

أسس البحث الأخلاقي في الاتصال(*)

أ.د. فضيل دليو

- كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري -

جامعة قسنطينة 03- صالح بوبنيدر

Résumé

Une intense préoccupation éthique s'est récemment développée au sujet de la communication, au point où celle-ci constitue aujourd'hui un important secteur de recherche. Ce texte sera consacré aux fondements de la recherche éthique en communication. Il y sera successivement question de la thèse de l'inhérence, de l'analyse du raisonnement éthique et de l'analyse du jugement éthique en communication publique.

Mots clés : Communication, recherche éthique, raisonnement éthique, jugement éthique.

Abstract

An intense ethical concern has been recently developed about communication, to the point where it is now an important area of research. This text will be devoted to the foundations of ethical research in communication. The inherence thesis, the analysis of ethical reasoning and the analysis of ethical judgment in public communication will be discussed successively.

Keywords: Communication, Ethical research, Ethical reasoning, ethical judgment.

ملخص

لقد تطور مؤخرًا اهتمام أخلاقي مكثف حول الاتصال، إلى درجة أنه أصبح الآن يشكل مجالًا مهمًا للبحث. سيخصص هذا النص لعرض أسس البحث الأخلاقي في الاتصال. وذلك، من خلال مناقشة العناصر الأساسية الثلاثة المولية: فرضية التلازم، تحليل المنطق الأخلاقي وتحليل الأحكام الأخلاقية في الاتصال العمومي.

الكلمات المفتاحية: الاتصال، البحث الأخلاقي، المنطق الأخلاقي، الأحكام الأخلاقية.

(*) ترجمة لمبحث من فصل من كتاب جماعي (Les fondements de la recherche éthique en communication) :

Gauthier Gilles : L'éthique de la communication, in : Willett, G. (Dir.) : La communication modélisée : une introduction aux concepts, aux modèles et aux théories, Édit. E.R.P.I., Canada, 1992. pp. 549-556.

لماذا وكيف يثير الاتصال تساؤلا أخلاقيا؟ تعطي البحوث المعاصرة ثلاثة أجوبة رئيسة على هذا التساؤل، تشكل في حد ذاتها ثلاثية أسس أخلاقيات الاتصال: فرضية ملازمة الأخلاق للاتصال، تحليل المنطق الأخلاقي والأحكام الأخلاقية في الاتصال.

1-فرضية ملازمة الأخلاق للاتصال

ترتكز أخلاقيات الاتصال على افتراض ضروري يتمثل في تواجد متغير أخلاقي في الظاهرة الاتصالية، مما يبرر كونها محل بحث أخلاقي. وفي هذا السياق يرى بعض المؤلفين أن البعد الأخلاقي ليس عنصرا دخيلا وبطريقة عرضية على الفعل الاتصالي، بل هو جزء أصيل منه. فهم بذلك يتبنون وجهة النظر القائلة بأن المسألة الأخلاقية جوهرية في التواصل. ورغم أنهم لا يعبرون عن ذلك بهذا الوضوح، فإنه يمكن الاعتبار بأنهم يؤيدون ما يمكن تسميته بفرضية ملازمة المظهر الأخلاقي للاتصال.

إن فرضية التلازم الأخلاقي متجذرة في التقاليد الخطابية الأمريكية "الكلاسيكية-الجديدة"، بقيادة كل من "بيرك" (Burke: 1941 & 1966) و"ويفر" (Weaver: 1970). لقد أبرز هذان المؤلفان جوهرية البعد الأخلاقي بالنسبة للغة وبالتالي للاتصال. وهكذا، يميز "بيرك"، عن المعنى الدلالي المعتاد للكلمات والجمل، المحايد وغير الأخلاقي، معنى "شعريا" يتضمن بعدا أخلاقيا. وتبعا لوجهة النظر هذه، قد تتضمن اللغة، بالإضافة إلى بعدها الموضوعي -إن صح التعبير- جانباً مثيراً يمكن أن يكون له آثار أخلاقية تتجاوز البعد الظاهري لما يقال. أما "ويفر"، فيرى أن اللغة هي -جزئيا- ذات طبيعة "وعظية"، أي أن استعمالها يكون دائما "خطابيا" و"أخلاقيا"، من حيث أنه يتمثل دائما في التعبير -جزئيا- عن القيم والتعاليم والمرجعيات والتفضيلات الأخلاقية.

وبالنسبة لـ"سبرول" (Sproule: 1980)، فبحكم ضرورة لجوئه إلى اللغة، يمكن القول أن الاتصال أخلاقي بطبعه. ووفقا له، فإن القيد الأخلاقي الملازم للغة، وبالتالي للاتصال، يأخذ شكل مطلبين مختلفين يمكن وصفهما بالإيثار و"الكينونة" (الوجودية/ الأنطولوجية). فالمسؤولية "الإيثارية" مستمدة من مشكلة الثقة التي تطرحها اللغة والاتصال. فهذه المشكلة مستمدة بدورها من افتراضين مؤداهما: أن المتحدث يعرف عن ماذا يتكلم، ويحاول قول الحقيقة. مع العلم أنه عند نقطة القطيعة بين هذين الافتراضين تتدخل الأخلاق في الاتصال: حيث يظهر الانشغال الأخلاقي لأنه من الممكن التحدث والتواصل بطريقة جهلة ومضللة. أما المسؤولية الوجودية فلا تتعلق بالمتواصلين بل بالواقع: بحيث تكمن وظيفة اللغة في تصور الواقع، وإعادة تشكيله بل "اختلاقه". إن هذه الإمكانية ترافق واجب إصدار تقارير مناسبة عن الأشياء، عدم تشويه الواقع وعدم اقتراح تمثيلات غير صحيحة أو مجتزأة.

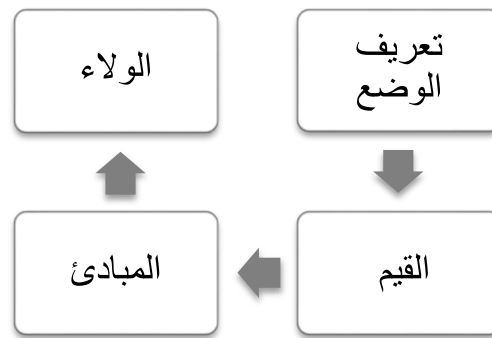
كما يمكن التعبير عن افتراض التلازم الأخلاقي بصيغة أكثر حداثة لا تجعل أخلاق الاتصال تخضع لدعامته اللغوية. حيث يؤكد "يوهانسن" (Johannesen: 1981) أنه إذا كان فاعلو أو مشاركو الاتصال هم دائما أشخاص وهدفهم الإقناع، فإن الاتصال يتضمن بالضرورة بعدا أخلاقيا. وحسب المؤلف نفسه، فلأن الاتصال يستهدف بطريقة ما إقناع الجمهور ويجب عليه اختيار وسائل لتحقيق ذلك، فهو يتضمن بعدا أخلاقيا أصيلا؛ أي بسبب كونه عبارة عن فعل وسلوك تفاعليين. وهو ما يؤكد "يانسن" (Jensen: 1981) بقوله أن الاتصال يتضمن بالضرورة اعتبارات أخلاقية بسبب كونه يعبر عن علاقات بشرية...

وحسب "يوهانسن"، يمكن التعبير عن فرضية التلازم الأخلاقي في مجالات اتصالية أخص وأضيق. فمثلا، يرى "ماندر" (Mander: 1987) أن الصحافة تتضمن بالضرورة بعدا أخلاقيا لكونها عبارة عن تمثيل سردي للأخبار. والتلازم هنا لا يتعلق بكون الاتصال الصحافي ممارسة قابلة للتقييم، بل بكونه يقيم الواقع الذي يسرده. وفي حالة تعميم موقف "ماندر"، يمكن اقتراح فرضية عامة جديدة حول التلازم الأخلاقي الذي يبرر، حينئذ، باستلزامه تقييما أخلاقيا للواقع الممثل وليس باستهدافه إقناع الجمهور كما هو عند "يوهانسن".

2- تحليل المنطق الأخلاقي في الاتصال

إن أخلاقيات الاتصال تفترض أيضا وجود منطق أخلاقي خاص بالسلوك الاتصالي. سنعالج بداية هذا المنطق الأخلاقي في الاتصال في علاقته بالقرارات والاختيارات ذات الطابع الأخلاقي الذي تتضمنه مختلف الممارسات الاتصالية.

يتعلق تحليل المنطق الأخلاقي بـ"الآلية العقلانية" التي يديرها أساسا المكون الأخلاقي للاتصال. حيث سيتم تحليله من منظور مهم وواعد، هو منظور "صندوق بوتنر" (Potter Box)، وهو عبارة عن شبكة تحليلية/تأويلية للمعضلة الأخلاقية التي تطرحها الممارسات الاتصالية. وقد قام بوضع محدداتها الإجرائية والتجريبية كل من "كريستيانس وروتزل وفاكلر" (Christians, Rotzoll & fackler : 1983 & 1987) انطلاقا من النموذج المقترح من طرف "بوتنر" (Potter: 1972). إن "صندوق بوتنر" هو في الحقيقة عبارة عن عملية تسمح بتوضيح مختلف مراحل التحليل المنطقي الأخلاقي. وهي تتضمن أربع مجموعات فرعية متضمنة في صندوق، يعكس أربع مراحل تستغرقها عملية اتخاذ القرار الأخلاقي في الاتصال: تعريف الوضع، تشخيص القيم، تحديد المبادئ السلوكية وتوضيح الولاءات. وفيما يلي التمثيل البياني الذي يقترحه المؤلفون الثلاثة:



ولهذا الصندوق التحليلي عدة مميزات هامة: بداية، إنه يصلح للتعبير البعدي عن موقف أخلاقي، أي عن قرار تم اتخاذه من قبل وفي الوقت نفسه لتوضيح مختلف مظاهر قرار لم يتم اتخاذه بعد. فهو إذن ذو أهمية نظرية وتطبيقية. وتتمثل ميزته الثانية في إبرازه بوضوح كون الأخلاق تتضمن عدة معضلات وخيارات وبدائل، وأن القرار الأخلاقي يتعلق بالاختيار بين عدة أطراف محتملة. وفي هذا السياق، قد تتمثل أهم ميزة للصندوق في إتاحتها فرصة تحديد نقطة أو نقاط الاختلاف الأخلاقية بين قرارات متباينة. فبحكم عدم التفاهم حول الوقائع، القيم أو القواعد السلوكية، يمكن اتخاذ مواقف متناقضة تستلزم ولاءات متباينة. وبهذه المناسبة، تجدر الإشارة إلى أن "صندوق بوتنر" يأخذ بعين الاعتبار التمييز، الواضح أخلاقيا -وربما ضروريا- لمعالجة نظرية مناسبة لأي مسألة أخلاقية، بين سرد الوقائع وسرد القيم: فالأولى تمثل تعريف الوضع بينما تتعلق الثانية بالقيم والمبادئ. وهناك ميز أخرى جديرة بالذكر: يعتبر "صندوق بوتنر" عنصرا ذا طابع سوسيولوجي؛ فالولاءات التي تستلزمها القرارات الأخلاقية تتعلق في الواقع بعلاقات تضامن تعبر عن انتماءات اجتماعية.

وبالرغم من هذه الميزات التي لا يمكن إنكارها، فإن لـ"صندوق بوتنر" بعض النقائص والتي قد يؤدي تداركها إلى تحسين نوعي في التحليل المنطقي الأخلاقي في الاتصال. يتمثل أهمها في عدم دقته: فهو يعاني من الغموض وحتى من تناقضات داخلية، على الأقل ذات طابع افتراضي، وتتعلق بالمفهومين المفتاحيين لكل من القيم والمبادئ واللذين يؤثران إلى حد كبير في فائدته.

يشير مفهوم القيم بمعناه العام إلى خاصية أو معيار مجرد للسلوك الإنساني. فالقيم، إذن، تنتمي إلى ما يسمى في الفلسفة بـ"العالميات" (المسلّمات)، التي يعبر عنها في شكل "مصدري"، مثل الحرية، الكرامة، الوفاء، الحذر، الشجاعة أو الأدب. وبالفعل فهي تأخذ هذه الصيغة في "صندوق بوتنر" والذي يسمح بإبراز الطريقة التي تسهم بها "مسندات" أو خصائص مثل: الصرامة، المصداقية المهنية، احترام الحياة الخاصة، المسؤولية الاجتماعية أو العدل الاجتماعي في اتخاذ قرارات أخلاقية في الاتصال. كما يمكن استعمال "صندوق بوتنر" بطريقة مختلفة انطلاقا من تصور أكثر ضبابية وأقل تجدرا للقيم. وحينها لا يتعلق الأمر بتحديد مصدريّة قيمية ما بل بإعطاء

تقييم غامض للوضع المعني بالتغطية الصحافية مثلا أو بحالة مكوناته. فقد يحدث أن يتدخل إحساس المرسل أو شعوره تجاه سلوك أو موقف أو أسلوب حياة معين في اتخاذ قرار أخلاقي في طريقة معالجته للأخبار المتعلقة بفاعلين اجتماعيين غير عاديين: مدمني المخدرات، مثليين... فمثل هذه التقديرات العاطفية أو العقلية للأحداث لا تعتبر في الحقيقة قيمة اسمية (مصدرية) بل يمكن اعتبارها "تقييم سياقي".

يجب كذلك القيام بتمييز من نفس الطبيعة فيما يخص المبادئ. فهي على غرار القيم يمكن أن تكون ذات مكونات مختلفة، وخاصة تبعا لدرجة مستواها التجريدي، حيث يمكن التمييز بوضوح على الأقل بين نوعين كبيرين من المبادئ: تلك المتعلقة بالحس العام وتلك النابعة من نظرية أخلاقية. فالأولى تعتمد على الحدس وتتخذ عادة شكل تمنيات (يجب قول الحقيقة... احترام التعهدات...) أو أمثال وحكم شعبية (هذه هي الخبرة...). أما الثانية فهي في الحقيقة عبارة عن مبادئ عليا، أي وصفات لا تطبق على حالات محددة ولكنها ذات أبعاد أكثر عمومية وتجريد. وفي هذا السياق يعطي المؤلفون الثلاث عدة أمثلة من بينها مبدأ النفعية لـ "جون ستيوارت ميل": "البحث عن أكبر قدر من السعادة لأكثر عدد". إن هذه الوصفة المصاغة في إطار نظرية نفعية، يمكن أن يُستلهم منها مبدأً عملياً، مثل: تغليب المصلحة العامة على المصلحة الخاصة" المتعلق مثلا بالتعرض للحياة الخاصة لبعض الأفراد.

ويجدر الآن، بداعي الدقة والوضوح في استعمال "صندوق بوتّر"، الإشارة إلى التفرقة المزدوجة بين، من جهة القيم الاسمية والتقييمات السياقية ومن، جهة أخرى المبادئ النظرية والمسارات العملية المفروضة من طرف الحس العام.

3- تحليل الأحكام الأخلاقية في الاتصال

يتدخل المنطق الأخلاقي الخاص بالاتصال ليس فقط في الخيارات والقرارات المحددة للسلوك المفترض أتباعه، ولكنه يؤسس أيضا للحكم الذي قد يصدره على هذا السلوك نفسه. فكأي شكل من أشكال الفعل الاجتماعي، يمكن للصحافة والعلاقات العامة والإعلان والاتصال السياسي ومختلف منتجات وسائل الإعلام الجماهيرية وكل الممارسات الاتصالية الأخرى أن تعطي تقديرات أو تقييمات أخلاقية. بل إن الحكم الأخلاقي في الاتصال أصبح اليوم يتخذ أشكالا مؤسسية؛ على غرار مثلا، الأحكام أو القرارات الصادرة عن مؤسسات مثل المجالس الصحافية. وإذا كان من الممكن عمليا تحديد معالم المنطق الأخلاقي الخاص بالاتصال، فإن الحكم الأخلاقي هو بالتأكيد أحد المجالات التي يسهل فيها تحديدها.

يتمثل تحليل الحكم الأخلاقي في الاتصال في تحديد معالم أهم مكوناته وتوضيح بُنيته. ومن أهم الأعمال النادرة في هذا المجال، عمل "يوهانس" (Johannesen : 1975) حول منظورات (أفاق) الحكم الأخلاقي في الاتصال. فملازمة المسألة الأخلاقية للاتصال -حسب هذا الكاتب- تستوجب إمكانية القيام بتقييم أخلاقي. مع العلم أن الغايات والوسائل والاستراتيجيات المتبناة في السلوك التفاعلي المميز للاتصال معرضة للموافقة والرفض الأخلاقيين. وبعبارة أخرى، فإن الاتصال بحكم كونه الأخلاقي يكون دائما معرضا لتقييمات وأحكام أخلاقية أو على الأقل قابلا للتعرض لها. ودائما تبعا لـ"يوهانس"، فإن هذه الأحكام توجهها مبادئ أخلاقية. إن هذه المبادئ أو المعايير التوجيهية تتبلور أو "تتكشف"، إن صح التعبير، في ما يسميه "يوهانس": "أفقا أو منظورا أخلاقيا". مع العلم أنه حدد وشخص سبعة منظورات: دينية، نفعية، قانونية، سياسية، أنطولوجية (وجودية)، حوارية ووظيفية.

وعلى غرار "صندوق بوتر"، يتمثل أكبر عيب في نظرية منظورات الحكم الأخلاقي في الاتصال لـ"يوهانس" في غموضها وعدم دقتها المفهومية، وخاصة فيما يتعلق بمفهوم المعايير والمنظورات. فالمعايير قد تفهم حدسيا بأنها عبارة عن مقاييس، نماذج أو حتى مؤشرات تقييمية عامة. لكن هذا المفهوم يشير عند "يوهانس" إلى "أشياء" مختلفة جدا: منها قيم النظام السياسي، ملامح مميزة لحوار حقيقي، عناصر مكونة لوضعية اجتماعية ما... بحيث يصعب علينا تحديد ما لا يمكن اعتباره معيار حكم أخلاقي في الاتصال.

والأمر نفسه تقريبا بالنسبة لمفهوم "المنظور"، حيث نلاحظ باستغراب أن "يوهانس" لم يكلف نفسه عناء الإشارة إلى عدم الأخذ بعين الاعتبار المعنى العادي لهذا المفهوم والمعبّر عن "الانحياز" و"وجهة النظر". فالمنظور ليس وجهة نظر ذاتية، بل هو أفق وخطة يمكن من خلالها استنباط معايير أخلاقية تبدو موضوعية... أي أن منظور الحكم الأخلاقي ليس ذا طابع أيديولوجي. فهو ليس عبارة عن "نظرة خاصة إلى العالم" أو عن مجموعة أفكار ومعتقدات تعتمد في إصدار تقديرات أخلاقية، بل هو يعبر أكثر عن مجال مصالح ومعارف تعتمد في إصدار أحكام أخلاقية... ولأن "يوهانس" لا يأخذ بعين الاعتبار البعد الأيديولوجي، فهو لا يلاحظ أن تحديد منظورات مختلفة لا يلغي بالضرورة وجود اختلافات أخلاقية داخل المنظور الواحد. نعم، فقد ينتج اختلاف أخلاقي عن تعارض بين منظورين متباينين؛ ولكنه قد يحدث أيضا داخل المنظور الواحد، بحيث أنه من الممكن جدا أن ينتج عن منظور خاص تقييمان أو تقديران أخلاقيان متعارضان... وخاصة في حالة تدخل اعتبارات أيديولوجية إضافية. ولهذا السبب على الأقل، قد يكون من الضروري دمج مكون أيديولوجي (يمكن تحديده لاحقا) في نظرية المنظورات لـ"يوهانس".

المراجع

- Burke, K., **The philosophy of literacy form**, Berkeley, Londres, University Of California Press, 1941.
- Burke, K., **Language as symbolic action**, Berkeley, University Of California Press, 1966.
- Christians, Cl., K. Rotzoll & F. Fackler, **Media ethics. Cases & Moral Reasoning**, New York, Londres, Long Man Group, 1983 & 1987.
- Jensen, J., **Argumentation. Reasoning in Communication**, Belmont (Cal.), Wadsworth, 1981.
- Johannesen, R. L., **Ethics in Human Communication**, Columbus (Ohio), Merrill C.E., 1975
- Johannesen, R. L., « Issue Editors Intrduction: Some ethical Questions in Human communication », in *Communication*, Vol.6, n°2, 1981, p.145-157.
- Mander, M. S., « Narrative Dimension of News, Omniscience Prophecy and Morality », in *Communication*, Vol. 10, 1987, p.51-70.
- Potter, R., « The Logic of Moral Argument », in P. Dears (Ed.), *Toward a discipline of social Ethics: Essays in Honor of Walter George Muelder*, Boston, Boston University Press, 1972, p.93-114.
- Sproule, J. M., **Argument. Language and its Influence**, NewYork, McGraw-Hill, 1980.
- Weaver R. M., « Language is Sermonic », in R. Johannesen, R. Strickland & R. T. Eubanks (Ed.), *R. M. Weaver in the Nature of Rhetoric*, Baton Rouge, Louisiana University Press, 1970.