

الفصل الثامن

الدعاية، التصنيف والمبادئ الأخلاقية للمنظمة

مقدمة

لقد ركزنا حتى الآن على المثل الأخلاقية لوسائل الإعلام مع الإشارة إلى بعض الطرق التي فشل فيها الممارسين الإعلاميين من الأفراد وأيضاً المنظمات الإعلامية في الالتزام بهذه المثل. سوف نراعي في هذا الفصل كيفية مساعدة الممارسين في وسائل الإعلام على الفهم والعمل في تناسق مع هذه المبادئ الأخلاقية. عندما نتحدث باستفاضة، فيجب أن ننظر أولاً إلى وضع أسس لتنظيم السلوك. ولا يعني التنظيم هنا مجرد وضع وتطبيق قواعد للسلوك، ولكن وضع آليات تجعل الناس أكثر قبولاً للعمل كما يجب، والتصرف على هذا الأساس. ونحن نعني هنا التنظيم في مجالين - المحتوى والملكية ونراعي وجود نطاق من الآليات المنظمة. إن الأهمية الجوهرية للصحافة الحرة هي وضع قواعد ونظم في هذين المجالين - المحتوى والملكية - وبخاصة المجالات التي تحتمل النقاش والجدل. إن أي محاولة لتطبيق هذه النظم من خلال، على سبيل المثال، الرقابة الحكومية سوف ينظر لها على أنها انتهاك غير قانوني لحرية الصحافة.. ومن الناحية الأخرى يمكن اعتبار آليات التنظيم الذاتي كنوع من تقديم الخدمات

Media, Markets, and Morals, First Edition, Edward H. Spence, Andrew Alexandra, Aaron Quinn, and Anne Dunn.

© 2011 Edward H. Spence, Andrew Alexandra, Aaron Quinn, and Anne Dunn, Published 2011 by Blackwell Publishing Ltd.

الشخصية الغير فعالة. وبالإضافة إلى ذلك، فإن عدم وجود آليات تنظيم للملكية قد يؤدي إلى تركيز الملكية والتي ستؤدي بالتالي إلى فقدان التنوع الإعلامي واستقلاليتها.

آليات النزاهة

ركزت معظم مناقشاتنا في هذا الكتاب على ما قد يطلق عليه جوهر أخلاقيات الإعلام. وتناولنا، على سبيل المثال، بعض الأسئلة العامة مثل أنواع الحقوق والالتزامات لدى التنظيمات والمؤسسات الإعلامية أو المهنيين الأفراد في وسائل الإعلام وأنواع الخصال والفضائل التي يجب أن يتطلع إليها المهنيين في وسائل الإعلام. كما تناولنا أيضًا تطبيق المبادئ العامة على بعض القضايا الخاصة. وبالطبع يوجد الكثير من الجدل حول محتوى أخلاقيات الإعلام. ولكن هناك أيضًا اتفاق جماعي كبير حولها. لا يوجد أحد على الإطلاق يتقبل من الناحية الأخلاقية أن يقوم مراسل في جريدة ما بتفنيق قصص حول أمور تتعلق بالمصلحة العامة، أو أن تنشر جريدة ما هذه القصص وهي تعلم بعدم صدقها.

ولكن الأسئلة التي تدور حول الجوهر ليست هي الوحيدة التي تحتاج إلى تناولها في محاولتنا لفهم أخلاقيات الإعلام. وحتى إذا كنا واضحين في تحديد كيف يجب أن يكون سلوك العاملين في وسائل الإعلام، إلا أننا نواجه التساؤلات حول كيفية ضمان أنهم يسلكون بالفعل طبقاً لهذه المبادئ - من أجل الرقي بالسلوك الأخلاقي. لاحظ، حتى إذا اعتقدنا أن جميع العاملين في الإعلام مهذبين أخلاقياً ويرغبون في القيام بكل ما هو سليم وقويم، إلا أننا مازلنا في حاجة إلى دعم السلوك الأخلاقي عند الوضع في الاعتبار التباين والاختلاف بين مطالب الدوافع الأخلاقية العادية وبين أخلاقيات الإعلام. وطالما أن كل ما يعتقد أنه عمل سليم، دائماً ما يصعب وجوده في أخلاقيات الإعلام، ويصبح من الضروري تقييم العاملين في الإعلام لمعرفة القضايا التي يواجهونها والوصول إلى اتفاق حول ما يجب أن تكون عليه سلوكياتهم.

هناك نطاق واسع من الأدوات التي يمكن استخدامها لدعم السلوك الأخلاقي في أية منظمة، أو صناعة أو مهنة. وهذه الأشياء تشمل القواعد الأخلاقية والشكاوى والانتهاكات

الرسمية والإجراءات التأديبية، وإجراءات التصاريح والتسجيل، والتعليم المهني بجانب المتطلبات القانونية. يمكن أن نميز بين نوعين من آليات النزاهة والأمانة. أولهما قائمة على السلوك - فهي تؤسس، وترصد، وتطبق معايير السلوكيات. تخيل، على سبيل المثال، منظومة مهنية للشكاوى والتأديب والتي تحظر على أعضاء مهنة ما الانخراط في سلوكيات معينة، وتفرض العقوبات في حالة قيامهم بهذه الأفعال. والنوع الثاني لآليات النزاهة والأمانة القائمة على المواقف. وهذه الآليات تقوم بوظيفتها عن طريق تسمية ودعم الأعراف الثقافية - المواقف تجاه السلوك السليم الذي يضيف على الصفة الذاتية ونستخدمه للحكم على أنفسنا وعلى الآخرين. وبالرغم من أن هاتين الصفتين لآليات النزاهة والأمانة يؤثران بوضوح في بعضهما البعض، إلا أنهما غير متطابقتين. ولنتأمل ما يطلق عليه «المبادئ الأخلاقية العادية»، التي تنطبق علينا في معاملاتنا اليومية مع بعضنا البعض. وبينما يحظر القانون ويفرض عقوبات قاسية لكل من ينتهك هذه المبادئ الأخلاقية، مثل القتل والسرقة، إلا أن الكثير من الجوانب الأخلاقية في حياتنا لا تقع تحت طائلة القانون. إذن فإن القانون لا يأمرنا (ولا يستطيع أن يأمرنا) أن نعامل بعضنا البعض بالحسنى ومراعاة مشاعر الآخرين: إن اهتمامنا بالتحلي بالرحمة، بجانب نزعتنا إلى إطلاق أحكام قاسية على الآخرين الذين يتعاملون بغير رحمة، تنشأ من قبولنا لبعض الأعراف الثقافية والأخلاقية. إن الأعراف الثقافية تعتبر في مثل أهمية الأخلاقيات المهنية، وبوجه خاص الفضائل المميزة لكل مجموعة مهنية التي يمكن تسميتها فقط عند تطبيقها على نطاق واسع ثم تقييمها: لا يمكن تنظيمها كأسلوب للحياة. وفي الواقع هناك أساليب متنوعة يمكن من خلالها تنميتها ودعمها، من خلال التعليم والإعلان، الجوائز والمكافآت، ومن خلال عمليات غير رسمية للثقافة التنظيمية والقيادات الشخصية الأخلاقية.

عند الوضع في الاعتبار الشكل المناسب للتنظيم في بعض مجالات النشاط، نواجه ثلاثة أسئلة متداخلة: (1) ما هي الأمور التي تحاول النظم تحقيقها (إذا وجدت) وما هي النتائج التي تسمى إليها؟ (2) بافتراض وجود سبب للاعتقاد بأن التنظيم أمر مرغوب فيه، فكيف يمكنه تحقيق ذلك؟ ما هي الوسائل التي يجب أن تستخدم (ما هي آليات النزاهة والأمانة)

للوصول إلى الأهداف التي تسعى إليها؟ من الذي سيشارك في تشكيل وممارسة آليات النزاهة والأمانة المفضلتين؟ إننا نحاول في معظم هذا الكتاب، بالطبع، تقديم الإجابة عن الأسئلة التي تدور حول «ما هي» والتي تتعلق بأهداف التنظيم، ولذلك فنحن نفترض مسبقاً أن هذه المناقشة في باقي هذا الفصل سوف تتحول إلى «كيف» و«من». يجب أن نلاحظ، أن هناك حد قائم دائماً بين ما يطلق عليه (وقد يكون مضللاً أحياناً) تنظيم المحتوى من ناحية، وتنظيم الملكية من ناحية أخرى.. وسنعود إلى الأسئلة المتعلقة بوجه خاص بتنظيم الملكية في الجزء التالي من هذا الفصل. نحن نركز هنا على المحتوى والذي لا يشمل فقط المحتوى الحرفي للمنتج الإعلامي ولكن أيضاً الوسائل التي يمكن من خلالها تحقيق هذا المحتوى.

تنظيم المحتوى

إن التنظيمات الإعلامية، التي ناقشناها في الفصل الثالث، التي تسود المجتمعات الغربية، تُعد إلى حد كبير، مشروعات تجارية. ونتيجة لذلك فهي تساهم في السوق وتتنافس بمعاييرها. وهناك جزء هام من دور الإعلام وهو خدمة الطلب على المعلومات والتعليقات الجيدة. وقد يبدو أن المنظمات الإعلامية التي لا تبرهن على احترامها الكافي للصدق والموضوعية سيكون مصيرها أسوأ في مجال السوق. وفي نفس الوقت وكما رأينا مسبقاً في الفصل الثالث، هناك أسباب وجيهة للحذر من التنظيم الحكومي في مجال الإعلام. وهذا لا يعني أن الإعلام يجب أن يتحرر من جميع القيود القانونية. على سبيل المثال، سيحظر على وسائل الإعلام الإفضاء بعناوين أي شاهد عيان في محاكمات جنائية خطيرة، أو نشر أسرار الدولة. ولكن هذه القيود تنطبق على كل شخص، لسبب وجيه، وهو أن الإعلام ليس هيئة منفردة بعيدة عن باقي المجتمع. (وبالمثل، فإن المتاجر والحوانيت ممنوعة من بيع السموم. هذه ليست محاولة لتقييد تجارة السوبر ماركت، ولكنها محاولة لتقييد فرصة الوصول إلى هذه السموم).

إذن، ربما، يجب ألا نسمح للإعلام بتطبيق أي نظم أو إجراءات، وترك قوى السوق لتحديد ما يجب أن ينتج وما يجب أن ينشر أو يوزع عن طريق الإعلام، وما هي المؤسسات الإعلامية التي ستستمر وتزدهر. من المؤكد أن هذا أفضل كثيراً من أن يترك للدولة تحديد

محتوى الإعلام وتركيبه صناعته. في الواقع، كما يشير الرسم التالي، هناك مواقع تنظيمية وسيطة متنوعة بين النقيضين.

النطاق التنظيمي

عوامل السوق	التدخل المستهدف	التنظيم الذاتي	التنظيم المساعد	التنظيم الحكومي الواقعي
-------------	-----------------	----------------	-----------------	-------------------------

يشمل «التدخل المستهدف» استخدام الدولة لسلطتها المالية لدعم بعض عناصر السوق أو الأنشطة كأسلوب للمساعدة في تحقيق دخول مرغوبة. فعلى سبيل المثال، قد يكون لدى الحكومة سياسة لشراء إعلانات فقط في المنتديات الإعلامية التي تقوم على أساس معايير محددة. وربما يجب حرمان أسواق الإعلام، على سبيل المثال، التي تتجاهل عن قصد وباستمرار المطالب الأساسية للعدالة والعدل، من هذا العائد.

إن «التنظيم الذاتي» يشمل، منظمة ما، مهنة، أو صناعة توافق على الالتزام تطوعاً بتطبيق المعايير المجسدة، على سبيل المثال، في معايير السلوك أو معايير الأخلاق. فصي المنظومة الحقيقية التي تعتمد على سياسة التنظيم الذاتي، فإن الهيئة المناسبة (منظمة أو... إلخ) لديها مسؤولية واحدة لتنظيم سلوك أعضائها. فلا معايير السلوك ولا العقوبات التي يتم فرضها مدعومة قانوناً، كما أن الحكومة لا تتدخل مباشرة لمراقبة السلوك أو لفرض العقوبات.

عند الوضع في الاعتبار مشكلات التنظيم الحكومي للإعلام نجد فكرة التنظيم الذاتي للمجموعات الإعلامية شديدة الجاذبية. ولكن، هناك صعوبات في كلاً من الممارسة والمبدأ في التنظيم الذاتي للإعلام. إن أول مشكلة تتعلق بوضع معايير من المفروض تطبيقها على الإعلام. وقد تم ذلك، من خلال إعلان المعايير الأخلاقية في الصناعة أو في المنظمة أو المؤسسة، أو في المجموعات المهنية. إن هذه المعايير قابلة للصياغة، عموماً، في شكل مصطلحات طموحة. فعلى سبيل المثال، البند 2 في الإعلام، المعيار الأخلاقي «لاتحاد الترفيه والفنون» الذي تم

تصميمه لتوجيه سلوك الصحفيين الاستراليين وتقديم النصح لهم.

لا يجب وضع تأكيدات غير ضرورية على السمات الشخصية بما في ذلك السلالة، العرق،
الصفة القومية، الجنس (رجل / امرأة) السن، التوجهات الجنسية.

لا يوجد أساس منطقي لهذه النصيحة. فمن المفترض أن هذا يعني، ولو جزئياً، الحماية
ضد فرض أنماط سلبية غير عادلة، أو ربما أيضاً لحماية أشخاص من إذاعة تفاصيل حياتهم
الشخصية لإشباع شهية الجمهور بالمعلومات التي تدغدغ مشاعرهم. وحتى إذا تم تفسيرها
على هذا الأساس فقد يظل الأمر شديد الغموض: إن كل ما يمثل تأكيدات غير ضرورية لن يتم
الموافقة عليه أو تحديده، في العديد من الحالات. ومما لا شك فيه، فإن كون المدير التنفيذي
في أي مؤسسة هامة «مثلي» (للمسيحي المتزمت)، عادة، هو أمر لا يمت بصلة لأي تقرير في
الصفحات المالية التي يقدم فيها خطمه عن المشروع. فهل ذكر التوجهات الجنسية للمدير
التنفيذي أو المعتقدات الدينية، من الأفعال التي لا يمكن تبريرها في هذه الحالة؟ إن مثل هذا
الغموض يعني عدم وجود توقعات واضحة، مقبولة عموماً حول معايير السلوك.

هناك مصاعب حقيقية، حتى في حالة وضوح المعايير المناسبة، عند الاستجابة لانتهاكات
هذه المعايير. يمكن تلخيص المشكلة هنا في فكرة أن «التنظيم الذاتي» يعني بالفعل «الانغماس
الذاتي». لا يوجد أحد منا يُعد حكماً جيداً لقضايانا الشخصية. فنحن نستطيع عادة إيجاد
سبب ما في أن ما يبدو من ظاهره أنه سلوك سيء، يصبح في الإمكان تبريره أو على الأقل
ممكناً أن يُغتفر. لا يوجد أي سبب للاعتقاد أن المجموعات المهنية أو المؤسسات التجارية
محصنة ضد هذه النزعة، ومما لا شك فيه أن لدينا الكثير من الأدلة التاريخية التي تثبت
عكس ذلك.

إن هذه المشكلة العامة تأخذ شكلاً عاماً على مستوى الصناعة، المنظمة، أو المجموعة
المهنية. فلنضع في اعتبارنا أولاً المجموعات المهنية، التي تمثل الصحفيين أو الممارسين
الإعلاميين مثل «جمعية الصحفيين المهنيين» Society of Professional Journalists
في الولايات المتحدة و «الإعلام الترفيهي وتحالف الفنون» في استراليا والذي يحاول تطوير

المعايير المهنية والحفاظ عليها، من خلال معايير أخلاقية ومعايير للممارسة الإعلان على الملأ الأفعال التي تستحق الاستهجان واللوم إن هذه المحاولات، في معظم الأحوال يبدو أن لديها تأثير قليل. وبعيداً عن مشكلة الغموض التي نوقشت مسبقاً، هناك سببان ملحوظان على الأقل، لافتقارهم للفاعلية. أولاً إن العضوية في مثل هذه الهيئات تطوعية، وبالتالي لا يملكون إلا القليل من الرقابة على أنشطة الغير أعضاء.. وطبقاً لذلك فإن المعايير التي وضعوها غير مقبولة عالمياً أو على نطاق واسع من الممارسين. (Kiplinger 2005). ثانياً، إن سلطاتهم على أعضائهم ضعيفة للغاية. وبينما لهم الحق في الرقابة أو فرض العقوبات مثل الغرامات على أعضائهم، لا يوجد إلا حافز ضئيل للأعضاء للبقاء، إذا عارضوا الأحكام التي صدرت ضددهم أو شعروا أن هذه العقوبات قاسية بدون وجه حق.

إن المجموعات المهنية في عدد من المناطق الأخرى، لهم سلطة وضع وتطبيق المعايير على جميع العاملين في هذه المهنة. مع الوضع في الاعتبار مهن مثل الطب أو القانون. فالأشخاص المعروفون فقط والمعتمدين من قبل أقرانهم يسمح لهم بأن يطلقوا على أنفسهم لقب «طبيب»، على سبيل المثال، أو من لديه القدرة للوصول إلى أماكن للتدريب وممارسة مهنته مثل إدارة المسارح. وبالتالي، فإن مثل هذه الهيئات مثل مجالس التسجيل الطبية، التي يتحكم فيها أو على الأقل يسيطر عليها الممارسين من الأطباء، لديها سلطة حقيقية على كل من يريد ممارسة الطب. وهؤلاء يجب أن يعملوا وفق المعايير المطلوبة، أو سيفقدوا مصدر رزقهم. إن هذه السلطة مفوضة من الدولة. وطبقاً للمنظور التنظيمي المشار إليه سابقاً، فهذا يعد مثلاً «للتنظيم الثانوي» - فالدولة تفوض سلطات تنظيمية لمجموعات مهنية على شرط أن يعملوا وفق شروط معينة، مثل تطوير ونشر معايير أخلاقية، إنشاء آليات فعالة للشكاوى والقرارات التأديبية، طلب أعضاء للعمل في أنشطة التعليم المهني القائمة بالفعل، وتقديم تقارير دورية إلى هيئة ما لديها سلطة مراقبة هذه الأمور لتوضيح فعاليتها في تحسين الممارسات.

هناك الكثير الذي يمكن أن يقال حول «التنظيم الثانوي» كطريقة للتأكيد بأن المجموعات المهنية تسلك سلوكاً سليماً. فمن ناحية، فإن المتطلبات التي يجب توضيحها للهيئة المشرفة لإظهار أن عملية التنظيم مؤثرة بالفعل، تتلخص في أن التنظيم المساعد قادر على التغلب على

مشكلة «الانغماس الذاتي» المتأصلة في منظومة قائمة على التنظيم الذاتي (نوقشت في الجزء الأعلى). ومن ناحية أخرى يترك تصميم وتطبيق منظومة الانضباط إلى الموجودين في أفضل الأماكن التي تدرك معنى القضايا الأخلاقية التي يواجهها أعضاء المهنة، وطريقة التأثير الفعلي لهذا التنظيم على هؤلاء الأعضاء.

ومهما كانت فوائد التنظيم المساعد، إلا أنه غير ملائم للإعلام. أولاً، فحتى إذا كانت الدولة لها الحق الكامل في التدخل المباشر في أعمال الإعلام في منظومة مساعدة فيجب أن يكون هناك نوع من القلق الحقيقي حيال التأثير الذي يمكن أن تفرضه على الاتحادات المهنية للإعلام والتي يمكن أن تعتمد على الدولة في سيطرتها. ثانياً، إن أي منظومة ذات عمل مقيد بالإعلام، للأشخاص الذين تمت الموافقة عليهم من قبل بعض هيئات الترخيص سواء كانت هذه الهيئة ذراع مباشر للدولة، أو مفوضة من قبلها، أو تكتسب هذه السلطة عن طريق أسلوب آخر، فإن كل ذلك يناقض تماماً تعاليم حرية التعبير وحرية الصحافة. إن حقي في حرية التعبير ليس هو ببساطة حق يجب المطالبة به ضد محاولات الدولة لمنعني من نقل وتبادل أفكاري وآرائي مع الآخرين - بل إنه حق يجب المطالبة به ضد أي شخص يقوم بذلك. وبالإضافة إلى ذلك، هناك أسباب أخرى مستقلة لتقييد الممارسة في مجالات مثل الطب والقانون لمن أظهروا كفاءتهم ونزاهتهم لأقرانهم مع الوضع في الاعتبار الطبيعة شديدة التخصص للكفاءة في هذه المجالات والضرر الذي يمكن أن يقع على أيدي الغير أكفاء وعديمي الضمير. إن معظم الأعمال الإعلامية، من ناحية أخرى، لا تتطلب مثل هذه الدرجة من الكفاءة المتخصصة. وبالرغم من أن التدريب الجيد في الصحافة يساعد بلا شك في خلق صحفيين ناجحين، ومنهم كثيرون قدموا إسهامات جليلة للإعلام بدون الحصول على مثل هذا التدريب. وأخيراً، فعند التفكير في التنوع الواسع والمتاح لقنوات الاتصال، فإن أي محاولة للحد من عمل الإعلام أمام الذين تمت الموافقة عليهم من قبل الهيئة المنظمة، قد يكتب لها النجاح فقط إذا كان لدى هذه الهيئة سلطات هائلة للرقابة والسيطرة والتدخل الغير مبرر.

لقد أشرنا إلى مشكلات متأصلة في محاولات الاتحادات المهنية بالإعلام بالقيام بتنظيم نفسها. تتبع هذه المشكلات، إلى حد كبير، من عدم وجود سلطة لهذه الجمعيات على أعضائها.

وهناك مشكلة أخرى تواجه الاتحادات الصناعية والتي تعتمد في وجودها على الدعم والتعاون بين أعضائها ومن ناحية أخرى، فإن المنظمات الإعلامية، مثل الصحف، المحطات التليفزيونية وما يماثلها، من الواضح أن لديها سلطة تفرضها على العاملين فيها، ولذلك فهم على الأقل يستطيعون وضع وتطبيق معايير أخلاقية على من يعمل لديهم. وهناك العديد من هذه المنظمات تتمتع بمعايير أخلاقية. ولكن بالنسبة للمنظمات أو المؤسسات الإعلامية، وخاصة المنظمات التجارية، فإن الاعتبارات التجارية تجنح إلى القيام بمحاولات من أجل التنظيم الذاتي ولكن دائماً ما تكون بدون جدوى أو غير ضرورية.. فهي بدون جدوى إذا كان السلوك الغير مرغوب فيه (أو الشخص المسئول عنه) يستحق، رغمًا عن ذلك، فعله من أجل مكاسب تجارية. ومن المحتمل أن تكون هذه المحاولات غير ضرورية إذا كان لدى المنظمة سبباً لكرهها، لأنها قد تؤدي إلى تشويه سمعة أو الإضرار بجزء هام من سوقها.

يبدو أننا قد وصلنا إلى طريق مسدود. فمن ناحية فإن التنظيم الخارجي، وخاصة من الدولة يمثل إشكالية وخاصة في الصراع من أجل حرية الصحافة. ومن ناحية أخرى، يبدو أن التنظيم الذاتي اتجاه غير فعال. ولكن برغم صعوبة مواجهة المشكلات الحقيقية التي أشرنا إليها سواء التنظيم الخارجي أو التنظيم الذاتي، إلا أن هناك أسباب للاعتقاد بأن التنظيم الذاتي، الذي يتم ترتيبه بعناية قد يكون له تأثيرات إيجابية على الأخلاقيات الإعلامية، بدون الوصول إلى تسوية خاطئة لحرية الصحافة.

هناك عدد من مخططات التنظيم الذاتي أو الوسائل التي حققت، إلى حد كبير أو صغير نجاحًا ملحوظًا. وعلى سبيل المثال، وعلى مستوى الاتحادات المهنية، نجد مجلس الصحافة السويسري هو اتحاد تطوعي للصحفيين (الذين لم يحصلوا على ترخيص) إلا أن لديه السلطة لرقابة الصحفيين من خلال العلية، وهو أمر فعال في حد ذاته، فعال لأنه يحظى باحترام واسع النطاق من قبل الصحفيين السويسريين (Bertrand 2000) ليس من السهل ترجمة التجربة السويسرية في مجتمعات أقل تجانسًا وأكثر كثافة مثل الولايات المتحدة والمملكة المتحدة ولكن، حتى في هذه المجتمعات فإن الاتحادات المهنية يمكن أن تلعب دورًا في تحسين السلوك الأخلاقي بين أعضائها.. إن الأنشطة لهذه الاتحادات، على سبيل المثال، في تعزيز

المبادئ الأخلاقية، إذا كان هناك عنصراً واحداً لخلق الثقافات التنظيمية التي تسمى وتطبق السلوك الأخلاقي. إن الظروف التي تساعد على خلق ثقافات تنظيمية صحية وأخلاقية تشمل تركيز الإدارة على القواعد الأخلاقية، ممارسة سلوك أخلاقي له عائد ملموس، تصنيع قيم متناسقة بين الممارسين (Bowen 2004)، وتشكيل آلية لحوار أخلاقي، في نزاعات غرفة الأخبار بوجه خاص أو في أوقات التشوش الأخلاقي (Newton et al. 2004) إن التفكير الجيد من خلال تعاليم أخلاقية تم تطويرها من خلال مناقشات مستمرة مع الممارسين، يمكن أن يلعب دوراً هاماً في هذا الحوار، ومن ناحية أخرى، بينما تبدو الاتحادات المهنية بدون سلطة لإحداث تحسين في سلوك أعضائها، فقد توجد كيانات أخرى داعمة، ويمكنها أن تساعد في ذلك فقط، أشرنا في مقدمة هذا الكتاب إلى طبقتين من آليات النزاهة والأمانة والتي أطلقنا عليها آليات قائمة على السلوك والمواقف. وبينما أوضحت المشكلات التي أشرنا إليها للحد من فعالية الآليات القائمة على السلوك، حيث تم فهم القواعد الأخلاقية وما شابهها بأنها تقوم على المواقف ويمكن أن يكون لها تأثير ما.

إن الآليات المنظمة ذاتياً والجيدة التدبير القائمة على السلوك والمواقف - على مستوى التنظيمات والصناعة - يمكن أيضاً أن تسفر عن نتائج جيدة. إن الصعوبة الأساسية المتأصلة في التنظيم الذاتي تلخص في أنه حتى إذا كان المشاركين فيه يريدون أصلاً أن يكون سلوكهم سليماً وأن يكون لديهم إطار تنظيمي يساعدهم ويساعد الآخرين على اتباع السلوك السليم. فهم بذلك يمتلكون دوافع كامنة متنافرة. فمن ناحية يهتمون بتطوير معايير هادفة مع تطبيقها بأسلوب نزيه. ومن ناحية أخرى، فإذا أو عندما يسلكون بالفعل سلوكاً معيماً، فهم (عادة) يرغبون في أن يكون الحكم عليهم، متساهلاً بقدر الإمكان. إن هذه المشكلة المرتبطة بدافعين متنافسين داخل شخص ما، أصبحت تعرف باسم «يوليسيس والسيرانيين» Ulysses and the Sirens ففي ملحمة الأوديسا، يخبرنا هومر، بأنه عندما كان يوليسيس عائداً إلى موطنه بعد حروب طروادة كان عليه أن يبصر عبر إحدى الجزر موطن السيرانيات. والسيرانيات هم نساء يغنون أغنية عذبة تجذب أي بحار يسمعهما - وتغرق السفينة بعد ارتطامها بالساحل الصخري. أراد يوليسيس أن يسمع السيرانيات ولا يعرض أيضاً السفينة للغرق. ولذلك حشى

أذان طاقمه الملاحي بالشمع حتى لا يستطيعوا سماع أغنية السيرانيات وربط نفسه بالشرع، مع إعطاء الأوامر بعدم فكه مهما توسل إليهم حتى يمرروا بسلام عبر هذه الجزيرة. وبالتالي استطاع يوليسيس أن يحقق رغبته في سماع أغنية السيرانيات، ونتيجة لتحذيراته المبكرة لم يعد هناك تأثير فعال لأغنيتهن. ولم تغرق سفينته واستطاع أن يكمل رحلته مع طاقمه.

وبالمثل، فمن الممكن بناء آليات تنظيم ذاتي حتى يمكن لهذا الدافع الذي يقوم على تطوير معايير هادفة وتطبيقها بأسلوب نزيه وفعال، أن يظل فعالاً، ولكن، إذا كان الحكم على إثم نتج عن هذا الدافع. متساهلاً إلى حد كبير، فإن تأثيره سيصبح غير فعال، أو على الأقل، أدنى فعالية. حُذ بعين الاعتبار، «مجلس الصحافة في استراليا»، وهو هيئة أنشئت وتم تمويلها من صناعة الصحف والمجلات في استراليا للإشراف ومراقبة أنشطتها. ومن بين أنشطة أخرى يقوم المجلس بالرد على الشكاوى المرفوعة ضد أعضائه. وهو يفعل ذلك بالرجوع إلى «وثيقة المبادئ» المعترف بها ضمن معايير الممارسة بالنسبة للناشرين من الأفراد. لقد صدرت هذه الوثيقة، جزئياً، من خلال تحليل مسح للشكاوى التي استلمها مجلس الصحافة خلال عشر سنوات، وبمساعدة غالبية الأعضاء المستقلين في المجلس (أي الأشخاص الذين لا يعملون في هذه الصناعة). إن إحدى الدلالات على فاعلية هذا المجلس هي أن أي حكم قضائي يصدر من المجلس ضد صحيفة أو مجلة مشهورة يتم إصداره في الصحيفة أو المجلة المذنبه في مكان بارز (Australian Press Council 2008).

بالطبع، مهما كانت فوائد هذه المنظومة وتطبيقها في المكان السليم عن طريق المجلس، إلا أن هناك جدل كبير حول أن هذه الفوائد أقل كثيراً من وصفها بالمثالية. فعلى سبيل المثال، يعتمد المجلس على أعضاء من الجمهور الذين يقدمون الشكاوى بدلاً من أن يكون لديه القدرة الكافية على ضبط المخالفات والانتهاكات والتصرف حيالها. ولكن، عند القول بأنه لا يتسم بالمثالية فهذا لا يعني إنكار أنه على أقل الأحوال، لديه بعض الفاعلية.

يمكننا أن نلاحظ كيانات مماثلة قائمة على التنظيم الذاتي. والتي ظهرت داخل المؤسسات الإعلامية الفردية. فمثلاً، هناك نزعة لدى المنظمات أو المؤسسات الجديدة مثل «النيويورك تايمز» لإنشاء هيئة للتحقيق في الشكاوى والتي يطلق عليه الآن «المحررون العموميون»، تتسلم،

وتتحقق وتعمل بعد تقديم الشكاوى حول الدقة وطريقة تمثيل محتوى إصداراتهم، ومن هو أيضاً الذي يقوم بدور المقيم المستقل لهذا المحتوى. إن دوافع هذه التعيينات، على الأقل جزئياً، قد تكون تهديئة مجال النقد لهذه المنظمات في مواجهة الفضائح مثل اكتشاف تاريخ جيسون بلير في تليفزيون القصص، وفرض استقالة جوديث ميلر، بعد انتشار المزاعم بأنها، في الواقع، أداة للدفاع عن مصلحة إدارة بوش، ومشاركتها في إذاعة أخبار كاذبة عن أمور مثل الزعم بوجود برنامج أسلحة دمار شامل في العراق. ولكن يبدو أنهم حظوا بفرصة أخرى ليسمعهم الجمهور، والمساهمة في إبراز الموضوع المتعلق بالمعايير المهنية للصحافة.

لقد تم إنشاء هيئة التحقيق في الشكاوى لدعم السلوك الأخلاقي وردع الفساد. وتتمتع بميزة العمل في نفس المكانة وفي محيط غرفة الأخبار التي تقيمها، مع القدرة على الوصول الفوري لصناع القرار في الأخبار، ونظراً لأنها تشمل صحفيين من ذوي الكفاءات العالية المعتادين على أسلوب عمل غرفة الأخبار والضغط التي يواجهها الصحفيين. ولكن بالإضافة إلى ذلك هناك بعض المشكلات الواضحة لدور هيئة التحقيق في الشكاوى في المنظمات التي تتبع التنظيم الذاتي. ونظراً لكونهم موظفين لدى المؤسسة أو المنظمة التي تراقبهم - ونظراً لاعتمادهم عليها من أجل الاستقرار الوظيفي، والصدقة... إلخ. فإن هيئة التحقيق في الشكاوى تواجه صراعاً متأصلاً للمصالح لأن الذين يواجهون أكبر قدر من النقد - محرري الأخبار ومديري الأخبار هم أيضاً الذين لديهم السلطة لتعيين العاملين وطردهم أيضاً. ولكن، من الممكن تعيين الصحفيين من المعروفين بنزاهتهم ولتأثيرهم المحتمل على سمعة المؤسسة الإعلامية - التي يمكن أن تطرد أحد المحققين في الشكاوى لنقده الشديد - وإعطائهم قدر من الاطمئنان وعدم الخوف من استياء الإدارة وأن هذه الإدارة ستتسامح مع قدر محتمل من التعليقات النقدية.

لقد رأينا أن عملية التنظيم في أخلاقيات الإعلام هي بوجه خاص، مثيرة للمشكلات، عند الوضع في الاعتبار الحاجة من جانب، إلى درجة عالية من الاستقامة الأخلاقية ومن جانب آخر، التحرر من التدخل الحكومي. وهذا يجعل التنظيم الذاتي أكثر جاذبية، بل ربما الشكل الوحيد المناسب لتعزيز السلوك الأخلاقي في الإعلام. ولكن كما أشرنا مسبقاً، فهناك

مشكلات متأصلة في ممارسة عملية التنظيم الذاتي نفسها. إذن، فمن أجل أن تقوم منظومة إعلامية بوظيفتها المطلوبة تحت سياسة التنظيم الذاتي، يجب أن تقوم على أسس تتغلب أو على الأقل تقلل من مثل هذه المشكلات.

إن تأثير الإنترنت وما تبعه من ظهور «الإعلام الجديد» أدى إلى زيادة الاهتمام بقضايا تنظيم أخلاقيات الإعلام. إن القدرة على العمل في آليات التنظيم الذاتي التي نوقشت هنا تعتمد على الرغبة في المشاركة من قبل العاملين في الإعلام، سواء كانوا أفراداً أو منظمات أو مؤسسات. قد يعتقد البعض أن الذين يعملون في الإعلام الإلكتروني الجديد سيستطيعون القيام بعملهم دون الالتحاق كموظفين في إحدى المنظمات الإعلامية الكبرى الحالية⁽²⁾. وإذا كان الأمر كذلك فإن العاملين في الإعلام لديهم فرصة أقل لأن يكونوا جزءاً من ثقافة هذه المنظمات، أو تعريف أنفسهم كأعضاء في أحد المهن الإعلامية، مع ما يتبع ذلك من فرص أقل للتأثيرات التي تعزز من المشاركة في عمل يدار بعملية التنظيم الذاتي.

وعند الرجوع إلى وقت إعداد هذا الكتاب نجد أنه من الصعب التنبؤ بالتأثيرات طويلة المدى لنمو الإعلام الجديد. ولكن رغماً عن ذلك، هناك تأثيران ملحوظان لهما صلة بالموضوع المعروض هنا.. الأول، بينما يوجد الآن كم هائل من المدونين.. إلخ الذين لا يقعون تحت رقابة أو سيطرة أي منظمة إعلامية قائمة، نجد أن هذه التنظيمات مازالت تسيطر على نشر المعلومات والآراء ليس فقط على منظمات الإعلام التقليدي بل والإعلام الجديد أيضاً. إن النقطة الأساسية هنا هي أن المنظمات تلعب دورين متميزين من ناحية الوظائف: جمع المعلومات وضمها في رزم ثم تسليمها إلى المستهلكين، وبينما يعني تطوير الإنترنت إن كل شخص يمكنه الوصول إلى عدد هائل من الجمهور، وأن التنظيمات الإعلامية القائمة حالياً مازال لديها فوائد ملموسة في قدرتها على جمع المعلومات ووضعها في شكل جذاب للمستهلكين. فإن معظم ما يحدث في الفضاء السيبرنيدي cyperspace لا يختلف كثيراً عما يتعلق بتأثير أو تطبيقات كتابة الأحرف، أو نشر ملحوظات عامة، حتى بالرغم من استخدام آليات مختلفة للتسليم. وهي لا تقع في نطاق أخلاقيات الإعلام، بالمعنى الذي نستخدم فيه هذا المصطلح.

ثانياً، الأعداد الصغيرة نسبياً، ولكن ذات تأثير ملحوظ للمواقع الإلكترونية، والتي تُعد

بوضوح كوسيلة إعلامية ولكنها مملوكة أو تسيطر عليها منظمات إعلامية كبيرة، بدأت بنفسها في لعب دور ملموس تجاه المنظمات الإعلامية القائمة حالياً. تأمل السقوط المذهل لمراسل أخبار التلفزيون الأمريكي دان راثر (انظر الفصل 2) عرض راثر قصة على تلفزيون CBS تحتوي على مزاعم حول فترة خدمة الرئيس جورج دبليو. بوش بحرس الطيران القومي بولاية تكساس وبعد دقائق من انتهاء البرنامج بدأت التخمينات تظهر على المدونات الإعلامية والتي تشير إلى أن الوثائق التي اعتمد عليها راثر في قصته زائفة وملفقة. بدأت CBC بعد ذلك في التحقيق حول هذه المزاعم وخلصت إلى أن الوثائق كانت بالفعل مزيفة، وتم طرد راثر من عمله بعد ذلك بوقت قصير. أو تخيل تداعيات مختلفة للأحداث تركزت على الانتخابات الفيدرالية الاسترالية في عام 2007. اختلف عدد من المدونين حول أسلوب استخدام الصحف الاسترالية لاقتراح الأصوات خلال حملة الانتخابات، مشيرة إلى أن التباينات الإحصائية، على سبيل المثال، لا تمثل أي أهمية عند تقديم التقارير حول اتجاهات التصويت بين أماكن الاقتراع في أوقات مختلفة والتي عرضت بطريقة مضللة لأنها أشارت إلى التحولات الهامة في مزاج جمهور الناخبين. قد تكون هذه المدونات نفسها ذات أهمية لجزء محدد نسبياً من الجمهور عامة. ولكنها استطاعت بالتأكيد أن تلفت نظر العاملين في الصحافة الذين تناولتهم هذه التعليقات، والذين انشغلوا مع نقادهم في حوار ساخن حول الجوانب الحسنة من سلوكهم. إن وجود هذا الحوار هو في حد ذاته تطوراً مرحباً به؛ وهو يشير إلى أن الإعلام السائد ليس هو فقط الذي يمكن أن يصبح أكثر وعياً أخلاقياً، نتيجة للعملية الرقابية وتقديم تقارير المدونات ولكن المدونون أنفسهم من المحتمل أن يلتزموا بالمعايير الأخلاقية العالية التي يقدمها الإعلام المسيطر والسائد.

تنظيم الملكية

لم يركز جزء كبير من مناقشة تنظيم الإعلام على قضية المحتوى، مثل كيف يمكن للإعلام الحصول على المعلومات وأساليب استخدام المعلومات، ولكن ركز على قضايا تحييط بتركيبة الملكية داخل الصناعة. وعلى مدى سنين طويلة من القرن العشرين. كانت هناك نزعة قوية تجاه وجود منافذ إعلامية أقل وأقل يسيطر عليها شركات قليلة وشركات كبيرة. وفي وقت

واحد دعمت كل مدينة مهما كان حجمها صحيفة واحدة على الأقل، مملوكة محلياً، وأصبح للمدن عدد من الصحف اليومية، ولكن مع مرور الوقت، لم يعد هناك وجود للصحف، كما أن ملاك الصحف التي بقيت بدأت في الوقوع في أيدي التكتلات الضخمة (4).

بالطبع، يوجد في أي صناعة مشاعر قلق حقيقية وشرعية حول التركيز الغير صحي للملكية، نظراً لأن المنافسة الفعالة هي وضع ما لقيام السوق بوظيفته اللائقة. وخلال المناظرة حول تركيز الملكية في صناعة الإعلام، امتدت هذه المشاعر إلى ما وراء ذلك. ترتبط هذه المشاعر بتصنيفين واسعين. أولهما: هناك مخاوف من أن تركيبة الملكية في صناعة الإعلام سوف تؤثر بأسلوب معاكس على محتوى الإعلام، ثانياً: هناك مخاوف من أن هذه الملكية ستوفر للملاك الإعلام تأثير سياسي غير مستحق.

ولنبدأ بوضع خطوط أولية لمخاوف معينة متعلقة بالمحتوى. ففي المقام الأول، يُعتقد أن التكتلات الإعلامية الكبرى تستطيع السماح للأعراف التجارية بالسيطرة على الأعراف الإعلامية بأسلوب غير لائق (انظر المناقشة في فصل 3) عن طريق رفض ظهور الأقلية أو الآراء الغير مرغوبة إذا كان من المحتمل أن يؤدي ذلك إلى إبعاد المستهلكين. ومن المعتقد أيضاً أن المحتوى سيصبح متجانساً ولكن بشكل غير مرغوب فيه، وقد يصيب المرء بالقلق من أن الإعلام الذي يتم السيطرة عليه بواسطة قلة من كبار اللاعبين سيزيد من صعوبة الاستماع إلى الآراء المختلفة، وهذا يعني انخفاض جوانب التنوع. وهناك قلق آخر من أن هذا النوع من الإعلام قد لا يستطيع تقديم خدمة عامة. إن إحدى الوظائف الأساسية الإعلامية هي نقل رسائل ذات أهمية خاصة للمصلحة العامة مثل التحذير من أحوال جوية خطيرة أو كوارث طبيعية أو إنسانية، مع توفير مساحة للمناظرات السياسية، أو على مستوى عائلي أكثر، والإعلان عن تقديم الأعمال الخيرية، والجمعيات المدنية وما شابه ذلك من أجل دعم أنشطتها.

والآن فلنتأمل الخوف من أن التركيز الكبير على الملكية الإعلامية سوف يؤدي إلى تأثيرات سياسية غير مرغوب فيها. ومن المعتقد أن هذه التأثيرات ستستخدم إما لدعم وجهات النظر السياسية للملاك، أو للضغط على رجال السياسة لتشكيل سياسات إعلامية تفضل مصالح الملاك الحاليين للإعلام أو كلاهما.

إن رد الفعل الشائع لمشاعر الخوف لكلاً من هذين النوعين هو تأييد ما تقوم به الحكومية للتغلب عليها، إما عن طريق تطبيق تنظيم يهدف إلى الحد من تركيز وسائل الإعلام أو إقامة منظمات إعلامية تدعمها الحكومة، أو كلاهما. قبل النظر إلى هذه الاستجابات وردود الأفعال، يجب أن نضع في الاعتبار صحة المخاوف التي أفرزتها. مرة أخرى، سنبدأ بالأمور التي تتعلق بالتأثير على المحتوى الإعلامي: أولها أن التكتلات الإعلامية الكبرى قد تسمح بالأعراف التجارية أن تسيطر على الأعراف والقواعد الإعلامية. وكما أشرنا في الفصل الثالث لا يوجد من ناحية المبدأ أي سبب في عدم استطاعة المؤسسات أو المنظمات الإعلامية العمل طبقاً للأعراف الإعلامية وفي نفس الوقت العمل على ازدهار المشروعات التجارية. وعلى عكس الاتجاه للحدس، هناك أسباب لافتراض أنه من الأسهل فعلياً احترام الأعراف الإعلامية عندما تكون الملكية مركزة وليس عكس ذلك. تخيل موقفاً يوجد فيه ثلاث محطات تليفزيون تتنافس في إحدى المناطق المحلية. وكل محطة ستحاول قدر الإمكان جذب أكبر عدد من المشاهدين. ومن المرجح وجود تأثيران مرتبطان ببعضهما البعض: كل محطة ستشبه إلى حد كبير المحطات الأخرى، وسوف تسعى كل منها أن تشغل مكاناً وسطاً، بعدم إذاعة أي شيء يمكن أن يؤدي أو يزعج مشاهديها. والآن تخيل نفس المنطقة عندما حاولت شركة واحدة امتلاك الثلاث محطات. فليس من المعقول أن تتنافس هذه الشركة مع نفسها بوجود نفس البرامج على المحطات الثلاثة. ومن الأفضل أن تركز محطة واحدة لإرضاء الأذواق العامة السائدة، مع نشر مواد على المحطة الأخرى تجذب المزيد من المشاهدين من الأقليات المتخصصة. بدون الخوف، في هذه الحالة، من إبعاد عدد كبير من المشاهدين. ومن هنا، وعلى الأقل في بعض الحالات، فإن انخفاض التنوع في الملكية قد ينتج عنه زيادة في تنوع المحتوى. وبالإضافة إلى ذلك، فقد يتأثر الذوق أو آراء الأغلبية عند التعرض لآراء بديلة.

إذا كان هذا النوع من التفكير مقنعاً، فسوف يتضح من خلاله أن زيادة تركيز الملكية الإعلامية ليس بالضرورة أن يكون له تأثير سلبي على التنوع. وفي الحقيقة هناك كم كبير من الأدلة التي تظهر عدم وجود علاقة متبادلة مباشرة بين النمو في تكتل الملكية في منافذ الإعلام وبين التنوع بالنقص (أو بالزيادة) في وجهات النظر، أو في نوع المواد المعروضة أو المحتوى

المحلي⁽⁵⁾. ومن منطلق الجدل، هناك مشكلة مستمرة مع القصور في تمثيل التنوع في الإعلام الذي ينبع ليس فقط من تركيبة الملكية لبعض المنافذ المعينة، ولكن من حقيقة أن معظم المنافذ تقريباً تواجه نفس الضغوط التجارية. ولكن، كما رأينا في الفصل السادس، فحتى إذا كان تركيز الملكية لا يحمل في طياته بالضرورة تأثيراً سلبياً على تنوع الآراء ونوعية المواد، فإن عدم التوازن في السلطة الذي يلازم هذا التركيز يمكن، وأحياناً، يُساء استخدامه.

إن مشاعر القلق تجاه التأثير السياسي المفرط والذي يلازمه سلطة إعلامية قوية يبدو أن لها جذور عميقة. نحن نعرف أن المصالح الإعلامية حاولت التأثير بعنف في دعم مصالحهما التجارية. وبالطبع فإن ذلك يجعل من المنظمات الإعلامية لا تختلف كثيراً عن معظم الجماعات الأخرى التجارية. إن الذي يميزهم عن الجماعات التجارية الأخرى هي السلطة التي لديهم لعقاب رجال السياسة الذين لا يعملون طبقاً لما يرغبون فيه. إن هذه السلطة، أيضاً، تصبح أكبر وأقوى كلما تمتعت بمعاملة متميزة. إن فكرة أن الديمقراطية السليمة تعتمد على علاقة مستقلة بين مجالي الإعلام والسياسة: مثلما يجب على رجال السياسة عدم استخدام الإعلام لترسيخ سلطتهم السياسية، كما أن الإعلام يجب ألا يستخدم التأثير السياسي لترسيخ سلطته الاقتصادية، أو يجعل آراؤه السياسية تحمل ثقلًا أكبر. إن تعيين هوية المشكلة، هو أحد عاملين، ولكنه يثمر حلًا معقولاً أخلاقياً وسياسياً، وهو العامل الآخر.

إن المنظمات الإعلامية المدعومة من الدولة مثل BBC في المملكة المتحدة، وABC في أستراليا، تمثل تغييراً مفاجئاً ممكناً للسلطة السياسية المطلقة العنان للمجموعات الإعلامية الكبيرة. إن هذه المنظمات يتم تمويلها من قبل الدولة. ولكنها هيئات قانونية لا تسيطر عليها الحكومة اليوم.. ونظراً لذلك فهي تتجنب (نظرياً على الأقل) المشكلات التي تسبب للعلاقة بين المنظمات الإعلامية التجارية والحكومة. فهي تحاول أن ترقى فوق النزاع، مع تقديم التقارير والتعليقات حول أنشطة كلاً من الحكومة ووسائل الإعلام التجارية. ونظراً لأنها لا تتساق وراء نفس الالتزامات المالية مثل الإعلام التجاري، فإنها أكثر قدرة على عرض آراء الأقلية⁽⁶⁾.

ومن الناحية التاريخية هناك أداة هامة تمتلكها الحكومات لتنظيم الملكية الإعلامية وهي

قدرتها على الوصول إلى الطيف الكهرومغناطيسي. فإن معظم هذا الطيف الذي يستخدم في الإرسال الإذاعي، والإرسال التليفزيوني، وما شابه ذلك - يتميز بسمتين تجعلان من مثل هذا القيد على حرية الدخول من الأمور شديدة الأهمية. أولاً، أنه غير قابل للمنع، وهذا يعني أن كل شخص لديه معرفة بالتكنولوجيا المناسبة يستطيع استخدامه. ثانياً، إنه قابل للاستخدام، أي، إذا حاول عدد من المستخدمين (عادة ما يكون شخص واحد) استخدام نفس الجزء من الطيف سوف يتداخلان مع بعضهم البعض. إن الطيف هو ظاهرة طبيعية ويدور حوله الجدل باعتباره أحد الأصول العامة التي يجب أن تستخدم على هذا النحو من أجل أن يكون ذو منفعة هائلة للمجتمع بأكمله. ولهذا يبدو الأمر معقولاً إذا كانت الحكومة هي التي تقرر شروط الوصول إلى الطيف.

إن الأهمية الهائلة للإعلام الإذاعي في القرنين العشرين والحادي والعشرين تعني أن الحكومات، كحراس، على الطيف الكهرومغناطيسي يمكنها أن تمارس قدرًا معقولاً من الرقابة على كلاً من المحتوى وملكية وسائل الإعلام. وهذا أمر حقيقي حتى في الولايات المتحدة الأمريكية حيث يتطلب التعديل الأول في الدستور أن «الكونجرس لن يصدر أي قانون» لتحريم «حرية التعبير أو حرية الصحافة»، وكان له تأثير كبير في إقصاء الحكومة عن عملية التنظيم المباشر للصحف. ومنذ عام 1934، أصبحت الإذاعات في الولايات المتحدة الأمريكية، من أجل قيامها بالعمل، أن تحصل على تصريح من الحكومة ويجب أن يتجدد كل بضعة أعوام. ومن المفترض على المحطات الإذاعية، لكي تحصل على هذا التصريح أن تثبت تطابقها مع متطلبات «المصلحة العامة»، بما في ذلك برامج الأطفال، والاستجابة للاهتمامات المحلية، بجانب وضع قيود على استخدام لغة غير لائقة. ومن المهم أيضاً الإشارة إلى أنه كان من الممنوع على أصحاب المحطات الإذاعية امتلاك عدد كبير من المحطات (7) أو الصحف في نفس المدن التي يوجد بها محطات تليفزيونية حتى يمكن السيطرة على التأثير السياسي للملك هذه المحطات. وهناك دول أخرى مثل كندا وأستراليا لديها نفس الأنظمة مع وجود قيود على ملكية وسائل الإعلام المتعارضة.

إن كل واحد من هذه القيود، أينما وجد، أصبح يتعرض لضغوط متزايدة وملحوظة خلال

العقود الماضية. وتعكس بعض من هذه الضغوط تأثير الفكر الليبرالي الحديث الذي يشك في التنظيم الحكومي عمومًا. وخاصة بالنسبة للإعلام. إن نمو القنوات المتنوعة واسعة النطاق، على وجه الخصوص، والتي تعمل على نقل المعلومات (بما في ذلك بعض القنوات التي لا تعتمد على قدرتها للوصول إلى الطيف الكهرومغناطيسي مثل تليفزيون الكابل)، والتي كان معظمها يحصل على تكاليف منخفضة نسبيًا من المستهلكين، مما أتاح الفرصة لأعداد أكبر من المجموعات للوصول إلى البرامج الإعلامية لنشر رسائلها. وهذا يعني، احتياج أقل مما مضى لفرض الرقابة على الإعلام من قبل الحكومة، طالما أن التطورات التكنولوجية تحقق نتائج، تثبت أن هدف الحكومة كان الرقابة بوجه خاص على تنوع وجهات النظر، مع وجود إمكانية أقل لنجاح مثل هذه الرقابة، نظرًا لأنه لم يعد ممكنًا السيطرة على حرية الوصول إلى قنوات الاتصال كما كان في الماضي.. ولكن، مدى صحة هذه المزاعم مازال في حاجة إلى دراسة.

الخلاصة

كما أشرنا في فصول سابقة، هناك مطالب أخلاقية قائمة على وظائف تحدد معنى الإعلام وهو جمع ونشر المعلومات. وبينما لا يوجد سبب للاعتقاد بأن العاملين في مجال الإعلام والمنظمات الإعلامية لا يملكون دوافع أخلاقية أقل من غيرهم. فمما لا شك فيه أن هناك الكثيرون الذين تصرفوا بأسلوب أخلاقي يدعو للإعجاب. إن الإعلام يواجهه مشكلات خاصة في محاولاته لبناء أسس تنظيمية لتأكيد أن هذه المطالب سوف يتم تحقيقها. أولًا: إن الضغوط التجارية التي تُلقى على عاتق معظم المنظمات الإعلامية تولد دوافع لتجاهل وإلغاء الاعتبارات الأخلاقية. ولكن، ثانيًا: إن الأهمية الجوهرية للصحافة الحرة تعني أنه من غير المقبول أن تتدخل الحكومة لإقامة أو تطبيق معايير كما تفعل في بعض الصناعات الأخرى، حيث، من المرجح، أن هذه الضغوط تهدم النوايا الحسنة كما أن حرية الصحافة، في نفس الوقت، تعني أن مواجهة تزايد ونمو قنوات الاتصال المتنوعة «والصحفيين المدنيين» الذين يعملون بعيدًا عن سيطرة المنظمات الإعلامية القائمة، جعلت الأمر أكثر صعوبة لهذه المنظمات نفسها في السيطرة على سلوك الممارسين، حتى إذا كانت لديهم رغبة مختلفة في

تحقيق ذلك. هذه هي التحديات الحقيقية التي تواجه الذين يحاولون دعم السلوك الأخلاقي عند العاملين في وسائل الإعلام ولكن، لدينا سبب في الاعتقاد أن هذه المحاولات قد تكون مؤثرة إذا تم فهمها وتطبيقها بأسلوب مناسب. فعلى سبيل المثال، إن زيادة التنوع وحرية الوصول إلى قنوات الاتصال الإعلامية جعل من السهل السيطرة والتحكم في سلوك المنظمات الإعلامية والأفراد العاملين بها. وفي حالة الأعضاء الأفراد في الإعلام فإن هذه المسؤولية تدعم وتعزز المواقف الأخلاقية المهنية؛ أما في المنظمات الإعلامية، فيجب أن تستغل رغبتها في الحفاظ على سمعة تجارية في تقديم معلومات معتمدة وموثوق بها.

أسئلة دراسية حول الفصل

1. لماذا التنظيم الذاتي مرغوب بوجه خاص في حالة الإعلام؟ وحتى إذا كان مرغوب فيه، ما السبب في كونه مثيراً للمشكلات؟
2. من دواعي القلق التي طالما ظهرت مع زيادة سيطرة الإعلام عن طريق التكتلات الضخمة هو احتمال السماح للأعراف التجارية أن تسيطر على الأعراف الإعلامية بأسلوب غير مناسب. اعط مثالان لهذه السيطرة الغير مناسبة، هل هناك سبب قوي للقلق من حدوث ذلك بالفعل؟
3. اعط مثالان عن الترتيبات والإجراءات المحتملة دعمها للسلوك الأخلاقي في وسائل الإعلام.
4. هل توجد أسباب للاعتقاد بأن نمو الإعلام الجديد قد يؤدي إلى تقويض المثل الأخلاقية في وسائل الإعلام؟ هل هناك أسباب للاعتقاد باحتمال دعم المثل الأخلاقية في وسائل الإعلام؟
5. هل توجد أسباب جيدة، في رأيك لفرض قيود على الملكية المتعددة لوسائل الإعلام (حظر امتلاك شخص ما لمحطة تليفزيونية وصحيفة في نفس المدينة)؟

ملحوظات

1. إن هذا العرف الأخلاقي يمكن الوصول إليه على <http://www.alliance.org.au/code-of-ethics.html>.

2. انظر المناقشة في 2010 Harding.
3. أمثلة في www.crikey.com.au/ and [www.mumble.com.au/](http://www.mumble.com.au/commentariat/Possum-Comitatus.html)
4. هناك جدال حول ما إذا كانت صناعة الإعلام هي بالفعل أكثر تركيزاً عما كان عليه الوضع في الماضي، وخاصة في ضوء نمو القنوات الإعلامية البديلة خلال العشر سنوات الأخيرة. انظر (Napoli 2006). إن الأمر الذي لا يمكن إنكاره هو النمو الهائل للتكتلات الإعلامية، مثل AOL - Warner.
5. إن هذا الدليل تم تلخيصه جيداً في Gamson & Latteier 2004.
6. إن الحكومة في استراليا، على سبيل المثال، تدعم شركة Special Broadcasting Service، والتي تنحصر رسالتها في «توفير خدمات تليفزيونية وإذاعية متعددة اللغات ومتعددة الثقافات والتي تقدم المعلومات، وتُعلم، وتقدم برامج ترفيهية لكل الاستراليين، وفي قيامها بذلك، تعكس المجتمع الاسترالي المتعدد الثقافات.
7. هناك ملكية منتشرة للمحطات التليفزيونية في الولايات المتحدة الأمريكية، مع وجود 700 محطة أخبار تليفزيونية، على سبيل المثال، تملكها أكثر من 100 شركة مختلفة. ولكن نظراً لأن أكثر من 90٪ من هذه المحطات متفرعة من إحدى «الأربعة الكبار» للشبكات التليفزيونية (ABC, CBS and NBC) فإن هذا الانتشار لا يترجم بالضرورة إلى تنوع في وجهات النظر (Project for Excellence in Journalism 2007).

المراجع

- Australian Press Council (2008) Statement of principles. <http://www.presscouncil.org.au/pcsite/complaints/sop.html>, accessed Nov. 10, 2010.
- Bertrand, Claude-Jean (2000) *Media Ethics and Accountability Systems*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Bowen, Shannon (2004) Organisational factors encouraging ethical

- decision making: an exploration into the case of an exemplar. *Journal of Business Ethics*, 52(4), 311–324.
- Gamson, J., and Latteier, P. (2004) Do media monsters devour diversity? *Contexts*, 3(3), 26–32.
- Harding, Evan (2010) The funding journalism conundrum. Upstart, Sept. 6. <http://www.upstart.net.au/2010/09/06/the-funding-journalism-conundrum/>, accessed Nov. 16, 2010.
- Kiplinger, Knight (2005) Who's watching the watchdog? *Ethics Resource Center*. <http://www.ethics.org/resource/whos-watching-watchdog>, accessed Nov. 10, 2010.
- Napoli, Philip M. (ed.) (2006) *Media Diversity and Localism: Meaning And Metrics* New York: Routledge.
- Newton, L., Hodges, L., and Keith, S. (2004) Accountability in the professions. *Journal of Mass Media Ethics*, 19(3–4), 166–190.
- Project for Excellence in Journalism (2007) *The State of the News Media 2007*. http://www.stateofthenewsmedia.org/2007/narrative_localtv_ownership.asp?cat=4&media=7, accessed Nov. 10, 2010.
- USA Communication Act (1934) http://www.medialaw.ru/laws/other_laws/american/ca1934-e.htm, accessed Nov. 10, 2010.