

٤- نظرية الموقف:

وتقوم هذه النظرية على أنه ليس هناك حكم يمكن أن يغطي جميع المواقف، وأنه لا بد من النظر إلى الظروف التي تحدد ما إذا كان هذا العمل صحيحاً أم لا.

٥- النظرية الوجودية:

وترى هذه النظرية أن الإنسان جاء إلى الوجود بالصدفة، وليس لأن الله خلقه، ولذلك فالإنسان حر في أن يحدد جوهره، وأن كل شخص يمتلك بوصلته المعنوية، وليس محكوماً بأية حدود في تحديد الأحكام المعنوية.

وقد وجدت هذه النظرية صدى في أخلاقيات الإعلام في السبعينيات خاصة في كتابات ميريل، وهو أكثر الباحثين الأمريكيين اهتماماً بأخلاقيات الإعلام، حيث يلخص ميريل موقف الصحفي طبقاً للنظرية الوجودية فيما يلي:

أ- اتخذ وجهة معينة، وموقفاً معيناً، واتجاهاً معيناً، وتوقف عما يطلق عليها الموضوعية والحيادية.

ب- فكر في البدائل المختلفة للعمل واتخذ التزاماً معيناً بأحدها أو ببعضها.

ج- لا تتردد في اختيار وانتقاء واتخاذ القرارات طبقاً للمحددات التحريرية.

د- فكر في نتائج العمل الصحفي وحدد مسئوليتك تجاهها.

هـ- أقبل الحرية واستخدمها سواء كانت شخصية أو صحفية.

وطبقاً لهذا الاتجاه يرى كابلر وماينز أن الصحافة تصبح وسيلة للإنجاز

الشخصي للصحفي بدلاً من أن تصبح وسائل الإعلام للجمهور.

مفهوم أخلاقيات الإعلام:

ويمكن أن نستعرض هنا عدداً من التعريفات من أهمها:

١- يعرف أندرسون أخلاقيات الاتصال بشكل عام بأنها المعايير التي توجه المشاركين في النشاط الاتصالي أو التي يمكن أن يستخدمها الناقد في الحكم على النوعية الأخلاقية للاتصال.

٢- يعرف كوهين وإليوت أخلاقيات الصحافة بأنها ذلك الفرع من الأخلاقيات المهنية الذي يتناول المشكلات المتعلقة بسلوك المندوبين الصحفيين والمحرفين والمصورين الفوتوغرافيين، والمنتجين، وجميع المهنيين الذين يعملون في إنتاج الأخبار وتوزيعها.

٣- ويشرح كوهين وإليوت هذا التعريف بأن مهنة الصحافة تقوم بوظيفة أساسية لحساب المجتمع هي أن المواطنين يحتاجون إلى الحصول على أنواع المعلومات التي تساعدهم على العمل بكفاءة في مجتمعاتهم، وقدت عهدت المؤسسات الإعلامية بتوفير هذه المعلومات للمواطنين، ومعظم المشاكل الأخلاقية تتطور نتيجة تنفيذ هذا الالتزام بواسطة الصحفيين. لذلك فإن أخلاقيات الصحافة ومشكلاتها يجب أن يتم تحديدها في ضوء علاقة مهنة الصحافة بالمجتمع.

٤- يعرف ريتش أخلاقيات الإعلام بأنها الاختيارات التي تواجه الصحفيين حول الطرق التي يتصرفون بها.

٥- قام رونالد أرنوت بدراسة ١٢٨ مقالاً نشرت في مجالات الاتصال في الفترة من ١٩١٥ حتى ١٩٨٥، وأوضحت هذه الدراسة أن هناك اتفاقاً بين دارسي أخلاقيات الاتصال على تعريف أخلاقيات الإعلام بأنها عملية صنع الاختيار في وسائل الإعلام، بمعنى أن القرار الذي يتخذه الصحفي لا بد أن يقوم على مبادئ أخلاقية، وأن القرار الأخلاقي يعتمد على الاختيار، وأن هذا الاختيار لا بد أن ينبني على المعرفة والحرية والنقد.

ولكن ما هي المبادئ التي تتم في ضوءها عملية الاختيار الإعلامي أو عملية صنع القرار.

هناك اختلاف بين دارسي أخلاقيات الإعلام، كما اتضح من دراسة أرنوت حول توصيف هذه المبادئ. ويرى بعض الدارسين مثل جنسن أن هناك ثلاث نوعيات من أخلاقيات الاتصال هي:

أ- الأخلاقيات اليهودية المسيحية

ب- الأخلاقيات الديمقراطية.

ج- الأخلاقيات الوصفية العلمية..

وهناك من يصنف هذه الأخلاقيات على النحو التالي كما أوضحت دراسة أرنوت...

أ- الأخلاقيات الديمقراطية: وهي تبنى على فتح المجال للأراء المتنوعة والحكم بواسطة الأغلبية، وحرية الرأي والتعبير.. وتجد هذه النوعية جذورها في الديمقراطية اليونانية، وقد جاءت ١٧ مقالاً من بين الـ ١٢٨ مقالاً التي درسها أرنوت لتؤكد على هذه النوعية بنسبة ١٣,٢٪.

ب- الأخلاقيات العالمية الإنسانية: وهي إعلانات عامة للمبادئ التي تهتم بتوجيه السلوك الاتصال ولا تهتم بعملية صنع القرار ي الوسائل الإعلامية وقد ركز ٢٥ مقالاً من بين ال ١٢٨ مقالاً على هذه النوعية بنسبة ١٩,٥٪.

ج- أخلاقيات الموثيق والإجراءات والمعايير: وهي تعتمد على مجموعة منتقاة من المبادئ الموجهة للسلوك الأخلاقي.. وهذه المبادئ مهمة للمؤسسات الإعلامية خاصة في أوقات الأزمات، وتستهدف هذه المبادئ تشكيل ذاتية المؤسسة الإعلامية أو الجماعة المهنية.

د- أخلاقيات السياق: وهي تعتمد على توقيت اتخاذ القرار والظروف التي يتم اتخاذه فيها، وهي أخلاقيات نسبية، ويرى أرنت أن القرن العشرين هو فترة الأخلاقيات النسبية التي تأتي في إطار السياق، وقد ركز ٦٠ مقالاً من بين ال ١٢٨ مقالاً على هذا النوع من الأخلاقيات بنسبة ٤٧٪.

هـ- الأخلاقيات الروائية: وهي تعتمد على مجموعة من المبادئ التي تستهدف تحديد كيفية تغطية القصة الإخبارية وكتابتها، وقد ركز ٢٤ مقالاً من بين ال ١٢٨ على هذه النوعية بنسبة ١٩٪.

ولكن هل يمكن في ضوء ما سبق أن نحدد مفهوم أخلاقيات الإعلام؟ إن الأمر ما زال صعباً في هذه المرحلة البحثية، وما زال يحتاج إلى استكمال جوانب أخرى من أهمها دراسة المبادئ التي تتضمنها الموثيق الأخلاقية.

لذا فإن جهونا هنا سوف تقتصر على تقديم تعريف إجرائي للأخلاقيات الإعلامية حيث نرى أنها منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الإعلاميين خلال قيامهم بتغطية الأحداث وتوجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات الإعلامية ودورها في المجتمع، وضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة، مع التقليل إلى أقصى حد من الأضرار التي يمكن أن تلحق بالجمهور أو الأفراد أو المصادر، وضمان حماية كرامة المهنة ونزاهة الصحفيين.