الاكتفاء فقط بتغطية الجانب البروتوكولي للأحداث.

14- تجنب أن يسقط التقرير الصحفي في الذاتية، وإن كان يحمل رؤية الصحفي الفردية.

15- تجنب تخصيص جنس الصدى l'écho فقط للإثارة.

## II- أخلاقيات الأجناس الكبرى

### • أخلاقيات الاستجواب (الحوار/المقابلة):

1- في حالة إدراج الاستجواب على شكل سؤال-جواب، يجب الالتزام بعدم تسليم المستجوب الصيغة النهائية لمراجعتها إلا في الحالات التي تستوجب تدقيقات حين لا يفهم الصحفي نفسه المغزى من أرقام، أو يبدو أن هناك تناقضا في معلومات أو أفكار قد تربك القارئ. لكن لا يسمح الصحفي أبداً أن تُغيّر المراجعة ما تم التعبير عنه صراحة خلال الاستجواب المنجز.

وللصحفي الحق، بعد استشارة رئيس التحرير، في عدم نشر الاستجواب إذا كانت المراجعة تمس جوهر ما عبر عنه المستجوب خلال المقابلة<sup>90</sup>.

<sup>90</sup> مستقى من ميثاق أخلاقيات جريدة لوموند الفرنسية.

## مراجعة الاستجواب من طرف المستجوب من خلال ميثاق أخلاقيات الموقع الفرنسي ميديا بارت

ينص ميثاق أخلاقيات الصحيفة الرقمية الفرنسية ميديا بارت على أنه "يمكن مراجعة وتعديل الاستجابات (أو المقولات الموظفة في مقال ما) من طرف المستجوبين حين يكون هناك مبرر لذلك في نظر الصحفي صاحب المقال: المعطيات التقنية، تعبيرات ذات حساسية خاصة، وهي ترتيبات يتم التداول بشأنها في بداية الاستجواب مع المستجوب المعني. ولكي يتم قبول أي تعديل، تشترط ميديا بارت بشكل صارم ألا ينتج عنه أي تغيير عميق للمعنى. وحين تتم مراجعة أو تعديل أي استجواب، فإن الصحفي(ة) ملزم بالتنبيه إلى ذلك في العلبة السوداء Boîte noire الخاصة بذلك. وفي كل الأحوال، تحتفظ هيئة التحرير بحقها في نشر أو عدم نشر الاستجواب (أو المقولة الموظفة في المقال)".

2- تجنب الصحفي طرح أسئلة موجّهة نحو أجوبة مقصودة، واستهداف أجوبة معينة عن طريق أسئلة استدراج مُغرّضة.

3- تجنب الصحفي عدم التفاعل الإيجابي الصادق مع المستجوب كتظاهره بفهم الجواب فقط لإظهار إمامه بما يقال، أو التظاهر بعدم فهم ما يقال فقط لإرباك المستجوب.

4- تجنّب العدوانية والتهجّم على المستجوب، بل معاملته بلباقة واحترام حتى لو تبّنى سلوكا غير لائق تجاه الصحفي، والتعاون معه للوصول إلى الحقيقة.

5- تجنب الاستعانة بضيوف في حالة المائدة المستديرة لتسفيه ضيف أو نسفه إعلامياً (في برامج الحوار السياسي مثلاً). وتفادي الخلط بين الضيف وأفكاره.

6- تحاشي إيقاف الضيف كل مرة، لقطع حبل تفكيره وتشتيت ذهنه.

7- تجنب مساندة ضيف ما، قولاً أو إشارة، صراحة أو تلميحاً، على حساب ضيف آخر.

8- تجنب إعطاء زمن زائد غير مبرر لضيف على حساب آخر.

9- تجنب خلق ظروف مُربكة للضيف قبيل الاستجواب.

10- تجنب رفع حجم صوت ميكروفون الصحفي أو ضيف مقابل تخفيضه لضيف آخر.

11- تجنب اختيار زوايا تصوير غير عادلة بين الضيوف، أو بين الصحفي والضيف أو الضيوف.

12- تجنب اللعب على الإنارة ليبدو الضيف معتماً مقارنة مع ضيوف آخرين.

13- احترام الحياة الشخصية. وفي حالة الشخصيات العمومية لا بدّ من مبرر لتناول الجوانب الشخصية التي تمكن مقاربتها والتي لها علاقة بالشأن العام.

14- احترام طريقة تفكير الضيف، وأسلوبه في الحديث.

15- اعتبار الحوار مؤسساً على الجدل وليس فقط على الإنصات، واعتبار أن الجدل يدور حول الأفكار والبرامج والسياسات، لا حول الأشخاص.

”ترتكز سلطة الصحفي ليس على الحق في طرح السؤال، بل على الحق في المطالبة بالجواب“.

**الكاتب التشيكي ميلان كونديرا**

رواية ”الخلود“، 1990

16- الابتعاد عن الأحكام المُسبَّقة، خاصة حول المستجوب.

## هل يجوز أخلاقياً تزويد المستجوب بالأسئلة مسبقاً؟

إنَّ ”بَعَثَ الصحفي بأسئلته كتابياً للشخص المستجوب ليحيط عنها بدوره كتابة (...) يطرح، من جانب، سؤالَ الالتزام بالأخلاقيات، خاصة أنه ليس هناك ما يضمن أن المستجوب هو نفسه الذي يجب عن الأسئلة المطروحة، كما أنه بإمكانه (المستجوب) الالتفاف على الأجوبة دون أن يتمكن الصحفي من التدخل لمعالجة الوضع، وقد يُسقط الإجابة عن بعض الأسئلة التي تبدو له حساسة أو محرجة، كما قد تُفَرِّغ أسئلة الاستجواب التمهيدية من جدواها؛ إذ بإمكان المستجوب البدء بالإجابة من أي سؤال يشاء. ومن جانب آخر، يكون الاستجواب، في هذه الحالة، جامداً وسكونياً لخلوه من أسئلة المتابعة التي تمحّص آتياً في أجوبة المصدر، وتضفي عليه الحيوية

المطلوبة مهنيا. وعموما، يبدو الاستجواب، في حالة بُعث أسئلته للمستجوب واستلامها مكتوبة، مُفْرَغا من "الاستراتيجية الخطابية" «stratégie discursive» (...) التي يعتمدها بالضرورة كل صحفي مهني<sup>91</sup>.

وقد يطرح الصحفي مَحاورَ الاستجواب العامة دون الدخول في التفاصيل حتى لا يكشف عن الأسئلة التي سيلقيها خلال الاستجواب.

وهنا يتم تحديد شكل الاستجواب مع الشخص المستجوب: مباشر (وجها لوجه، بالهاتف، بواسطة التخاطب الرقمي)، أو غير مباشر (الفاكس، المراسلة عبر الإنترنت...). وفي كل الأحوال على الصحفي ألا يعطي الانطباع بأن هناك خيارات خارج الاستجواب المباشر الوجيه، الذي هو الأكثر مهنية وتمسكا بالأخلاقيات الصحفية<sup>92</sup>.

وفي الحالات التي يُصِرُّ فيها المصدر على الاطلاع على أسئلة الاستجواب مسبقا، مع اعتبار أن استجواب هذا المصدر مهم جدا لشرح ما يجري (...) يمكن للصحفي حين إجراء الاستجواب بحضور المستجوب الاستعانة بأسئلة المتابعة (التوليدية) بشكل جيد حتى يتفادى كل شكل من أشكال التواطؤ مع هذا المستجوب.

<sup>91</sup> مقتطف من "دليل الصحفي المهني، الأجناس الصحفية مفتاح الإعلام المهني"، عبد الوهاب الرامي، إيسيسكو، 2011، ص63.

<sup>92</sup> مقتطف من "دليل الصحفي المهني، الأجناس الصحفية مفتاح الإعلام المهني"، عبد الوهاب الرامي، إيسيسكو، 2011، ص67.

## • أخلاقيات الاستطلاع/الروبورتاج:

1- تجنب الاستطلاع المُتَلَق.

### الاختلاق<sup>93</sup> ضدا على الأخلاق

يعتبر الاستطلاع من بين الأجناس الصحفية التي يمكن بسهولة اختلاق عناصر داخلها: مَشَاهِدٌ، وصف مشاعر، وصف أماكن دون النزول للميدان، نسبة أقوال للشخص، ابتداع شخوص وهمية... وقد ضُبطت في عالم الصحافة ممارسات من هذا النوع، وسقطت أسماء كبيرة في هذه المحظورات الأخلاقية، ليس فقط داخل جنس الاستطلاع، بل في ما يتعلق بأجناس أخرى مثل الاستجواب أو البورتريه.

ومن بين الحالات المعروفة دوليا، هناك الصحفي الألماني كلاس رلوتايوس Class Relotius الذي اختارته قناة سي إن إن الأمريكية أحسن صحفي لسنة 2014. فقد حصل كصحفي بصحيفة شبيغل Der Spiegel الشهيرة على جائزة أحسن استطلاع للعام أنجزه حول الحرب في سوريا. لكنه في نوفمبر 2018 أنجز موضوعا طويلا حول مليشيا أمريكية على الحدود المكسيكية بالتعاون مع زميل له اسمه خوان مورينو، صرح بعد صدور العمل: أن كلاس رلوتايوس قد اختلق مصادره في هذا المقال. وفي شهر ديسمبر الموالي، كشفت صحيفة شبيغل الأمر، مما اضطر الصحفي المختلق إلى الاعتراف بخطيئته ومغادرة الصحيفة. وأقر أنه قام بالتدليس والتزوير في أربعة عشر

<sup>93</sup> ما يسمى بالفرنسية le bidonnage.

مقالا ضمنها مقالات ساهمت في صنع سُمعته كصحفي شاب، وكان قد اشتغل - على الأقل - لصالح أربع جرائد ألمانية شهيرة.

وفي حادثة أخرى سحبت جريدة الغارديان The Guardian البريطانية ثلاثة عشر مقالا مُوقَّعا باسم الصحفي جوزيف مايتون Joseph Mayton من موقعها الرقمي، كما تم تصويب مقالات أخرى له تضم عناصر مختلقة.

واضطر الصحفي جايسون بلير Jayson Blair إلى مغادرة صحيفة نيويورك تايمز The New York Times الأمريكية سنة 2003 بعد نشره مقالا حول مقتل جندي أمريكي في العراق، وهو مقال مُنتحل من مقال آخر صدر بصحيفة سان أنطونيو إكسبرس San Antonio Express.

وهناك من الصحفيين المُقامرين بشرف المهنة مَنْ حصل على جائزة بولتزر Pulitzer Prize الرفيعة في مجال الصحافة. والصحفية الأمريكية جانيت كوك Janet Cook التي حازت سنة 1981 هذه الجائزة مثال لذلك؛ فقد أنجزت بورتريها لطفل من ثماني سنوات مدمن على الهيروين، أسمته جيمي، في حين أن هذا الطفل غير موجود أصلا. وقد اعترفت هي نفسها بذلك قبل أن تختفي من وسائل الإعلام.

2- مراعاة الصحفي توازن تمثيل كافة الأطراف في اختيار شخص الموضوع الذي يتطرق إليه، وإلا أسقط شرط الموضوعية الذي هو من ركائز أخلاقيات الصحافة.

3- تجنب انتقاء الشهادات من المصادر داخل الاستطلاع فقط بغرض

الإثارة أو التهويل.

4- الابتعاد عن الدراما والتراجيديا المَجَانيتين الموظفتين بهدف التأثير على المشاعر دون أن يتطابق ذلك مع الواقع.

5- الالتزام بالموضوعية والإنصاف والعدل حين وصف الشُّخص التي يتجسد من خلالها موضوع الاستطلاع. وتجنب تلوين الشخوص بما ليس فيها؛ جزءاً لكل تحريف يعطي انطبعا مغايراً عما تمثله في الواقع.

6- تجنّب إخضاع الصحفي انتقاء ”الجزئيات الميدانية الدالّة“ في الاستطلاع فقط لمزاجه، بل على هذا الانتقاء أن يكون ناتجاً عن الحاجة الموضوعية للإخبار وإبراز الظاهرة التي يتم استطلاعها.

7- تفادي السب والغذف والصور الجاهزة، سواء من الصحفي نفسه أو من طرف المصادر والشهود الذين يتم توظيفهم في الاستطلاع.

### • أخلاقيات التحقيق (الاستقصاء):

1- تجنب نشر التحقيق إذا لم يتوصل إلى نتائج تجعله على الأقل مدخلاً للحقيقة.

2- تجنب نشر التحقيق إذا كانت هناك شكوك تحوم حول حقيقة أحد عناصره، أو إذا كانت حُجّية القرائن المستعملة للوصول إلى الحقيقة ضعيفة.

3- تجنّب نشر التحقيق إذا كانت نتائجه مدمّرة لطرف قد يكون وقع في خطأ غير مقصود.

4- تجنب نشر التحقيق إذا لم يُجِبْ - بشكل كافٍ - عن الأسئلة المركزية التي يقوم عليها وهي: من المسؤول؟ من المستفيد؟ من المتضرر؟

5- تجنب إحالة المسؤوليات في أي خلل وظيفي داخل المجتمع

- على القضاء والقدر. بل إن التحقيق يسعى تحديدا ودائما للكشف عن المسؤوليات البشرية (الأفراد والمؤسسات).
- 6- تجنب تعويم التحقيق بالإحالة على المسؤوليات الفضفاضة والمُشترَكة.
- 7- تجنب التحقيق الذي لا يكون فيه التجريب الميداني إلا تبريرا لنتيجة محسومة مُسَبِّقا من طرف الصحفي.
- 8- تجنب أن يكون التحقيق أداة للحيف والظلم والابتزاز.
- 9- تجنب صياغة فرضيات للتحقيق تُبَعِّدُه أساسا عن الحقيقة.
- 10- تجنب الأحكام المتسرَّعة الحاسمة عبر تبنِّي قناعات تستند فقط إلى أنصاف الحقيقة.
- 11- تجنب ألا تكون نتيجة التحقيق غير منحدره من الجدال التجريبي الميداني، ومقحمة في النهاية خارج ما تمليه منهجية التحقيق.
- 12- وجوب إعطاء الضالعين في القضايا التي يخوض فيه التحقيق فرصة الدفاع عن أنفسهم.
- 13- وجوب حماية المصادر التي يتم توظيفها في التحقيق، خاصة في الحالات الحساسة بالنسبة لهم ولعائلاتهم وذويهم.
- 14- وجوب الاشتغال في التحقيق بالمصادر المتناقضة أَوَّلًا، لأن وضعها في موقع جدل كفيل بتبيان الحقيقة.
- 15- تجنب الحلول محل القضاء، أو تحويل التحقيق إلى آلية للمقاضاة والإدانة أو التبرئة.
- 16- تجنب المحاكمة الإعلامية.

### • أخلاقيات البورتريه (البروفایل):

- 1- تجنب البورتريهات المجانية، التي لا يُفَسَّر من خلالها الصحفي مُجَرِّيات الأحداث.
- 2- مراعاة دَمَقَرَطَة البورتريه ليشمل - ما عدا الشخصيات البارزة - الشخصيات المرشَّحة للتأثير في الأحداث أو التي لها قيمة مجتمعية لكنها غير معروفة.

- 3- الالتزام بفكرة أن البورتريه إخباري في عمقه، وهو ما يستوجب الاشتغال أولاً بالمعطيات الموضوعية التي تكون سندا للإحساس الذي يشيعه الصحفي حول صاحب البورتريه.
- 4- الابتعاد عن "البورتريه التّأبيني" في حالة الوفيات، وكذلك البورتريه الذي يعدّد المناقب فقط.
- 5- إتاحة الفرصة لخصوم صاحب البورتريه، المختلفين عنه فكرياً أو سياسياً أو عقدياً، ليتكلموا عنه، سعياً للتوازن الذي تفرضه أخلاقيات المهنة.
- 6- ضرورة إجراء "استجواب البورتريه" مع صاحب البورتريه إذا كان على قيد الحياة.
- 7- الابتعاد عن التقريظ والتقريض (المدح والذم) في جنس البورتريه.

### III- أخلاقيات أجناس الرأي:

1- تجنب فهم مقولة "الخبر مقدس والرأي حر"، بالمعنى الذي يفيد أن الحرية لا ضوابط لها. فكثير من الأخلاقيات تُخرق داخل أجناس الرأي، تحت ذريعة الحرية في التعليق والتأويل. وبالتمحيص يمكن اعتبار الرأي حرّاً باستثناء الحالات المقيدة أخلاقياً. وهي الحالات التي تقتضيها المصلحة العامة، من خلال تفعيل المسؤولية الاجتماعية للصحفي. ويجب أن يعتمد الصحفي الوقائع والحجج للإقناع، دون انتقائية مُغرِضة، ودون سقوط في المحظورات مثل السب والقذف والتشهير والحط من الكرامة الإنسانية، والتحريض على أفعال منافية لحقوق الإنسان.

2- الالتزام ببناء الرأي على الوقائع الصحيحة والمعطيات الموضوعية، وتوظيف تقاطع المعلومات والآراء. وينص "ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة" المغربي، في بنده 6 على أن "الرأي من حيث المبدأ حر، ولا يمكن تقييده بأي شكل من الأشكال، إلا أنه ليس عشوائياً، ويجب أن ينبني على وقائع صحيحة".

## الحدث، الخبر، الرأي

إن الحدث event ليس هو الخبر information/news/story. الحدث واقعة مادية ملموسة. والخبر ليس حدثاً بل إعلاماً عن الحدث، وهو اختزال للحدث في أهم عناصره. إذ لا يوجد خبر يورد كل الحدث لأن ذلك بكل بساطة أمر مستحيل. ولذلك يُبنى الخبر على قاعدة الهرم المقلوب، وفق تراتبية نازلة لأهمية عناصر الحدث كما يراها الصحفي.

ولا تعني مقولة ”الخبر/الحدث مقدس والتعليق حر“ أن التعليق غير مقدس، بالمعنى الفوضوي الذي يتيح التجاوزات على مستوى المعالجة. ويمكن القول إن الموضوعية والاستقلالية هما كذلك شيئان مقدسان على مستوى التعليق/الرأي. وعلى الصحفي الذي يدلي برأيه في موضوع ما أن يتحرى الحقيقة بكل الوسائل، وأن يكون رأيه مستقلاً، غير مُملئٍ عليه من جهة أخرى، ولو من داخل هيئة التحرير إذا كانت المادة الإعلامية تحمل اسمه. ووحده رئيس التحرير له الحق في الحكم على مدى مطابقة الرأي المعبر عنه للخط التحريري. فكما للحدث قُدسيته، للتعليق قدسيته هو الآخر.

3- الابتعاد عن الأفكار النمطية والمواضيع الجاهزة.

4- تجنب النقد الهدّام الذي يركّز فقط على النقائص.

5- تجنب أن يستنزف مقال النقد الأعمال الفنية أو الأدبية أو الفكرية التي يقوم بمعالجتها، والتزام الصحفي بأخذ الوقت الكافي للاطلاع عليها، وعدم الاكتفاء بـ ”عَتَبَاتِ النَّصِّ“.

6- ضرورة تقديم مقتطفات من الأعمال التي يقدمها الصحفي لإبعاد ذاتيته عن الموضوع بوصفها فقط.

7- اعتبار الافتتاحية تعبيراً عن موقف مبدئي مُلزم لهيئة التحرير، وليس فقط رأياً عادياً. كما يجب الحفاظ على قوة الافتتاحية بتخصيصها فقط للمواضيع الأساسية ذات الطابع المصيري والحيوي، وعدم استنزافها وابتدالها من خلال وتيرة صدور متسارعة (يومية مثلاً).

8- الالتزام بأن تكون نتيجة التحليل في "مقال التحليل" خلاصة للجدل الداخلي بين الأحداث والوقائع والمعطيات.

9- التحلي بأكبر قدر من الموضوعية في "مقال التحليل"، عبر منهجية توضيحية demonstrative approach قائمة على البرهنة.

10- تجنب السقوط في التنظير والتجريد في أجناس الرأي، والابتعاد عن الأكاديمية في الطرح، وتحميل الأحداث والوقائع ما لا طاقة لها به من معانٍ.

11- الالتزام بأن يشكّل التحليل قوة اقتراحية نحو الحلّ.

12- الالتزام بتبني نبرة لائقة حين يعبر الصحفي عن رأي أو موقف سلبي، خاصة تجاه شخص أو مؤسسة، والابتعاد عن الغلو والتجريح.

13- الاحتراس من أن يُلغِي الرأي الخاص بالصحفي الآراء الأخرى الوازنة داخل المجتمع، بل عليه التفاعل معها، والتعامل معها جدياً وإيجابياً.

14- إتاحة الصحفي - في أجناس الرأي - لكل التعبيرات الأخرى أن تجد لها موقعا داخل ما ينتجه.

15- التزام الصحفي باستعمال جنس "مقال التحليل" في القضايا ذات الأهمية؛ لأنه الأكثر نضجا وموضوعية داخل منظومة أجناس الرأي.

## إشكالات الرأي صحفيا الرأي والقذف

لو كتب صحفي، مثلا، "الدولة كذا تفتقر لرؤية واضحة للمستقبل"، هل بالإمكان رفع دعوى قذف في حقه؟ كيف نصف هذا أخلاقيا، ومن يرفع الدعوى ضده؟

والخروج من شبهة القذف يجب في كل الحالات دعم الرأي بمعطيات ملموسة، وتقديم ما يثبت ذلك عبر إعطاء نماذج/أدلة ووقائع وأحداث وبيانات وإحصائيات. وهنا تظهر متلازمة المهني-الأخلاقي.

## IV- أخلاقيات الصورة

للتعامل مع الصورة الصحفية أخلاقيات يجب اعتبارها ضمن منظومة أخلاقيات الصحافة. وتنطبق على الصورة نفس بنود الأخلاقيات العامة، بوصفها حاملة لمضمون صحفي.

ومن خصوصيات الصورة أن شكلها جزء من محتواها، لكونها خطابا بصريا بالدرجة الأولى.

وتراعي أخلاقيات الصورة العناصر الأربعة التالية:

## 1. صنف الصورة:

هناك عدة أصناف من الصورة:

- الصورة الإخبارية: (لقاء رئيسي دولتين مثلا).
- الصورة-الشاهد: وهي تعريفية في أصلها إنما يرتفع فيها مؤشر شهادتها على واقعة كحجة بصرية ملموسة، مثل الصورة التي تبين عدد حضور نشاط ما، أو نوعية هذا الحضور، أو خطورة حادثة سير.
- الصورة التعريفية: التي تعرّف بشخص ما، على شاكلة صورة بطاقة التعريف الوطنية.
- الصورة المركّبة أو المؤلّفة من أكثر من مصدر لإعطاء معنى جديد من خلال مركّبات الصورة المؤلّفة.
- الصورة التأمّلية: وهي التي ليس لها موضوع معين، لكنها تشكّل أفضية للتفكير والتدبّر والتداعي مثل ما يمكن أن تحدثه من آثار صورة منظر لغروب الشمس.
- الصورة الفنية أو الجمالية. وهي التي يتم فيها الاهتمام بجمالية الصورة أكثر من موضوعها.
- الصورة التي تختزل الخبر.
- الصورة التي تضيف إلى الخبر.
- الصورة المصاحبة لنصّ صحفي آخر.
- الصورة المكتفية بذاتها كوحدة صحفية.
- الصورة الثابتة.
- الصورة المتحركة.

## 2. تأطير الصورة:

يمكن لكيفية تأطير الصورة framing، عبر اختيار زاوية معالجة لموضوعها، أن يغير دلالاتها. فمثلا يمكن إعطاء الانطباع أن عدد الحاضرين في اجتماع أو لقاء كثير أو قليل فقط من خلال زاوية التقاط

الصورة وتأطيرها. كما قد يُجمَع الصحفي المشاركون لالتقاطهم ضمن زاوية تُبديهم كثيرين، أو توظيف الصورة الجماعية الافتتاحية أو الختامية لنشاط ما إذا وجدت، لإعطاء انطباع بكثافة المشاركة. وهذا التصرف غير أخلاقي، لكونه لا يعكس الحجم الحقيقي للمشاركة، ويقفز على الواقع ولا يترجمه بأمانة.

### 3. تكييف الصورة فنيا:

يمكن تكييف الصورة فنيا (تقنيا) لتحميلها معاني لا توجد بها أصلا. وفي ذلك إساءة لأخلاقيات الصحافة عبر خرق إحدى ركائزها: الأمانة. ويمكن للتوظيف الرديء أو المُغرض للمؤثرات المتاحة كالإضاءة، والكونتراست، والانزياح اللوني، والعمق أن يغير الانطباع الأصلي الذي تعطيه الصورة: صارم، تسجيلي صرف، حميمي، بهيج، قديم، مثير للحنين، حزين، رومانسي، منفرج...

### 4. مفتاح الصورة:

يمكن لمفتاح الصورة، وهو النص المكتوب المرافق للصورة، والذي يحدد معناها بالضبط (أصل الصورة أنها متعددة المعاني polysémique) أن يُستغلّ لتقويل الصورة ما لا طاقة لها به. وقد يكون هذا مدخلا لخرق أخلاقيات المهنة. فلنتخيل لقطة مُقَرَّبَةً لشخصية عمومية ضاحكة ملء شفيتها مرفقة بالمفتاح التالي "الشاطر من يضحك أخيرا"<sup>94</sup>. وهو ما سيعطي انطباعا بأن الشخص سيؤدي في النهاية ثمن ضحكه الآن. وهو المعنى النقيض لظاهر الصورة وهي مجردة من أي مفتاح.

<sup>94</sup>مقابل للتعبير الفرنسي «Rira bien qui rira le dernier» .

## نشر صور لأشخاص في حالة هشاشة أو ضعف أو لتشخيص موضوع ذي شحنة سلبية

ليس من الأخلاقي نشر صورة خاصة للتدليل على موضوع عام. فمثلا حين يُبثّ إعلان (إشهار) لجهاز قياس نسبة السكر في الدم، مرفق بصورة مكبّرة لرجل مسن ذي تقاسيم متعبة وحزينة ندر الشفقة، وهو ما يوحي بأن الرجل مصاب بداء السكري، فإن الأمر يعتبر انتهاكا صريحا لخصوصية هذا الفرد.

وحتى لو كان الشخص موافقا، فهو لا يعي تأثير ذلك على صورته اجتماعيا، ولذلك يجب على الصحفي تقدير الضرر الذي قد يلحقه من نشر الصورة؛ فأقل تقدير لمخالفات هذا السلوك الصحفي، أن أبناءه سيشفقون لحاله، وقد يتأثرون نفسيا جراء ذلك.

أما إذا لم يكن الشخص موافقا أو نُشرت الصورة دون علمه فالصحفي مجرّم مرتين: أولاً: لأنه قام باستغلال شخص في وضعية هشاشة، للاتجار بصورته، وتسويق مادته بالتركيز على تفاصيل وجهه المتعبة، والتدليل على موضوع عام ذي شحنة سلبية بصورة خاصة، وثانياً: لعدم تقدير الضرر الذي قد يلحق صاحب الصورة نفسيا (الندم على الموافقة مثلا) واجتماعيا (الإساءة للصورة أو المكانة الاجتماعية).

وفي نفس الصد، حين يتم الكلام عن تدهور الأخلاقيات لدى الأحزاب السياسية، لا يمكن إرفاق الموضوع بصور لزعماء أحزاب معينة، وذلك لانتفاء العلاقة بينها وبين الموضوع الصحفي الذي هو - تحديداً - فساد الأخلاقيات الحزبية.

## الحق في الصورة النشر بموافقة أو بدون موافقة؟

يجوز نشر الصور بدون موافقة الأطراف الظاهرة فيها، في حالة العمومية<sup>95</sup>. لكن من حق الشخص ألا تُلتقط له أي صورة حين تكون الأفعال والأعمال موضوع الصورة في دائرة الخاص والحميمي. ويمثل هذا الأمر جوهر بند الحق في الصورة.

والحق في الصورة جزء من حماية الحياة الخاصة. وهو يقوم على فكرة أنه لا يمكن تصوير شخص إلا بإذن صريح منه.

ويمكن لأي شخص أن يعترض على تصويره حتى لو في مكان عام. ولذلك فحماية الصورة ليس أمرا مرتبطا فقط بما يجري في الأماكن الخاصة. ويمكن تصوير الحشود مثلا، لكن لا يجوز تصوير شخص ما داخل هذه الجموع عبر لقطة مقرّبة أو مكبّرة.

وحماية الصورة لا تعني فقط أنه لا يمكن التعرف على وجه الشخص الظاهر في الصورة، وإنما تفيد أنه لا يمكن نشر صورة لشخص ما يمكن التعرف عليه عموما من خلال كافة عناصر الصورة ومكوّناتها مهما كانت.

ولا يجوز نشر الصورة خارج سياق ونطاق ما اتفق عليه الصحفي وصاحب الصورة، وإلا اعتبر التصرف خرقا أخلاقيا<sup>96</sup>.

<sup>95</sup> وتتفرع العمومية إلى ثلاثة أقسام: عمومية الشخص (شخصية عمومية)، عمومية المكان (مكان/فضاء عام)، عمومية الموضوع (موضوع يهم عموم المواطنين).

<sup>96</sup> انظر يوسف ربحي، "حماية الحق في الصورة بين الإطلاعية والنسبية"، الموقع الرقمي هسبريس (منصة إخبارية رقمية مغربية)، 20 ماي 2019.

وتنص المادة 1-2-226 من القانون الجنائي الفرنسي على أنه يعاقب على "نشر صور - دون موافقة الشخص المعني - ذات طابع جنسي تحضّ عليها باتفاق مع (هذا) الشخص المعني". ويتعلق هذا الفصل خاصة بالظاهرة المسماة "الانتقام عبر البورنو" «revenge porn»، وهي ممارسة يتم من خلالها نشر صور أو فيديوهات حميمة على الإنترنت لأشخاص كانوا على ارتباط حميمي مع أشخاص آخرين (زواج أو غيره)، دون موافقة هؤلاء للانتقام منهم، خاصة في حالات الانفصال.

وتنص المادة 1-226 من القانون الجنائي الفرنسي على أنه يُعاقب كل من يسجل وينشر كلام أي شخص في مقام خاص أو سري دون موافقته، أو يلتقط صوراً لشخص في مكان خاص. ولكن حين يتم ذلك على مرأى ومسمع الأشخاص المعنيين، دون أن يعترضوا على التسجيل أو التصوير، وقد كان بإمكانهم القيام بذلك، فإن موافقتهم تعتبر ضمنية.

### الحق في الصورة وحدود الحماية:

إن حق الجمهور في الخبر يجعل التقاط صور للإخبار جائزاً دون موافقة المعنيين. فالتقاط صور لعرس أميري مثلاً، لا يُعدّ مَساً بالحياة الخاصة، واستغلال صور من الأرشيف لشخص ما دون أن يكون لذلك علاقة بمُجريات الأحداث، يقتضي موافقة هذا الأخير. كما أن الحق في الخبر لا يبرّر نشر صور ماسّة بالكرامة الإنسانية للأشخاص الظاهرين في الصور. ويجب ألا تُظهِر هذه الصور مشاهد حاطة من الكرامة أو تحقيرية humiliantes.

وما ينطبق على الأشخاص ينسحب على الأماكن الخاصة. لكن في هذا الحالة على صاحب المكان الخاص إثبات الضرر الذي يلحقه من التقاط ونشر صور للمكان الذي يملكه<sup>97</sup>.

<sup>97</sup> انظر

Patrick Lingibé, «Droit à l'image : quelles sont les règles applicables ?» site électronique Village de la Justice, La communauté des métiers de droit, 2019.

وتتم في القانون المغربي متابعة من ينشر صورا خاصة دون إذن من صاحبها بتهمة القذف، وبغرامة مالية يتراوح قدرها بين 10 آلاف و100 ألف درهم، ناهيك عن التعويض عن الضرر الناتج عن خرق الحياة الخاصة عبر الصورة.

ويرتبط الحق في الصورة ببند أخلاقي آخر وهو الحق في النسيان (انظر محور "احترام الكرامة الإنسانية"، الفصل الثالث من هذا المؤلف) والذي غايته تجنّب الانتقام من شخص أو الإساءة إليه عبر ماضيه المثبت في صورة أو فيديو.

ويجب في مجال الصورة تفادي ما يلي:

- تصوير الصحفي لنفسه مع مشاهير وهم على فراش المرض أو الموت.
- نشر الصحفي لصور متوقّفين، والتي قد لا يكونون راضين عنها قيّد حياتهم.
- الإشهار الذاتي للصحفي بنشر صور له مع مشاهير ولو بإذنه.
- نشر الصحفي لصور مع سياسيين نافذين أو من هم في مراكز القرار من أجل الاستقواء.
- نشر الصحفي لصور البذخ المرتبطة به، كالنشر (المتكرر) لصور السفريات على شبكات التواصل الاجتماعي دون تبرير إعلامي.
- كذب الصحفي على المشاهير الموتى، بنشر صور معهم حين كانوا على قيد الحياة، وادعاء معرفتهم بشكل وثيق أو تقديمهم كأصدقاء مقربين.

## توصيات مهنية أخلاقية خاصة بالسمعي البصري المجلس الأعلى للسمعي البصري بفرنسا (CSA)

أصدر المجلس الأعلى للاتصال السمعي البصري بفرنسا توصيات تتعلق بالمستجدات التي يطرحها التلفزيون، نورد منها هنا:

### • تأطير برامج تلفزيون الواقع:

في سنة 2001، سنّ المجلس الأعلى للسمعي البصري بفرنسا توصية تمنع الإقصاء أو السب أو القذف تجاه المشاركين في برامج تلفزيون الواقع. وتوفير أماكن ليس فيها تسجيل البتة، مع توفير مساحة زمنية للمشاركين كي ينعموا بالراحة فيها، بعيدا عن أعين الكاميرا وأجهزة التسجيل الصوتي. كما نصّ على وجوب أن يُخبر المسؤولون مسبقا المشاركين بعدد الكاميرات المستعملة لغرض البرنامج، وأصنافها ومكانها، وكل ما يمكنه أن يتيح المراقبة بشكل أو بآخر.

### • حَظْر بث فنون القتال المتنوعة (MMA) Mixed martial arts:

منع المجلس في سنة 2005 بث هذا النوع من البرامج القتالية العنيفة على كافة التراب الفرنسي.

### • تمويل برامج من الجماعات الترابية:

أصدر المجلس في 2007 توصية من أجل ضمان الاستقلالية التحريرية، في حالة تمويل الجماعات المحلية المنتخبة برامج سمعية بصرية أو المشاركة في تمويلها.

### • استعمال الكاميرا الخفية:

نصّ المجلس على أن استعمال الكاميرا الخفية يشكّل استثناء، ولا يتم اللجوء إليه إلا في حالة تعدّد الحصول على معلومات ومعطيات دون هذا السبيل، وفقط في الحالات التي تبرّرها المصلحة العامة. كما نصّ على أنه يجب إشعار الجمهور بهذا الاستعمال، مع تجنب الكشف عن هوية الأشخاص والأماكن، إلا في حالات استثنائية، أو في حالة موافقة الأشخاص الذين تم تصويرهم على ذلك.

## V- أخلاقيات المهنة والإعلان (الإشهار)

إن جزءا كبيرا من أخلاقيات الصحافة ينسحب على الإعلان الذي تروّج له وسائل الإعلام. وعلى الصحافة - مبدئيا - أن تهتم بأخلاقيات الإعلان، خاصة أنها تتعايش معه باستمرار، وقد يكون مصدر عيشها الوحيد.

وإضافة إلى ما سبق (محاوّر أخلاقيات الصحافة وبنودها) لا بد لوسائل الإعلام أن تطرح على الإعلانات التي تقدمها الأسئلة الآتية:

- هل يخرق الإعلان - من حيث موضوعه ومضامينه ومعالجته بصريا وسمعيا وكتابيا - أخلاقيات الصحافة؟ وهل في تعامل وسائل الإعلام والمعلنين تواطؤ ما يخدش أخلاقيات المهنة؟

- هل تعطي الصحافة للمعلنين امتيازاً في التغطية؟

## البنود المتعلقة بالإعلان (الإشهار) في قانون الصحافة والنشر المغربي

المادة 62: "حرية الإشهار والدعاية في الصحافة المكتوبة أو الإلكترونية مضمونة".

المادة 63: "علو على مقتضيات هذا القانون، يخضع الإشهار في مجال الصحافة والنشر لمختلف النصوص التشريعية والتنظيمية الجاري بها العمل، ولاسيما:

- القانون رقم 77.03 المتعلق بالاتصال السمعي البصري.
- القانون رقم 31.08 القاضي بتحديد تدابير لحماية المستهلك.
- القانون رقم 91.15 المتعلق بمنع التدخين والإشهار والدعاية للتبغ في بعض الأماكن.
- القانون رقم 2.00 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة كما تم تغييره وتتميمه.
- القانون رقم 09.08 المتعلق بحماية الأشخاص الذاتيين تجاه معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي.
- القانون رقم 104.12 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة".

المادة 64: "مع مراعاة حرية الإبداع، يمنع كل إشهار في الصحافة المكتوبة أو الإلكترونية يتضمن: - تحريضا على الكراهية أو الإرهاب أو جرائم الحرب أو الجرائم ضد الإنسانية أو الإبادة الجماعية أو التعذيب. - إساءة وتحقيرا للأشخاص بسبب الدين أو الجنس أو اللون. - إساءة وتحقيرا للمرأة أو ينطوي على رسالة من طبيعتها تكريس دونية المرأة أو يروج للتمييز بسبب جنسها.

- إساءة وتحقيرا للنشء، أو ينطوي على رسالة من طبيعتها أن تتضمن إساءة لشخص الطفل القاصر أو تتضمن تغريرا به أو مسا به أو ترويجا للتمييز بين الأطفال بسبب الجنس.
- إساءة وتحقيرا للأشخاص في وضعية إعاقة.
- ترويجا للتدخين عبر استعمال التبغ أو منتجات التبغ وكذا المشروبات الكحولية في العملية الإشهارية لصالح مؤسسة أو خدمة أو نشاط أو أي منتج آخر من غير التبغ أو المشروبات الكحولية يتضمن إشارة مميزة لهما أو مذكرة بهما بالصورة أو الاسم أو العلامة أو بأي صيغة أخرى.
- استعمالا غير قانوني للمعطيات الشخصية ولأهداف إشهارية“.

المادة 65: ”يمنع الإشهار الكاذب أو التضليلي. يعتبر إشهارا كاذبا أو تضليليا كل إشهار يقدم كتابة أو بالصوت أو بالصورة بطريقة صريحة أو بأي إحياء ضمنى لسلع أو خدمات أو اسم أو علامة أو أنشطة منتج سلع أو مقدم خدمات برامج إذا كان هذا التقديم يتم بطريقة مقصودة وذلك لهدف إشهاري غير معلن عنه ومن شأنه أن يوقع الجمهور في الغلط حول طبيعة العرض ويعتبر التقديم مقصودا إذا كان بمقابل مالي أو غيره“.

المادة 66: ”يخضع النشاط الإشهاري لعلاقات تعاقدية حرة بين مهنيي القطاع والمعلنين وأصحاب المطبوع الدوري أو الصحيفة الإلكترونية“.

المادة 67: ”يمكن لوكالات الاستشارة في الإشهار والتواصل والاتصال أن تقوم بشراء المساحة والحيز بتفويض من المعلن، باسمه ولحسابه الذاتي، وبموجب علاقة تعاقدية حرة“.

المادة 68: "يتم شراء المساحة الإشهارية في الصحافة المكتوبة أو الإلكترونية من خلال فويرة عملية الإشهار بشفاافية وبطريقة مباشرة، بناء على جدول تدرجي للأثمان يحدده ويعلن عنه كل ناشر".

المادة 69: "يحدد كل مطبوع دوري أو صحيفة إلكترونية في بداية كل سنة ميلادية تعريفاً إشهاراته وينشرها على الأقل مرة واحدة في السنة وأن تبلغ هذه التعريفات إلى من يعنيه الأمر، وله أن يعدلها بشرط نشر التعديل. ويمنع استعمال تعريفات تخالف تلك التي تم نشرها وكل مقال يحرر قصد الإشهار. يجب أن تسبقه عبارة (إشهار)".

المادة 70: "يُعاقب بغرامة من 5000 إلى 20.000 درهم عن كل إخلال بالمقتضيات الواردة في المواد 63 و64 و65 أعلاه".

## الفصل الخامس



# صناعة القرار الأخلاقي

أ- مناهج صناعة القرار الأخلاقي

ب- صناعة القرار الأخلاقي في غرف الأخبار

ج- خطوات صناعة القرار الأخلاقي

د- تدبير تناقض القيم في صناعة القرار الأخلاقي

## 1- مناهج صناعة القرار الأخلاقي:

إن تبني القرارات الأخلاقية ليس سهلاً إزاء كل الحالات التي تغطي فيها الصحافة الوقائع والأحداث. ويورد د. رشورتكيدر من معهد الأخلاقيات العالمية في كتابه "قِيمُ مشتركة لعالم متأزم" ثلاثة مناهج لصناعة القرار الأخلاقي، يتم التعامل معها، بتفاوت، داخل هيئات التحرير عبر العالم:

### 1- المنهج النفعي:

ويتم على أساس حساب الربح والخسارة بالنسبة لأكبر عدد من أفراد المجتمع ومجموعاته ومؤسساته.

فمثلاً في حالة انتحار شابة، يتم طرح سؤال جدوى الإخبار عن ذلك، وفي صالح من يكون نشر الخبر، مع أخذ حماية هوية الشابة المنتحرة بعين الاعتبار.

### 2- منهج القرارات المؤسّسة على قواعد (المنهج القاعدي):

ويتم فيه الاستناد إلى القاعدة الأخلاقية المسطرة مُسبقاً، وليس إلى العواقب (كما في المنهج النفعي). ويتطابق هذا المنهج مع تصور كانط من حيث إن الأخلاقيات المنطقية أو المسلّم بها deontological لا تركز على عواقب وإنما على الـ Deon ، وهي كلمة يونانية تعني الواجب.

ويعطي د. كيدر الحالة التالية مبرزا من خلالها كيف يتم التعامل بالمنهجين النفعي والقاعدي:

هناك صحفي لديه موعد مع مصدر من أجل قصة خبرية، أراد ركن سيارته لكنه لم يجد إلا مكان شخص آخر له الأولوية في ركن سيارته، باعتبار ما يمنحه له السبق في القدوم للمكان من حق.

- وفق المنهج النفعي: نعم يمكن للصحفي ركن سيارته ولو على حساب حقّ الشخص ذي الأولوية لأنّ القصة التي سيكتبها تهّم المواطنين عامة.

- في المنهج القاعدي: لا يمكن للصحفي انتهاك حق الشخص الذي سبقه في ركن سيارته قبله؛ لأنّ سيبرهن هي المعيار الثابت.

### 3- منهج القاعدة الذهبية أو المعكوسة:

يقوم هذا المنهج على قاعدة أنه يجب أن تَفْعَلَ بالآخرين ما تحبّ أن يفعلوا بك. وهو مبدأ موجود في الديانات السماوية، وينبني على القيم الإنسانية أكثر من معيار النفعية.

وفي حالة انتحار الشابة المشار إليها أعلاه، فإن أتباع القاعدة الذهبية سيبرهنون على أن مراعاة الصدمة العاطفية لعائلة الشابة التي أقدمت على وضع حد لحياتها أمر حاسم في تبني قرار عدم النشر.

## II - صناعة القرار الأخلاقي في غرف الأخبار

الإشكال الأساس في صناعة القرار الأخلاقي يتمثل في كيفية الوصول إلى قرار جيّد وبسرعة، تجنّباً لأيّ أثر سلبي على السقف الزمني المرصود لإنجاز العمل الصحفي.

وهناك صيغتان هرّميّتان داخل المؤسسات الصحفية مرتبطتان بصناعة القرار الأخلاقي:

- صيغة "مِنَ القمة إلى القاعدة":  
هنا مدير النشر أو رئيس التحرير هو من يضع القواعد الأخلاقية. وفي

هذا الصنف من الهَرَمِيَّة قد لا يحترم الصحفيون في المستويات الأدنى الأخلاقيات؛ لأنهم غير متشبعين بها على مستوى التصور ولم يشاركوا في وضعها. وهو ما يُطْرَح - مثلا - على الصحفيين المصوّرين الذين قد لا تكون لديهم ثقافة كافية لأخلاقيات التصوير.

- صيغة "من القاعدة إلى القمة":

هنا يتصرّف الصحفيون من باب المسؤولية الأخلاقية الشخصية، لكونهم منخرطين في التمثل المبدئي للأخلاقيات. وهذا هو الوجه الأمثل للهَرَمِيَّة الأخلاقية.

### III- خطوات صناعة القرار الأخلاقي

هناك خطوات لا بد منها من أجل قرار أخلاقي جيد نابع عن يقظة أخلاقية تترجم المسؤولية الأخلاقية للصحفي، يمكن إجمالها في الآتي:

1- استشارة الزملاء الصحفيين، ومسؤولي التحرير بالمؤسسة الصحفية، وتجنب التصرف بشكل انفرادي.

2- تحديد المشكلة الأخلاقية أو المشاكل الأخلاقية المرتبطة بالموضوع الصحفي بالضبط: أحيانا تكون هناك أكثر من مشكلة أخلاقية بالنسبة للمواضيع الصحفية يجب رصدها، وترتيبها وفق حجم الآثار التي قد تنتج عنها. وقد يكون هناك تعارض بين المبادئ الأخلاقية (انظر "تدبير تناقض القيم في صناعة القرار الأخلاقي" في هذا الفصل)، مما يستدعي فكّه (التعارض) بالنظر إلى المصلحة العامة.

3- تحديد قاعدة الحُكم الأخلاقي: الصواب مقابل الخطأ أم الصواب

مقابل الصواب؟ ففي الحالة الأولى، يكون القرار الأخلاقي نافيا للوضعية الأخلاقية المطروحة التي يتم الانطلاق منها، أما في الحالة الثانية، فإنه يتم تحسين الأداء الأخلاقي باعتبار أن القرار الأخلاقي المطروح هو أصلا صائب.

4- اعتماد المعايير الأخلاقية الخاصة بالمؤسسة الصحفية التي يشتغل فيها الصحفي: تكون هذه المعايير - في الغالب - أكثر دقة من المبادئ المسطرة في الموثائق العامة، كما أنها تتميز بقابليتها للتطبيق أكثر. فمثلا قد تنص الموثائق العامة على الاهتمام بالأشخاص العاديين إلى جانب صانعي الأخبار من الشخصيات البارزة داخل المجتمع، لكن الموثائق الخاصة قد تضيف أن الاهتمام بهم لا يعني كشف هوياتهم دون تحفظ أخلاقي، وهو ما يستدعي عدم التشهير بهم أو تعريضهم للوصم الاجتماعي في حالات معينة مثل الاغتصاب (خاصة في بعض المجتمعات).

كما أن حالات التنافي المسطرة في الموثائق العامة قد تستثني في الموثائق الخاصة انخراط الصحفي في أعمال خيرية غير ربحية، أو أن يكون رئيسا لجمعية من جمعيات المجتمع المدني. ويمكن للموثائق الخاصة أن تشير إلى حالات معينة تخوّل للصحفي أن تكون له وظائف أخرى داخل المجتمع، خارج ممارسة مهنة الصحافة.

5- الموازنة بين الأهداف الربحية المشروعة والحفاظ على صداقية المؤسسة الصحفية، وجودة مادتها: فلا يجب مثلا الاهتمام بالسبق الصحفي على حساب جودة المادة الصحفية، أو تجاوز ملامسة مصدر ثان تحت مبرر ضيق الوقت، أو تبني السرعة والترفيه والمنافسة الإعلامية وطرق اجتذاب المعليين والاقتضاب المخل بالمعنى الكامل... دون اعتبار للضوابط المهنية والأخلاقية.

6- إعطاء الأشخاص موضوعَ الجدل/القرار الأخلاقي - خاصةً الذين يوجدون في موقع النقد أو الاتهام - فرصةً التعبير عن أنفسهم. بما يعني أنه حتى في الحالات التي يكون فيها الصحفي متيقنا من ضلوع مصدر ما في شطط أو خلل ما، يتوجب عليه إعطاء هذا المصدر فرصة الرد والدفاع عن نفسه.

7- البحث عن بدائل لصياغة المادة الصحفية: ويمكن لهذه البدائل تجنب الصحفي الوقوع في الخروقات الأخلاقية؛ إذ هناك دائماً فرصة لتقديم المادة الصحفية بشكل مغاير لا يخلّ بالمبادئ المهنية الأخلاقية.

8- تبني قرار إما بتأجيل النشر واستغلال الفرصة لجعل المادة الصحفية أكثر أماناً وتقليل الآثار الضارة التي قد تنجم عن إخراج المادة، أو بعدم النشر.

9- تبرير وتوضيح القرار الأخلاقي للجمهور: تستدعي بعض الحالات توضيح مسوّغات النشر وتبرير الخيار الأخلاقي المتخذ، من أجل صون مصداقية الصحافة، وإسناد تعاملها مع المجتمع من منظور المصلحة العامة.

10- تحذير الجمهور من الاطلاع على مادة صحفية منشورة شديدة الحساسية. ويعتبر التنبيه لذلك واجباً أخلاقياً.

## IV-تدبير تناقض القيم في صناعة القرار الأخلاقي

تكنم - أحيانا - صعوبة الحسم في مجال أخلاقيات الصحافة في تناقض القيم والمبادئ التي يمكن الاحتكام إليها.

هنا بعض الأمثلة:

الفرد مقابل الجماعة: فالمصلحة العامة لا تُلغى المصلحة الخاصة. وحقوق الفرد لا تتعارض مع حقوق الجماعة. ولذلك تصبح الموازنة بين الحقوق الفردية والحقوق الجماعية أمرا لا محيد عنه.

فمثلا هل يمكن في موضوع حول السحر والشعوذة مباغته الصحفي زبائن السَّحرة والمشعوذين والتقاط صور أو تصوير فيديوهات لهم/لهن، ونشرها كقريئة داخل مادة إعلامية حول هذا الموضوع؟ وهل يجوز هنا أن نضحّي بأفراد من أجل المصلحة العامة؟ إن الأخلاقيات تفرض في هذه الحالة الإحتكام إلى السياق، وتمثّل الآثار المحتملة على الأشخاص المتورطين وأسْرهم، والانتباه للوصم الاجتماعي الذي قد يطولهم، إلخ. ناهيك عن التشهير الإعلامي الذي سيمارس عليهم في حالة النشر والذي لا شك سيجد امتدادا له على الشبكة العنكبوتية، هذا طبعاً خارج العقوبات الجنائية التي تنتظرهم إذا كان قرار المؤسسة الصحفية هو نشر الصور أو الفيديوهات التي تشهد على ضلوعهم في أعمال السحر والشعوذة.

المصلحة الخاصة مقابل المصلحة العامة: إن المصلحة الخاصة قد تتعارض مع المصلحة العامة، وقد ينحو القرار الأخلاقي منحى يُسند المصلحة الخاصة؛ لأن المصلحة العامة لا تكون متضررة في هذه الحالة، أو تتم التضحية بالمصلحة الخاصة لصون المصلحة العامة.

الحقيقة مقابل الخصوصية: إذا كان البحث عن الحقيقة ونشرها مبدأ تتبناه كل ميثاق أخلاقيات الصحافة عبر العالم، فإنه لا يتم تفعيله في ما يرتبط بالحياة الخاصة؛ لأن ما يتعلّق بالحياة الخاصة غير قابل للنشر، إلا في حالات معيّنة واستثنائية مبرّرة.

الحقيقة مقابل تجنب نشر البلبلة: على الحقيقة ألا تساهم في نشر البلبلة والخوف واليأس. ولذلك إذا لم يصاحب نشر بعض الحقائق مواد إعلامية مُطمئنة لأنها تحمل قوة اقتراحية إيجابية تسهّل الوصول إلى الحل، فإن هذا التصرف يعتبر في حد ذاته غير أخلاقي.

حرية المعتقد مقابل الدين: كل ميثاق أخلاقيات الصحافة تنص على أنه يجب ألا يتم التمييز بين الناس على أساس الدين، ويعتبر المسّ بالشعور الديني لدى طائفة دينية معينة غير أخلاقي. ويطرح انتقاد الدين (لا التديّن) إشكالات أخلاقية كبيرة في عالم اليوم، ويمكنه أن يساهم في تقهقر السّلم في العالم. لكن حرية المعتقد *Liberté de culte* قد تُؤوّل في بعض الثقافات على أنها تحدّد للدين الرسمي للبلد، وهذا يجعل سؤال الأخلاقيات إشكاليا على الرغم من أن ميثاق أخلاقيات الصحافة تكرر حرية المعتقد كجزء من الحريات العامة.

تنوع الهوية / الوحدة: التنوع هو في حد ذاته اعتراف بالخصوصية. إلا أنه يُوظّف - في كُنْهِهِ - لإغناء الوحدة والالتفاف حول قيم الديمقراطية التي يجب أن يستفيد منها الجميع. لذلك فالخطابات الصحفية التي لا تعتبر التنوع مدخلا للانسجام الهوياتي الذي يحقق فرص التعبير للجميع، وفقّ تعاقد مجتمعي ديمقراطي وعادل، لا تُفلح صحفيا في تدبير مبدئين (التنوع، الوحدة) قد يبدوان للوهلة الأولى غير منسجمين، بل متنافرين.

حق الجنين في الحياة مقابل حق المرأة في اختيار أن يكون لها أبناء أو

لا: وهنا نُطرح مسألتان متناقضتان: الحق في الحياة الذي يظل مكفولا لكل البشرية، والحق في تدبير أي فرد لحياته بالشكل الذي يراه مناسباً له. وفي الحالة التي تعيننا، يصطدم الحق في حياة الجنين بحق المرأة في الإجهاض، باعتباره حلّاً في حالة تشوّهات الجنين أو الخوف من العار أو عدم قدرة المرأة على التكفل بهذا الجنين، خاصة في ظل تقاعس الدولة أو المجتمع عن ذلك.

طبعاً هنا تتداخل العوامل الدينية والاجتماعية والاقتصادية والنفسية والنفس-اجتماعية لتحديد الموقف أو المواقف تُجاه الموضوع، خاصة أن توجهات القوى الحية بخصوص الإجهاض (والأمر نفسه بالنسبة للإعدام القانوني) داخل المجتمع غير مستقرة، بل متناقضة أحياناً، كما أنها تختلف حسب الدول<sup>98</sup>، بل أحياناً حسب المكوّنات الترايبية للدولة الواحدة<sup>99</sup>.

على الصحفيين إذن أن يدركوا - على مستوى صناعة القرار الأخلاقي - كيف يدبّرون القيم والمبادئ، التي قد تتنافر أو تتعارض أحياناً.

<sup>98</sup> خاصة في حالة صعود الأحزاب اليمينية المتطرفة (بالمفهوم السياسي الغربي nationalist) أو ذات المرجعية الدينية إلى سدة الحكم والتي تتبنى في الغالب موقفاً ضد الإجهاض.

<sup>99</sup> نموذج الولايات المتحدة الأمريكية حيث سجلت سنة 2019 تبني 16 ولاية لقوانين تُحدّ من حرية الإجهاض بالنسبة للمرأة، ليصل بذلك عدد الولايات التي تسير في نفس المنحى إلى 28 من أصل 50 ولاية.

## نموذج لصناعة القرار الأخلاقي الصحفي

نشرت صفاء فيصل - مديرة مكتب BBC في القاهرة - بعد حادث قطار رمسيس بالقاهرة في 27 فبراير 2019 الذي خلف 24 قتيلًا وأكثر من 40 جريحًا، على حسابها على فيسبوك ما يلي:

”عن أخلاقيات الإعلام التي غابت:

دار اليوم نقاش بين غرفة الأخبار في مكتب BBC في القاهرة وزملائنا في المكتب الرئيسي في لندن حول عدد من مقاطع الفيديو التي تمكّن فريق BBC الذي يتابع حادث القاطرة في محطة رمسيس من الحصول عليها حصريًا.

كان رأي الكثيرين - وأنا منهم - أن نُظهر لقطة وقت وقوع الحادث والتي لم يظهر فيها وجه أو جزء من جسد أي ضحية. المهمة الموكلة إلينا في رأيي هي نقل الحقائق دون مواربة، ويمكن أن نقوم بالتعظيم على وجوه الضحايا بحيث لا يمكن التعرف عليهم.

لكن قطاعًا آخر من الزملاء رأى في نشر هذه المقاطع انتهاكًا لحرمة من قَصُّوا نَحْبهم في هذا الحادث الأليم.

تشبث كل فريق برأيه، فقررنا إحالة الموضوع برمته لفريق السياسات التحريرية والذي ينظر في الأمور الخِلافية. عرضنا القضية؛ فأوصى بعدم نشر أي مقطع من مقاطع الفيديو التي تسجّل لحظات وقوع الحادث حتى لا نُؤذي مشاعر ذويهم برؤية مشهد اشتعال النيران. فيتخيلون معاناة أحبائهم في لحظاتهم الأخيرة. جاء فريق التغطية الحيّة يحتاج مجددًا على أن المقاطع سوف تنتشر انتشار النار في الهشيم في كل مواقع التواصل الاجتماعي وعلى شاشات التلفزيون طول الليل.

فكان الجواب نعم نعرف ذلك، ولكن ليس على شاشة BBC. وعلينا الالتزام بأدبيات مهنتها وقواعدنا التحريرية، فهي الأبقى.“

# المراجع المعتمدة

## كتب:

- رون إف سميث، "أخلاقيات الصحافة"، ترجمة محمد حامد درويش، الناشر مؤسسة هنداي سي آي سي، 2017.
- جون ل. هاتلنج، "أخلاقيات الصحافة (مناقشة علمية للقواعد الأخلاقية كما حددتها جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية)"، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار العربية للنشر والتوزيع، نشر النص الأصلي بالإنجليزية سنة 1981.
- د. رشورت آيدر، "قيم مشتركة لعالم متأزم"، معهد الأخلاقيات العالمية، (السنة مجهولة).
- عبد الوهاب الرامي، "دليل الصحفي المهني من أجل مقاربة إيجابية للمرأة في الإعلام"، منظمة البحث عن أرضية مشتركة Search for Common Ground ومعهد التنوع الإعلامي Media Diversity Institute، 2016.
- عبد الوهاب الرامي، "دليل الصحفي المهني، الأجناس الصحفية مفتاح الإعلام المهني، إيسيسكو، 2011.
- عبد الوهاب الرامي، "دليل الصحفي المهني"، الاستطلاع الصحفي، منظمة اليونسكو، والنقابة الوطنية للصحافة، والمعهد العالي للإعلام والاتصال،

• عبد الوهاب الرامي، ”دليل الصحفي المهني: العنوان الصحفي أقصر الطرق إلى القارئ“، ندى كوم، 2006.

• عبد الوهاب الرامي، ”دليل الصحفي المهني لتغطية الانتخابات الجماعية (البلدية)“، المجلس الوطني للصحافة (المغرب)، 2021.

• عبد الوهاب الرامي وآخرون. ”الكتاب الأبيض لتأهيل الصحافة الإلكترونية المغربية، تحديات وتوصيات“، وزارة الاتصال المغرب، أبريل 2013.

• الطيب بلواضح، ”حق الرد والتصحيح في التشريعات الإعلامية والصحفية“، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، 2014

• Le Guide Pratique de l’Autorégulation des Médias, Organisation pour la Sécurité et la Coopération en Europe (OSCE), Vienne 2008.

• Sylvie Arsever, La déontologie journalistique, publication du Centre de Formation au journalisme et aux Médias (CFJM) (Suisse).

• Strentz (Herbert), De source bien informée... l’enquête journalistique, Nouveaux Horizons, 1978.

## نصوص مواثيق أخلاقيات دولية ووطنية وخاصة بالمؤسسات الصحفية:

مواثيق دولية:

• إعلان ميونيخ لواجبات وحقوق الصحفيين (1971).

• ميثاق شرف الاتحاد الدولي للصحفيين المتبنى في 12 يونيو 2019 بتونس والذي يكمل إعلان المبادئ الصادر عن نفس الفيدرالية والمعروف بـ "إعلان بوردو" (1954)، والذي تم تعديله سنة 1986.

• قرار المجلس الأوروبي حول أخلاقيات الصحافة (1993).

• الميثاق العالمي لأخلاقيات الصحفيين Charte mondiale d'éthique des journalistes (2019).

• نداء لاكولين لحرية من أجل حرية الصحافة L'appel de la Colline pour la liberté de la presse، 2008.

• الميثاق الوطني لأخلاقيات الوسيط Code National de Déontologie du Médiateur الصادر عن "تجمع منظمات الوساطة" بأوروبا le Rassemblement des Organisations de la Médiation (R.O.M.) المنشأ سنة 2009.

• "مدونة السلوك الأوروبية للوسطاء" Code de Conduite Européen pour les Médiateurs، 2004.

• "كراريس الأخلاقيات، ميثاق أخلاقيات الصحافة"، المتبنى في 16 أكتوبر 2013 من مجلس الأخلاقيات الصحفية (المنشأ سنة 2009 من طرف وسائل إعلام فرنسية وبلجيكية جرمانية). Lescarnets de la déontologie, Code de déontologie journalistique adopté par le Conseil de Déontologie Journalistique le 16 octobre 2013.

**موثيق وطنية:**

• ميثاق أخلاقيات رابطة المحررين في ولاية كانساس الأمريكية لسنة 1910.

• ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة بالسويد سنة 1918.

• ميثاق أخلاقيات الصحافة البلجيكي لسنة 2013.

• الميثاق الجديد العملي لسنة 2016 (le nouveau Code de pratique de 2016)، بريطانيا.

• ميثاق الواجبات المهنية للصحفيين الفرنسيين -Charte des devoirs professionnels. تم إصداره سنة 2018 من طرف النقابة الوطنية للصحافة بفرنسا، ومراجعته سنة 1938، و2011، حيث تم تغيير اسمه من "ميثاق الواجبات المهنية للصحفيين الفرنسيين" La Charte des "devoirs professionnels des journalistes français" إلى "ميثاق الأخلاقيات المهنية للصحفيين" Charte d'éthique professionnelle des journalistes.

• "ميثاق جودة الأخبار" الذي صدر بفرنسا سنة 2008، "Qualité de l'Information" الذي أعده ممثلو هيئات عديدة فاعلة في مجال الصحافة كالنقابات والجمعيات المهنية وشركات الصحفيين، والجمعيات والأساتذة الباحثين ومؤسسات التكوين الصحفي.

• الميثاق الأخلاقي لجمعية الصحفيين المحترفين بأمريكا (1926).

• مدونة قواعد سلوك الصحفيين البريطانيين (1938).

• ميثاق الهيئة الوطنية المستقلة لأخلاقيات الصحافة وحرية التعبير

بالمغرب، الصادر سنة 2002.

• ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة (الصادر سنة 2019 عن المجلس الوطني للصحافة بالمغرب).

• القانون رقم 13.88 88.13 المتعلق بالصحافة والنشر (المغرب).

• القانون رقم 77.03 المتعلق بالاتصال السمعي البصري (المغرب).

• القانون الفرنسي 86-1067 الخاص بالسمعي البصري، سبتمبر 1986.

• ميثاق واجبات الصحفي *Charte des devoirs du journaliste* الصادر سنة عن النقابة الوطنية للصحافة بفرنسا، والمراجع سنة 1938.

• ميثاق الجمعية الأمريكية *Sigma Delta Phi*.

• ميثاق سلوك الاتحاد الوطني لصحفيي بريطانيا *Code de conduite de l'Union nationale des journalistes de Grande-Bretagne*.

• قانون الإذاعة والتلفزيون بسويسرا.

• تقرير موجه لوزيرة الثقافة والاتصال، تصورات ومقترحات حول أخلاقيات الإعلام. جون ماري شارون، 8 يوليو 1999. *Rapport à madame la ministre de la Culture et de la Communication réflexions et propositions sur ladéontologie de l'information. Jean-marie Charon 8 juillet 1999*.

• ميثاق آداب وأخلاقيات المجلس الأعلى للصحافة برواندا.

## موثيق خاصة بالمؤسسات الصحفية:

- ميثاق أخلاقيات الصحيفة الرقمية الفرنسية ميديا بارت.
- ميثاق المشاركة في ميديا بارت - Me- participation à Charte de diapart
- ميثاق الوساطة والمشاركة، ميديا بارت La charte de modération et de participation à Mediapart
- ميثاق آداب وأخلاقيات مجموعة لوموند، 2010.
- ميثاق فضاء مساهمات قراء لوموند La charte de l'espace des «contributions du Monde».
- ميثاق السلوك وأخلاقيات المهنة، وكالة المغرب العربي للأنباء، 2012.
- دليل صحفي وكالة المغرب العربي للأنباء Guide du journaliste de la l'Agence Marocaine de Presse, 2015
- الميثاق التحريري للإذاعة التونسية في التعاطي مع الإرهاب، موقع الإذاعة التونسية.
- دليل البي بي سي للأخبار.
- دليل رويترز، 2001.



AJMInstitute



+974 44897666

institute@aljazeera.net

<http://institute.aljazeera.net/ar>