

الدور النقابي في تفعيل منظومة رقابية خاصة بالمخالفات المتعلقة بالأخلاقيات الإعلامية أ/ حاتم عبد القادر*

مقدمة:

طرق موضوع المؤتمر الخامس لكلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات بابا في منتهى الأهمية، لما يمثله من خطورة على حاضر ومستقبل الإعلام بسبب الممارسات السلبية التي ينتهجها الكثير من الصحفيين والإعلاميين، ما أدى إلى ظواهر إعلامية لم تكن مألوفة في أي عصر مضى. حيث لم يعد هناك حديثا للناس ومجتمعاتهم المختلفة إلا عن التدني الحاصل في مستوى الموضوعات التي يقدمها الإعلام، كذلك تدني مستوى الخطاب الإعلامي الذي يتعمده بعض الإعلاميين، ولا تستوقفهم في ذلك مؤسساتهم، أو تحثهم على اتباع الأصول المهنية عند الممارسة، كذلك النقابات المعنية بالعمل الصحفي والإعلامي والتي نرى تراجع دورها الرقابي في متابعة الصحفيين والإعلاميين لرصد مخالفاتهم المتعلقة بالجوانب المهنية والأخلاقية لتوقيع الجزاء المناسب.

وللأسف، لفت الانتباه أن النقابات المهنية نأت بنفسها عن الدخول في صراعات مع المؤسسات الإعلامية، بقصد أو بدون قصد، فلم تدرك دورها المنوط بمتابعة العملية الإعلامية ورقابتها في عدد من التجاوزات والمخالفات التي يقوم بها بعض الإعلاميين وتنفيذ العقوبات الخاصة بتلك المخالفات، وخصوصا المخالفات المتعلقة بالنواحي الأخلاقية على المستوى المهني والمجتمعي، بالرغم من وجود تشريعات وقوانين رادعة لتلك المخالفات، علاوة على وجود «ميثاق الشرف الصحفي» الصادر عن نقابة الصحفيين و«ميثاق الشرف الإعلامي» الصادر عن نقابة الإعلاميين. وفي الحقيقة، فإن موضوع المؤتمر «دور الإعلام والفن في بناء الوعي والارتقاء بالذوق العام»، وما تفرع عنه من محاور رئيسية وفرعية لمناقشة الأدوار المنوطة في الوصول إلى غاية المؤتمر وتحقيق أهدافه، جعل من الواجب علينا أن نتعرض لتعريف ثلاثة مصطلحات رئيسة أراها هي أركان هذا المؤتمر والورقة معا، والمصطلحات هي: «الوعي»، و«الذوق العام»، و«الأخلاق».

ويجب التنبيه على أن مقدم الورقة قد اعتمد في كتابته على ملخص من الخبرة المتراكمة طوال مسيرته الصحفية والتي تجاوزت عشرون عاما، وما واجهه خلالها العديد من النماذج المختلفة من أرباب المهنة والمصادر والمتلقي، وهو ما يعكس تقديم صورة حية من داخل الوسط والمجتمع كتطبيق عملي للتوصيف الأكاديمي.

ولأننا نعاني معاناة كبيرة من إشكالية ضبط المصطلح في الكثير من مجالاتنا العلمية والعملية، فقد رأينا توضيح مفهوم المصطلحات الثلاثة لنبنى عليها ما تناوله ورقة العمل. وفيما يلي نعرض للتعريف اللغوي والاصطلاحي لكل مصطلح كتمهيد وأساس لموضوع الورقة.

* رئيس تحرير جريدة العربي الإفريقي

أولاً، «الوعي»:

الوعي في اللغة:

الوعي كلمة تدلُّ على ضمِّ شيء. وفي قواميس اللغة العربية وَعَيْتُ الْعِلْمَ أَعْيَهُ وَعَيْاً، ووعَى الشيء والحديث يَعِيهِ وَعَيْاً وَأَوْعَاه: حَفِظَهُ وَقَهَمَهُ وَقَبَلَهُ، فهو واعٍ، وفلان أَوْعَى من فلان أَي أَحْفَظُ وَأَفْهَمُ. والوعي موضوع ما يتضمن معرفته والتفاعل سلبياً أو ايجاباً معه بحسب هذه المعرفة. وبالمحصلة فإن الوعي: هو ما يُكون لدى الإنسان من أفكار ووجهات نظر ومفاهيم عن الحياة والطبيعة من حوله. (المصدر: موقع إسلام أون لاين، تقرير «ما هو الوعي، الكاتب: نور الدين قلالة).

الوعي في الاصطلاح:

يعرّف الوعي عن مدى إدراك الإنسان للأشياء والعلم بها، بحيث يكون في وضع اتّصال مباشر مع كل الأحداث التي تدور حوله، من خلال حواسه الخمس، فيبصرها، ويسمعها، ويتحدّث بها وإليها، ويشمّ رائحتها، ويفكر بأسبابها. أي أنّه يمثل علاقة الكيان الشخصي والعقلي بمحيطه وبيئته، ويضمّ مجموعة الأفكار، والمعلومات، والحقائق، والأرقام، والآراء، ووجهات النظر، والمصطلحات، والمفاهيم ذات العلاقة بكل ما هو ماديّ وكذلك معنويّ، كما وتندرج مصطلحات المنطق والإدراك الذاتي والعقلاني والحسيّ والحكمة تحت مسمّى الوعي، ويؤمن المفكر ماركس صاحب الفكر الاشتراكي أن الوعي عبارة عن بناء فوقي تدريجي تندرج تحته كافة الأنشطة الإنسانية، كما ويرى أنّها لإنسان لا يستطيع العيش معزلاً عنه. (المصدر: الموقع الإلكتروني «موضوع»، «تعريف الوعي»، الكاتبة: رزان صلاح، تاريخ النشر: ٣ يناير ٢٠١٦).

وبعد أن عرضنا معنى «الوعي» في اللغة والاصطلاح، فلا بد أن يكون الصحفي أو الإعلامي على وعي تام بالقضايا التي يقدمها للمجتمع وملما بها إماماً كاملاً، وإلا سيقدم للمتلقي رسالة مشوهة ومنقوصة في كمها ونوعها.

فمثلاً، صحفي في مجال الحوادث يقوم بتغطية حادث ما، ولم ينتقل إلى موقع الحادث أو كان على مقربة منه واكتفى بلقاء شهود عيان وعدد لم يشاهدوا الحادث أصلاً وأخذ منهم روايات متعددة (وقد تكون روايات متضاربة في الغالب)؛ من المؤكد أن ما يكتبه هذا الصحفي سيتسبب في خلق حالة بلبلة لدى الرأي العام في حال كان الحادث ضخماً وله أبعاداً سياسية داخل الدولة، أو كان الحادث ذا طبيعة دولية إذا وقع بين حدود دولتين فيؤثر ما كتبه من معلومات مغلوبة عن الحادث على العلاقات بين الدولتين ربما تصل إلى حد القطيعة الدبلوماسية.

أما الصحفي المتمتع بتحقيق مفهوم الوعي فهو الحريص على تغطية الحادث في موقعه وجمع المعلومات والأرقام من مصادرها الرسمية والفعلية وشهود عيان ثقة، علاوة على ذلك توفر الأمانة والدقة والتوثيق في نقل كل ما يتعلق بالحوادث.

هذا من ناحية «الوعي»، أما من الناحية الأخلاقية (والتي سنتعرض لتعريف مفهومها لاحقاً) فهناك اعتبارات يجب مراعاتها عند تغطية الحادث، فمثلاً تصوير مشاهد تلحق الأذى بنفوس الناس أمر غير مقبول ويرفضه المجتمع، مثل مشاهد الجثث المتهشمة والمقطعة أجزائها، أو تصوير من داخل المستشفيات لحالات حرجة نتيجة التعرض للحادث، فمثل هذه الأمور لا يتقبلها المجتمع لإيذاء مشاعره.

كما لوحظ في الفترة الأخيرة أن هناك تساهلا في نشر صور جسدية عارية وأخرى جنسية متعلقة ببعض الوقائع والحوادث لمشاهير وشخصيات عامة، وخصوصا في المواقع الإلكترونية وبعض القنوات التلفزيونية، كذلك بث وإذاعة بعض الألفاظ النابية التي تخدش حياء المجتمع وتعمد استضافة الأشخاص المعروف عنهم هذا الاتجاه في تلك القنوات الفضائية، مما أثار أزمات متلاحقة وجدال من قبل المجتمع ينتهي برفض تلك التجاوزات.

أيضا، تصوير الأشخاص ونشر صورهم دون موافقتهم، وهنا يجب أن يدرك الصحفي أنه لا يجوز تصوير أي شخص ونشر صورته إلا بعد الحصول على موافقته وفقا للقانون، فتصوير الأشخاص في الأماكن الخاصة دون إذنتهم مجرم قانونا؛ لما يعد انتهاكا للحياة الخاصة.

فبنص الدستور في مواده (٥١، ٥٤، ٥٧، ٦٠) في الباب الثالث الخاص بالحقوق والحريات والواجبات العامة التي أكدت على قدسية الحياة الخاصة للمواطنين واحترامها وأن الدولة متكلفة بتوفير سبل حمايتها واحترامها.

وطبقا للمادة ١٠٢ مكرر من قانون العقوبات فقد جرمت نشر الصور والفيديوهات الخاصة بالغير دون الحصول على إذن، حيث يعد ذلك انتهاكا لحرمة وخصوصية الغير.

ويعاقب كل من انتهك الحياة الخاصة بالسجن لمدة عام طبقا للمادة ٣٠٩ مكرر من قانون العقوبات، ونفس العقوبة لكل من سهل أو أذاع أو شارك في نشر الصور بدون إذن أصحابها. إذن، فالوعي هو أولى درجات مكونات العملية الإدراكية بأبعاد الموضوع أو القضية التي يناقشها أو يقدمها الصحفي أو القائم بالاتصال إلى المجتمع، يستتبعها التحلي بالأخلاقيات المهنية والمجتمعية إرضاء للذوق العام الذي تعارف عليه المجتمع.

وقياسا على ما سبق يلزم تحقق الوعي لدى الصحفيين والإعلاميين في مختلف الأقسام التي يعملون بها، مثل أقسام الأخبار، والتحقيقات، والفن، والشؤون الخارجية، والاقتصاد... إلخ.

كما أن عليهم بتحقيق هذا الوعي أن يضعوا الموضوعات في قوالبها الصحفية الصحيحة، مع مراعاة عوامل الجدية والاهتمام، وتقديم المعالجات الصحفية اللازمة طبقا للمعايير المهنية الموضوعية.

ثانيا، الأخلاق:

الأخلاق في اللغة:

يُعرف الخُلُق في اللغة العربية بالطبع والسجية؛ لأنَّ صاحبها قد قُدِّرَ عليه، وفي مقولة أخرى هي الدِّين والمرءة، قال العلامة ابن فارس:(الخاء واللام والقاف أصلان: أحدهما تقدير الشيء، والآخر ملامسة الشيء).

الأخلاق في الاصطلاح:

الأخلاق في الاصطلاح هي هيئة راسخة في النفس، يصدر عنها العديد من الأفعال بشكل سهل وميسر، دون الحاجة للتروي أو التفكير، فمن الممكن أن يصدر عن هذه الهيئة أفعال مذمومة أو محمودة.

(المصدر: الموقع الإلكتروني «موضوع»، تعريف الأخلاق، الكاتبة: سناء الدويكات، تاريخ النشر: ٢٦ أغسطس ٢٠٢١).

ومن تعريف الأخلاق، لغة واصطلاحا، يتضح أن لكل إنسان أخلاقه التي تميزه عن غيره، فهناك من هو حسن الخلق

باتباعه تصرفات وسلوكيات جميلة يرتضيها المجتمع وكذلك مجتمع عمله، والعكس حين ينتهج الإنسان سلوكيات منفرة فهو سئ الخلق بارتكابه تصرفات يرفضها المجتمع ومجتمع عمله أيضا.

والأخلاق لها أنواعا عديدة، فهناك أخلاق ذاتية كامنة في غريزة الإنسان يقوم بها دون قصد، وهناك أخلاق نتاج التنشئة الاجتماعية وهي راجعة إلى الأسرة التي نشأ في كنفها الفرد، كما أنها أخلاقا مكتسبة يكتسبها الإنسان من خلال معاملاته الحياتية، ومن خبراته المتراكمة، وكذلك من مجال عمله.

وهنا فكل صحفي أو إعلامي عليه الالتزام بمجموعة من الأخلاقيات عند ممارسة عمله ونقل رسالته إلى المتلقي، ومما سبق وفي تقديري فهذه الأخلاقيات يمكن أن نحددها في ثلاثة محددات رئيسية:

١- أخلاقيات إنسانية:

وهي تلك التي تربي عليها في أسرته، ومن وازع ضميره الشخصي وتكمن في الضمير اليقظ ومراعاة مشاعر من يتم تناولهم صحفيا.

٢- أخلاقيات مهنية:

ويقصد بها تلك الأخلاق التي تضعها الأصول والمعايير المهنية الملزمة لاتباع قواعد التحرير الصحفي في مختلف أنواعه وأقسامه، ونوجزها فيما يلي:

- الالتزام بالجرد والحياد في طرح الموضوعات وعند وضعها في القوالب الصحفية المناسبة.
- ألا تطغى علاقة الصحفي أو الإعلامي بالمصادر على حساب الرسالة الإعلامية.
- الالتزام بتوثيق الأخبار والبيانات والإحصاءات وكافة المعلومات المتعلقة بالرسالة الإعلامية.
- أن يكون لدى الصحفي أو الإعلامي قدر كبير من الحس الأمني؛ لتحسس بعض الموضوعات التي تمس أمن الدولة والمواطن.
- الالتزام بالقوانين والتشريعات الخاصة بتنظيم مهنتي الصحافة والإعلام، وأن يكون كل من الصحفي والإعلامي على بينة بالعقوبات المقررة حيال ما يصدر عنه من تجاوزات أو مخالفات بسبب ما ينشره من موضوعات غير صحيحة أو تثير الفتنة أو البلبلة في صفوف الرأي العام.
- الالتزام بمواثيق الشرف المهنية، ومدونات السلوك، وكتيب تعليمات الكتابة.
- على الصحفي أو الإعلامي تغليب المصلحة العامة على المصلحة الخاصة، وأن تكون مصلحة الوطن فوق كل اعتبار والاختيار الأوحى بين كل المصالح.

٣- أخلاقيات مجتمعية:

وهي مجموع الأخلاقيات التي يتعارف عليها المجتمع من تصرفات وسلوك عام منضبط، وما اتفق عليه من اعتماد كلمات ومترادفات وأفعال لا تخرج عن نطاق «الذوق العام».

ثالثاً، الذوق العام:

الذوق في اللغة:

الذوق في اللغة: مصدر ذاق الشيء يذوقه ذوقاً وذواقاً ومذاقاً، فالذواق والمذاق يكونان مصدرين ويكونان طعماً. وجاء في معجم اللغة العربية: ذوق [مفرد]: جمع أذواق (لغير المصدر): فهو: مصدر ذاق، وهو: آداب السلوك التي تقتضي معرفة ما هو لائق أو مناسب في موقف اجتماعي معين، وقليل الذوق: خشن المعاملة، والذوق العام: مجموعة تجارب الإنسان التي يُفسر على ضوءها ما يُحسّه أو يُدركه من الأشياء.

وجاء في المعجم الوسيط: (الذوق) الحاسة التي تميز بها خواص الأجسام الطعمية بوساطة الجهاز الحسي في الفم ومركزه اللسان، و(في الأدب والفن) الذوق: حاسة معنوية يصدر عنها انبساط النفس أو انقباضها لدى النظر في أثر من آثار العاطفة أو الفكر ويقال هو حسن الذوق للشعر.

وقيل: الذوق: الطبع والخلق الحميد، وهو حاسة معنوية للتمييز بين ما يسر النفس وتتقبله، وبين ما يؤدي إلى انقباض النفس واشمئزازها.

الذوق العام في الاصطلاح:

أما في الاصطلاح: فقد تعددت آراء العلماء والباحثين في تعريف الذوق حيث اشتمل على عدة معاني في اللغة أو الأدب، ومن أهم هذه التعريفات مايلي:

الذوق: اختيار ما يتوافق مع طباع الآخرين دون المساس بالقيم الأخلاقية الثابتة، ويعبر عنها بالذوق الرفيع والخلق السامي.

وقيل هو: فن السلوك المهذب، والتصرف الراقي، ولا يكون متحلياً بهذه الصفة إلا إذا كان نابعا من أعماق النفس البشرية دون أدنى تكلف، أو تصنع، وهو في نفس الوقت يتفق مع مبادئ الدين، والعادات، والتقاليد السائدة في المجتمع.

كما عرف أيضا بأنه: فن السلوك الجميل، والتصرف المقبول اجتماعيا، والذي يراعي العادات، والتقاليد، والقيم الاجتماعية، وينبع أساس من نفس مؤمنة بالله، ومحافظة على القيم الدينية.

وتوسع البعض في تعريفه فأدخل فيه مجالات عدة فقال: الذوق: يعني اللباقة، والأناقة، والتهذيب، ويتجلى ذلك في طريقة التحدث وفي أسلوب التصرف، وفي حسن اختيار اللباس، والأثاث، وفي انتقاء الأصدقاء، وفي نجاح العلاقات.

كما عرف الذوق أيضا: بأنه تلك الحاسة المعنوية الشفافة التي تدعو صاحبها إلى مراعاة مشاعر الآخرين، وأحوالهم، وظروفهم، وهو أدبيات التعامل مع الناس، والفن الجميل في العلاقة مع الآخرين.

وقيل هو: «هو الحاسة المعنوية الشفافة التي تدعو صاحبها إلى مراعاة مشاعر الآخرين، وأحوالهم، وظروفهم، وهو أدبيات التعامل مع الناس، وهو الفن الجميل في العلاقة مع الآخرين».

وعرفته لائحة الذوق العام السعودية الذوق العام بأنه: «مجموعة السلوكيات والآداب التي تعبر عن قيم المجتمع ومبادئه وهويته. (المصدر: بحث بعنوان «حماية الذوق العام بين المقصد الشرعي والنظام الجنائي.. دراسة تطبيقية على لائحة الذوق العام السعودية»، ص ٣١٦٣، ٣١٦٤، د. أحمد أحمد صالح الطويلي، جامعة نجران، المملكة العربية السعودية).

بعد انتقاء أسهل التعريفات التي تعرضت لمفهوم «الذوق العام» تبين أن تعريف لائحة الذوق العام السعودية أوجزت المفهوم وبصورة بسيطة في أنه «مجموعة السلوكيات والآداب التي تعبر عن قيم المجتمع ومبادئه وهويته». ومن هنا فإن كل صحفي أو إعلامي بما يتمتع به من «وعي» والتزامه بـ«الأخلاقيات» بكافة صورها من الضروري أن يصل في ممارسته المهنية إلى «الذوق العام» الذي يرتضيه المجتمع، والحفاظ عليه، باعتباره ثابتاً من ثوابت المهنة وأحد أهم روافد أصولها.

التشريعات المتعلقة بحقوق وواجبات الصحفيين

التشريعات الصادرة لتنظيم مهنتي الصحافة والإعلام كما وضعت عقوبات للمخالفين أثناء ممارستهم المهنة (عن طريق العمد أو الخطأ) راعت في ذات الوقت إعطاء كلا من الصحفي والإعلامي حقوقاً أكسبته حصانة تحميه أثناء مهام عمله؛ ولذلك يجب على كل صحفي وإعلامي أن يكون على علم ودراية كاملة بتلك القوانين لسببين رئيسيين هما:

أولاً: أن يكون على بيئة ووعي بما ينبغي أن يقوم به أثناء عمله، عالماً بما هو مسموح وما هو محظور، وأن يكون قدوة للآخرين، فمن العيب لأي مهني أن يجهل أصول مهنته.

ثانياً: ألا يقع تحت طائلة القانون وضبطه لارتكابه مخالفة تعاقب عليها التشريعات المتعلقة بمهنتي الصحافة والإعلام. فقد أقر القانون باستقلالية الصحفيين والإعلاميين في أداء عملهم، وأن لا سلطان عليهم سوى القانون، وأن الرأي أو المعلومات (الصحيحة) الصادرة عن الصحفي لا يمكن أن تكون سبباً في مساءلته، ولا يجوز إجباره على الكشف عن مصادر معلوماته.

كما منح القانون الصحفي أو الإعلامي الحق في الحصول على المعلومات والبيانات والأخبار، ما لم تكن لها طبيعة سرية بموجب القانون، علاوة إلى عدد من المزايا الأخرى بعدم الفصل من العمل إلا بعد إبلاغ النقابة المعنية وتحقيقات جادة، كذلك منح القانون الحق للصحفي أو الإعلامي في حضور المؤتمرات والاجتماعات العامة، وإجراء اللقاءات مع المواطنين، والتصوير في الأماكن العامة غير المحظور تصويرها، كما لا يجوز تفتيش مكتب الصحفي في جرائم النشر إلا في وجود عضو من أعضاء النيابة العامة.

وفيما يتعلق بالواجبات المفروضة على الصحفي أو الإعلامي والتي تدور في فلك موضوع الورقة، وفي حال إخلاله بها يتعرض للعقوبة المنصوص عليها، فنجد أن أبرز المواد المتعلقة بذلك هي:

مادة (١٧):

يلتزم الصحفي أو الإعلامي في أدائه المهني بالمبادئ والقيم التي يتضمنها الدستور، كما يلتزم بأحكام القانون وميثاق الشرف المهني والسياسة التحريرية للصحيفة أو الوسيلة الإعلامية المتعاقد معها، وبآداب المهنة وتقاليدها، بما لا ينتهك حقاً من حقوق المواطنين، أو يمس حرياتهم.

مادة (١٨):

مع عدم الإخلال بالمسئولية القانونية للصحيفة أو للوسيلة الإعلامية أو للموقع الإلكتروني، يُساءل الصحفي أو الإعلامي تأديبياً أمام نقابته إذا أخل بواجباته المنصوص عليها في هذا القانون أو في ميثاق الشرف المهني، وفقاً للأحكام المنصوص عليها في قانون النقابة، وذلك دون الإخلال بحق المؤسسات الصحفية والإعلامية في تطبيق اللوائح المنظمة للمساءلة التأديبية للعاملين بها.

مادة (١٩):

يحظر على الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية أو الموقع الإلكتروني، نشر أو بث أخباراً كاذبة أو ما يدعو أو يحرض على مخالفة القانون أو إلى العنف أو الكراهية، أو ينطوي على تمييز بين المواطنين أو يدعو إلى العنصرية أو التعصب أو يتضمن طعنًا في أعراض الأفراد أو سبًا أو قذفًا لهم أو إمتهانًا للأديان السماوية أو للعقائد الدينية. واستثناء من حكم المادة الأولى من مواد إصدار هذا القانون، يلتزم بأحكام هذه المادة كل موقع إلكتروني شخصي أو مدونة إلكترونية شخصية أو حساب إلكتروني شخصي يبلغ عدد متابعيه خمسة آلاف متابع أو أكثر. ومع عدم الإخلال بالمسئولية القانونية المترتبة على مخالفة أحكام هذه المادة يجب على المجلس الأعلى اتخاذ الإجراء المناسب حيال المخالفة وله في سبيل ذلك، وقف أو حجب الموقع أو المدونة أو الحساب المشار إليه بقرار منه.

مادة (٢٠):

يحظر في أية وسيلة من وسائل النشر أو البث، التعرض للحياة الخاصة للمواطنين أو المشتغلين بالعمل العام، أو ذوى الصفة النيابة العامة، أو المكلفين بخدمة عامة، إلا فيما هو وثيق الصلة بأعمالهم وأن يكون التعرض مستهدفاً للمصلحة العامة.

* ولمزيد من التعرف على مجمل مواد القانون المتعلقة بواجبات وحقوق الصحفيين، وضمانات التحقيق والمحاکمة، مرفق مع ورقة العمل ملحق خاص بتلك القوانين (صورة من الجريدة الرسمية العدد ٣٤ مكرر (هـ) بتاريخ ٢٧ أغسطس سنة ٢٠١٨).

مخالفات متعلقة بالجانب التشريعي والأخلاقي:

في أعقاب سماح الدولة بإنشاء قنوات تليفزيونية فضائية «خاصة» في بدايات الألفية الثالثة، وقد انتشرت تلك القنوات انتشاراً واسعاً، وقد شكلت منافسة هائلة لتليفزيون الدولة الرسمي؛ نظراً لتحررها من القيود والضوابط الموضوعية لتليفزيون الدولة، كذلك الأجور المرتفعة للإعلاميين والفنيين عن أجور تليفزيون الدولة، كما لوحظ وضع سياسات تحريرية تتمتع بقدر كبير من الحرية (طبقاً لمفهوم أصحاب القناة والعاملين فيها)، وتم طرح ومناقشات موضوعات جريئة على المشاهد المصري لم يكن ليراها في تليفزيون الدولة في ذلك الوقت (وإلى الآن)؛ مما تسبب في تحقيق نسب مشاهدة عالية لتلك القنوات وهجرة تليفزيون الدولة المحافظ على طبيعته النمطية ومحتواه المنضبط الذي يراعي الذوق العام للمجتمع وضوابط وأخلاقيات مهنة الإعلام.

* مرفق ملحق رقم (١) من الفصول الثاني والثالث والرابع من الباب الثاني للقانون ١٨٠ لسنة ٢٠١٨.

ومع التوسع في انتشار القنوات التلفزيونية الخاصة انفلت المشهد الإعلامي ولم يعد هناك سقف للموضوعات المطروحة، فقد تبارى الجميع في عرض الموضوعات المتعلقة، ليس فقط في أحداث السياسة الساخنة وقضايا الفساد المالي والإداري في أجهزة الدولة، بل امتد الأمر إلى موضوعات الجنس، والسحر والشعوذة، والعرافيت، والشذوذ الجنسي، وزنا المحارم، والإلحاد، وعبدة الشيطان، والقضايا الدينية المختلف فيها فقهياً.

والمشكلة في خلق الفوضى لم تكن في عرض الموضوعات التي ربما لم يكن المجتمع في حاجة في طرحها من الأساس، ولكن في طريقة عرض الموضوع وضعف فريق الإعداد في وضع محاور النقاش، كذلك استضافة مصادر غير مؤهلة، علاوة على كل ذلك لم يكن الأمر أكثر من عرض موضوعات يتوفر فيها جوانب الإثارة والتشويق وتحقيق أكبر قدر من المشاهدة وصخباً إعلامياً بعد بث تلك النوعية من البرامج، ولزال نفس الأسلوب مستخدماً حتى اليوم.

وعلاوة على ما سبق، ومن ضمن مشاهد فوضى الإعلام الخاص هو ظهور بعض المذيعات بشكل فج في نوعية الملابس (حيث تظهر بعضهن بملاشف كاشفة لبعض أجزاء الجسد)، ووضع منتجات التجميل (الماكياج) بطريقة صاخبة ولا تليق أبداً أن تظهر بها مذيعة على شاشات التلفزيون.

ناهيك عن مستوى خطير من تدني الحوار بين الإعلاميين من مقدمي البرامج ومصادرهم وضيوفهم وأصحاب المداخلات الهاتفية في برامج الهواء. فقد رأينا تعمد المذيع إظهار علاقة الصداقة مع المصدر ويخاطبه مجرداً من لقبه أمام الجمهور وكذلك يفعل المصدر. كما نرى مخاطبة المذيع أو المذيع للضيوف وأصحاب المداخلات الهاتفية بعينات من قبيل: (يا حبيبة قلبي، يا روحي إنتي، يا قمر، يا غسل، قلبي يا ناس، قشطة، صباح الفل يا معلم، روش طحن، الدنيا زبادي خلاط، نضرب فول على العربية، نضرب بيض بالسطرمة... إلخ). فهذه العبارات وإن اعتمدها بعض البيئات في الشارع الشعبي فلا يجب أن تمثل أي مستوى من مستويات الخطاب بين الإعلامي ومصادره وضيوفه.

وفيما يلي تعرض الورقة لعدد من المخالفات الإعلامية والإعلانية:

وقائع إعلامية مخالفة لأصول وأخلاقيات مهنة الإعلام:

مخالفات الإعلامية ريهام سعيد:

وقعت الإعلامية ريهام سعيد في العديد من المخالفات من خلال برنامجها «صبايا الخير» و«صبايا» وقد تعرضت للإيقاف أكثر من مرة بسبب مخالفاتها المهنية والأخلاقية التي ارتكبتها في برنامجها وأدى ذلك إلى حبسها في إحدى المرات.

وفيما يلي نعرض لتلك المخالفات التي أوردتها الموقع الإلكتروني «بوابة الأهرام» بتاريخ ٢٤ أغسطس ٢٠١٩:

السمنة والسيدات البدنية:

ولعل كان آخر تلك المخالفات حديث ريهام سعيد عن مرض السمنة لدى السيدات وتوجيهها كلام تم تفسيره على إهانة لسيدات مصر؛ مما أدى لهجوم هائل ضدها على وسائل التواصل الاجتماعي.

ريهام قالت في حديثها عن السمنة و«الناس التخنان»: «الناس التخينة ميتة، عبء على أهلها وعلى الدولة، الناس التخينة بنشوه المنظر»، وتابعت حديثها: «وأنت ماشية كدة بالإسدال أو العباية أو الجلابية فقدتي كل أنوثتك، فقدتي ضحكتك.. فقدتي كل حاجة».

فتاة المول:

في العام ٢٠١٥، قامت ريهام سعيد بنشر صور ومقاطع فيديو لفتاة تدعى «سمية طارق»، والتي عرفت فيما بعد

ب«فتاة المول»، والتي تعرضت للتحرش والضرب من أحد الشباب في أحد المولات التجارية، وتحولت هذه القضية إلى قضية رأي عام حينما انتشرت صورها على مواقع التواصل الاجتماعي، وما كان من ريهام سعيد إلا أن تنشر هذه الصور ومقاطع الفيديو دون إذن الفتاة وتحديث عنها بطريقة رآها متابعوها أنها لا تليق بحق الفتاة، وطالب الجمهور محاكمتها للتشهير بالفتاة.

ساعتها انتشرت تغريدات تطالب ليس فقط بمحاكمة ريهام سعيد وإنما بوقف برنامجها، والضغط على رعاة البرنامج من أجل وقف تمويله، وهو ما حدث بتوقف البرنامج لعدة حلقات لكنه سرعان ما أعادت شبكة تلفزيون النهار ريهام سعيد لتقديم برنامج صبايا الخير مرة أخرى على النهار One في ٢ مايو ٢٠١٦، ولكن بشروط وهي عدم وجود شركات ممولة لرعاية البرنامج، وأن يُبث البرنامج مسجلاً وليس على الهواء مباشرة.

الخيانة الزوجية:

في عام ٢٠١٧، تجاوزت ريهام سعيد المعايير المهنية والأخلاقية بحسب ما رأت نقابة الإعلاميين وقتها، لاسيما بعد قيامها باستضافتها سيدة متزوجة وعشيقها بما يتنافى مع القيم الأخلاقية والمجتمعية للمجتمع المصري، وهي الحلقة التي تسببت في وقف البرنامج لـ ٣ أشهر.

اللاجئون السوريون:

قدمت ريهام سعيد إحدى حلقاتها من داخل مخيمات اللاجئين السوريين بلبنان، وقامت بتوزيع مساعدات لهم، لكن تعليقها على الوضع الذي يعيشه السوريون هناك تسبب في تدشين نشطاء وإعلاميين مصريين وأجانب، حملة شرسة للمطالبة بإيقافها عن العمل لما تسبب حديثها في جرح مشاعر الأشقاء والإساءة لهم.

«خطف طفلين»:

من بين القضايا التي أثارها ريهام سعيد وتسببت في حبسها قضية «خطف طفلين»، حيث اتهمت بالتحريض على خطف طفلين وبيعهما من أجل تحقيق سبق تليفزيوني وتسليم عصابة تجارة الأطفال للشرطة على الهواء، وهو ما دفع قناة «النهار» إلى إلغاء برنامج «صبايا الخير» بعد حبسها والمنتج الفني ورئيس تحرير برنامجها.

مخالفات الإعلامية أماني الخياط:

قالت الإعلامية أماني الخياط في أحد برامجها إن «المغرب الشقيق بلد يقوم في اقتصاده على الدعارة»، ما أدى إلى رد الإعلام المغربي على المذيعة وتبادل الاتهامات، وحدثت أزمة بين البلدين انتهت بالاستغناء عن أماني الخياط وبرنامجها وإيقافها تماماً.

مخالفات الإعلامي تامر أمين:

سبق للإعلامي تامر أمين أن تعرض بالحديث في برنامجه الذي يقدمه على قناة «النهار» الفضائية لكل من الراقصة سما المصري والراقصة فيفي عبده بالعديد من الانتقادات ورفض مهنتيهما، والحديث عن شخصيهما. أما الأزمة الأكبر فكانت حين تحدث تامر أمين قائلاً أن هناك «نسبة كبيرة في مناطق الريف والصعيد بيخلفوا أولاد وبنات، عشان العيال هم اللي يصرفوا على الأب والأم»، مؤكداً أنه في تلك المناطق حين يبلغ الولد سن ٦ أو ٧ سنوات، يتم إلقاؤه في ورشة لتعلم حرفة ما، معلقاً ويطلع عليه لقب «الواد بليه»، لافتاً إلى أن «الأسطى آخر الشهر يديله

١٠٠٠ جنبه يرميهم في حجر أبوه».

وأثارت تلك الواقعة غضب أهل الصعيد بشكل كبير وصلت إلى تهديده بالقتل ثارا لكرامتهم كما هو معروف عن أهل الصعيد.

مخالفات الصحفي وائل الإبراشي:

الصحفي وائل الإبراشي كان له العديد في الدخول بجرأة في مناقشة قضايا تتمتع بالجدل الفقهي والديني والاجتماعي على غرار ما كان يقدمه في مجلة «روزاليوسف» قبل اتجاهه إلى التلفزيون. ومن أبرز الحلقات التي أثارت الجدل واستياء عدد من المفكرين وعلماء الدين وشريحة كبيرة من المجتمع هي استضافته لبعض الملحدون للحديث عن الدوافع وتداعيات هذا الإلحاد. ومخالفات وائل الإبراشي في هذه النوعية تعد مخالفات مهنية أكثر منها أخلاقية.

مخالفات المذيعتان رانيا محمود ياسين وشيما جمال:

وعلى نفس المنوال كان هناك حلقات لبرامج في قنوات أخرى عن موضوع «الإلحاد» قدمته الممثلة رانيا محمود ياسين على قناة العاصمة، وظهرت موبخة الضيف منتهى العصبية، خارجة عن كافة الأصول والمعايير المهنية. وفي إحدى حلقات برنامج «المشاغبة» على قناة الحدث ظهرت المذيع شيماء جمال بمستوى متدني للغاية وهي تقوم بكيل من السباب والشتم لضيفها مدعي الألوهية، وتقوم بطرده من الاستوديو.

مخالفات الإعلامي شريف عامر:

وقع الإعلامي شريف عامر، مؤخرا، في مخالفة مهنية من جانب وأخلاقية من جانب آخر، وهي استضافته رجل ادعى أنه تزوج لعدد ٣٣ مرة، بهدف أن يكون «محللا» لتلك السيدات اللاتي يقوم بزواجهن حتى تتمكن كل امرأة من العودة إلى طليقها الذي طلقها طلاقا بائنا بينونة كبرى يمنع الرجوع إليه إلا عن طريق محلل. وظهر الرجل وقال أن القناة أعطته مالا لظهوره في القناة ويقول هذا الكلام، ثم أنكره بعد ذلك وادعى أن أحد أصدقاءه اقترح أن يظهر في الإعلام ليقول هذا الكلام لينال الشهرة وتصدر ما يعرف بـ«الترند» على مواقع التواصل الاجتماعي.

مخالفات الإعلامي عمرو أديب:

وصف عمرو أديب في تدوينه له على موقع التواصل الاجتماعي «تويتر» المصريين الذين هاجموا لاعب الكرة محمد صلاح بسبب أدائه في البطولة الأفريقية الأخيرة «بقلة الأصل». ولعمرو أديب العديد من السقطات بسبب جنوحه عن الأداء المهني أثناء برنامجه وأسلوب حديثه مع الضيوف ببرنامجه، وأخر تلك الأزمات حين استضاف السيد جمال أنور السادات، نجل الرئيس الراحل محمد أنور السادات، وأثناء الحديث وجه له عمرو أديب سؤالا مستخدما كلمة «أمك»، وهي ما يستهجنها المجتمع المصري (في لهجته العامية) ويعتبرها من باب عدم اللياقة والإهانة للشخص الموجه له الكلام، واشتعلت وسائل التواصل الاجتماعي مهاجمين عمرو أديب، خصوصا وأن الحديث باللهجة العامية، فلو كانت الكلمة موضوعة في سياق لغوي فصيح، ما كانت الأزمة.

وذكره أحد رواد التواصل الاجتماعي بأنه حين استضاف السيدة الراحلة جيهان السادات، أرملة الرئيس الراحل أنور السادات، في إحدى حلقاته وجه لها كلامه وفيها عبارة «إنتي» وليس «حضرتك»، مما اعتبره الجمهور من عدم اللياقة أو سوء أدب عند الحديث مع شخصيات لها، خصوصا وأن الحديث كان موجها باللهجة العامية أيضا وليس في سياق اللغة العربية الفصحى.

وقائع إعلانية مخالفة متعلقة بالجانب الأخلاقي:

كل النماذج الإعلانية التي سيتم عرضها هي جزء من منظومة إعلانية كبيرة تخالف قيم وأعراف المجتمع وذوقه العام، ولم يدرك المعلن وجهة الإنتاج أن الإعلان لم يعد أحد روافد التسويق التجاري للسلع والمنتجات فحسب، بل تجاوز المفهوم ذلك كثيرا باعتباره منتجا إعلاميا في حد ذاته له أصول ومعايير يجب اتباعها. وللأسف، فإن العاملين في مجال صناعة الإعلان لم ينتبهوا أن هناك بعدا تربويا في الإعلان يجب مراعاته وخصوصا الإعلانات الموجهة لفئات الأطفال والشباب والفتيات. فقد أقدمت بعض وكالات الإعلان، من باب الإبداع والإبهار، على صناعة محتوى إعلاني يخالف تقاليد وأعراف المجتمع المصري، وخصوصا تلك الأفكار المستوحاة من الإعلانات الأجنبية، متغافلين أن السلوكيات في مثل هذه الإعلانات تعد رافدا من روافد «التعليم السلبي» للمتلقين، كما أن ما يناسب المجتمعات الأجنبية ويوافق مفاهيمها وثقافتها ليس بالضرورة أن يوافق ثقافات مجتمعا العربي. وهنا يكمن دور الرقابة على الإعلانات بمختلف أنواعها ووسائلها الإعلامية؛ حيث يجب أن تراجع الأجهزة المعنية محتوى الإعلان قبل نشره أو بثه للموافقة عليه والتأكد من موافقته لأخلاقيات المجتمع و«ذوقه العام»، فلم يعد الإعلان إحدى وسائل التسويق للسلع والمنتجات، ولكنه أيضا يمثل جانبا تعليميا وتربويا بعد تطوير صناعة ومفهوم الإعلان. وطبقا لميثاق الشرف الصحفي فلا يجوز نشر أي إعلان يتعارض محتواه مع قيم المجتمع والرسالة الصحفية، وقد نصت المادة الثامنة من الميثاق على «لا يجوز نشر أي إعلان يتعارض مادته مع قيم المجتمع ومبادئه وآدابه العامة، أو مع رسالة الصحافة، و يلتزم المسئولون عن النشر بالفصل الواضح بين المواد التحريرية والإعلانية، وعدم تجاوز النسبة المتعارف عليها دوليا للمساحة الإعلانية في الصحيفة على حساب المادة التحريرية».

إعلانات التبرع للمستشفيات المتخصصة:

وهي من نوعية الإعلانات التي تلحق الأذى النفسي لمشاعر المواطنين، وخصوصا عند استغلال المعلن للمرضى وتصويرهم في أقصى درجات مرضهم، وكذلك الأطفال، ومن أبرز تلك النوعية إعلانات مستشفى ٥٧٣٥٧ لعلاج سرطان الأطفال، وغيرها من المستشفيات والمراكز الطبية المتخصصة الأخرى. وجدير بالذكر هنا أن غالبية المجتمع رفض مثل هذه النوعية من الإعلانات، وطرح بدائل متعددة لهذا الإنفاق الهائل على تلك الإعلانات وكذلك طرق التبرع، كما انتقد أساتذة الإعلام هذه الإعلانات واعتبارها داعية للتسول والشحاذة.

إعلان الممثلة هالة فاخر عن صيانة غسالات شركة زانوسي:

في هذا الإعلان، رغم حالة الكوميديا فيه، إلا أنه يمثل اعتداءً على القيم التربوية والعلاقة القوية بين الأم وابنها، كذلك المترادفات الواردة في الإعلان، فتقول: «صحيت يا موكوس.. خش امسح المطبخ الغسالة غرقت الدنيا».. «انت يا نبيلة النبيلة شيل الهدوم بأى من الغسالة». ثم يتزحلق الابن وتقع بعض الأواني الزجاجية ويصاب، لتقول الأم «استنى بأى

أما أشوف حد يصلح الغسالة وبعدين أوديك للدكتور».

إعلان عن الشركة المصرية للاتصالات (وي) بواسطة بعض مطربي المهرجانات:

قامت الشركة المصرية للاتصالات (وي) بعمل إعلان ترويجي لباقات التليفون المحمول بواسطة بعض مطربي المهرجانات على أحيان إحدى أغاني المهرجانات الشهيرة وهي «إخواتي»، وهذا النوع من الأغاني أثار سخط المجتمع ورفضه له، لما يتنافى مع الذوق العام الذي لا يميل إلى هذه النوعية من الأغاني.

إعلان عن حفاظات النساء «أولويز» في إحدى المدارس:

أثار اندهاش المتلقي قيام الشركة المنتجة لحفاظات النساء ماركة «أولويز» بعمل إعلان ترويجي عن المنتج بواسطة عدد من البنات في مدرسة وهن يرتدين الزي المدرسي ويتنقلون ما بين الفناء إلى الفصول شاعرين براحة لاستخدامهم منتج «أولويز» حال مجئ الدورة الشهرية لهن. وهنا الشركة من حقها الإعلان عن المنتج والترويج له، لكن كان من الأنسب أن يكون الإعلان مباشرا، ولا يوجد داعٍ لتصويره في أحد أماكن تلقي التعليم.

مواثيق الشرف:

يتم صياغة مواثيق الشرف من خلال المؤسسات المسؤولة عن تنظيم المهنة، وهو بمثابة دستور مهني وأخلاقي (موضح به الحقوق والواجبات) يلتزم به كل مهني أثناء ممارسة مهنته. ويقوم بكتابة هذه المواثيق في مجال الصحافة والإعلام نخبة من أهل المهنة ممن يعرف عنهم الحكمة والتجارب المتراكمة على مدار ممارستهم للمهنة وقد يعرفوا بشيوخ المهنة أو حكماؤها.

وقد أصدر المجلس الأعلى للصحافة(*) ميثاق الشرف الصحفي (الذي أعدته نقابة الصحفيين) وفقا لقانون نقابة الصحفيين رقم ٧٦ لسنة ١٩٧٠، مازال نافذا حتى الآن، ومكون من ٥٣ مادة، وفيه مجموعة من المبادئ والقيم التي يجب أن يلتزم بها الصحفي أثناء مهام عمله، كما ينبه الميثاق إلى الحالات التي يجب أن يتجنبها الصحفي خلال أداء مهامه، لا ليتجنب المسائلة القانونية فحسب، بل من باب الالتزام بالأخلاقيات التي تفرضها المهنة من جانب، وحفاظا على الذوق العام من جانب آخر.

وبالمثل تم وضع ميثاق الشرف الإعلامي من قبل نقابة الإعلاميين، وتم نشره في الجريدة الرسمية بالعدد رقم ٢٨٧ (تابع) بتاريخ ٢٠ ديسمبر ٢٠١٧.

الخلاصة:

بعد هذا العرض الذي حاولت الورقة إيجازه فإن المخالفات أو التجاوزات التي يرتكبها بعض الصحفيين أو الإعلاميين، قد يكون سببه قلة الوعي وقلة الخبرة، أو تصدر المخالفات بشكل عفوي. أما في حال ارتكابه عن طريق العمد، فإما المرتكب له مصلحة شخصية، أو من أجل الشهرة، أو وربما يفعلها لوقعية ضد وطنه كما يفعل بعض المأجورين ويعملون لحساب جهات أجنبية.

التوصيات:

- إنشاء مرصد إعلامي لرصد مخالفات الإعلاميين بشكل دوري.
- إجراء جلسات استماع للصحفيين والإعلاميين بشكل دوري داخل نقاباتهم لمناقشة آدائهم.
- عقد دورات تدريبية للإعلاميين في مجالات التشريع والأخلاقيات الإعلامية وحقوق الإنسان.
- التنسيق بين المؤسسات الإعلامية والنقابية والسلطة التنفيذية للوقوف على المخالفات الإعلامية وتقويمها.
- وضع معايير خاصة بالمستوى الثقافي للكوادر الإعلامية عند اختيارهم لممارسة العمل الإعلامي.
- عمل دورات تثقيفية وورش عمل مشتركة بين نقابتي «الصحفيين» و«الإعلاميين» والمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، وأقسام «علم النفس» و«الاجتماع» في كليات «الآداب» و«التربية»؛ لبيان مدى الأثر النفسي على الأسرة والمجتمع جراء بعض التغطيات الصحفية والإعلامية لبعض الحوادث أو التحقيقات ذات البعد الاجتماعي.
- تعميق الوازع الديني والأخلاقي لدى الصحفيين والإعلاميين من خلال لقاءات دورية مع علماء الدين.

(*) المجلس الأعلى للصحافة يحل محله الآن الهيئة الوطنية للصحافة، وقانون نقابة الصحفيين رقم ٧٦ لسنة ١٩٧٠ تم إلغاؤه والمعمول به حالياً قانون تنظيم الصحافة والإعلام.