

الحتمية القيمية والإعلام المعاصر

عبد الرحمن عزي*

الملخص

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على علاقة القيم بالإعلام من خلال ما أسميناه "النظرية الحتمية القيمية" في الإعلام، وهي جهدٌ معرفي تنظيري حضاري، يهدف إلى تأسيس وتطوير حقل فكري إعلامي مستقل عن السائد في برامج التكوين الإعلامي "الكلاسيكية"، ويتعلق بما يمكن تسميته بـ"علم القيم في الإعلام"؛ إذ تركز الحتمية القيمية على جعل القيمة الانشغال الأساس في الإعلام والاتصال. وتركز الدراسة على أن الحتمية القيمية تدفع إلى مزيد من المسؤولية الأخلاقية في اتخاذ القرارات الإعلامية في الميادين الاجتماعية والثقافية والفنية والإنسانية. الكلمات المفتاحية: الإعلام المعاصر، القيم، الأخلاق، الثقافة، المسؤولية.

The value inevitability and contemporary media

Abstract

The study sheds light on the relationship of values and media through what we called "the inevitable theory of value" in the media, a theoretical and cultural effort, which aims to establish an intellectual field in the media independent from the mainstream traditional training programs in media. We called this field the "science of value in the media". The study focuses on the value inevitability which leads to moral responsibility in media decisions in social and cultural fields, and in arts and humanities.

Key words: Contemporary media, values, morals, culture, accountability.

* دكتوراه في الإعلام، جامعة نورث تكساس بأمريكا، أستاذ الإعلام في جامعة الشارقة. البريد الإلكتروني:

aazi@sharjah.ac.ae

تم تسلم البحث بتاريخ ٢٠١٤/٦/١م، وقُبل للنشر بتاريخ ٢٠١٤/١١/١٤م.

مقدمة:

الإعلام (صناعة الإعلام) والاتصال (التواصل بين الناس) ظاهرة أخلاقية (قيمية) بالدرجة الأولى. ويعنى ذلك أن الإعلام بوصفه رسالة يرتبط معيارياً "بما ينبغي أن يكون" من جهة، والارتقاء عملياً بالواقع إلى الأسمى من جهة أخرى. ويكون دور الإعلام من هذا الطرح أكبر من تلك الوظائف النبوية المحصلة؛ أي الإعلام والترفيه والبيع، إلى مهمة كبرى تتعلق بربط المجتمع بقيم مشتركة سامية. ودور الإعلام والاتصال إضفاء قيم إضافية على الآخر (أي المجتمع)، بحيث يصبح أكثر قيمة مما هو عليه، فيتحقق الارتقاء لذاته ولمن حوله. فالإعلام هو دائماً عن الآخر (الآخرين) وليس عن القائم بالاتصال فرداً أو مؤسسة. فالإعلام في ما ينبغي أن يكون واقعاً ينطق بالمجتمع ومن خلاله، فيستمع إليه ويتحسس معاناته ويعكس تطلعاته، وليس نفوذاً يسعى إلى تحقيق مكاسب في المادة أو في الدعاية والتأثير أياً كانت المحصلة. وبمعنى آخر فإن الإعلام فيما ينبغي أن يكون مرآة لواقع الإنسان ودليلاً لتجاوز ذلك الواقع.

والإعلام فيما ينبغي أن يكون ساحة "مفتوحة" للأصوات المتعددة وللحراك الاجتماعي والثقافي والفني، طالما أن قاطرة الإعلام تحمل أبعاداً حضارية يتمثل بها ومن خلالها التدافع بين الخير والشر، وتدفع الكل نحو معرفة الحقائق، والتقليل من الضرر، وتحقيق إنسانية الإنسان. والأمر ليس شأنًا نظرياً، ولكن المطلوب أن ينصت الإعلام إلى الواقع الاجتماعي والحضاري، لا أن يقفز عليه بالارتكان إلى الأهواء والغرائز والتسلط، وما من شأنه تعطيل الطاقة الحضارية نحو الارتقاء في المجالات المعرفية والتقنية والثقافية والإنسانية.^١

والنظرية الحتمية القيمية في الإعلام جهدٌ معرفي تنظيري حضاري، يهدف إلى تأسيس وتطوير حقل فكري إعلامي مستقل عن السائد في برامج التكوين الإعلامي

^١ ونجد هذا المعنى من الإنصات في النص القرآني؛ إذ إن جزءه الأكبر استجابة لحاجة الإنسان وحاجته إلى تجاوز الظلم والظلمات، فالكل كان يتحدث ويتحاور في هذا النص، حتى النملة نسمع صوتها كما في الآية: ﴿حَتَّىٰ إِذَا أَتَوْا عَلَىٰ وَادٍ مُّتَسَاوٍ فَسَأَلُوكَ النَّامِلَ أَنَّهُمْ آلُ أَيْمَانَ وَحُوُدُهُمْ يُفِخُ الْخَزَافَةُ أَلْفَافًا﴾ (النمل: ١٨)

"الكلاسيكية"، ويتعلق بما يمكن تسميته بـ "علم القيم في الإعلام"، وسميناه "نظرية الحتمية القيمية في الإعلام". ونعني بالاستقلالية أن لا يكون علم ديانة (أو شريعة) مع وجود العلاقة الترابطية في الأسمى من المعنى، ولا يكون نقلاً عن الآخر (الغرب)، مع الاستفادة من أدواته منهجياً، عن وعي ودارية. وقد سمحت هذه الاستقلالية بتطور هذا الحقل من زاوية إنتاج مفاهيم جديدة على غرار مفاهيم: الواقع والخيال، فعل السمع والبصر، المخيال الإعلامي المجرد والمجسد، الإعلام بوصفه دراما تمتد من الفلكلور إلى العرض الواحد، والانحدار من القيمي إلى المرئي في تكنولوجيا الاتصال الحديثة "الجماهيرية والشخصية"،^٢ الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي والزمن القيمي، المكان الرمزي والبيئة القيمية، البنية القيمية للغة، عنف اللسان والإعلام، بيولوجية التفكير والقيمة، إلخ. أو من زاوية جعل "القيمة" مركز الاهتمام والدراسة الأكاديمية، إن في تحليل المضمون أو دراسات الجمهور أو الدراسات الكيفية. وظهر لحد الآن أكثر من عشرة مؤلفات مرجعية في التنظير الإعلامي القيمي،^٣ وانعقدت أربعة ملتقيات علمية في أربع جامعات عن

^٢ عزي، عبد الرحمن. دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، ط ٣، ٢٠٠٣ م.

^٣ انظر:

- عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سابق.
- عزي، عبد الرحمن. الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، تونس: الدار المتوسطية للنشر، ٢٠١٠ م.
- عزي، عبد الرحمن. حفريات في الفكر الإعلامي القيمي: مالك بن نبي، الورثياني، النورسي، صن تسو، تونس: الدار المتوسطية للنشر، ٢٠١١ م.
- عزي، عبد الرحمن. نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، تونس: الدار التونسية للنشر، ٢٠١١ م.
- عزي، عبد الرحمن. منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، تونس: الدار المتوسطية للنشر، ٢٠١٢ م.
- عزي، عبد الرحمن. قوانين الإعلام والإعلام الاجتماعي: قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، تونس: الدار المتوسطية للنشر، ٢٠١٣ م.
- عزي، عبد الرحمن، بوعلي، نصير. حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، الجزائر: دار الورسم، ٢٠١١ م.
- مجموعة من الباحثين. قراءات في نظرية الحتمية القيمية الإعلامية، قسنطينة: مؤسسة إقرأ، ٢٠٠٩ م.
- بوعلي، نصير. الإعلام والقيم: قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، الجزائر: دار الهدى، ٢٠٠٥ م.
- مجموعة من الباحثين. أعمال الندوة الأولى لنظرية الحتمية القيمية الإعلامية، قسنطينة: دار إقرأ، ٢٠٠٩ م.

نظرية الحتمية القيمية، منها ما عقد في ديسمبر ٢٠١٤ بجامعة مستغانم تحت عنوان "التنظير الإعلامي القيمي: بين المعيارية والطرح الإمبريقي".

أولاً: السُّلم الهرمي للإعلام والثقافة والقيمة

يتحرك الإعلام في سياق ثقافة، والثقافة سُلّم يمثل مستواه الأعلى القيم، ويخص ما تعلّق إعلامياً بمثل النزاهة والأمانة والوسطية والصدق، وتقليل الضرر الذي يلحق بالآخرين. ويأتي العقل في مرتبة ثانية موازية، ويمثل نشاطاً منطقيّاً يتعامل مع الظواهر بالاعتماد على الحقائق والعلاقات العلّية بين الحدث ومسبباته، ويدخل في ذلك إعلامياً مسائل الموضوعية والتحري قبل التعرّي، واتخاذ مبدأ الاحتياط في تناول الأحداث، إلخ. ويكون هذا النشاط المنطقي "منطقياً" كلما كان وثيق الصلة. ويأتي في المستوى الثالث حركة الإنسان وفعله (أي الجمهور في واقعه). وفعل الإنسان هذا قد يكون مرتبطاً بأيّ من أو بكلّ من النشاط الذهني والقيم وقد لا يكون، فإن كان الفعل مرتبطاً بالنشاط المنطقي كان الفعل منطقيّاً، وإن كان مرتبطاً بالقيم كان منطقياً وقيماً.

ونظرياً، فإن هجرة المتلقي من الواقع الاجتماعي "الصعب" و"المتريدي" إلى الإعلام بوصفه ملجأ ومأوى إلى حين، إنما هو عملية اجتماعية رمزية لا تعفيه من مواجهة الواقع الاجتماعي "الطاردي"، ولكنّ هذا الملجأ إن لم يكن محصناً بالبنية القيمية الفاعلة، يصبح إطاراً للهروب من ذلك الواقع، والإلهاء الرمزي بباقات من المضامين الترفيهية، حتى التفاهية التي تكرر الواقع المتريدي بدلاً من دفعه إلى الأفضل في شتى المجالات.^٤

ثانياً: فعل السمع والبصر وخسوف المعنى في الصورة

مالت الكفّة في الإعلام المعاصر إلى فعل البصر على حساب فعل السمع: الأصل في ميلاد المعنى. إن المجتمع المعاصر يعيش حضارة الصورة التي طغت في التلفزيون

^٤ الفصل الخامس "الثقافة وحتمية الاتصال: نظرة قيمية" من:

- عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سابق.

والإعلان والإنترنت والحياة عامة، مثلما نجد في الأزياء والأثاث والديكور والرسومات والمعارض، إلخ. وهذا العامل يحد ذاته أضعف العديد من الفضاءات الثقافية والقيمية المرتبطة بما هو رمزي أو مجرد في المجتمع. فقد تحولت الثقافة إلى صورة جلية تلغي البعد التأملي في إدراك الحقائق. إن ارتباط الإنسان بالقيمة قد تضاعف. وفي هذه الحالة، فإنه يعيش هذا الشرخ السحيق بين العالم الذي تصنعه الصورة وإحساسه بهزل تجربته المعيشية، التي تنجذب صوب ما هو مرتبط بالإشباع المادي الآني، حتى وإن تناقض ذلك مع عالم القيمة. والواضح أن المجتمعات العربية والإسلامية لم تستعد إلا جزءاً من ثقافة المكتوب؛ إذ انتقلت من العالم الشفوي إلى عالم الوسائل السمعية والبصرية، من دون أن تمارس قيمها على نحو يجعلها تتحكم في زمام الإنتاج المسموع والمرئي؛ وبمعنى آخر، فقد تحولت هذه المجتمعات بفعل ذلك إلى مستهلكة لمنتجات الغير، وذلك لا يمكن عدّه إلا تكديساً حضارياً كما يقول مالك بن نبي.^٥

ثالثاً: تفكك البنيات القيمة في الرواسب الثقافية

تتوجه العلاقات الاجتماعية والتواصل بين الناس في الحياة اليومية أو في الحالة المهنية لأن تصبح -وربما حصراً- قائمة على المصالح المادية؛ أي إن المجتمع يسير سريعاً ومخطئاً ثابتة نحو تأسيس المجتمع المادي بامتياز. ولا شك في أن السعي نحو الكسب المادي (أي المادة) أمرٌ مشروعٌ، ولكنه يكون أخلاقياً وقيماً إذا كان لأغراض سامية مشتركة. وقد أدى هذا الجو المادي إلى "إضعاف الجو القيمي أو الأخلاقي"، وتراجع أو تفكك كثير من القيم التي كانت مصدر الطاقة، والمحرك الأساس في الارتقاء الحضاري.

وقد حددت في "الإعلام وتفكك البنيات القيمة في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية"^٦ ستة معالم إعلامية وثقافية تعرضت إلى عملية انحلال سريع، ساهمت

^٥ الفصل الثاني: "فعل السمع والبصر وماهية الحق والحقيقة: قراءة إبستمولوجية في تكنولوجيا الاتصال"، من:

- عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سابق.

^٦ عزي، عبد الرحمن. الإعلام وتفكك البنيات الثقافية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية،

تونس: الدار التونسية للنشر، ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، ٢٠٠٩م.

- إلى حد كبير - في شلّ الفعل الاجتماعي الحضاري على نطاق واسع. وُثِّيت تلك المعالم بالرواسب الثقافية، بحكم أنها تراكمية، وما زالت آثار الماضي عالقة في العديد من عناصرها، كما أنها قد اهتزت على نحو مشوه إلى حد كبير، بفعل تدخّل الإعلام بوصفه ظاهرة مشوشة أحياناً، وحاملة لدلائل اختراقية تلمس البنيات القيمة أحياناً أخرى. وترتب على هذا التدخّل إعادة تشكيل المشهد الثقافي القيمي، بما يبعد العناصر التراثية الدالة. وعلى رأس سلم هذه الأخيرة "القيمة"، وهو ما فتح المجال على القطاعات التي كانت محلّ الضبط الثقافي، ومن ثمّ الدفع بالمجال نحو الاستبداد ومحاكاة الغرائز والتباهي بالرموز الشكلية الدونية، التي يسوّقها الغالب. وتشمل هذه المعالم: الزمن والمكان والعنف والخوف والرأسمال وبيولوجية التفكير.

إن الزمن فعّل معاش ومكوّن أساس في البناء الثقافي القيمي. وقد أدخل الإعلام أبعاداً زمانية مستحدثة على المنطقة في أمرين: الوتيرة والنمط التواصلية الثقافي. أما الوتيرة فتقفز على وتيرة الزمن الاجتماعي المعاش الذي يتحرك في إطار قانون اجتماعي يأخذ مداه في إعادة إنتاج المؤسسات والأدوار، وترتب على هذا الإخلال تكسير هذا المدى وتشوّه العمليات الاجتماعية، التي فقدت التوازن باختلال وتيرة المسار. وأما النمط التواصلية الثقافي فقد تأثر بنيوياً بإقحام زمن الآخر وإبعاد الزمن القيمي. وأدّت هذه العملية التاريخية إلى تفكّك الزمن إلى أنظمة زمانية متنافرة (الإعلامي والاجتماعي والقيمي)، مما ولّد حالة التمزّق الاجتماعي وانفصام الشخصية، وعدم القدرة على التموقع في حقبة زمانية متكاملة ودافعة من الناحية الثقافية والحضارية.

ويتجلى هذا التفكّك في المكان الرمزي، ويخص ذلك المهمة التي أداها الإعلام في فك الارتباط بين الفرد والمكان في المنطقة العربية، ليس من حيث التواصل القائم على تجاوز المكان، ولكن من جانب تغييب القيمة في علاقة الفرد بالأرض أو التراب بالمفهوم الجسد (تحويل الأرض إلى فضاء منتج للثروة)، والمجرد (المعنى المرتبط بالانتساب إلى الحيز التاريخي الحضاري). وبتعبير آخر، يصبح المكان حيزاً جغرافياً "معياريّاً" تنعدم فيه عناصر التاريخ والقداسة والتفاعل الثقافي الحضاري، في الوقت الذي يعمل فيه الإعلام على

تسويق أمكنة رمزية رومانسية، تمثل مجال جذب على حساب المكان المحلي الذي تعرّضت أجزاؤه تاريخياً، وما زالت، إلى الإهمال والإتلاف والاحتثا والتلوث والتهميش، على ما تدلّ عليه البيئات الطاردة وحركة المهجرة النازحة المتسارعة الداخلية والخارجية بالمنطقة. فالمكان في المنطقة معاش في بيئات غير متجانسة: أ) البيئة الطبيعية (العلاقة المباشرة مع التراب) التي تقلص مجالها بفعل عوامل داخلية وخارجية، ب) البيئة الاجتماعية التي يكثر فيها الحراك الاجتماعي "المشوّه" بتشوّه العمران، وانحصار القيمة في الزمن الديني ليس (إلا، ت) بيئة التكنولوجيا التي بدأت تسطع على أجزاء من المنطقة مزيجاً بقايا الزمن الاجتماعي لصالح الزمن الفردي المعفى من المسؤوليات الاجتماعية والقيمية، ث) البيئة الرمزية التي أوجدتها وسائل الإعلام في شكل إحساس بانهاية الجغرافيا، وفقدان الصلة بالخيّر المكاني، وتعويض ذلك بالصورة النمطية عن المكان الرمزي المتخيّل الجديد.

وحدث هذا التفكُّك في ظاهرة العنف التي تستمد العديد من مؤثراتها من انكسار ما يسمّى بالبنية القيمة في اللسان والإعلام. وإذا كانت اللسانيات قد بيّنت أن الخلل في المبني يؤدي إلى الخلل في المعنى، فإن الإفساد اللساني على مستوى الإعلام والمحكيات الجماعية أو الكلام الفردي، قد أدّى إلى إزاحة المسافات بين العنف كظاهرة لسانية وإعلامية، والعنف كفعل اجتماعي في الممارسة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية بالمنطقة. وأيّاً كان منبع التفكُّك في اللسان والإعلام كتأثير عصور الانحطاط والاستعمار، أو الوافد من اللفظ والصوت، أو "المتبقي" (le residu)، فإن الأثر امتدّ إلى مجمل المؤسسات والأدوار، كالعنف الذاتي والثقافي والاجتماعي والسياسي والاقتصادي، مما أفقد اللغة توازنها وهيبته القيمة، التي كانت مصدر إشعاع واستيعاب في عهد الازدهار الحضاري.

ويتعلق التفكُّك الآخر بظاهرة الخوف، بوصفها مؤسسة تاريخية تتدخل في المنظومة الإعلامية على ثلاثة مستويات: الخوف في الصحافة من خلال ما ينتاب حرّاس البوابة في المؤسسة الإعلامية من آثار الاستبداد الذاتي، وآليات الضبط الاجتماعي. والخوف من

الصحافة وما يترتب عن ذلك من تضيق الخناق على فضاء الحراك السياسي تزامناً مع تسييب المجال الثقافي القيمي، بتحرير الغرائز تحت عناوين شتى. وأخيراً التخويف بالصحافة، ومن ذلك مثلاً تقديم الأمني على المعيشي، والدولي على المحلي وغيرها. والخوف أنواع، ويتخذ مجراه بأشكال مبثوثة، وهو في شكله المرضي حالة ضعف. ويحمل في الإعلام بُعداً خاصاً؛ إذ يمتد من الخوف من "الرقيب" و"القوانين العقابية" إلى نقل تداعياته إلى المتلقي في شكل اليأس والهروب من الواقع، والانشغال بالقضايا الثانوية والمهادنة وغيرها. أما جانب التخويف في الخوف، فيؤدي أدواراً اجتماعية وسياسية بيّنة، منها تبرير سياسات التسلط الاجتماعي، والاستجابة لمتطلبات الأجندة السياسية والإعلامية الدولية. وأياً كانت طبيعة الخوف فإن المحصلة في ذلك تعطيل القيم وإمكانات الفرد والأمة، وحركة الإبداع في تجلياتها المتعددة.

وتوجّه الرأسمال "المادي" في المنطقة حديثاً إلى الاستثمار في المجال الرمزي، وتحويله إلى أداة تتمين الرأسمال الاقتصادي السياسي، وإغراق المتلقي في فضاء تحدي "الممنوعات الثقافية"، ليس من باب الترفيه بذاته فحسب، ولكن من منظور الإلهاء كنهج أيديولوجي يتناغم مع فكرة "تبخيس" المتلقي، وخطاب احتواء النزاعات الذي يحرك الجزء الأساس من الإعلام الدولي في هذه المرحلة التاريخية بالذات. ويُعدّ تدخّل الرأسمال المادي في المسموع المرئي ظاهرة مثيرة، أملت ظروف دولية، ومنها تأثير الحروب الأخيرة في المنطقة، وداخلية تتجلى في الصراع الظاهر الخفي على مجال النفوذ، وشراء الرأسمال الثقافي، والصورة الذهنية، بغض النظر عن واقع الحال. فالرأسمال المادي بوصفه مجال نفوذ يمتد إلى الرأسمال الرمزي بصفته مجال استقطاب، كلاهما يسعى إلى تجاوز الرأسمال القيمي، بحكم أنه مجال تدافع، والكل يتنافس أو يحاول استرضاء المخيال الاجتماعي الذي يمثل مجال استحواذ. وأدّى استبعاد القيمة إلى ازدهار النص الغريزي، الذي يجسد في أعلى مراحله المدخل إلى موت المعنى في حياة الفرد والمجتمع بالمنطقة. وولّد الرأسمال الرمزي نخبة وسيطية استمدت نفوذها من رمزية المجال الذي تنتمي إليه أكثر من أية استقلالية مرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية. وتحوّل المخيال الاجتماعي إلى السكون والاستكانة بفعل ما

سميناه بالقابلية، على الرغم من ظهور معالم التعمّد (l'habitus) الذي يستثيره الإرث الثقافي القيمي.

ويخص الجانب الأخير من عوامل تتبع أثر الإعلام على القيمة: بيولوجية القيمة والتفكير فيما أصبح يعرف بـ (neuroscience)؛ أي دور العمليات الذهنية البيولوجية في التعامل مع الإعلام واكتساب القيمة، ولماذا تُحدث القيمة مفعولها في الرأي والموقف والسلوك أحياناً وتحقق أحياناً أخرى. إن العلاقة بين القيمة والبنية البيولوجية للعقل جزء من تلك العلاقة التي أسهب فيها العلماء المسلمون الأوائل في مقارنة الصلة بين الجسم والروح. وإذا كانت الروح أمراً "مبهماً" كما جاء في الآية الكريمة: ﴿وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الرُّوحِ قُلِ الرُّوحُ مِنْ أَمْرِ رَبِّي وَمَا أُوتِيتُمْ مِنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا﴾ (الإسراء: ٨٥) فإن العقل "وبنيته البيولوجية" (الخلايا العصبية الذهنية) تأتي في المستوى التالي بين الروح والجسد. فما يفكر فيه الفرد وما ينشغل به "عقلياً" ينعكس على حركية الخلايا وتفاعلها في مستوى البنية التحتية، التي تؤسس العقل من الناحية الفيزيائية، وذلك أمر مفهوم نظرياً. فالقيمة - في نظرنا - متغيّرٌ مستقرٌّ، وهي التي تؤثر في البنية البيولوجية وليس العكس. فالجسم انعكاس للقيمة والروح وليس مصدرها. وينطبق هذا تناول أيضاً على تأثير اكتساب القيمة، ذلك أن العديد من التفسيرات تطرح تساؤلاً في شأن من يستمع إلى القيمة ثم لا يتأثر بها، أو يتأثر بها جزئياً، أو تمر عليه كأن لم يسمعها. وما يفترضه هذه التناول أنه سواء حدث التأثير أو حدث جزئياً أو لم يحدث، فإن لذلك وقعاً ملموساً على الخلايا الذهنية العصبية. وهذا الربط لا يملية الاختيار الذاتي فحسب، ولكنه التطور الحاصل في علم الخلايا وبعض الإسهامات النفسية في المجال. لعل من الغربيين المحدثين الذين أسهموا في مجال آخر مشابه، ريتا سميلكستان^٧ وهي أحد الباحثين الذين سعوا إلى ربط "التعلّم" بالحركة الذهنية العصبية، ورأوا أن التعلّم مؤسس على العوامل البيولوجية؛ أي إن له قاعدة بيولوجية. وهناك العديد من الدراسات التي تظهر باستمرار وتفسّر مثلاً اختلاف إدراك

^٧ سنحت لي الفرصة أن التقى بالباحثة ريتا سميلكستان صاحبة مؤلف "ولدتنا لتعلم" (We Are Born to Learn) في ملتقى "الجماعات التعليمية" (learning communities) في جامعة أفرقرين بأمريكا سنة ٢٠٠٤ وناقشتها في الموضوع بناء على افتراضاتها في المجال.

الظواهر بين الرجل والمرأة، بناء على "حركية" الخلايا الذهنية العصبية، وأحياناً تجعل هذه الدراسات البنية البيولوجية للعقل المتغير المستقل، وذلك ما تجنبناه في تناولنا، انطلاقاً من أن الأصل هو القيمة (أو الكلمة) والإنسان تجسيد لها، إن كان الارتباط بين القيمة والبنية البيولوجية أمراً حاضراً.

رابعاً: أخلاقيات الإعلام

تاريخ أخلاقيات الإعلام في المنطقة العربية والإسلامية "هزيل" نسبياً، ولم يكن تاريخياً مستقلاً بقدر ما كان يحاكي المصفوفات اللفظية الغربية في الشكل دون المضمون، الذي ظل باهتاً في الدلالة أو الممارسة.

ومراجعة موثيق الشرف الإعلامية في المنطقة العربية، بدءاً بميثاق "فيدرالية الصحفيين العرب" سنة ١٩٧٢ إلى ميثاق قناة الجزيرة الإخبارية سنة ٢٠٠٤ تبين ما يلي:

- تباين مستوى تطور هذه الموثيق من بلد لآخر.
- الجهة التي تصدر الوثيقة (على الرغم من شكليتها) تكون رسمية (وزارة) أو جمعية تتبع هيئة رسمية أو جمعية شبه مستقلة، ونادراً ما تكون مستقلة. وتأتي بعض الموثيق المشتركة من هيئات رسمية ذات طابع سياسي تقييدي (مجلس وزراء الإعلام العرب) مما يؤثر في طبيعة المضمون الوارد في هذه الموثيق.
- تذبذب المرجعية الثقافية والإيديولوجية، واستثناء المرجعية القيمية في مثل هذه الموثيق، ويمكن إيجاد ملامح سلطوية وأخرى لبرالية وقومية وغيرها في تلك الأخلاقيات. ويكون هذا "الاهتزاز" العنصر الأساس في "الخلل المعرفي" لا الشكلي في مضامين تلك الموثيق.

ولو توقفنا على الاعتبار المهنية "البحثية" دون طرح مسألة المرجعية، فإننا نجد في هذا الباب مجالات تحركت في مجال الممارسة الإعلامية بأشكال مختلفة، على المستوى النظري لا الواقعي:

- مجال تميز ببعض التطور في اتجاه تمتين النزعة المهنية "البحثة"، ومن ذلك:
- حق الصحفي في الوصول إلى مصادر الخبر (إلا ما كان استثناءً بقانون صريح)
 - حق الصحفي في الحفاظ على سرية مصادر المعلومات.
 - فصل الخبر عن الرأي.
 - حق الرد والتصحيح (في الزمن والمساحة المحددة).
 - عدم استخدام الوسائل غير المشروعة في الحصول على الخبر والصورة.
- ب. مجال ما زال "معلقاً" وليس واضحاً إلى حد كبير في أذهان الممارس الإعلامي والمخيال الاجتماعي "على وجه العموم:
- مسؤولية الممارس الإعلامي: ويعني ذلك، هل هذا الأخير مسؤول تجاه "الجمهور" أو الجهة الرسمية أو سياسة المؤسسة الإعلامية، أو بعض "المفاهيم المجردة" من مثل الوطن والمصالح العليا، وما شابه ذلك.
 - مدى انخراط الممارس الإعلامي في الحدث، وذلك فيما إذا كان هذا الأخير ينظر إلى أدائه بوصفه عملية حيادية. وفي الحياد درجات، ومن ذلك الحياد النسبي، والحياد الإيجابي، وحياد غير المعني، إلخ، أو أنه يقع "داخل" الحدث، وملتزم، وبأي درجة.
 - موقع الاعتبار التجارية والسياسية في التغطية الإعلامية، والقصد من ذلك أن عدة أطراف قد تتجاذب في ساحة الإعلام دون تقاليد ضابطة. ومن السهولة بمكان تحوّل العملية الإعلامية إلى خطاب سياسي حين يُعدّ الإعلام امتداداً الحقل السياسي، أو قوالب غريزية عند تدخل الرأسمال المادي، سعيًا وراء الاستحواذ على الرأسمال الرمزي.
 - مكانة القضاء والقانون في التعامل مع القضايا الإعلامية الجدلّة.
 - عدم التمييز الدقيق بين "النقد المباح" والقذف. وأدّت هشاشة الخط الرفيع الذي يفصل بين العمليتين إلى الوقوع في كثير من التجاوزات التي يصعب "إصلاحها"، على أساس أن الضرر قد وقع.

ت. مجال تراجعت فيه عدد من الممارسات التراكمية "الموجبة" في مجال المساحة المتاحة في تناول قضايا المجتمع والأمة، وفي مجال "المسؤولية" ولو بمفهوم المصلحة العامة النظرية؛ أي ما يمكن تسميته المسؤولية الاجتماعية. ويدخل في ذلك:

- تقييد إمكانية نقد المؤسسات الرسمية، ومن ذلك "الشخص المسؤول".

- الإحالة في العديد من القوانين الإعلامية إلى قوانين النشر أو القانون الجنائي قصد تضيق مجال الممارسة الإعلامية إلى أبعد الحدود، الأمر الذي يجعل هذه القوانين تبدو ردعية وعقابية بشكل مسبق.^٨

- الإبقاء على الفقرة "المبهمة والمطاطية" المشهورة المقيّدة التي تتكرر في القوانين بل في الدساتير بالمنطقة، ومفادها أن الإعلام حرٌّ في تناول القضايا، باستثناء ما يمس "المصلحة العامة" أو "الأمن الوطني" أو "السيادة الوطنية". وإذا لم تُقنن هذه التعبيرات بدقة، فسيبقى كل شيء تقريباً تحت طائلة مثل هذه الألفاظ.

- ضعف الصلة بين الإعلام والمسؤولية الاجتماعية "البحثة"، ويعني ذلك "هشاشة" انخراط الإعلام في قضايا المجتمع داخلياً وخارجياً، وخاصة ما تعلق بالجانب القيمي؛ إذ هناك تسيّب ساطع في هذا المجال، وأضحت العديد من وسائل الإعلام "التفاهية" منفذ المضامين التي تعمل بأشكال مبثوثة أو مباشرة على تكسير البنية القيمية والثقافية في المجتمع.

ث. مجال لم يعالج ولم يدخل بعد في أدب هذه الأخلاقيات، ونخص بالذكر "الضوابط الأخلاقية التي يتعين أن تضبط الإعلان (التجاري)"، و"درجة" العنف التي يمكن أن تعرضها^٩ القنوات الإعلامية في أزمنة الحروب والصراعات، وكيفية التعامل مع الأحداث التي يعتقد أنها عرض تمثيلي (staging)، خاصة في مجال الدعاية السياسية،

^٨ يلجأ الممارس الإعلامي في أمريكا مثلاً إلى الاستناد إلى المادة الأولى المعدلة في الدستور الأمريكي من "أن الكونغرس الأمريكي لا يحق له أن يسن قوانين تحد من حرية الصحافة" من أجل رفض أية قوانين إعلامية بفعل أن أي قانون يتضمن قيوداً مسبقة.

^٩ تتضمن ميثاق أخلاقيات قناة الجزيرة بعض الضوابط في هذا الشأن.

واحترام خصوصية الفرد مثل: تسجيل المكالمات الهاتفية أو عرض شرائط مسموعة مرئية خصوصية على شبكة الإنترنت، وحقوق الملكية الفكرية الإعلامية، إلخ.

وتعددت العوامل التي تجعل الموائيق الأخلاقية (أو موائيق الشرف الإعلامية) غير ذات فاعلية. ومن ذلك الرقابة الذاتية التي يمارسها الإعلامي، وعدم استغلال بعض المساحة من الفسحة "السياسية" المتاحة، والضغط الإداري التي تمارس على الممارس الإعلامي، وغياب ثقافة النقد، مما ينعكس على غياب أهم الفنون الصحفية المساهمة في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ويخصّ التحقيق الصحفي، وكذلك الدور "الهامشي" الذي تؤديه الجمعيات الصحفية المحدودة والشكلية، وتراجع مستوى التكوين الإعلامي الجامعي إلى مستويات دونية إلى حد كبير.

إن هذه العوامل، وإن كانت واقعية وقائمة، لكنها لا تمثل إلا "ستائر" إذا اقتبسنا أحد مفاهيم النورسي. فمسألة الأخلاقيات تحتاج إلى مقارنة على المستوى الكُلّي، ويؤدي ذلك إلى مساءلة المرجعية القيمة أو الفلسفية التي تقوم عليها هذه المنظومة "الأخلاقية". وقد سبقت الإشارة إلى أن تاريخ أخلاقيات الإعلام في المنطقة "هش"؛ لأن العديد من مفردات تلك الأخلاقيات (المذكورة سابقاً) ظلت معلقة دون تأويل واضح المعالم، مما أفرغها جزئياً من مضامينها المحتملة، وجعل التعلق بها أمراً شكلياً، بل منسياً، وأحياناً تؤوّل بشكل متناقض بين هذا المجتمع أو ذلك، كأن يسمى الحدث "مقاومة" عند بعضهم و"إرهاباً" عند الآخر، والطرفان يستندان إلى الصفة نفسها الواردة في الأخلاقيات؛ أي "الموضوعية". والحاصل أن النقل من الغرب (من الإنجليزية بالأساس) في هذا المجال كان أمراً شكلياً، ومن باب المحاكاة، على أساس أن من شروط الدخول في "الحضارة الإعلامية" تبني تلك الأخلاقيات التي يقال إنها تحكمها نظرياً، بينما التاريخ، ومن ذلك تاريخ الاستعمار، يشهد على إخفاق تلك الاعتبارات في الممارسة الإعلامية "المتحضرة". يضاف إلى ذلك إلى أن بعض هذه الأخلاقيات كان محل نقد عدد من الأكاديميين الغربيين مثل "دافيد غوردن"، الذي يرى أن "حرية التعبير لا ينبغي أن تصبح

مبرراً للسلوك الإعلامي غير المسؤول.^{١٠} ويرى "نيغل هاريس" أن موثيق الشرف الإعلامية المتعددة ليس لها أثر في الممارسة الإعلامية ما لم تمسّ بشكل مباشر الممارسة الإعلامية، فهي (أي الموثيق) لا تحدد السلوك "الجيد" وكيف يمكن تحقيقه.^{١١}

ويدخل في تلك الأخلاقيات ما شاع في بعض الفترات التاريخية، وخاصة في بعض الأدبيات الموصوفة "بالاشتراكية" أو "الوطنية" بمبدأ "الالتزام" (أي الالتزام تجاه إيديولوجية معينة) ثم تحوّل في الممارسة إلى "إلزام"، وفقد كثيراً من بريقه بتراجع تلك الإيديولوجية. ويبدو هذا المصطلح محدوداً مقارنةً بمفهوم "الإذعان" عند النورسي. فالممارس الإعلامي يحتاج إلى الإذعان للحق وليس التعلق بتيار ظرفي يحتكم إلى "المؤقت" أو إلى الهوى وما يلبث أن يأتي عليه الزمن. وقد دعا النورسي "أن تكون الكلمات إذعاناً لا التزاماً، أي إذعاناً للحق، وتعاليم الحق، وما الإسلام إلا الإذعان المطلق لإرادة الله تعالى، وذلك الإذعان المطلق هو الذي يحقق الحرية التي يتنفسها (الكاتب)، ولا يستطيع أن يحيا بدونها."^{١٢}

إن المتأمل في إبستمولوجية تلك المصنوفة اللغوية، المنتسبة إلى أخلاقيات الإعلام السائدة، يجدها تصطف أحياناً إلى جانب النزعة اللبرالية، وأحياناً إلى مثالية في الشكل ودونها في المضمون. ويتجسد هذا الأمر في دلالة بعض الألفاظ من مثل: "الحرية" و"المسؤولية الاجتماعية"، المنبثقة من قاموس النظرية اللبرالية التي وضع أسسها عدد من فلاسفة عصر التنوير بأوروبا، أمثال جون استوارت ميل. أو في بعض المفردات التي تحتمل أكثر من تأويل حسب السياق والمؤسسة والفرد، مثل الحياد والموضوعية وغيرها. وهذا ما يجعل إعادة تأسيس تلك الأخلاقيات، كما أسلفنا، أمراً مشروعاً من الناحية النظرية المعرفية والمهنية.

¹⁰ Gordon, David. *Ethics and Freedom: Media Accountability*, in A. David Gordon & John Michael Kittross, *Controversies in Media Ethics*, New York: Longman, 1999, pp. 26-38.

¹¹ Harris, Nigel G. E. *Codes of Conduct for Journalists*, in Andrew Belsey & Rut Chadwick, *Ethical Issues in Journalism and the Media*, New York: Routledge, 1998, p. 75.

^{١٢} الأمrani، حسن. النورسي أديب الإنسانية، مصر: دار النيل، ٢٠٠٥، ص. ١١٨

إن قوانين الإعلام في المنطقة العربية والإسلامية عامة، تنطلق من المنظور السلطوي: التقييد المسبق، وذلك ما نجده في معظم قوانين النشر، أو قوانين المطبوعات (الخاصة بالكتب والصحافة المكتوبة)، أما مجال التلفزيون وخاصة بعد ظهور الإرسال التلفزيوني المباشر، وإمكانية التقاط مئات القنوات التلفزيونية شرقاً وغرباً، فيمكن تشبيهه بالأرض "السائبة" التي تخلو من "التشريع الإعلامي"، بفعل عدة عوامل، منها التفوق التكنولوجي ودخول الرأسمال المادي بشكل "قوي"،^{١٣} وتقاطع أو تضارب المصالح الوطنية والإقليمية والدولية.^{١٤} أما قوانين الإعلام الجديد (الصحف والقنوات الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية) والشبكات الاجتماعية، مثل: فيسبوك وتويتر، فإن القوانين الموجودة غربية وأمريكية بالدرجة الأولى؛ لأن هذه التكنولوجيا الحديثة من صنع تلك المجتمعات، أما بقية المجتمعات فهي في موضع المستهلك "إن بوعي أو غير وعي"، أو بتعبير ابن خلدون: "المغلوب مولع بتقليد الغالب". وما زالت المنطقة العربية والإسلامية في مرحلة "ترقُب وإرباك" في شأن القوانين التي يمكن اعتمادها في التعامل مع انعكاسات تلك الوسائل الجديدة والشبكات الاجتماعية على الحريات الفردية والجماعية، وعلى قضايا السلم الاجتماعي والآداب العامة، إلخ. لا سيما أن قوانين الإعلام (قوانين المطبوعات وغيرها) في المنطقة العربية والإسلامية "شحيحة" و"مملة" من الناحية المعرفية، كونها تنطلق من قاعدة المراقبة أو التقييد المسبق.

وتقوم نظرية الحمية القيمة في الإعلام على أوليّة الأخلاقي على القانوني؛ أي أوليات أخلاقيات الإعلام على قوانينه، فالانضباط القيمي أدم وأكثر فعالية من تشريعات "خارجية" تحكم تفاصيل الممارسة الإعلامية. فالفرد الذي يتصفح شبكة الإنترنت بمفرده بعيداً عن أي إشراف أو مراقبة اجتماعية أو ثقافية أو إدارية، قد لا يردعه التشريع بقدر ما يحرك ضميره الرجاء والخوف من الله سبحانه تجاه ما يتعرض له من

^{١٣} انظر كتابنا: عزي، الإعلام وتفكك البنيات القيمة في المنطقة العربية، مرجع سابق.

^{١٤} ظاهرة قناة الجزيرة التلفزيونية، انظر دراستنا:

محتويات "نافعة أو ضارة"، مثلما ورد في الآية: ﴿إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾ (الإسراء: ٣٦) فكلما تطور المجتمع قد لا يكون العامل الأخلاقي كافياً - ليس في ذاته ولكن في تغييبه أو تعطيله - في إدارة شؤون الممارسة الإعلامية وسلوك الاتصال، مما يجعل العامل القانوني أمراً ضرورياً وحاسماً في هذه الحالة. وكان هذا البُعد الأساس في ربط الأخلاق بالتشريع ربطاً مشروعاً بحكم أن القانون انعكاس لقيمة أخلاقية على النحو المذكور. ويمكن معالجة المسائل الأخلاقية في الإعلام على النحو الآتي:

١. القذف:

يُعرف القذف عامة بأنه "نشر معلومات خاطئة تسيء إلى سمعة الآخر." والقذف يمس المعلومة وليس الرأي. أما الإساءة فتتوقف على المتضرر؛ إذ قد يكون الضرر "نفسياً" كالقلق والاضطراب والانعزال، أو الإحساس بالإذلال أو الإهانة أو الاحتقار، إلخ. أو مادياً مثل خسارة التجارة أو العمل أو الزبائن، أو السمعة التي بناها الشخص عبر الزمن، إلخ. وعادة ما يصعب تقدير الضرر النفسي مادياً إلا إذا تقدم المدعي بتكاليف العلاج النفسي مثلاً.

وترى مختلف الثقافات أن القذف مسألة غير أخلاقية و"شنيعة"، غير أن المهدي القرآني شدد كثيراً على الانضباط القيمي والتحفّظ الأقصى في عدم الإساءة للآخر، سواء أكان هذا بالكلمة أم بسوء الظن، وحثّ على إعلاء قيمة الكلام اللين أياً كان الظرف، فقد قال تعالى: ﴿وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا﴾ (البقرة: ٨٣) ويتجلى هذا المعنى أيضاً في إحدى صوره في دعوة سيدنا موسى عليه السلام، ذلك أن مواجهة سلطة في وزن فرعون تتطلب للوهلة الأولى الاستعداد للأسوأ، أو ربما ردّ الصاع بصاعين لو أمكن ذلك، أو استحضار أشد الكلمات قذفاً وإساءة للآخر بفعل الوضعية، إلا أن الله سبحانه لمعرفته بطبائع البشر، أوصاه بغير ذلك في قوله: ﴿فَقُولَا لَهُ، قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى﴾ (طه: ٤٤) وقد أسهب الغزالي (أبو حامد) في فصل آفات اللسان "الكتاب الرابع من رُبع المهلكات من كتاب إحياء علوم الدين".^{١٥} في ذكر تلك الآفات التي تعد من باب

^{١٥} الغزالي، أبو حامد. إحياء علوم الدين، بيروت: دار الكتاب العربي، ٢٠٠٨ م، ص ١٠٣٦-١٠٩٩

القذف، وذكر عشرين آفة منها: "الكلام فيما لا يعنك"، "فضول الكلام"، "الخوض في الباطل"، "المراء والجدال"، "الخصومة"، "التقعر في الكلام بالتشدد"، "الفحش والسب وبذاءة اللسان"، "اللعن"، "السخرية والاستهزاء"، "إفشاء السر"، "الوعد الكاذب"، "الكذب في القول واليمين"، "الغيبة"، "النميمة"، "كلام ذي اللسانين"، إلخ.^{١٦}

ويُعدّ القذف مسألة بالغة الأهمية بالنظر إلى التكاليف التي تتطلبها المحاكمات الطويلة و"التعويضات المادية الكبيرة" التي تطال المؤسسات الإعلامية عندما تخسر الدعاوى القضائية. وتبعاً لذلك، جرت العادة تسوية العديد من قضايا القذف خارج المحكمة. ويأتي "القذف" بوصفه مسألة بَعْدِيّة؛ أي يحدث القذف بعد النشر أو البث، فلا يمكن وفق النظرية البرالية وقف "القذف المحتمل" بشكل مسبق، وإنما تتدخل الأطراف المتضررة بعد النشر أو البث. وإذا أشرنا إلى التجربة الأمريكية مثلاً، فقد حكمت المحكمة الدستورية العليا بأمريكا بعدم دستورية الرقابة المسبقة في القذف في أكثر من قضية. وتختلف قوانين البلدان الغربية في هذه الشأن؛ إذ نجد مثلاً أن القانون البريطاني يسمح للحكومة البريطانية -إذا علمت بوجود قصة خيرية تسيء بالقذف للعائلة الملكية- بأمر المؤسسة الإعلامية المعنية بعدم المضي قدماً في نشر تلك القصة. ويمكن أيضاً للحكومة البريطانية التماس أمر قضائي لوقف قصص خيرية يشبه أنها تلحق الضرر بالأمن الوطني. وعلى خلاف القوانين الغربية التي تدرج القذف في مجال القانون المدني، فإنه في العديد من البلدان العربية يدخل في مجال القانون الجنائي.

٢. الخصوصية:

تُعرّف الخصوصية على أنها حق الفرد في أن يُترك لحاله في شخصه وبيته وعائلته ومعلوماته الشخصية، وغيرها من تلك التي لا يؤدّ الفرد أن تأتي إلى العلن عبر وسائل الإعلام لاعتبارات عدة. وتختلف الخصوصية من منظومة قيمة لأخرى، ومن ثقافة لأخرى، ومن فرد لآخر ومن حالة لأخرى. ويعد "البيت" (المسكن) المجال الأوضح الذي تتجلى فيه الخصوصية. وتبنّت العديد من قوانين الخصوصية فكرة ارتباط الخصوصية

بالمكان الذي يتوقع فيه الفرد خصوصيته؛ أي بيته. فأخذ صورة الآخر في مكان عمومي قد لا يخل بالخصوصية، ولكن أخذ تلك الصورة في بيت صاحبها باستخدام كاميرا بعدسة خاصة هو تعدد على الخصوصية. وقد سميت إحدى السور القرآنية التي تضمنت آيات الخصوصية بسورة الحجرات، نظراً لأهمية "البيت" في تحقيق هذه القيمة الإنسانية الراقية: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُتَادُونَكَ مِنْ وَرَاءِ الْحُجُرَاتِ أَكْثَرُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ﴾ (الحجرات: ٤) وجاء في تفسير القرطبي أن هؤلاء من "جملة قوم الغالب عليهم الجهل".^{١٧} ويمكن أن نفهم من ذلك أن هؤلاء لم يفهموا قدر الرسول ﷺ، بعدم احترام خصوصيته.

فقد عني النص القرآني بشكل خاص بالخصوصية، بوصفها جزءاً من فطرة الإنسان، وآلية تحفظ "كرامته" في علاقته مع الآخرين. ونقرأ ذلك في الآية الكريمة: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ بُيُوتِكُمْ حَتَّى تَسْتَأْذِنُوا وَتُسَلِّمُوا عَلَىٰ أَهْلِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾ (النور: ٢٧) فهذه الآية تدل على أن "البيت" مكان الخصوصية. وقد سارت قوانين الخصوصية الحديثة في الغرب خاصة على هذا النهج، وعدّ "البيت" الحيز الأساس الذي يتوقعه الناس والمشرع ملاذاً للخصوصية.

واجتماعياً، تختلف الثقافات في درجة وعيها بالخصوصية، فالثقافات الجماعية "التقليدية" تقلص من حيز الخصوصية، وترى أنّ حياة الفرد شأن جماعي، بل قد تنظر إلى سلوك "الخصوصية" على أنه ضرب من الأنانية وربما الاستعلاء، وربما اتخذت من قضايا الخصوصية مادة اجتماعية ومكوناً في الاتصال الشخصي، وما يترتب على ذلك من "ازدهار" الإشاعة والتعدي عن خصوصية الآخرين. وكلما تطور المجتمع انفصل الفرد تدريجياً عن العقل الجماعي وما يسميه ابن خلدون بالعصبية البدوية، أو ما يعدّه دوركايم الضمير الجمعي، وأصبح ذا نزعة فردانية ترسم حدود المسافة بينه وبين الجماعة في شكل الخصوصية.

وتشمل الخصوصية حق الفرد في أن يكون آمناً في نفسه وبيته وممتلكاته، وأغراضه وأوراقه ومذكراته، ومن التفتيش والحجز غير القانوني. ونجد هذا المعنى في حديث الرسول

¹⁷ <http://quran.al-islam.com/>

ﷺ: "كل المسلم على المسلم حرام: دمه وماله وعرضه."^{١٨} وإذا كان التفتيش والحجز ضرورة قصوى مثل القضايا الجنائية، فيكون بناء على أدلة بيّنة وواضحة وأمر قضائي يحدد بدقة مكان هذا الإجراء وزمانه ومدته. وتفترض الخصوصية عدم التجاوز على الآخر أيّاً كانت الحالة؛ فالتعامل مع إجراءات التفتيش والحجز -عندما تكون قانونية- يكون دون تجاوز، وبمعنى آخر، يتعين أن يحدد الأمر القضائي المذكور مثلاً الأشياء التي يتم تفتيشها بدقة، منعاً لأي تجاوز، وذلك ما يستنبط من حادثة التحية في قصة عائشة مع الرسول ﷺ عندما أخبرها بأن الله سبحانه وتعالى يحب "الرفق" في كل شيء (حتى عندما يتعرض للشتم فيكون الرد بحدود).^{١٩} ويدخل في الخصوصية أيضاً حياة الفرد الخاصة ونمط حياته، وما يُعدُّ من الشأن الخاص بالضرورة أو بالتوقعات الثقافية السائدة. ويتنوع الأفراد بدورهم في درجة حساسيتهم للخصوصية، فبعضهم خصوصي أكثر من الآخر، لاعتبارات نفسية واجتماعية وقيمية متعددة.

ومعرفياً، فقد ذكر العالم الأكاديمي جاكيت (Dale Jacquette) أن مسألة الخصوصية تمسّ الفرد وحقه في الإعلام والاتصال من ثلاثة جوانب على الأقل:

أ. الخصوصية شرطٌ ضروريٌّ في تحقيق حرية التعبير. إن القيام بأي مشروع ثقافي أو اجتماعي أو سياسي أو حتى تجاري، يتطلب بعض "السّرية" في البداية، وهذه السّرية يصعب تحقيقها دون الخصوصية، وذلك ما نقرأه مثلاً في حديث الرسول ﷺ: "استعينوا في قضاء حاجاتكم بالكتمان." وواضح أن غياب الخصوصية أو تقلّصها يحدّ أو يخلّ بمبدأ الحرية (حرية التعبير، حرية التجمع، حرية النقد وحرية الصحافة) ويعرّضها للرقابة المسبقة، خاصة في الحالة السلطوية.

ب. الخصوصية حق في ذاته، وجوهره احترام الفرد واستقلاليتته: رأى العديد من منظّري الأخلاقيات أن الخصوصية حق ذاتي (intrinsic) وليس وسائلياً

^{١٨} الغزالي، إحياء علوم الدين، مرجع سابق، ص ١٠٧٣.

^{١٩} كقوله ﷺ: "يا عائشة! إن الله رفيق يحب الرفق. ويعطي على الرفق ما لا يعطي على العنف. وما لا يعطي على ما سواه." انظره في:

- مسلم، مسلم بن الحجاج النيسابوري. صحيح مسلم، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي: القاهرة: دار إحياء الكتب العربية، ١٩٥٥، كتاب البر والصلة والآداب، باب فضل الرفق، حديث رقم ٢٥٩٣

(instrumental). وتنبتق الخصوصية من احترام الآخر وما يتميز به من استقلالية وقدرة في إدارة حياته الخاصة، بعيداً عن تدخل الآخرين، عندما يختار ذلك. ويتوقف مجال الخصوصية على الفرد ذاته؛ أي إن الفرد صاحب الفصل في القضايا التي يود الحفاظ عليها شخصياً، والأخرى التي يود إشراك الآخرين فيها. والأمر يختلف من شخص لآخر، فمن حق الفرد أن يدعو الصحفيين إلى تصويره في بيته، مثلما يرى أن من حقه رفض ذلك، والكل يستحق الاحترام بناء على ذلك.

ت. الخصوصية تحدث السعادة، وتجاوزها يحدث الألم لدى الفرد "المتضرر" أو الذي يعتقد أنه تضرر من نقل خصوصيته إلى العلن. ويُعدّ هذا العنصر مسألة نفسية؛ إذ يحتاج الفرد عادة إلى وقت خاص لا يكون فيه تحت محاسبة الآخرين، ويتصرف بحرية دون الخوف من ردة فعل الآخرين أو كيف يفكرون تجاهه. وعندما يتم تجاوز تلك الخصوصية، مثل اقتحام بيت الشخص دون إذن مسبق، فإن ذلك الشخص "المتضرر" قد يشعر بأن شيئاً يُقدّر قد سلب منه، حتى وإن لم يكن هذا الشيء محل تقدير من الآخرين. فالعبرة بما يعدّه الشخص حيّزَ الخاص وليس بنظرة الآخرين التي تختلف من فرد إلى آخر. وتُعدّ الخصوصية - خاصة حق الفرد إلى وقت خاص به بعيداً عن وقت العمل والصلة مع الآخرين - من القضايا الأخلاقية "العليا"، بحكم أنه لا يمكن تعويضها، فماذا يتبقى للفرد لو حرّمه الآخرون من حقه في الزمن الخاص المحدود، عندما يريد الانزواء أو الحديث مع النفس. يضاف إلى ذلك أن إحداث الألم النفسي أو انعكاساته بتجاوز خصوصية الآخر أمر غير أخلاقي بذاته، بغض النظر عن طبيعة الخصوصية التي يختارها الفرد.^{٢٠}

٣. الملكية الفكرية:

تخصّ الملكية الفكرية حق الفرد في إنتاجه الفني الإبداعي، سواء أكان في شكل نص أو صورة أو فيديو أو رسم أو موسيقى وغيرها من الأشكال التعبيرية المتنوعة. وقد ازدادت أهمية الملكية الفكرية مع ظهور الإعلام الرقمي؛ إذ أصبحت السرقة الفكرية المباشرة وغير المباشرة "هينة"، وأحياناً تتكرر تلك السرقات دون الارتباط بضرورة بمصدر

العمل الفني الرئيس، فالسرقة تقوم على سرقة أخرى سابقة، ويختفي المصدر في هذا السيل من النقل المتكرر.

وهناك جدل في تعريف الملكية الفكرية في مجال الإعلام والمعارف الإنسانية والاجتماعية، بحكم أن وسائل الإعلام تنقل عن بعضها بعضاً، إضافة إلى "التناس" الذي يحدث بين المعارف الإنسانية محلياً وعالمياً، فتعبير "لإيجاد تحت الشمس" مثلاً موجود في أكثر من لغة، دون الرجوع إلى أصله اليوناني، وقس على ذلك. وقد يكون التناس غير مباشر أو "مقصود"، فـ"ديكارت" قد يكون اطلع واستفاد من تعبير الغزالي (أبو حامد) من "أن الشك أعلى مراحل اليقين" في تطوير نظرية "الشك" دون أن يشير إلى المصدر. وربما أمكن القول إن أي إبداع يحمل بعض السرقة من زاوية أن المبدع لا يبدأ من الصفر وإنما يتأثر بالآخرين وإن جزئياً.

إن مسألة الملكية الفكرية "قيمة" أخلاقية بالدرجة الأولى. وقد سعت القوانين الحديثة في الغرب وبالأخص الأمريكية إلى ربط الملكية الفكرية بالتعبير (expression) وليس بالأفكار والحقائق. فالقوانين تلك تحمي أشكال التعبير بوصفها عملاً إبداعياً، فالنص الإعلامي - كالمعمود - يُعد في حد ذاته شكلاً تعبيرياً إبداعياً يحيمه قانون الملكية الفكرية، أما الفكرة التي يتناولها المعمود والأحداث أو الأرقام الواردة فتخرج عن إطار تلك الحماية؛ إذ يمكن أن يتناول الفكرة ذاتها أي صحفي آخر من منظور آخر. فالإبداع يحدث على مستوى التعبير عن الفكرة وليس الفكرة بذاتها. وفي نظرنا، فإن هذا الحسم قانوني وليس بالضرورة أخلاقياً. فالحسم القانوني مرده على ما يبدو صعوبة تحديد أصل الفكرة للتفاعل الحاصل بين البشر والثقافات، خاصة مع تطور تكنولوجيا الاتصال. أما الجانب الأخلاقي فمصدره الأمانة الشخصية والعلمية؛ إذ يصعب الحديث عن فكرة "القابلية للاستعمار" دون الإشارة إلى مالك بن نبي، أو "العصبية" دون ابن خلدون، أو "المجال العام" دون هابرماس، إلخ. وما يعلق بالمعلومات "الحياضية" أو "الجافة" - إن صح هذا التعبير - مثل الأحداث والبيانات، فتدخل وفق تلك القوانين في "الاستخدام العام" (public domain)، ولا تندرج في إطار الحماية الفكرية. ويتم أيضاً استثناء المواد

المعرفية التي تستخدم لأغراض تعليمية أو تدريبية من الحماية الفكرية؛ إذ يمكن تدريس تلك المواد دون إذن صاحبها في إطار مبدأ "الاستخدام المنصف" (fair use)، فيمكن مثلاً تصوير نص إعلامي لغرض التدريب على كتابة النصوص الإخبارية "لأغراض تعليمية"، ولكن لا يمكن نشر ذلك النص في مؤلف، لأن ذلك يتضمن أغراضاً تجارية تفقد حق صاحبه من الامتيازات المترتبة على النشر.

٤. العنف والجنس:

يُعدُّ موضوع "العنف والجنس" قديماً جديداً. فقد اتسم الترفيه في مجال السينما ابتداءً من عشرينيات القرن الماضي والتلفزيون لاحقاً بالطابع التجاري، والتركيز على النزعة "العدوانية" الغريزية في جذب الفئات الشابة، وهم القطاع الأساس في هذه الصناعة. وقد اعتمد أرباب هذه الصناعة من شركات الإنتاج السينمائي والاستديوهات والقاعات السينمائية على حجة "أن الجمهور يريد هكذا." ويوجد في واقع الجمهور ما يؤكد ذلك، مع أن الحجة يمكن أن تأتي بالمقلوب؛ أي إن الجمهور يريد ما تريده تلك الصناعة، أو أن أذواق تلك الفئات الاجتماعية من نتاج التعرُّض المستمر وليس رغبة أصلية. وقد اختلفت المجتمعات في تعاملها مع هذه الظاهرة الاجتماعية "المرضية" أو "غير الوظيفية" إذا اكتفينا بافتراضات النظرية الوظيفية. وأكاديمياً، كانت دراسات "باين" في أمريكا أواخر العشرينيات من المخططات البارزة في معالجة أثر "الأفلام" في ثقافة المجتمع. وقد أظهرت تلك الدراسات -التي شارك فيها باحثون من مختلف التخصصات ودامت سنوات- أن العلاقة بين الأفلام والجمهور "معقدة"، ويصعب الجزم في شأن طبيعة التأثير بالرغم من إمكانية تحديد بعض جوانب التأثير بدقة شديدة. وتلتها دراسات متعددة، ومنها ما بادر بها الكونغرس الأمريكي، ومعظمها لم تصل إلى إجابات حاسمة في شأن تلك العلاقة، مع ميلها إلى إبراز الآثار السلبية المحتملة. وتكمن جدلية هذا الموضوع في صعوبة تحديد الفاصل بين العنف "المشروع" -مثلاً كالدفاع عن النفس ولو رمزياً- وقضايا الحروب والعنف غير الأخلاقي، والفاصل بين الصورة المقبولة وغير المقبولة، مع أن الصورة "الفاحشة" ثقافياً واضحة على حد قول بوتر ستيفورات (Potter Steward)

قاضي المحكمة الدستورية العليا بأمريكا في قضية الفحش (obscenity) عندما قال: "لا أستطيع تعريفها، ولكن أعرفها عندما أراها." وهذه الفواصل تختلف بين الثقافات والفئات الاجتماعية والأفراد، إضافة إلى التغير في درجة الحساسية والأذواق من جيل لآخر. ويمتد هذا الجدل إلى مجال الفنون أيضاً.

ويُعدُّ التلفزيون أكثر الوسائل المعنية بالعنف والجنس، بوصفه مجاًلاً عاماً ينفذ إلى كافة الشرائح الاجتماعية، بما في ذلك الأقل حصانة مثل الأطفال. أما الوسائل الأخرى مثل الصحف والمجلات والإنترنت، فيمكن للفرد فيها أن يمارس الانتقاء الإدراكي (selective perception)، وبإمكانه نظرياً على الأقل تجنب ما يعتبره منافياً لقيمه وثقافته وقناعاته. وبمعنى آخر، فإن التلفزيون مع تعدد قنواته يتضمن بعض الإجبار؛ إذ يصعب على الفرد أن يتجنب أو يتوقع ما ييثر بشكل إرادي على النحو الممكن في المجلة والإنترنت مثلاً. وهذا العامل وحده يفرض على التلفزيون مسؤولية اجتماعية تخصُّ احترام آداب المجتمع وقيمه وثقافته في هذا المجال. وقد اتخذت المجتمعات المختلفة إجراءات قانونية تحدّ من ظاهرة العنف والجنس في التلفزيون. فالقانون الأمريكي الإداري والتشريعي يفرض على القنوات التلفزيونية احترام آداب المجتمع الذي تتوجه إليه هذه الوسائل، وثقافته، وتركت أمر تحديد المقصود بالآداب المقبولة اجتماعياً للمجتمع المحلي (community)، الذي بإمكانه اتخاذ الإجراءات القانونية في شأن تلك المواد المحلّة بالثقافة السائدة.

وتقوم هيئة الاتصال الفدرالية (Federal Communication Commission) بمتابعة مدى امتثال القنوات التلفزيونية لهذا الاعتبار عند إصدار التراخيص أو تجديدها، كما أنها تحدد الزمن الذي لا يمكن فيه بثّ مواد العنف والجنس الجدلّية، حمايةً للأطفال من التعرّض غير الإرادي. أما في المنطقة العربية والإسلامية، فإنَّ مجال التلفزيون وبالأخص البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية يُعدُّ "مجاًلاً سائباً" لا يخضع للمسؤولية الاجتماعية أو للانضباط القيمي، أو لحكم القانون.

ومعظم ردّة الفعل أصواتٌ فحسب، ليس لها التأثير الفعلي على أرض الواقع. وتكمن صعوبة تقنين هذا المجال كون البلد "المتلقي" لا يملك السلطة القانونية على قناة البلد "المرسل"، إضافة إلى المصالح الإقليمية والدولية المتداخلة التي تحول دون معالجة هذا المجال. أما القنوات الحكومية المحلية فانشغالها بمجال العنف والجنس "محدود"، مع أنها أقل إثارة من القنوات التلفزيونية الترفيهية، ولا يبدو أنها تمثل لقانون معين يحكم أدائها في المجال بقدر ما تلجأ إلى التقدير الذاتي أو بعض الرقابة الإدارية، دون إشراك أو مشاركة المجتمع المحلي الذي تنظر إليه بوصفه مجرد "متلقي".

٥. التهديد والابتزاز:

ازدادت أهمية القضايا الجنائية مع ظهور شبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي. ويبدو أن مشكلات الناس في الواقع الاجتماعي انتقلت إلى الشبكة دون رقيب يذكر. وتوجد على الأقل ثلاثة أنواع من جرائم الاتصال "الحديثة" على الشبكة:

أ. التهديد الإلكتروني المتتابع (cyberstalking): ويقصد بذلك عملية تتبع الشخص برسائل تهدده في سمعته أو ممتلكاته أو حياته أو حياة أسرته؛ لأسباب شخصية و مرضية. وقد تدوم هذه العملية شهوراً أو سنوات إذا لم يتم القبض على الج

ب. الابتزاز (cyber harassment): ويتعلق الأمر بالضغط والحيلة والتهديد "المبطن" لاستغلال الفرد، لأهداف شخصية أو مادية أو انتقامية. وعادة ما يستغرق الابتزاز مدة أقصر.

ت. ابتزاز الأطفال "القاصرين" (cyberbullying): ويقصد بذلك الابتزاز الذي يقوم به الأطفال والمراهقون ضد الأطفال الأقل سناً أو الأضعف، بهدف إحداث الضرر النفسي بهم إن لم يستجيبوا لأوامر تخدم مصالحهم.

خاتمة:

دراسة الإعلام لا تتم في منظورنا من دون مرجعية تربط محتويات هذه الوسائل بالقيم. إن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابياً إذا كانت المحتويات وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت الوثيقة أشد كان التأثير إيجابياً. وبالمقابل، يكون التأثير سلبياً إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر.

وتتضمن التأثيرات الإيجابية في السياق المذكور: تعزيز القيم، والتنشئة الاجتماعية، وتحقيق الانسجام وتعزيز الترابط الاجتماعي، وتوسيع دائرة الاستفادة من الثقافة، والوعي بالعالم الخارجي وتوسيع المحيط، والنظر إلى الذات والمجتمع من زاوية خارجية، ومعايشة عوالم متعددة تحمل الإنسان عبر الزمان والمكان، والإشباع والتحويل والترفيه، ونقد الذات وتغييرها، والإعلام والتفسير والتحليل، وأخيراً إضفاء قيم إضافية على الآخر.

وتشمل التأثيرات السلبية في السياق نفسه: تحييد القيم، وجمهرة الثقافة (التبسيط والتشويه)، وتضييق المحيط، وتقليص المحلي وتوسيع العالمي، وإضعاف نسيج الاتصال الاجتماعي، وإضعاف دور قادة الرأي والفكر، وتقمص أدوار النجوم السينمائية، والمعارية والاستهلاكية، والمزج بين الحقيقي والرمزي، وإضعاف الحساسية تجاه الممنوعات الثقافية، والفجوة الإعلامية، والإدمان على الوسيلة، ومنع الفرد من نقد ذاته أو تغييرها، والتركيز على حاسة البصر على حساب الحواس الأخرى.

تركز الحتمية القيمية على جعل القيمة الانشغال الأساس في الإعلام والاتصال. وعندما ينشغل الإعلام بالقيمة (بدل النفوذ والريح) تتحرك العوامل الاجتماعية والثقافية والفنية والإنسانية تبعاً، ولكن فاقد الشيء لا يعطيه. فكيف يمكن للإعلام أن يمارس القيمة إذا كانت منظومة الإعلام بمكوناتها المادية والبشرية والهيكلية قائمة على اعتبارات أخرى. وتدفع الحتمية القيمية إلى مزيد من المسؤولية الأخلاقية في اتخاذ القرارات الإعلامية في الميادين الاجتماعية والثقافية والفنية والإنسانية.

وتُعدّ هذه المسؤولية الأخلاقية واجباً ضرورياً يحقق إنسانية الإنسان لدى الممارس الإعلامي والمؤسسة الإعلامية. ويترتب عن ذلك احترام المتلقي بوصفه كياناً مستقلاً يملك حرية الاختيار واتخاذ القرار بناءً على ذلك. ويعني ذلك عدم اعتبار المتلقي وسيلة لتحقيق أهداف تجارية أو أنانية وإنما هدفاً لتحقيق غايات سامية مشتركة في المجتمع الأوسع. وتتضمن المسؤولية الأخلاقية ثلاثة جوانب مصيرية في المعادلة الحتمية:

تمكين القيمة بأبعادها الحضارية والفلسفية -على نحو قيم البحث عن الحقيقة والعدل وتقليل الضرر والتعلق بالمثل السامية- في الممارسة والفعل الإعلامي.

ب. تطوير مواثيق الشرف الإعلامية بشكل متجدد يحتوي الواقع ويحتضن الممارسات الإنسانية المتطورة في المجال، وترسخها بصفاتها مرجعية أخلاقية وليست نصوصاً ورقية فحسب.

ج. الانشغال الأخلاقي بمسائل القذف والتجريح والخصوصية الفردية والملكية الفكرية والعنف والابتزاز الافتراضي الرقمي.