

المحاضرة الثالثة:

مبادئ وأخلاقيات الاتصال العمومي

تمهيد:

إن الاتصال العمومي مبني على جملة من المبادئ والأسس المتينة، وقد شكلت هذه المبادئ منطلقات أخلاقية مهمة ترافق الاتصال العمومي وتشكل جوهره الذي يجعله مختلفا عن بقية أشكال الاتصال المقاربة له، وبالتحديد الاتصال السياسي والعلاقات العامة. إن هذه المبادئ تصنف حسب اتجاهين اثنين هما: مبادئ الاتصال العمومي عند بيير زيمور، ومبادئ الاتصال العمومي المكرسة من قبل مجلس الدولة الفرنسي. سنكتفي في هذه المحاضرة بالتطرق إلى المبادئ التي بلورها زيمور فقط. يعدّ بيير زيمور أحد أهم منظري الاتصال العمومي حاليا، وهو يؤكد في بحوثه على أن الاتصال العمومي وممارسته السليمة تتطلب التقيد بخمسة مبادئ أساسية هي:

1- عدم اختزال المواطن إلى مجرد مستهلك:

يرى زيمور أن المؤسسات العمومية التي تقدم الخدمات العمومية يجب أن تتجنب نظرة المؤسسات الهادفة للربح (التي عادة ما تنتظر للمواطن بوصفه مستهلكا)، وبدلا من ذلك ينظر الاتصال العمومي إلى المواطن بوصفه "صاحب حق" مكرّس بالقانون، ومن ثم يجب على المؤسسة العمومية أن تقدم الخدمة العمومية تحت طائلة القانون. يكشف زيمور عن نتائج دراسة أجريت في فرنسا أوضحت أن 17 % من المواطنين الفرنسيين يعتبرون أن المؤسسات العمومية تنتظر إليهم كزبائن، و33 % من الفرنسيين يرون أن المؤسسات العمومية تعتبرهم مجرد مستخدمي *des usagers* يبحثون عن أكبر إشباع، فيما يرى 17 % منهم بأن المؤسسات العمومية تنتظر إليهم كمجرد دافعي ضرائب *des contribuables*.

2- التمييز عن الاتصال السياسي:

يؤكد بيير زيمور هنا على ضرورة تمييز الاتصال العمومي عن الاتصال السياسي باعتبار هذا الأخير يرتبط بممارسات السلطة والبحث عن التوقعات السياسية، وبالتالي فهو يختلف عن الاتصال العمومي الذي يختص بنشاط المؤسسات العمومية التي تبحث عن شرعيتها *sa légitimité* من منطلق تقديمها للحق في الخدمة العمومية، وليس الشرعية المتأتية من الانتخابات. يرتبط الاتصال العمومي بالمؤسسات العمومية المستقلة عن أي جهة سياسية، وهدفه هو إحداث التناسق والتفاهم اللازمين لتسيير الفعل العمومي والخدمة العمومية.

3- تقاسم الوظيفة الإعلامية مع وسائل الإعلام:

تسيطر وسائل الإعلام على وظيفة الإعلام داخل الفضاء العام، لكن يجب الإشارة إلى خصوصية دور وسائل الإعلام (المستقلة تحديدا) الذي لا يرتبط بتقديم الخدمة العمومية، ولكنه يميل إلى ما يسمى بـ"الباراديغم الصحفي" (صحافة ذات طابع تجاري تهدف إلى تحقيق الربح وليس تقديم الخدمة العمومية)، ولذلك فإن المؤسسات العمومية مخولة أكثر من الناحية القانونية لتقديم المعلومات والبيانات ذات الطابع العمومي وتوجيه النقاش نحو المواضيع الأكثر أهمية وضمان شفافية إجراءات الفعل العمومي.

4- المراهنة على مشاركة المواطن:

إن تقاسم المعلومات والبيانات عبر الاتصال العمومي يهدف إلى غاية نهائية هي الدفع بالمواطن نحو المشاركة والانخراط في الشأن العام بشكل مستمر ويومي من خلال ممارسة "ديمقراطية تشاركية" *une démocratie participative*، وليس عبر مجرد ديمقراطية تمثيلية *une démocratie représentative* (ممثلين في البرلمان)، ويشير مفهوم الديمقراطية التشاركية إلى مشاركة المواطنين بصورة مباشرة، لا من خلال ممثليهم، في رسم السياسات العامة وصنع القرارات، والديمقراطية التشاركية تتطلب قدرا كبيرا من العمل التطوعي *le bénévolat* من كل مواطن عادي، وليس للحكومة أن تتخذ قرارات رشيدة وملائمة إذا لم تقم باستشارة الناس المعنيين بهذه القرارات.

5- التحكم في آلية الأنترنت:

يشكل هذا المبدأ تحديا الوجه المعاصر للاتصال العمومي، حيث ساهمت الأنترنت في تكريس التفاعل في تناقل المعلومة وفي دعم المشاركة الفاعلة في نشر المعرفة وفي إبداء الرأي وتنشيط الحوار بين مختلف أطراف العملية الاتصالية. وبذلك أصبحت الشبكة العنكبوتية مرحلة متطورة في مجال المشاركة في تبادل المعلومات. ويتجسد الأسلوب الديمقراطي في تسيير الشؤون العامة من خلال تعزيز مبدأ الحق في الوصول إلى المعلومة وإعطاء النقاش العمومي دفعة قوية من خلال تشجيع مواطنة جديدة قائمة على الممارسة النقدية والاحتجاج وحرية الرأي العام.

محاضرات في الاتصال العمومي

ثانياً: مبادئ الاتصال العمومي بحسب مجلس الدولة الفرنسي (القواعد الذهبية):

حدد مجلس الدولة الفرنسي مبادئ الاتصال العمومي فيما يسمى بـ"القواعد العشر الذهبية"، وهي:

1-الوضوح تجاه الوظيفة:

تتحدد وظيفة الاتصال العمومي بشكل واضح في سياق النصوص التشريعية والقانونية التي تبرز دقة طبيعة الخدمة والمصلحة العامة والحقوق والواجبات.

2-إحياء الهوية:

يعمل الاتصال العمومي على تعزيز الانتماء بالنسبة لجمهور المواطنين، وكذا بالنسبة لمهجر المؤسسة العمومية، لهذا يفترض في الاتصال العمومي أن يعزز أحاسيس الانتماء والانخراط والمشاركة.

3-الاستثمار في المشاركة:

الهيئات العمومية لا تبحث عن هدف ربحي، بل تسعى لخلق نظام قيم ومعايير تدفع نحو تنظيم الفعل العمومي والمشاركة في القضايا ذات الاهتمام العام والمشارك.

4-إشباع الحق في المعرفة وواجب الإعلام:

على الاتصال العمومي ان يضمن للمواطن حقه في الحصول على المعلومات والبيانات العمومية التي ترتبط بالخدمة العمومية.

5-ضبط تبادل المعلومات:

يعمل الاتصال العمومي في اتجاهين، ويمكن طرفي عملية الاتصال من الدخول في حوارات وتبادلات تسمح بتحقيق التفاهم والانسجام والتفاعل.

6-العمل على نيل شرعية وسائل الإعلام:

لا يشمل واجب الإعلام تقديم المعلومة للمواطنين فقط، وإنما وسائل الإعلام أيضاً، حيث ان علاقة قوية ودائمة مع وسائل الإعلام تسمح بإقامة اعتراف وشرعية متبادلة بين المؤسسات العمومية ووسائل الإعلام ويفتح المجال أم فرص كبيرة للتعاون.

7-تطوير وتشجيع المؤسسة العمومية وخدماتها:

يتسم الاتصال العمومي بنزعة تحفيزية (نزعة إشهارية، حملات، رسائل إشهارية، أفعال مستهدفة...)، ويدخل كل هذا في إطار تشجيع المؤسسة العمومية على تطوير ذاتها وخدماتها وقدراتها على تحسين إدارة الفعل العمومي.

8-احترام أخلاقيات المهنة:

محاضرات في الاتصال العمومي

يتحمل المكلفون بالاتصال العمومي المسؤولية أمام رؤسائهم في المؤسسة العمومية وأمام مهور المواطنين، حيث ان مثل هذا الوضع يفرض على المكلف بالاتصال العمومي نوعا من المسؤولية البعيدة عن التأثيرات السياسية والحزبية، ويفرض ممارسة الشفافية التي يتطلبها تسيير الفعل العمومي.

9- دعم الرابط الاجتماعي:

يعمل الاتصال العمومي على دعم وتوطيد الروابط الاجتماعية بداية بالرابط بين المؤسسة العمومية والمواطن، ثم فيما بين المواطنين أنفسهم، حيث تتغذى هذه الروابط من الحاجة إلى الاتصال العمومي في تحقيق التناسق والتفاهم لضمان السير الحسن للفعل العمومي.

10- دعم المشاركة في النقاش العمومي:

يفتح الاتصال العمومي المجال أمام مشاركة مختلف الفاعلين في النقاش العمومي لفحص وتنسيق الاهتمامات العامة في تعقيدها وإصلاحها على نحو أفضل.