وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الدكتور يحي فارس – المدية-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

قسم علوم الإعلام والاتصال

أخلاقيات الممارسة الإعلامية في البيئة الاتصالية الجديدة

- دراسة مسحية على عينة من صحفي إذاعة المدية الجهوية

فترة الدراسة : فيفري 2021

مذكرة لنيل شهادة ماسترفي علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: سمعي بصري

إعداد الطالب:

- أسامة ابراهيمي

إشراف الأستاذ:

- أ/ هناد نسيم

السنة الجامعية : 2020/ 2021

شكر و تقدير

الحمد لله الذي مكننا من إنجاز هذا الناتج العلمي، ومن أدب رد الفضل لأهله فلا يسعنا إلا أن نتوجه بالشكر و التقدير و الامتنان إلى جميع من مد لنا يد العون و المساعدة و حفزنا لإنجاز هذه الدراسة،

ونخص بالذكر الأستاذ "هناد نسيم" الذي شرفنا بإشرافه على هذه المذكرة، كما نشكر الوالدة الكريمة و العائلة و الأصدقاء على دعمهم لي طوال فترة انجاز هذه الدراسة

و الشكر موصول إلى الذين قدموا لنا المشورة و النصيحة و العون، لترى هذه الدراسة النور، لهم منا جميعا كل الشكر و التقدير.



ابراهيمي أسامة

إهداء

الحمد لله الذي وفقني لتثمين هذه الخطوة في مسيرتي الدراسية بمذكرتي هذه، ثمرة الجهد و النجاح بفضله تعالى

مهدات إلى روح أبي الطاهرة رحمة الله عليه

إلى أعزو أغلى إنسانة في حياتي، التي أنارت دربي بنصائحها

أمـــــــــــــي

إلى الجـــدة الغالية

إلى أخواتي: " ع"، "ن "، "س"، "أ" و أزواجهن

إلى الذين أشدد بهم أزري:

" أصيل، مصطفى، يونس، طارق،زاكي، يزيد، إلياس، ياسين، إسحاق،سفيان، أيمن، سلامو..."

إلى كل من وقف معي رغم بعد المسافات

إلى الذي دعمني بكلمة طيبة من قريب أو من بعيد

إلى زملائي في الدفعة تخصص سمعي بصري الفوج 02

أهدي بحثي مع خالص حبي و تقديري....



ابراهيمي أسامة

فهرس المحتويات

المحتوى	الصفحة
كلمة شكر و تقدير	
الإهداء	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول و الأشكال	
مقدمة	أ-ب-ج-د-هـ
الفصل الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة	
أولا: إشكالية الدراسة	01
ثانيا: تساؤلات الدراسة	02
ثالثا: فرضيات الدراسة	02
رابعا: أسباب اختيار الموضوع	02
خامسا: أهمية الدراسة	03
سادسا: أهداف الدراسة	04
سابعا: تحديد مفاهيم الدراسة	05
ثامنا: المنهج المستخدم في الدراسة	06
تاسعا: أدوات جمع البيانات	08
عاشرا: مجتمع البحث و عينة الدراسة	09
حادي عشر: مجالات الدراسة	10
ثاني عشر: الدراسات السابقة	11
ثالث عشر: المقاربة النظرية	14

الفصل الثاني: أخلاقيات الممارسة الإعلامية	
تمهيد	16
أولا: مفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية	17
ثانيا: نشأة أخلاقيات الممارسة الإعلامية	19
ثالثا: المبادرات الأولى لوضع إطار أخلاقي للمهنة الصحفية	20
رابعا: أخلاقيات الإعلام من خلال المواثيق الدولية و المحلية	27
خامسا: أهمية و أهداف أخلاقيات المهنة الصحفية	31
الفصل الثالث: واقع أخلاقيات المهنة الصحفية	
أولا: أخلاقيات مهنة الصحافة من خلال المنظمات و الهيئات	33
ثانيا: أخلاقيات السلوك المهني و العوامل المؤثرة فيه	39
ثالثا: نظريات الإعلام و أخلاقيات العاملين في القطاع	46
رابعا: أخلاقيات الصحفي في زمن الإعلام الجديد	58
الفصل الرابع : أخلاقيات المهنة الصحفية من خلال القوانين والتشريعات الجزائرية	
أولا:قانون الإعلام لعام 1982 و أخلاقيات المهنة الصحفية	62
ثانيا: قانون الإعلام لعام 1990 و أخلاقيات المهنة الصحفية الجزائرية	66
ثالثا: أخلاقيات المهنة من خلال قانون الإعلام 2012	72
رابعا: أخلاقيات المهنة من خلال قانون السمعي البصري 2014	74
خامسا: المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية في الجزائر	75
الفصل الخامس: الإجراءات التطبيقية للدراسة	
تمهيد	**78**
أولا: عرض و تحليل بيانات الدراسة	**78**
المحور الأول: البيانات الشخصية	**79**

المحور الثاني: أخلاقيات الممارسة الإعلامية و العوامل المؤثرة فيه	87
المحور الثالث: أخلاقيات المهنة من خلال التشريع الإعلامي الجزائري	98
المحور الرابع: أخلاقيات المهنة و الإعلام الجديد	115
ثانيا: مناقشة النتائج الميدانية في ضوء الفرضيات	126
اقتراحات الدراسة	132
خاتمة	133
قائمة المراجع	
قائمة الملاحق	

فهرس الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
01	يوضح الإطار العام للدراسة الميدانية	78
02	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	79
03	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	81
04	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	83
05	يوضح توزيع المبحوثين حسب الأقدمية في العمل الصحفي	85
06	يوضح مفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية لدى المبحوثين	87
07	يوضح مدى التزام الصحفي بالتشريعات الإعلامية	89
08	يوضح القيود التي تكبح الصحفي من ممارسة حريته الإعلامية	91
09	يوضح معاناة الصحفي الجزائري مع الرقابة في الميدان الإعلامي حسب المبحوثين	93
10	يوضح نوع الرقابة التي يتعرض لها المبحوثين	94
11	يوضح أسبقية الحصول على هبات مالية أو هدايا كتحفيز لتقديم خدمات إعلامية لأشخاص يعرفهم الصحفي	96
12	يوضح تقييم المبحوثين لقانون الإعلام 2012 ساري المفعول	98
13	يوضح سلبية مضمون قانون الإعلام 2012 تجاه موضوع أخلاقيات المهنة الصحفية حسب متغير السن والخبرة المهنية	100
14	موقف المبحوثين من ميثاق أخلاقيات و قواعد المهنة للصحفيين الجزائريين حسب متغير الخبرة المهنية	102
15	يوضح مدى التزام الصحفي في الجزائر باحترام ميثاق الواجبات التي أقرها المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية	104
16	يوضح واجبات الميثاق الأكثر التزاما من طرف الصحفي حسب رأي المبحوثين	106
17	يوضح حماية المجلس الأعلى لأخلاقيات مهنة الصحافة و حقوق الصحفي الجزائري حسب المبحوثين	108

18	يوضح الحقوق الأكثر حماية من طرف المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية بالنسبة للصحفي حسب المبحوثين	110
19	يبين تقييم المبحوثين لموضوع أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الجزائر انطلاقا من مؤسسة إذاعة المدية الجهوية	112
20	يبين تأثير وسائل الإعلام الجديدة على أخلاقيات المهنة الصحفية حسب متغير الجنس و الخبرة المهنية	115
21	يوضح استخدام شبكات مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية للمبحوثين حسب متغير الخبرة المهنية و الجنس	118
22	يوضح استخدام المبحوثين لشبكات مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة المهنية حسب متغير السن و الخبرة المهنية	120
23	يوضح كيف يمكن للصحفي أن يحافظ على أخلاقيات مهنته في زمن الإعلام الجديد من خلال المبحوثين	123

فهرس الأشكال

الرقم	الشكل	الصفحة
01	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	80
02	يبين توزيع أفراد العينة حسب السن	81
03	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	83
04	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	85
05	يبين مفهوم أخلاقيات المهنة لدى المبحوثين	87
06	يوضح مدى التزام الصحفي بالتشريعات الإعلامية	89
07	يوضح القيود التي تكبح الصحفي من ممارسة حريته الإعلامية	91
08	يوضح معاناة الصحفي الجزائري مع الرقابة في الميدان الإعلامي حسب المبحوثين	93
09	يوضح نوع الرقابة التي يتعرض لها المبحوثين	94
10	يوضح أسبقية الحصول على هبات مالية أو هدايا كتحفيز لتقديم خدمات إعلامية لأشخاص يعرفهم الصحفي	96
11	يوضح تقييم المبحوثين لقانون الإعلام 2012 ساري المفعول	99
12	يوضح مدى التزام الصحفي في الجزائر باحترام ميثاق الواجبات التي أقرها المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية	104
13	يوضح واجبات الميثاق الأكثر التزاما من طرف الصحفي حسب رأي المبحوثين	106
14	يوضح حماية المجلس الأعلى لأخلاقيات مهنة الصحافة و حقوق الصحفي الجزائري حسب المبحوثين	108
15	يوضح الحقوق الأكثر حماية من طرف المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية بالنسبة للصحفي حسب المبحوثين	108
16	يوضح كيف يمكن للصحفي أن يحافظ على أخلاقيات مهنته في زمن الإعلام الجديد من خلال المبحوثين	124

مقدمة

تعد وسائل الإعلام الجماهيرية أحد الأركان الأساسية للتقدم و الحضارة . و يفترض بها أن تحافظ على ثقافة المجتمع و أصالته و أخلاقياته ، فالصحافي يعمل على توعية و تنوير الجمهور و خذا حسب رغبته و احتياجاته . ورسالة رفيعة من هذا الطراز تستلزم التحلي بجملة من المبادئ الأخلاقية لممارسة المهنة الصحفية. تستند مهنة الإعلام على منظومة أخلاقية تم تطويرها على مدى عقود طويلة وهي منظومة للأسف الشديد تتعرض لاختراقات عديدة لا سباب مختلفة الأمر الذي جعل الاهتمام بموضوع أخلاقيات الإعلام في السنوات الأخيرة محل نقاش وجدل أكاديمي وعلمي حول حدود الأخلاقيات الإعلامية وضوابطها وأسسها آخذا بذلك أبعادا جديدة بفعل كثرة الوسائل الإعلامية وتنوع مضامينها واتجاهاتها الفكرية والسياسية والمذهبية زيادة على طغيان الترعة الربحية وسيطرتها على الأداء الإعلامي وإذا غابت الأخلاق أصبحت الوسائل الإعلامية رهينة للممارسات البعيدة عن قواعد وأبجديات العمل الإعلامي.

كل مؤسسة إعلامية تسعى إلى الاهتمام بموضوع الأخلاقيات من باب مسؤولياتها الاجتماعية تجاه جمهورها من جهة ولأجل المحافظة على سمعتها من جهة أخرى الشيء الذي يؤهلها إلى احتلال مكانة ومصداقية لدى جمهورها وبالتالي لا تفقد قدرتها على التأثير فيه فبناء منظومة معايير أخلاقية يتقيدها الإعلام يساهم في خلق علاقة جيدة بين وسائل الإعلام من جهة والجمهور والمجتمع من جهة أخرى كما يساهم في أداء الإعلام لأدواره بشكل جيد وفعال خاضع لمعايير وقواعد ومع انتشار بعض الممارسات غير المسؤولة من طرف بعض هذه الوسائل التي أصبحت وسائل لنقل الأكاذيب والافتراءات واقتحام الخصوصيات ومنابر لخدمة مصالح ضيقة لمن يقف وراء الوسيلة سواء من حيث الملكية أو التمويل وطغيان الأفكار الربحية وتصفية الحسابات كل هذا جعل الحديث عن الضوابط الأخلاقية وإرساء معايير مهنية

وترشيد وتوجيه هذه السلوكيات ضرورة ملحة في ما يحدث من تجاوزات أثرت بشكل أو بآخر على الممارسة المهنية الإعلامي .

لذلك فقد وضعت النظم السياسية المختلفة في العالم سياسات إعلامية متنوعة تنسجم مع هدافها وتوجهاتها وتطلعاتها إدراكا منها لأهمية الإعلام وما يؤدي من وظائف كبيرة وخطيرة في المجتمع.

ولقد أصبحت أخلاقيات المهنة الصحفية مطلبا أساسيا لدى العديد من التنظيمات والحكومات وحتى الشعوب نظرا للدور التي تلعبه وسائل الإعلام والتأثير على نفسية الفرد وبناء العلاقات والمساهمة في صيرورة المجتمع لما لها مكانة بوصفها السلطة الرابعة بعد السلطة التشريعية والتنفيذية والقضائية، وهي صاحبة الشأن في تنوير وإصلاح المجتمع عن طريق ما تنشره من مواد نقابية، فهي وسيلة اتصال جماهيري يجد فيها القارئ الكثير من المعلومات وشتى النواحي، فالصحافة تنبع أهميتها من مدى امتلاكها للخصائص الإعلامية التي تميزها عن غيرها .

فقد أحدثت تحرر وسائل الإعلام و ممارسات غير مسؤولة من جانب هذه الوسائل و إلى تحول بعضها إلى أدوات لنقل الفساد و الأكاذيب و إفشاء الأسرار التي تسيء بأمن الدولة و انتهاك خصوصية المجتمع و الأفراد و الترويج لمبادئ و أفكار معينة لحساب فئة من الناس على حساب الفئات الأخرى ، و لهذا السبب جاءت أخلاقيات المهنة الصحفية للحد من هذه التجاوزات و الممارسات .

مع ظهور ما يعرف بالإعلام الالكتروني أو " الإعلام الجديد"، أصبح أحد الوسائل الأساسية التي تعتمد عليها كافة الصحف و دور النشر و القنوات الفضائية و وسائل الإعلام المختلفة للتواصل مع متصفحيها و

مستخدميها، و ذلك نظرا للمزايا و الخدمات التي يوفرها هذا الأخير "الإعلام الجديد" من سرعة اتصال و قدرة عالية على متابعة الحدث و كذا تنوع المحتوى المنشور ـــ نص، صورة،فيديو ـــ مخترقة بذلك حدود الزمان و المكان.

برزت في السنوات الأخيرة مواقع الكترونية وصفحات عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، تابعة لمؤسسات إعلامية تقوم بتغطية كل ما هو حصري و جديد عن مختلف الأخبار و القضايا، وفق أشكال و قوالب إعلامية متنوعة في النشر.

غير أن هذا النمط الإعلامي الجديد عرف انتهاكات و خروقات في تغطية مختلف الأحداث و القضايا، هذه الخروقات تتناقض مع مصداقية الخبر، ما استوجب ضرورة للبحث و ضبط مسألة أخلاقيات المهنة الإعلامية في ظل التطور المستمر الذي تشهده تكنولوجيا الاتصال، و ثورة المعلومات و التي أوجدت بدورها مشكلات أخلاقية تستدعي وضع ضوابط لها.

تسعى هذه الدراسة المعنونة بـ" أخلاقيات الممارسة الإعلامية في البيئة الاتصالية الجديدة"، للتعرف على مدى التزام الصحافة الجزائرية بأخلاقيات المهنة الصحفية، معرفة المكانة التي تحتلها هذه الأخيرة ضمن التشريع الجزائري، و الوقوف عند أهم العراقيل و التحديات و العوامل المؤثرة في سير أخلاقيات المهنة الصحفية داخل المؤسسات الإعلامية الجزائرية.

قسمت الدراسة إلى خمسة فصول كالتالي:

تناولنا في الفصل الأول " الإجراءات المنهجية للدراسة" الذي تضمن بداية: إشكالية الدراسة، تساؤلات الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، إضافة إلى أهمية و أهداف الدراسة، و التطرق إلى مفاهيم

الدراسة، أيضا المنهج المستخدم، أدوات جمع البيانات، مجتمع و عينة الدراسة، وصولا إلى حدود الدراسة و الدراسات السابقة.

فيما يخص الفصل الثاني الموسوم بعنوان: "ماهية أخلاقيات الممارسة الإعلامية و المواثيق الدولية" فقد تطرقنا إلى: مفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية، نشأتها و مراحل تطورها، أهميتها و أهدافها، و أهم المواثيق الدولية التي تناولت الموضوع.

في حين يلقى الفصل الثالث الذي يحمل عنوان: "واقع أخلاقيات المهنة الصحفية". العناصر التالية: المبادرات الأولى لوضع إطار أخلاقي للمهنة الصحفية، أخلاقيات مهنة الصحافة من خلال المنظمات و الهيئات، أخلاقيات السلوك المهني و العوامل المؤثرة فيه إضافة إلى نظريات الإعلام و أخلاقيات العاملين في القطاع.

أما الفصل الرابع الذي يحمل عنوان:" أخلاقيات المهنة الصحفية من خلال القوانين والتشريعات" " تناولنا فيه العناصر التالية: بداية تطرقنا إلى قانون الإعلام لعام 1982 و أخلاقيات المهنة الصحفية، قانون الإعلام لعام 1990 ، قانون الإعلام لعام 2012، أخلاقيات المهنة من خلال قانون السمعي البصري 2014، المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية إضافة إلى أخلاقيات الصحفي الجزائري في زمن الإعلام الجديد.

أخيرا تطرقنا في الفصل الخامس و المعنون بـ:" الإجراءات التطبيقية للدراسة". إلى العناصر التالية: عرض و تحليل بيانات الدراسة، مناقشة نتائج الدراسة الميدانية في ضوء الدراسات السابقة، و أخيرا استنتاجات الدراسة.

خلال دراستنا هذه، واجهتنا جملة من الصعوبات سواء على المستوى النظري أو المستوى التطبيقي، من الجانب النظري وجدنا صعوبات في الوصول إلى الدراسات السابقة التي تركز على أخلاقيات الممارسة الإعلامية في زمن الإعلام الجديد، أما الجانب التطبيقي فقد واجهتنا صعوبة أثناء توزيع الاستبيانات و استرجاعها خاصة رفض العديد من الصحفيين الإجابة عن بعض الأسئلة.

الفصل الأول:

الإجراءات المنهجية للدراسة

أولا: إشكالية الدراسة:

أدت التطورات التي شهدها العالم في مجال التكنولوجيا إلى إحداث نقلة نوعية و ثورة حقيقية في مجال الإعلام و الاتصال، حيث ساهم الانتشار الواسع لشبكة الانترنت في كافة أرجاء العالم في بروز شكل جديد من الإعلام، تعددت تسمياته من إعلام إلكتروني، إعلام شبكي، إعلام جديد و غيرها.

شكل ظهور هذا النوع الحديث من الإعلام قفزة نوعية في ميدان الإعلام و الاتصال، و الذي انتقل بالصحيفة من المحلية إلى العالمية عبر نسخ الكترونية سواء كانت تابعة للصحيفة الورقية أو صحيفة الكترونية محضة، جاءت هذه الأخيرة لتستجيب لاهتمامات القراء، الذين أتاح لهم الفضاء الالكتروني فرص تلقي الأخبار في آنها و وقت حدوثها، و كذا إمكانية التعليق عليها و مشاركتها عبر مجموعة المزايا و الخدمات التي توفرها هذه المنصات الالكترونية من خلال نشر المضامين و نقل الأحداث و الوقائع بالصوت و الصورة لحظة بلحظة في ظل بيئة رقمية متسارعة.

إن الانتشار الواسع الذي حققه الإعلام الرقمي و المزايا التي أضحى يقدمها، جعله يستقطب عددا كبيرا من المستخدمين و المتصفحين مكنهم من الاطلاع على مختلف الأخبار و الأحداث الجارية بمجرد النقر على زر، فخولت الصحافة لممتهنيها نشر كافة المعلومات و البيانات شريطة الالتزام بالضوابط و القوانين التي تضبط الممارسة الإعلامية عبر الفضاء الالكتروني.

أضحت أخلقة المهنة الصحفية في زمن الإعلام الجديد مطلبا أساسيا لدى العديد من المهتمين نظرا للدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الجديدة، حيث تعد هذه المنصات الإلكترونية جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد و الجماعات.

لكن مع ظهور بيئة جديدة للعمل الإعلامي ، أثرت هذه الأخيرة في الممارسة الإعلامية بشكل كبير و بعدة طرق ،و عليه تسعى هذه الدراسة لتسليط الضوء على "أخلاقيات الممارسة الإعلامية في ظل البيئة الاتصالية الجديدة" من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو واقع أخلاقيات الممارسة الإعلامية في البيئة الاتصالية الجديدة ؟

ثانيا: تساؤلات الدراسة:

تمخض عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

1- ماهي العوامل المؤثرة على أخلاقيات الممارسة الإعلامية في البيئة الاتصالية الجديدة؟

2- ما هو موقع أخلاقيات الممارسة الإعلامية ضمن التشريع الإعلامي الجزائري ؟

3- هل يلتزم الصحفي الجزائري بتطبيق القوانين الإعلامية المنظمة لأخلاقيات مهنته ميداني ؟

ثالثا: فرضيات الدراسة:

1. **تؤثر الرقابة على أخلاقيات السلوك المعني أثناء ممارسة الصحفي الجزائري لمهنته**
2. **يحتل موضوع أخلاقيات مهنة الصحافة المكتوبة موقعا بارزا ضمن التشريع الإعلامي الجزائري.**
3. **يلتزم الصحفي الجزائري بتطبيق القوانين الإعلامية المنظمة لأخلاقيات مهنته.**

رابعا: أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار الباحث لموضوع معين لا بد أن يكون مبنيا على عدة مبررات، فاختيارنا لموضوع دراستنا لم يكن اعتباطيا أو عفويا، بل جاء نتيجة عدة أسباب من أهمها:

- **الأسباب الذاتية:**

1. **الرغبة في الاستفادة من هذا الموضوع لتحصيل معرفة أكبر لمفاهيم حول أخلاقيات الممارسة الإعلامية.**
2. **إشباع الفضول العلمي للطالب.**
3. **الميل إلى البحث في هذا النوع من الدراسات العلمية**
4. **صلة الموضوع بالتخصص العلمي للطالب**
5. **قابلية الموضوع للدراسة و البحث العلمي.**

- **الأسباب الموضوعية:**

1. **صلة الموضوع المباشر بدائرة تخصص الباحث و هو الصحافة.**

2. قابلية الموضوع للدراسة و البحث منهجيا و معرفيا.
3. جدة الموضوع و حداثته بالنظر لعينة التحليل .
4. وفرة المراجع الضرورية لإجراء الدراسة.
5. قلة الدراسات العلمية التي تناولت أخلاقيات الممارسة الإعلامية في البيئة الاتصالية الجديدة في الجزائر.

خامسا: أهمية الدراسة:

لكل دراسة أهمية تدفع الباحث للعمل جاهدا قصد الوصول إلى نتائج تجيب على تساؤلات البحث موضوع الدراسة، و يمكن إبراز أهمية دراستنا فيما يلي:

تتجلى أهمية موضوع دراستنا في كونه من المواضيع العلمية الحديثة التي تعنى بدراسة أخلاقيات المهنة الصحفية في ظل الإعلام الجديد، و كذا تناوله الجانب التطبيقي القانوني الذي يرصد واقع ممارسة مهنة الإعلام بين التشريع و التطبيق.

تواصل البحث في مجال الأخلاقيات المهنية للصحافة المكتوبة إلى نتائج دقيقة وعامة، لكون أخلاقيات الصحافة قضية شائكة تتشابك فيها العديد من العوامل الاجتماعية الخاصة لكل مجتمع وهذا ما يدعو إلى دراسة هذا الموضوع في الجزائر.

شهد قطاع الإعلام نقلة نوعية خلال السنوات الأخيرة، و ذلك بعد الاستعانة بالميزات التي توفرها شبكة الانترنت، التي أحدثت تغييرات جذرية و عميقة في القطاع في حد ذاته وكذا نوع إدارته، إضافة إلى تزامن الدراسة مع سياق زمني راهن يتميز بظهور خروقات أخلاقية صادرة عن المؤسسات الإعلامية المختلفة، في ظل غياب شبه كلي لآليات قانونية تضبط الممارسة الإعلامية عبر ما يعرف بالفضاء الالكتروني.

إن موضوع أخلاقيات الممارسة الإعلامية مهم وفقا للتوصيات القانونية، الاجتماعية لأخلاقيات مهنة الصحافة فهي إحدى أهم ملامح ضبط حقوق وواجبات الصحفي ضمن ما تسمح به المعايير الاجتماعية الأخلاقية، كذلك تسمح بتمتع هذا الأخير بجو من الديمقراطية والحرية، ويشكل هذا في واقعنا الراهن أمية

نظرا للرقابة العمومية التي تفرضها السلطات المهنية على الصحفي أثناء ممارسته لمهنته، بالإضافة إلى الضغط الذي يمارسه المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية و قانون العقوبات في نظام سمي نفسه ديمقراطيا.

سادسا: أهداف الدراسة:

إن إجراء أي دراسة علمية لا ينطلق من فراغ، بل هناك أهداف محددة و مسطرة بدقة، يرغب الباحث في الوصول إليها و تسليط الضوء عليها، و يمكن حصر أهم الأهداف التي تسعى دراستنا لتحقيقها في النقاط التالية:

1. إبراز واقع أخلاقيات المهنة في التشريعات الإعلامية الجزائرية.
2. الوقوف عند مدى التزام وسائل الإعلام الحديثة بأخلاقيات المهنة الصحفية.
3. التعرف على مدى وعي الصحفي بأهمية احترام قواعد السلوك المهني و أخلاقيات المهنة.
4. معرفة مدى التزام الصحفيين بتطبيق القوانين التي تضبط حقوقهم و واجباتهم أثناء ممارستهم لمهنتهم.
5. معرفة العوامل المؤثرة على أخلاقيات السلوك المهني.

سابعا: تحديد مفاهيم الدراسة:

تكتسي عملية تحديد المفاهيم أهمية بالغة في البحث العلمي، حيث تعتبر نقطة انطلاق من خلالها يمكن إدراك العلاقات بين الظواهر والفهم الدقيق والصحيح لموضوع البحث، وقد وردت في دراستنا مجموعة من المفاهيم يتوجب علينا توضيحها وهي كالتالي:

01.الأخلاق:

- **لغة:**

ورد لفظ الأخلاق في القرآن الكريم في قوله تعالى:" و إِنَّكَ لَعَلَى خلقٍ عَظِيم"[1]، وقوله تعالى:" إنّ هَذا إلاّ خلق الأَوَّلِين"[1] .

[1]- سورة القلم، الآية رقم 4.

الأخلاق هو جمع خلق و هو السجية، العادة، الطبع، و يرده البعض إلى " ملكة" أو" حسن" تصدر بها عن نفس الأفعال بسهولة من غير تقدم فكر و رؤية،[2] تعني خلقي ما له علاقة بالسلوك الفردي و الجماعي من حيث ارتباط هذا السلوك بالخير و الشر و الفضيلة و الرذيلة، أما كلمة (Morale) فتعني الأخلاق و هي قواعد السلوك المتبعة في مجتمع معين أو تلك التي تعتبر ثابتة و باقية لجميع الأجيال، بينما يقصد بكلمة (Moralisme) أخلاقيات المذهب و هو من يقدم العمل الأخلاقي على أي اعتبار آخر و يجعله مبدأ مطلقا، يستخدم مصطلح (Moralité) بمعنى أخلاقية صفة العمل من جهة و من جهة أخرى مطابقة للقيم الأخلاقية و السلوك الأخلاقي العام[3].

- **اصطلاحا:**

دراسة و تقييم السلوك الإنساني في ضوء القواعد الأخلاقية التي تضع معايير السلوك، يضعها الإنسان لنفسه و يعتبرها التزامات و واجبات[4]. فالأخلاق علم يبحث فيما هو خير و ما هو شر و يرسم الإنسان ما يعني أن يعمل إلى تجنبه، و يدرس البواعث التي تدفعه للقيام بعمل يعينه في ظروف، و يحاول أن يرشده إلى مقاصد الخبرة التي يحسن بها السعي في سبيلها.[5]

- **إجرائيا: هي جملة من المبادئ الفضيلة و القيم الحسنة التي يجب أن يتحلى بها الفرد و المجتمع أو مؤسسة معينة تقوم على ضبط و تنظيم حياة الإنسان في كافة المجالات.**

02.الأخلاقيات:

تعرف بأنها بين المعايير المثالية لمهنة من المهن تتبناها جماعة مهنية أو مؤسسة لتوجيه أعضاءها لتحمل مسؤولياتهم المهنية و لكل مهنة أخلاقيات و آداب عامة حددتها القوانين و اللوائح الخاصة بها، و يقصد بآداب و أخلاقيات المهنة مجموعة من القواعد و الأصول المتعارف عليها عند أصحاب المهنة الواحدة، بحيث تكون مراعاتها محافظة على المهنة و شرفها[6].

---

[1]- سورة الشراء، الآية رقم 137.
[2]- عبد المنعم الحفي، **المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة**، ط03، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2000، ص31.
[3]- عبد العالي رزاقي، **مهنة الصحفي المحترف لقوانين الإعلام و أخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية**، دار الهومة، الجزائر،2013، ص280.
[4]- مصطفى حسيبة، **المعجم الفلسفي**، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2009، ص41.
[5]- فريد الشيح، **معجم الإعلام المرئي المسموع و المكتوب**، دار النخبة و الترجمة، بيروت، 2007، ص49.
[6]- مصطفى حسيبة، المصدر نفسه، ص-ص (40-41).

03.الممارسة:

هي الأفعال والأعمال والإنجازات التي يقوم بها الصحفي في إطار عمله الصحفي في المجال المكتوب، وقد تختص بمرور الوقت إلى تعزيز قدرات الصحافي للمهنة، وبالتالي تؤهله إلى اكتساب خبرات علمية وميدانية إلى درجة التمرس في المهنة، تدخل له عقبات التعامل مع مختلف المواقف[1].

04.الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد بشكل مختصر هو " اندماج الكمبيوتر و شبكات الكمبيوتر و الوسائط المتعددة[2].

و بحسب ليستر Lester : " الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر و الوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة و التصوير الفوتوغرافي و الصوت و الفيديو[3] ".

ثامنا: المنهج المستخدم في الدراسة :

يعتبر اختيار المنهج المراد إتباعه من قبل الباحث من أهم العناصر للقيام بدراسة ناجحة، باعتبار أن المنهج الذي يسلكه للوصول إلى الإجابة التي تثيرها المشكلة المطروحة، و منهج البحث هو طريقة موضوعية يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة من الظواهر بقصد تشخيصها و تحديد أبعادها و معرفة أسبابها و علاجها و الوصول إلى نتائج عامة يمكن تطبيقها[4].

تندرج دراستنا الموسومة بـ" أخلاقيات الممارسة الإعلامية في البيئة الاتصالية الجديدة " ضمن البحوث الوصفية الإمبريقية، التي تقوم بعرض الظاهرة بشكل كيفي مثبت عبر الإجابة على تساؤلات

---

[1]- طارق سيد أحمد، **معجم مصطلحات الإعلام انجليزي – عربي**، دار المعرفة الجامعية، 2008، ص120.
[2]- عباس صادق، **الإعلام الجديد: المفاهيم و الوسائل و التطبيقات**، دار الشروق للنشر و التوزيع، الأردن، 2015، ص 23.
[3]- عباس صادق، المصدر نفسه، ص-ص (23-24).
[4]- محمد شفيق، **البحث العلمي: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1998، ص156.

مسبقة، و ذلك بتفسير الوضع الحاضر للظاهرة من خلال تحديد الخصائص و الأبعاد و ضبط العلاقة بين المتغيرين، مع محاولة الكشف على الظروف و المؤثرات و العوامل المختلفة التي تتعلق بالدراسة، بغية معرفة الأوضاع الراهنة لجانب أخلاقيات المهنة الصحفية في زمن الإعلام الجديد من أجل الوصول إلى المكونات الظاهرة و التمكن من دراسة واقعها الراهن.

إعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي الذي يعرف على أنه: "دراسة استطلاعية يقوم بها الباحث بقصد الكشف عن مشاكل المجتمع، أو بأنه محاولة منظمة لتقرير و تحليل و تفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة معينة تنصب على الوقت الحاضر بشكل أساسي".

يعرفه " برجس **Berges** ": "منهج المسح دراسة علمية لظروف مجتمع و احتياجاته يقصد تصميم برنامج بنائي لتقديمه الاجتماعي[1].

" طريقة من طرق التحليل و التفسير بشكل علمي للوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية معينة تقوم بوصف الظاهرة المدروسة و تصويرها كميا عن طريق جمع معلومات معمقة عن المشكلة و تصنيفها و تحليلها[2] ".

تاسعا: أدوات جمع البيانات:

تشكل أدوات جمع البيانات الركيزة الأساسية في البحوث العلمية، نظرا لتوقف جمع نتائج الدراسة عليها، حيث تعرف أدوات الدراسة على أنها:

" جملة من الوسائل التي تمكن الباحث من الحصول على أكبر عدد ممكن من المعلومات التي تخدم بحثه و الأدوات المستخدمة في البحث لا توضع بطريقة عشوائية بل تخضع لطبيعة الموضوع بحد ذاته، فهي تشكل نقطة الاتصال بين الباحث و المبحوث و تمكنه من جمع المعلومات عن المبحوثين"[3]

[1]- مروان عبد المجيد إبراهيم، **أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية**، مؤسسة البرق، عمان، 2000، ص129.
[2]- حسان هشام، **منهجية البحث العلمي، الفنون البيانية**، الجزائر، 2007، ص-ص (72-73).
[3]- إحسان محمد الحسن، **الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعية**، دار الفكر الطليعة، بيروت، 1981، ص54.

اعتمدنا في جمع بيانات الدراسة على الأداة البحثية التالية:

استمارة الاستبيان: تعرف بأنها: "أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة و الجمل الخبرية تتطلب الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث بحسب أغراضه"[1].

تعرف أيضا: "هي مجموعة من الأسئلة المكتوبة و التي تعد بقصد الحصول على معلومات و آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين"[2].

الاستبيان لغة:

أصل استبيان من بان أي يعني ظهر ووضح واستطلع، بما معناه استطلاع حول موضوع أو مشكلة ما ومعرفة ووضوح ما هو متعلق بها[3].

اصطلاحاً:

قوائم من الأسئلة المختلفة والمتنوعة المتعلقة حول موضوع الدراسة ويقوم بصياغة هذه الأسئلة الباحث عن هذه الاستبيان وفقاً لأهداف معينة يسعى الباحث لتحقيقها بواسطة إجابات أسئلة الاستبيان عبر مجموعة أشخاص معينة اختارهم الباحث.

استخدمنا الاستبيان لمعرفة واقع أخلاقيات الممارسة الإعلامية عند عينة البحث و مدى التزامهم بها عن طريق الإجابة على عدد من الأسئلة.

تضمنت الاستمارة الخاصة بدراستنا على 20 سؤالا ضم 04 محاور وهي كالتالي:

المحور الأول: البيانات الشخصية.

المحور الثاني: أخلاقيات المهنة الصحفية.

المحور الثالث: أخلاقيات المهنة من خلال التشريع الإعلامي الجزائري.

---

[1]- باشيوة عبد الله: **البحث العلمي- مفاهيم أساليب، تطبيقات**، دار الورق للنشر و التوزيع، الأردن، د.س.ن، ص147.
[2]- ربحي مصطفى عليا، **أساليب البحث العلمي: الأسس النظرية و التطبيق العلمي**، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2013، ص96.
[3]- طارق سيد أحمد، **المصدر نفسه**، ص152.

المحور الرابع: أخلاقيات المهنة و الإعلام الجديد.

عاشرا: مجتمع و عينة البحث:

1. مجتمع الدراسة:

إن المقصود بمجتمع البحث أو الدراسة هو: " جميع المفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث"[1].

يعرف "موريس أنجرس" مجتمع البحث بأنه: " مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا، و التي ترتكز عليها الملاحظات[2] ".

يشمل مجتمع دراستنا مجموع الصحافيين العاملين بقطاع الإعلام في الجزائر.

2. عينة الدراسة :

تعرف العينة على أنها: "جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته، ممثلة بنسبة مئوية يتم حسابها طبقا للمعايير الإحصائية و طبيعة مشكلة البحث و مصادر البيانات[3] "، كما تعرف على أنها " المجموعة الجزئية التي يقوم الباحث بتطبيق دراسته عليها و هي تكون ممثلة لخصائص مجتمع الدراسة الكلي، إذن هذه العينة تتوزع فيها خصائص المجتمع بنفس النسب الواردة في المجتمع[4] ".

يعود سبب اختيارنا للعينة القصدية كونها تتوافق مع المتطلبات المنهجية لدراستنا، ففي هذه الدراسة تم اختيار فئة الصحفيين العاملين بالمؤسسات الإعلامية الجزائرية الذين لديهم معرفة و تجربة بهذا النوع الإعلامي، و ذلك لمعرفة مدى التزامهم بأخلاقيات الممارسة الإعلامية أثناء العمل.

---

[1]- أحمد مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص336.
[2]- موريس أنجرس، **منهجية البحث في العلوم الإنسانية، (ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون)**، ط2، دار القصبة، الجزائر، 2006، ص298.
[3]- محمد عبد الحميد، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979، ص16.
[4]- سلاطنة بلقاسم، **أسس لبيحث العلمي**، ط2، الجزائر، د.س.ن، ص47.

نظرا لضخامة المجتمع الأصلي و استحالة دراسة كل أفراده بسبب غياب إحصائيات رسمية دقيقة من الجهات الوصية على القطاع أي وزارة الاتصال، اخترنا مجموعة من الصحفيين العاملين بإذاعة المدية الجهوية قدر عددهم 19 صحفيا.

حادي عشر: مجالات الدراسة:

يعد تحديد مجالات الدراسة من الخطوات المنهجية التي لا يمكن إغفالها في أي دراسة، فمن خلالها يتم التعرف على المنطقة التي أجريت بها الدراسة و كذا الأفراد المبحوثين الذين تضمنهم البحث، بالإضافة إلى الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة، و قد اتفق الكثير من الباحثين على أن لكل دراسة مجالات رئيسية ثلاثة و هي: " المجال البشري، الزمني و الجغرافي[1].

1. المجال البشري:

يتمثل في الأفراد الذين أجري عليهم البحث و هم الصحفيين العاملين بالمؤسسات الإعلامية الجزائرية.

2. المجال الزمني:

امتدت دراستنا من بداية شهر فيفري 2021 إلى غاية نهاية شهر جوان 2021 و كانت موزعة على عدة مراحل، بداية بجمع المصادر إلى غاية تفريغ البيانات و التعليق عليها و الخروج بنتائج و مقترحات للموضوع الذي حاولنا تسليط الضوء عليه.

3. المجال المكاني:

يقصد به المكان الذي أجريت فيه الدراسة الميدانية، حيث اخترنا الصحفيين العاملين بإذاعة المدية الجهوية.

[1]- محمد شفيق، **البحث العلمي: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1998، ص211.

ثاني عشر: الدراسات السابقة:

تفتح الدراسات السابقة آفاقا جديدة تمكن الباحث من الإلمام أكثر بموضوع الباحث، فهي توجهه إلى تجنب الصعوبات التي وقع فيها الباحثون السابقون، كما أنها قد تثير انتباهه إلى بعض الجوانب المهملة، مما يقوده إلى البحث و الرغبة في استكمالها.

نظرا لافتقار موضوع بحثنا لدراسات سابقة جعلنا نكتفي بذكر دراستين لهما علاقة نسبية بموضوع بحثنا و تتمثل في:

الدراسة الأولى: (مرتبطة، مشابهة)

دراسة أكاديمية تحت عنوان أخلاقيات العمل الإعلامي للمؤلف حسن عماد مكاوي[1].

جاءت إشكاليته تحت عنوان حرية وسائل الإعلام من الرقابة الحكومية.

يمكن أن تؤدي إلى ممارسة غير مسؤولة تضر بمصالح المجتمع، وتؤدي إلى عدم إدراك احتياجات الأفراد الأساسية و الخضوع إلى هيمنة الربح وتحقيق غايات أنانية، وعدم تقديم صورة حقيقة عن تطورات المجتمع و أهدافه القيمة.

أهم التساؤلات:هي:

1. **ماهو مفهوم حرية التعبير و عناصرها في الحضارات القديمة و الحديثة؟**
2. **كيف تطورت حرية الصحافة في إطار نظريات السلطة ، الحرية و المسؤولية الاجتماعية؟**
3. **ماهي الرقابة الحكومية؟ و كيف تطورت قوانين الترخيص ؟**
4. **ما هي طبيعة وسائل الإعلام والحكومة؟ و ما هي العلاقة التي تربطهما؟**

[1]- حسن عماد مكاوي ، **أخلاقيات العمل الإعلامي** ، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1994، ص55.

5. هل لوسائل الإعلام الحق في معرفة ما يدور داخل الحكومة والكشف عن سرية المعلومات و الوثائق؟
6. فيما تتمثل الممارسات غير المسؤولة من جانب وسائل الإعلام؟

أهم النتائج التي وصل إليها الباحث هي:

1. أن وسائل الإعلام كثيرا ما تضحي بالجانب الأخلاقي عند الممارسة في سبيل الحصول على الأرباح و تحقيق السبق الصحفي.
2. يتصادم حق وسائل الإعلام في الحصول على الأخبار والمعلومات ونقل الثقافي الفنون والعلوم مع حق المجتمع و الفرد في الحفاظ على أسرار حياتهم الخاصة.
3. فرض الرقابة على وسائل الإعلام من طرف الحكومات يؤدي إلى جعل هذه الوسائل مجرد أصوات دعائية لترويج سياسات حكومية و تأييد ممارستها سواء كانت حقا أو باطلا.
4. عندما تتحرر وسائل الإعلام من الرقابة الحكومية يؤدي ذلك إلى حدوث ممارسات غير مسؤولة[1].

فقد اعتمدنا على هذه الدراسة في إطارات النظري و للاستفادة منها في الإطار المنهجي.

الدراسة الثانية: (مرتبطة)

دراسة تحت عنوان الصحفي المحترف للمؤلف: محمد كمال عبد الرؤوف[2].

جاءت إشكاليته :

ما هو مفهوم احتراف الصحفي ومدى تطبيقه على الصحفيين الجزائريين؟ كيف نضمن الاحترافية مع مراعاة الوضع الخاص لمهنة الصحافة ؟

و الإجابة عليها جاءت التساؤلات التالية حول هذا الموضوع.

[1]- **المرجع السابق**، ص55.
[2]- محمد كمال عبد الرؤوف، **الصحفي المحترف**، القاهرة ، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1996، ص15.

ما هي أنماط التكوين التي نتلقاها و ما مدى اعتماد الضغط التي تتحكم في السلوك المهني للصحفيين الجزائريين للوصول إلى نتائج علمية صحية فقد قام باختيار المنهج الوصفي الذي يتناسب وطبيعة الموضوع، حيث يستهدف تصوير وتقديم و تحليل خصائص

مجموعة معينة، وتمثلت عينة البحث في صحفي الصحافة الوطنية وكانت العينة قصدية من حيث الاختيار بعد الدراسة وصلت مجموعة البحث إلى النتائج التالية:

1. أغلب الصحفيين المستجوبين يرون أن الاحتراف الصحفي يعني في نظرهم الالتزام بالموضوعية والاستقلالية أكثر منه من الجوانب التقنية و هذا يعني إنكار الجانب التقني كعامل في نظر الصحفيين المستجوبين.
2. أغلبية الصحفيين المستجوبين يفضلون دخول المهنة بشروط محددة قصد تنظيمها.
3. الدور الأساسي للصحفي تقديم خدمة عامة أكثر من دفاعا عن أفكاره التي يؤمن بها.
4. معظم الصحفيين يعرفون جيدا حقوقهم و واجباتهم فالحق في حرية التعبير بأخلاقيات المهنة الصحفية كالموضوعية، النزاهة ، الصدق، الحياد، وخدمة الجمهور.
5. أغلبهم أجاب بوجود قواعد السلوك المهني داخل المؤسسة التي يعملون بها لكنها عبارة عن قواعد عرفية، تقاليد شفوية غير مكتوبة.
6. حسب ترتيب إجابات الصحفيين لأشكال الضغط التي تتحكم في سلوكاتهم المهنية يرون أن السلطة هي أهم ضغط ، ثم المعايير المؤسسة الإعلامية ، ثم الضغوطات الذاتية ، ثم الجمهور الرقابة و الوضع الأمني هي من بين عراقيل الصحفيين ، ثم المشكلات الاجتماعية و الظروف التي يعيشها الصحفي.

لقد أفادتنا الدراسة للحصول على معلومات تتوافق و موضوع بحثنا هذا.

ثالث عشر: المقاربة العلمية للدراسة:

تعد نظرية المسؤولية الاجتماعية إحدى النظريات التي نشأت بهدف تحديد علاقة الصحافة بالسلطة، حيث ظهرت العديد من الرؤى و النظريات التي ترصد واقع هذه العلاقة و تحدد على أساسها الفلسفات التي تفسر العلاقة، كما تحدد دور الصحافة في المجتمع و مقدار ممارستها لتحدياتها.

يعرفها محمد البادي: "أنها العمل على تحقيق المصالح المشتركة بين الفرد و المؤسسة داخل البيئة التي تجمع بينهما سواء كانت بيئة عمل أو بيئة اجتماعية فإن اصطلاح المصالح المشتركة ذاته يعني تحقيق أكبر قدر من المصالح لكلا الطرفين"[1]، كما يقصد بها " مجموعة من الوظائف التي يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتكع في مختلف مجالاته السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية، يتوافر في معالجتها لمواردها قيم مهنية كالدقة و الموضوعية و التوازن و الشمول شريطة أن تتوافر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون و الرأي العام"[2].

1. أهم أفكار نظرية المسؤولية الاجتماعية:

- **ليس للحكومة سلطة على الصحف أو غيرها من وسائل الإعلام التي يملكها أفراد أو مؤسسات خاصة أو أهلية، لذلك فهي تقوم بالتعبير عن وجهات نظر متنوعة ومتعددة دون أية رقابة عليها من أي جهات حكومية، ولا يقيدها إلا الضمير الإعلامي لتحكم عملها وأدائها[3].**
- **رعاية المثل العليا للمجتمع: من منطلق أن أي تحريف للحقائق لا يخدم المجتمع بل المطلوب تغطية الأحداث و الوقائع بشرط وجوب الالتزام بقيم مهنية معينة[1].**

[1]- ميرال صبري أبو فريحة، **المسؤولية الاجتماعية في الممارسة الإعلامية**، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة، 2013، ص07.
[2]- محمد حسام الدين، **المسؤولية الاجتماعية للصحافة**، الدار المصرية، ط1، القاهرة، 2002، ص17.
[3]- فيصل مفتاح الجواد، **منهجية البحوث و الرسائل العلمية (دراسة منهجية لكتابة البحوث الجامعية)**، جامعة فالابونس، ليبيا، د.س.ن، ص33.

- **للجماهير حرية اختيار الرسالة الإعلامية ويجب على وسائل الإعلام أن تعكس تنوع الأفكار والآراء من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض.**
- **صيانة مصالح الأفراد والجماعات والمحافظة على سمعة هؤلاء، وذلك عن طريق المراقبة التامة ألعمال الحكومة وأعمال الشركات والهيئات[2].**

2. توظيف النظرية:

تعد هذه النظرية أنسب النظريات التي يمكن توظيفها يف موضوع دراستنا، حيث تقوم على أساس إحساس الصحفي بضرورة مراعاة أخلاقيات المهنة اتجاه المجتمع، وخاصة أن أخلاقيات تنبع من داخل الصحفي، فمبدأ نظرية المسؤولية الاجتماعية يقوم على رعاية المثل العليا للمجتمع، ووجوب الالتزام بقيم مهنية معينة، تقوم عن المعايير و الضوابط الأخلاقية التي يجب أن يتمتع بها الصحفي خلال نشره للمعلومات و الأخبار في البيئة الرقمية، نظرا لهاجس الحرية الكبرى الموجود في العالم الافتراضي، وأيضا للتعرف على التزامه بالمسؤولية الاجتماعية والقانونية.

[1]- -إسماعيل محمود علي، **الإعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية**، الإسكندرية، مكتبة وفاء القانونية، ط1، 2015، ص40.
[2]- -بسام عبد الرحمن المشاقبة، **نظريات الإعلام**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص125.

الفصل الثاني:

أخلاقيات الممارسة الإعلامية

تمهيد:

أضحت أخلاقيات المهنة مطلبا من المطالب الضرورية التي من شأنها أن تضبط مهنة الصحافة بشكل عام والصحافة الإلكترونية بشكل خاص، ومن هذا المنطلق ينبغي أن يتحلى العاملون هبا بأخلاقيات وسمات تكسبهم ثقة الجمهور الذي يتعاملون معه، في الجانب المقابل فإنه على الصحفيين أن يعملوا كأمناء على مصالح الجمهور المتصفحين وأن يتحروا الدقة ويبحثوا عن الحقيقة وينقلوها كما هي بمصداقية واستقلالية.

يسعى هذا الفصل لتسليط الضوء على واقع أخلاقيات الصحافة، نشأة أخلاقيات الصحافة، المبادرات الأولى لوضع إطار أخلاقي للمهنة الصحفية و مراحل تطور أخلاقيات الإعلام، ثم التطرق إلى أهميتها وأهدافها، وفي الأخير عرضنا أهم مواثيق الشرف التي تضمنت موضوعنا.

أولا: مفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية:

يعود ظهور هذا المفهوم إلى عام 1916 في السويد، ثم في فرنسا 1918، ثم يعتبر هذا المفهوم من أهم الأسس التي تقوم عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية، لذا تعددت التعاريف المقدمة له، نحاول توضيح أهمها كالتالي:

يقصد بأخلاقيات المهنة بأنها: "جملة من الحقوق و الواجبات المتعلقة بمهنة من المهن و يطلق عليها في اللغة اللاتينية Deontologie و هي لفظ مركب من قسمين Deon و تعني الواجبات و Logie و تعني علم أو خطاب، أي علم الواجبات.[1]

[1]- بوبكر بوعزيز، استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، 2016-2017، ص274.

يمكن تعريف أخلاقيات الصحافة بأنها: مجموعة المعايير و القيم المرتبطة بمهنة الصحافة، و التي يلتزم بها الصحفي أثناء عملية استقاء الأنباء و نشرها و التعليق عليها، و في طرحهم لآرائهم و قيامهم بوظائف الصحف المختلفة و هذه المعايير المهنية تقوي إحساس الصحفي بمسؤوليته الاجتماعية.[1]

عرفها "جون هون برج" على أنها تلك الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها كل صحفي و المتمثلة أساسا بضرورة العمل من أجل تغطية شاملة و حقيقية و صادقة و واضحة مع مراعاة حماية المصادر و تحقيق الصالح العام لا غير عن طريق احترام القانون و حقوق الحياة الخاصة للأشخاص و تصحيح الأخطاء في حال وجودها.[2]

في حين يعرفها آخرون على أنها علم الواجبات المعنوية الخاصة بمهنة محددة و جزائيتها التأديبية بتبيان القواعد السلوكية و الأخلاقية لأعضاء المهنة سواء فيما بين الممارسين أنفسهم أو اتجاه الغير.

ثانيا: نشأة أخلاقيات الممارسة الإعلامية :

إن مفهوم أخلاقيات المهنة ليس مفهوما حديثا ، فظهوره يعود إلى عام 1916م في السويد حيث تشكلت البدايات الأولى ، ثم انتقلت الفكرة إلى فرنسا عام 1918م حيث سعت إلى وضع مشروع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية بعد الحرب العالمية الأولى نظراً للدور الذي لعبته وسائل الإعلام في تلك الفترة و كانت هناك محاولات أخرى في جميع أنحاء العالم . و جاء بعدها بيان جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية عام 1923م متضمناً ست مواد ذات علاقة بالمادة الإعلامية و الصحفي لكن هناك من يعتبر ميثاق قواعد الأخلاق الصحفية الذي أصدره الإتحاد العالمي للصحفيين بواشنطن عام 1926م بداية التأسيس لهذه

[1]- كنعان علي عبد الفتاح، مدخل إلى الصحافة و الإعلام، دار الأيام، عمان،2015، ص159.
[2]- جابر علي محجوب، العلاقات العامة من المنظور الاجتماعي، المكتبة العضوية للنشر و التوزيع، مصر، 2007، ص242.

القواعد التي تدعمت بوثيقة أخرى من الإتحاد الوطني للصحفيين البريطانيين عام 1931م ، و كان من نتائج ذلك إنشاء المحكمة الدولية للشرف المهني عام 1931م ، و عقب انعقاد المؤتمر العالمي لإتحاد الصحافة في مدينة براغ التشيكوسلوفاكية انبثق عنه ميثاق يكرس السلم و الأمن الدوليين عام 1936م ، غير أن المؤتمر السابع للإتحاد العالمي للصحافيين الذي عقد ببوردو بفرنسا عام 1939م شكل اللبنة الأولى " لعهد شرف الصحفي" الذي تزامن مع شروع المحكمة الدولية للشرف المهني لتطبيق المواثيق ،و توج بانعقاد المؤتمر الأول للصحافة القومية الأمريكية في المكسيك عام 1942م حيث تم الاتفاق على مجموعة مبادئ و منها الاعتذار و حق الرد.[1]

وفي هذه السنة تشكلت لجنة روبرت هتشنز رئيس جامعة شيكاغو بمبادرة من مؤسسة التايمز الأمريكية لدراسة وسائل الإعلام الأمريكية. وبعد خمس سنوات من التقصي توصلت إلى وضع تقرير حمل اسم رئيسها حول مستقبل هذه الوسائل بعنوان (صحافة حرة مسئولة) صدر عام 1947م حذر من تنامي حرية الفرد على حساب حرية المجتمع مما جعل الكثير من الدارسين توصيات هذا التقرير بمثابة تأسيس رسمي لأخلاقيات الصحافة بالرغم من أن هناك الكثير من الكتب و الأبحاث قد تعرضت إليها في العشرينيات من القرن الماضي مثل " مبادئ الصحافة " لكسباريوست عام 1924م و" أخلاقيات الصحافة " لنلسو كراو فورد عام 1924م و" ضمير الصحيفة " لليون فلنت عام 1925م و " أخلاقيات الصحيفة " لوليام جيبونز عام 1926م إلى جانب المبادئ الأخلاقية لجمعية محرري الصحف الأمريكية لعام 1922م و جمعية الصحفيين المحترفين لعام 1926م .

ولقد عقبت هذه المحاولات الفعالة التي أحدثت تغييراً في ميدان الممارسة الإعلامية محاولات أخرى في العديد من دول المعمورة فرضتها التغيرات الحاصلة عبر الأزمنة حيث انتشرت مجالس الصحافة و مجالس

[1]- ماهر عودة الشمايلة، أخلاقيات المهنة الإ'لامية، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع، عمان، 2015، ص25.

الإعلام و مواثيق الشرف في جميع أنحاء العالم فقد انتقلت إلى الهند عام 1958م و في العالم العربي كانت البدايات الأولى خلال عام 1960م حيث عرفت مصر مواثيق الشرف و كانت أول دولة عربية ،وعلى ضوء ذلك انبثق دستور الاتحاد العام للصحفيين العرب ،كما وانتقلت إلى كل من أستراليا و أمريكا وانكلترا عام 1975م .[1]

مرت أخلاقيات المهنة الصحفية عموما بعدة مراحل منذ ظهور هذا المفهوم، هذه المراحل ساهمت في تطويرها لتصبح بالشكل الذي نعرفه اليوم، و هي كالتالي:

1/ مرحلة ما قبل سقوط جدار برلين 1989م:

كان قبل هذه الفترة مفهومان لأخلاقيات المهنة أحدهما مرتبط بالفكر الاشتراكي و الآخر بالفكر الليبرالي و كل منهما يقدم تصوره لأخلاقيات الصحافة من خلال علاقة المؤسسات بالسلطة ، بحيث إن أخلاقيات المهنة كانت في النظام الليبرالي كانت مستقلة و تدافع عن الديمقراطية بمفهومها الغربي و دور الإعلام فيها كأحد آليات مراقبة السلطة ، و أدت الصحافة خلال هذه المرحلة مهمات خاصة في ظل الصراع بين القطبين الاشتراكي و الرأسمالي مما جعل مفهوم أخلاقيات المهنة يتباعد فيما بينها .

2/ مرحلة ما بعد ظهور الانترنت و القنوات الفضائية:

كان من نتائج سقوط القطبية الثنائية بعد الحرب الباردة هي ظهور شبكة الانترنت و انهيار النظام الاشتراكي ، و انفصال الكثير من دول الكتلة الشرقية عن الاتحاد السوفياتي الذي تحول إلى روسيا ، مما جعل وسائل الإعلام تتحرر من الحزب الواحد و تؤدي وظائف جديدة في هذه المجتمعات و تصبح عابرة للقارات ، و قد دفع ذلك بأصحاب المهنة إلى التفكير في إيجاد ضوابط مشتركة لأخلاقيات المهنة .

[1]- ماهر عودة الشمايلة، مرجع سابق، ص26.

3/ مرحلة ما بعد أحداث الثلاثاء 11 سبتمبر 2001م:

دخل العالم تحت مظلة أمريكا و هيمنة المؤسسة العسكرية الأمريكية على قرار الأمم المتحدة فتقلص مفهوم أخلاقيات المهنة فيما بعد ظهور سلطة جديدة أطلق عليها اسم (السلطة الخامسة) و هي الإعلام الذي رافق الجيوش الأمريكية في احتلال أفغانستان و العراق بعد أن كان للسلطة الرابعة دور فعال في اتخاذ القرار .

يقول ادموند بروك : " ثلاث سلطات تجتمع هنا تحت سقف البرلمان ، و لكن هناك في قاعة المراسلين تجلس سلطة رابعة و هي أهم منكم جميعا " و الحقيقة أن مثل هذا التعبير يشير إلى تقسيمات مونتسيكيو للسلطة إلى ثلاث سلط (التشريعية و القضائية و التنفيذية) و مفهوم السلطة الرابعة هو الرأي العام الذي تحركه الصحافة .

و حاليا نتحدث عن السلطة الخامسة حيث يقول الكاتب " فاضل محمد البدراني: " لم تعد السلطة الرابعة، و المتمثلة في الإعلام التقليدي بوسائله القديمة ، قادرة على الصمود أمام اجتياح السلطة الخامسة ، المتمثلة في مختلف المواقع الإعلامية المنتشرة عبر الشبكة العنكبوتية مثل الفايسبوك ، يوتيوب و تويتر و المدونات الشخصية " .

ثالثا: المبادرات الأولى لوضع إطار أخلاقي للمهنة الصحفية:

كانت المبادرات الأولى لوضع إطار أخلاقي للمهنة الصحفية في مطلع القرن العشرين، إعلانا عن ظهور أولى بوادرها و لاشك أن أخلاقيات المهنة الصحفية أصبحت مطلباً ملحا و أساسيا لدى العديد من التنظيمات و الحكومات و حتى الشعوب نظراً للدور الذي لعبه الإعلام على الصعيدين الإقليمي و الدولي حتى المحلي، خاصة أثناء النزاعات و هو دور أقل ما يذكر عنه أن له سلبيات و إيجابيات على حد سواء، وفي كثير من الأحيان يكون تأثيره السلبي أكثر من إيجابياته و منافعه، هذا ما دفع العديد من التنظيمات المهنية و الجمعيات إلى محاولة وضع إطار أخلاقي لمهنة الصحافة قصد تجنب الشعوب و الأمم سلبيات الممارسة الإعلامية و تحقيق رسالة إعلامية و فعالة تتسم بنوع من الموضوعية.

- **محاولة 1918 بفرنسا:**

و تعتبر أولى المحاولات و هي فرنسية المصدر حيث جاءت بعد الحرب العالمية الأولى و بعد الدور الذي لعبه الإعلام خلال هذه الحرب و قد حاولت وضع إطار أخلاقي و ميثاق لأخلاقيات المهنة.

لقد تطرق واضعوا هذه الأسس إلى بعض الممارسات التي من الضروري تجنبها أثناء تأدية الصحفي لمهامه كرفض الطرق اللاشرعية للوصول إلى مصدر المعلومة و ضرورة رفض الهبات المالية التي تؤثر على السير المثالي لمهنته و ضرورة الحفاظ على السر المهني و احترام الحياة الخاصة للأفراد و عدم استغلال مهنته لتحقيق مآرب شخصية .[1]

- **محاولة 1926:**

[1]- حسن مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، القاهرة، الدار المصرية، 1994، ص194.

و هي ثاني محاولة في مجال وضع قواعد أخلاقية للمهنة الصحفية و كان ذلك في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد اصطلح عليه بقانون الآداب عام 1926 منطرف نقابة صحفية مهنية و كان له سيط واسع بين الصحفيين ضم ثلاث محاور أساسية لتنظيم المهنة:

محور خاص بالآداب و محور ثاني بعنوان محور الدقة الموضوعية أما المحور الثالث و الأخير فكان تحت عنوان قواعد السير المهني، ففي محور الآداب دعا إلى ضرورة رفض الصحفي الهدايا و العطايا حتى لا يثير ذلك الشك في نزاهة المهنة لدى الرأي العام أن يحترم الحياة الشخصية للأفراد و ضرورة حماية مصادر خبره .

أما محور الدقة و الموضوعية فقد دعا من خلاله أصحاب هذه المبادرة إلى ضرورة التحلي بالموضوعية و جعل الحقيقة هدفه الأسمى و تقديم كل المعلومات التي تثير اهتمام و انشغال الرأي العام.[1]

أما محور قواعد السير المهني فقد ركز على ضرورة احترام كرامة الأفراد و حياتهم الخاصة و الإسراع في تصحيح الأخطاء و تحمل المسؤولية أمام الرأي العام .

- **محاولة 1936:**

و تعد المحاولة الثالثة في إطار تهذيب المهنة الصحفية بوضع إطار أخلاقي لها لكن هذه المحاولة تختلف عن ما سبقها من محاولات لما لها من بعد عالمي حيث قام بها المؤتمر الدولي لاتحاد الصحفيين سابقا في براغ سنة 1936 حاولت تبيان ما للصحفي من حقوق و ما عليه من واجبات، حيث أكدوا على ضرورة اعتماد الصحفي على الأمانة و الصدق، و نبذ الإثارة و التعصب و خلق البلبلة بين الدول و أن يواكب تطور المجتمع في مختلف المجالات، و عليه الابتعاد عن الانتقاد غير البناء أو ما يعرف بالنقد من أجل النقد لا غير، و الابتعاد عن الدعوة للعنف و نبذ الحروب و التأكيد على ما يقرب الشعوب و الأمم و يزيد في دائرة الأمن و السلام بينها .

[1]- عبد اللطيف حمزة، أزمة الضمير الصحفي، القاهرة، 1960، دار الفكر العربي، ص169.

و المتمعن لمضمون هذه المبادرة يتأكد من طغيان جانب الأمن و السلام على المبادرة ويعود ذلك للظرف السياسي الذي جاءت فيه المبادرة حيث تميزت بكونها جاءت في فترة ما بين الحربين الكونيتين و ما شهدته هذه الفترة من سباق نحو التسلح التي أثرت في العلاقات الدولية .[1]

- **محاولة 1938:**

و هي رابع مبادرة في هذا الميدان ظهرت في بريطانيا قبل الحرب العلمية الثانية بحوالي سنة تقريباً من طرف النقابة الوطنية البريطانية للصحفيين، احتوت على أسس و قواعد و أخلاقيات مهنة الصحافة و القواعد الواجب إتباعها و السير على منهجها من طرف الصحفيين البريطانيين و تتمثل هذه الأسس في العناصر التالية:

أ- ضرورة التأكد من صحة الأخبار قبل نشرها .

ب- ضرورة الحصول عليها بالطرق الشرعية .

ج – عدم تسوية الحقيقة و إخفاءها .

- **محاولة 1939:**

جاءت هذه المبادرة دائماً في إطار أخلاقيات المهنة الصحفية من دولة لها مجال واسع في الديمقراطية و حرية التعبير بفرنسا ، من مدينة بوردو و بمناسبة انعقاد المؤتمر الدولي السابع لاتحاد الصحفيين تحت تسمية ميثاق الشرف الصحفي.

[1]- علاء الدين أبو النجف، النقابات المهنية في العالم، عمان، 1983، دار الأنوار للنشر، د.ت.ن، ص170.

ركز هذا الميثاق على ضرورة ارتكاز أي عمل صحفي على الموضوعية و الطرق الشرعية في الوصول لمصدر المعلومة و نبذ اتهام الآخرين بالباطل و الابتعاد عن هذا المنهج اللاأخلاقي و ضرورة احترام زملاء المهنة كعدم سرقة انتاجاتهم و أفكارهم و انتباها لهم كما أكد المؤتمر على ضرورة التزام الصحفي بالنزاهة و الأمانة و أن تكون المصلحة العامة الهدف الرئيسي له و اعتبرت هذه المبادرة على أنها حددت مسؤولية الصحفي إزاء المجتمع و الحكومة و تجاه زملاء المهنة .

- **محاولة 1942:**

و هي ثاني محاولة لسن قواعد أخلاقية تصدر من القارة الأمريكية و بالضبط بالمكسيك أثناء انعقاد المؤتمر الأول للصحافة القومية الأمريكية و قد خلص المؤتمرين إلى أن الصحافة الأمريكية تتميز بوظيفتين أولهما نشر الأخبار و ثانيهما التوجيه و الإرشاد الإيديولوجي.

واعتبروا أن الصحافة المثلى تقوم على الموضوعية و الصدق و احترتم سرية المهنة كما تطرقت هذه المبادرة إلى المسؤولية التي تقع على الصحيفة و طالبوا بضرورة الاعتذار للأشخاص إن ثبتت إساءتها لهم في حالة القذف و التشهير و السب و ضرورة احترام الحياة الخاصة للأفراد و الابتعاد عن الدعوة للعنف و العنصرية .

- **محاولة 1950:**

وهي مبادرة قامت بها هيئة محرري الصحف الهندية في **1950** و في ختام أشغالها بيان ختامي نص على ما يلي:

" إن الصحافة بالدرجة الأولى هي رسالة و أمانة و تتجسد في خدمة الصالح العام، و المحافظة على السلامة الإنسانية و احترام الحقوق الاجتماعية و الإنسانية و الإيمان بمبادئ العدالة و الإنصاف، إذ تعتبر من

الأسس الجوهرية لمهنة الصحافة، و ترى هذه الهيئة أنه من آداب المهنة وجوب احترام الحياة الخاصة للأفراد و الابتعاد عن الشائعات و خدمة الصالح العام و الابتعاد عن نشر الأخبار الشخصية .

- **محاولة 1958:**

و جاءت في شكل رسالة دكتورا تقدم بها الدكتور مختار التهامي في قسم الصحافة بجامعة القاهرة، حاول الدكتور التهامي في رسالته هذه وضع قانون دولي للمهنة، و قد بنا عليها لاحقا المنظور الدولي للمسؤولية في الإعلام الدولي .

و احتوت هذه المبادرة و هي الأولى على المستوى العربي على بنود و مواد منظمة و مؤطرة للمهنة الصحفية هي :

أ- الدفاع عن السلام و الابتعاد عن التعصب و احترام الكرامة البشرية و المسارات بين الناس.

ب- التعاون بين الشعوب و تدعيم أوصال الأخوة بينها لتحقيق السلام، و هو الهدف الأساسي للصحفي باعتبار وسائل الإعلام أقوى و أقدر و أهم وسيلة لنشر الثقافة و تبادلها بين الشعوب.

والمتمعن في المادة : 11 المقترحة لتنظيم مهنة الصحفي و إعطائها صبغة أخلاقية تؤكد على تشجيع فكرة التعايش السلمي بين الأمم والشعوب ، ونبذ العنف والابتعاد عن ما يثير التعصب والاحتكار هذا من جهة، ومن جهة أخرى أكدت و ألحت على تشجيع روح المسؤولية لدى القائم بالعملية الإعلامية وتشجيعا لإبراز مثل الأخلاقية والمبادئ السامية[1].

- **محاولة 1960:**

[1]- حسن مكاوي، مرجع سابق، ص179.

و هي ثاني محاولة و مبادرة قامت بها الجمهورية المصرية بعد رسالة الدكتور مختار التهامي و إن كان المضمون متشابها، فإن الاختلاف الجوهري القائم بين المبادرتين كون هذه المبادرة صادرة عن جهة حكومية و هي إحدى لجان المؤتمر القومي للجمهورية العربية المتحدة عام 1960، تحت عنوان ميثاق الشرف للمشتغلين في وسائل الإعلام و أهم ما جاءت به كإضافة للمبادرة السابقة حثها على إبراز القومية العربية و الدعوة للوحدة كما جاء في القسم الأول لمبادرة الدعوة للتمسك بالمبادئ الدينية و الديمقراطية بالمفهوم الاشتراكي.[1]

- محاولة انجلترا:

حيث عمدت هيئة اتحاد الصحفيين الانجليزية بوضع لبنة أخلاقية و مبادئ نصت في مجملها على ضرورة تنظيم المهنة أخلاقيا، و ذلك تبعا لقراراته و توجيهاته نلخصها فيما يلي:

ضرورة ابتعاد الصحفي عما يسئ لشخصيته و مهنته، و أن ينشر الحقائق بأمانة تامة، و أن يتحمل مسؤولية ما ينشر من أخبار، و ضرورة عدم المساس بالأخلاق العامة و مشاعر و كرامة الناس، و أن الطرق اللاشرعية للوصول للمعلومة مرفوضة و أن الرشوة منبوذة و سلوك غير حضاري و قبيح، و على الصحفي أخذ كل هذا بعين الاعتبار أثناء أداء مهنته.[2]

- محاولة أستراليا:

وهي مبادرة صدرت في أستراليا عن اتحادية الصحفيين الأستراليين حيث عمد أعضاء هذا التنظيم المهني الصحفي على وضع مجموعة من المبادئ و القيم الأخلاقية لتنظيم مهنة الصحافة و تهذيبها أخلاقيا و هي مبادئ تدعوا إلى ضرورة مراعاة الأمانة و توخي الصدق أثناء تأدية المهام الصحفية، كما طالب أعضاء

[1]- المرجع نفسه، ص180.
[2]- حسن مكاوي، مرجع سابق، ص185.

ذلك الإتحاد المهني من خلال هذه المبادئ إلى ضرورة احترام السر المهني في المجال الإعلامي و احترام باقي المهنة، كما دعوا للترف عن الأساليب اللاأخلاقية و المؤثرة في تأدية مهنته بكل صدق و موضوعية كالرشوة و قبول الهبات من طرف أشخاص عاديين أو ذوي النفوذ و المال و ضرورة اتباع السبل المثلى و النبيلة لتحقيق إعلام موضوعي لكسب ثقة الجمهور.[1]

- **محاولة الولايات المتحدة الأمريكية:**

كان ذلك علم 1975 في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث أقرت الجمعية الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف بيان المبادئ ليحل محل القواعد و الأخلاقيات المنظمة لمهنة الصحافة المكرسة منذ 1923 و من خلال هذا البيان طلب رجال الإعلام تكريس حق الشعب الأمريكي في حرية التعبير و الاطلاع على كل الحقائق بكل موضوعية، و قد تضمن مواد أقرت في مجملها التزام الصحفي بالمسؤولية و الموضوعية و الالتزام بالقواعد الأخلاقية المتعارف عليها.

رابعا: أخلاقيات الإعلام من خلال المواثيق الدولية و المحلية :

تعتبر مواثيق أخلاقيات العمل الإعلامي ضرورة حتمية للإعلاميين و لتنظيم المهنة باعتبارها وسيلة مهمة في صياغة العلاقة بين الإعلاميين و المجتمع ،وتصاغ عادة في عبارات تتعلق بالموضوعية ،الحياد ،الصدق و حرية الإعلام ،كما تصنف عناصر ميثاق أخلاقيات المهنة إلى نوعين من العبارات الأولى تحدد

[1]- عبد اللطيف حمزة، أزمة الضمير الصحفي، القاهرة، 1960، دار الفكر العربي، ص175.

الحقوق المتعلقة مثلا بالخصوصية و سرية المصادر و الدقة و تعني حقوق الجمهور لدى وسائل الإعلام ، أما الثانية فتتعلق بالوظائف أو الواجبات و تتناول كيفية قيام الصحفيين بوظائفهم و سلوكاتهم المهنية الواجب الالتزام بها و تشمل العناصر الأساسية و الممثلة في جمع المعلومات و طريقة تقديمها و ضمان جودتها و مواثيق الشرف المهني نوعان ،منها مواثيق إجبارية و إلزامية و هي التي تحمل بعض أشكال العقاب لمن يخالف أو ينتهك ما جاء بها ، و أخرى مواثيق اختيارية و تعد بمثابة تنظيم ذاتي للعاملين في المهنة .

تنقسم مواثيق الشرف إلى:

- مواثيق إجبارية إلزامية: وهي تحمل بعض أشكال العقاب لمن يخالفون ماجاء فيها من معايير السلوك المهني أو ينتهكوها، ومن هذه الأشكال الاحتكار أو التأنيب العام أو الوقف عن مزاولة المهنة.[1]

- مواثيق اختيارية: أي تقوم على أساس رغبة واردة من العاملين في المهنة، بحيث يترتب على موافقتهم عليها التزام بتنفيذ ما جاء فيها، و هي بمثابة تنظيم ذاتي لهم.[2]

- أشكال مواثيق الشرف:

يمكن حصر مواثيق الشرف فيما يلي:

- مواثيق شرف صحفية دولية: مثل ميثاق شرف الفيديرالية الدولية للصحفيين.

[1]- حسين شفيق، مرجع سابق، ص228.
[2]- حسين شفيق، مرجع سابق، ص228.

- **مواثيق شرف صحفية محلية أو وطنية: مثل ميثاق أخلاقيات و قواعد المهنة للصحفيين الجزائريين و ميثاق الشرف الصحفي للصحفيين الأردنيين و ميثاق الشرف الصحفي السوداني و غيرها من المواثيق المحلية.**
- **مواثيق شرف صحفية إقليمية: مثل ميثاق الشرف الصادر عن اتحاد الصحفيين العرب.**
- **مواشيق شرف داخلية: مواثيق شرف أو أدلة سلوك تضمنها المؤسسة الصحفية للعاملين بها.[1]**

و من أهم مواثيق الشرف الدولية و المحلية التي تضمنت موضوع أخلاقيات المهنة الصحفية نذكر منها:

1. الإعلان العالمي لحقوق الإنسان 1948م :

مع التطورات الإعلامية المتلاحقة ظهر العديد من القوانين و المواثيق سواء الوطنية أم الإقليمية أم الدولية لأخلاقيات العمل الإعلامي و لعل أبرزها الإعلان العالمي لحقوق الإنسان ، من أهم المواثيق الخاصة بأخلاقيات الإعلام على المستوى الدولي المادة التاسعة عشر من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة في 1948م و الذي ينص على ما يلي :

لكل شخص الحق في التعبير و حرية الرأي و يشمل هذا الحق مايلي :

- **حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل.**
- **استقاء الأنباء و الأفكار.**
- **تلقي هذه الأخبار و إذاعتها بأي وسيلة كانت دون تقيد بالحدود الجغرافية.**

2. العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية و السياسية 1966م :

[1]- عبد المحسن بدوي محمد أحمد، الشرف الصحفي-القيم الأخلاقية، مجلة الأمن و الحياة، العدد 362، رجب 1433، جامعة الرباط الوطني، الحرطوم، ص49.

تعد المادة التاسعة عشر من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية و السياسية الذي أقرته الجمعية الأممية عام 1966م من أبرز التشريعات المتعلقة بأخلاقيات الإعلام و خاصة بما يختص بالحرية و المسؤولية الإعلامية و التي نادت بالحقوق التالية :

- لكل فرد الحق في اتخاذ الآراء دون تدخل .
- لكل فرد الحق في حرية التعبير و هذا الحق يشمل حق البحث عن المعلومات و الأفكار واستلامها و نقلها بغض النظر عن الحدود إما شفهية أو كتابة أو طباعة و بأي وسيلة كانت.
- ترتبط ممارسة الحقوق المنصوص عليها في الفقرة الثانية من هذه المادة و واجبات و مسؤوليات خاصة و على ذلك فإنها تخضع لقيود معينة .

و ذلك بالاستناد إلى نصوص القانون و التي تكون ضرورية من خلال مايلي :

- من أجل احترام حقوق و سمعة الآخرين.
- من أجل حماية الأمن الوطني أو النظام العام.

و على الرغم من وجود العديد من المواثيق الدولية الأخرى الخاصة بالأخلاقيات الإعلامية إلا أن هذين النصين من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان و العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية و السياسية قد تم اختيارهما لما يتمتعان بهما من سمعة الالتزام على المستوى الدولي كمرجعية للمنظومة التشريعية الوطنية أو المحلية.

3.ميثاق أخلاقيات و قواعد المهنة للصحفيين الجزائريين:

صدر ميثاق أخلاقيات المهنة للصحفيين الجزائريين في 13 أفريل 2000 أول وثيقة من نوعها في قانون الإعلام لسنة 1990 تحدد واجبات و حقوق هذا السلك كان يسهر عليه مجلس أعلى يضم مهنيي القطاع المنتخبين من قبل زملائهم.[1]

أهم ما جاء في الميثاق:

احتوى الميثاق عدة أقسام، حيث ركز في المقدمة على الحق في الإعلام و في حرية التعبير و النقد بعد من الحريات الأساسية التي تساهم في الدفاع عن الديمقراطية و التعددية، و أكد على مسؤولية الصحفي إزاء الجمهور و الرأي العام، و التي لا تعلوا على كل مسؤولية أخرى و خاصة إزاء مستخدميه و إزاء السلطات العمومية، إضافة إلى هذا فقد طالب الميثاق في مقدمته بضرورة توفير الظروف المناسبة المادية منها كمنظم للمهنة و للعلاقة بين الصحفيين و الذي يسهر على تطبيقه ميدانيا المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة و المؤسسات المنبثقة عنه.

بيان الواجبات: يلتزم الصحفي بالواجبات التالية:

1. **احترام الحقيقة مهما كانت التبعات التي تلحق به، بسبب ما يمليه حق الجمهور في المعرفة.**
2. **احترام الحياة الخاصة للأشخاص، و حقهم في رفض التشهير بهم عن طريق الصورة.**
3. **الامتناع عن نشر الإشاعات.**
4. **الدفاع عن حرية الإعلام و الرأي و التعليق و النقد.[2]**

بيان الحقوق: على الصحفي أن:

[1]- المقع الالكتروني: www.djazaires.com، تاريخ الولوج، 8 أفريل 2021، على 21:50سا.
[2]- لحسن زراق، الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة، رسالة ماجيستير، جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010، ص197.

1. يتحلى بوازع الضمير.
2. التمتع بقانون أساسي مهني.
3. الاعتراف له بحقوق التأليف و الاستفادة منها.
4. احترام المنتوج الصحفي و الوفاء لمضمونه.[1]

خامسا: أهمية و أهداف أخلاقيات المهنة الصحفية:

1. أهمية أخلاقيات الصحافة:

يمكن حصر أهمية أخلاقيات المهنة الصحفية فيما يلي:

- أخلاقيات المهنة تولد داخل الصحفي الشعور بالمسؤولية اتجاه العديد من الجهات فهو مسؤول بالدرجة الأولى أمام نفسه و مع الجمهور و المعلنين و الملاك للوسيلة الإعلامية و زملائه و أخيرا أمام المجتمع.[2]
- أخلاقيات المهنة تحسن نوعية مضمون وسائل الإعلام و ذلك من خلال تقديم معلومات للإنسان لأن يكون فاعلا في مجتمعه و توسع مدركاته و تجعله عنثرا فعالا و متعاونا في المحيط الذي يعيش فيه.[3]
- علم أخلاقيات الإعلام يساهم في تحديد وظائف و سائل الإعلام في المجتمع، و ما أشد حاجة وسائل الإعلام إلى تحديد وظائفها.

[1]- سمية، معزي، حليمة سالم أمينة، أخلاقيات ممارسة مهنة الصحافة المكتوبة في الجزائر، مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2015-2016، ص-ص(106-107).

[2]- قيس سعود البدر، مدى التزام الصحافة المطبوعة بالمعايير المهنية من وجهة نظر الجمهور الكويتي، رسالة ماجيستير، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص46.

[3]- مصطفى يوسف الكافي، قضايا إعلامية معاصرة، دار الإعصار العلمي، عمان، 2016، ص440.

- **دراسة علم أخلاقيات الإعلام و تطوير هذا العلم و تحقيق التضامن المهني للمحافظة على احترام المعايير المهنية يشكل خطوة مهمة نحو الارتفاع في مصداقية وسائل الإعلام.**
- **القدرة على إنتاج رسالة إعلامية تتميز عن التي تقدمها وسائل الإعلام الغربية فالتميز يشعر الجمهور بأنها تقدم له ما لا تقدمه وسائل الإعلام الغربية.**
- **أخلاقيات المهنة ركيزة مهمة في تحقيق طموح الأمة**
- **أخلاقيات الإعلام تؤدي إلى تحسين جودة الرسالة الإعلامية و زيادة قدرتها على إشباع حاجات الجمهور الإعلامية.[1]**

2. أهداف أخلاقيات الممارسة الإعلامية:

يمكن حصر أهداف أخلاقيات الصحافة في النقاط التالية:

- **التعمق في فهم الوظائف الأخلاقية و أهداف الصحافة بصفة خاصة.**
- **الترويج للسلوك الأخلاقي و عملية اتخاذ القرار في المؤسسات الإعلامية.**
- **تحسين المنطق الأخلاقي للصحفيين.**
- **تحدد ما يتعين على كل صحفي أن يتصرف في موقف معين أو محدد أو مشكلة تواجهه أثناء عمله، مثل: استخدام الصحفي لكاميرا سرية في موقف مهني محدد.**
- **التركيز على دور المؤسسات الإعلامية بشكل عام بالنظر لدورها الوطني في المجتمع، و من بين تلك الأمور محتوى الإعلام و نمط الملكية و حرية الصحافة.[2]**

[1]- حسين شفيق، مهارات إدارة الحوار الإعلامي، دار الفكر و الفن وو الطباعة للنشر و التوزيع، د.م.ن، 2016، ص225.
[2]- الموقع الالكتروني، الشبكة العربية لدعم الإعلام، بحث في مسألة الأخلاقيات في المهنة الصحفية، نشر في 19 نوفمبر 2012، تاريخ الولوج 11جوان 2021، 21:55 سا، متوفر عبر www.asahnetwork.org

الفصل الثالث:

واقع أخلاقيات المهنة الصحفية

أولا: أخلاقيات مهنة الصحافة من خلال المنظمات و الهيئات :

سوف نتطرق من خلال هذا العنصر إلى الأسس و المحاولات الأخلاقية التي صدرت عن المنظمات و النقابات الصحفية إقليمية كانت أو دولية لأن هدفها واحد، و بناء على أسس و أخلاقيات و توطيد العلاقات بين الأفراد و الأمم و الشعوب من جهة، و من جهة ثانية ضمان الحقوق المهنية للصحفي و تحديد مسؤولياته.

بعد أن عاش العالم حربين كونيتين بتأثيراتها التي مست جل المستويات، تؤكد ضرورة مكافحة الأخبار غير الصحيحة لدى المهنيين الأكاديميين، خاصة أثناء الأزمات و الصراعات الدولية، أول هذه الخطوات التي كرست هذا المبدأ، ظهرت عام 1925 حينما اتفق البرلمان الأمريكي على نبذ و رفض و إدانة نشرة الأخبار الكاذبة و منع تداولها حتى لا يعكر صفو السلام العالمي.

في أكتوبر عام 1930 قرر الاتحاد الدولي للصحفيين، الذي يتشكل من 29 جمعية مهنية صحفية تشكيل محطمة شرف لمعاقبة من تسول له نفسه نشر و تداول أخبار خاطئة، و قد كانت لاهاي مقراً لهذه المحكمة سنة 1931.

وفي نوفمبر من عام 1932 دعت الحكومة الدانمركية الصحفيين المحوريين لعقد مؤتمر، أين تم فيه الموافقة على محكمة الشرف التي أتاحها الاتحاد الدولي للصحافيين، و دعا المجتمعون إلى محاربة الأفكار الخاطئة، و حثوا على منح الصحافة حرية أكبر قصد تحقيق مصداقية أكبر للمواد الإعلامية، كما عكف الاتحاد الدولي على دراسة هذه الأشكال عام 1995.[1]

و كخطوة أولى قرر الاتحاد الدولي للصحفيين أثناء انعقاد مؤتمره المنعقد في روما الإيطالية على [2]قرار تعهد من خلاله أصحاب الصحف عند نشر أي خبر غير صحيح إجبار الاتحاد الذي تنتمي إليه الجريدة

[1]- أحمد خليل صابات، الصحافة رسالة و استعداد و فن و علم، القاهرة، ط02، د.ت.ن، ص : 272.

على نشر الصحيح و على وجه السرعة هذا من جهة، و من جهة أخرى طرحت الأمم المتحدة الإشكال على طاولة النقاش للمهنة نذكر منها على وجه الخصوص المادة الأولى التي نصت على :

" يجب على رجال الصحافة و الإعلام أن يبذلوا كل ما بوسعهم لتزويد الجمهور بالأنباء الصحيحة المطابقة للحوادث الواقعية و أن يتحققوا من صحة المعلومات التي يحملونها و أن لا يغفلوا أي حادث مهم أو يتجاهلوا الحقائق عمداً ".

أما المادة الرابعة من نفس الميثاق المهني فتنص على :" أنه يجب على الصحفيين الذين يريدون الكتابة و التعقيب على الحوادث التي تقع في بلاد غير بلدهم و أن يحصلوا على معلومات تتيح لهم الكتابة و التعقيب على هذه الحوادث بإنصاف و عدل و صدق " .

كما وافقت اللجنة الأممية خلال مؤتمر جنيف على شرف دولي نصت مادته الأولى على ما يلي:

" يجب على كل شخص مكلف بجمع الأخبار و نقلها و إذا اعتماد التعليق عليها، أن يحاول جاهدا بقدر المستطاع و السهر على صحة الأخبار التي تصل إلى الجمهور... أن يتحقق من صحة المعلومات التي تحمل الشك كما لا يحرف أي حقيقة جوهرية و أن يشوه شيء..... من واجبه أن لاينشر خبر من هذا النوع " .

و في المادة الثانية جاء مايلي:" المصلحة الشخصية يجب أن لاتؤثر على السلوك المهني و لا يوجد خطأ مهني أكبر من عدم نشر أو على العكس نشر ما لايجب أن ينشر ".[1]

فكل هذه المواد و المساعي الحثيثة لهذا التنظيم المهني الدولي لوضع ميثاق دولي أخلاقي لمهنة الصحافة كانت نتائجها متذبذبة و ليست محسوسة لعدم احترامها.

- **الاتحاد العام للصحفيين العرب:**

انعقد الاجتماع التأسيسي له في 21 فيفري 1964 حاول وضع إطار مهني أخلاقي للصحفيين العرب و

[1]- مرجع سابق، ص: 267.

تحديد مسؤولياتهم تجاه شعوبهم و أوطانهم أكدت مواده على ما يلي:[1]

- ✓ توخي الأمانة و الصدق في الآراء و التفسيرات.
- ✓ مراعاة المصلحة العامة في المنتوج الإعلامي .
- ✓ عدم إخفاء الوقائع الصحيحة .
- ✓ عدم السعي وراء المنافع الشخصية بالنسبة للصحفي .
- ✓ تجنب الافتراء و التشهير و الاتهامات .
- ✓ عدم إثارة الغرائز كتابة أو رسما .
- ✓ تجنب وصف الجرائم حتى لا نشجع على ارتكابها .
- ✓ الحفاظ على مصدر سرية المعلومات بالنسبة للصحفي .
- ✓ عدم التعرض للحياة الخاصة للأفراد و فتح المجال أمام الرد و التصحيح.
- ✓ النضال ضد كل اضطهاد لحرية الصحافة.

- **ميثاق الشرق الإسلامي للإعلام :**

في إطار التحريض للمؤتمر الأول للإعلام الإسلامي، قدم الميثاق في قبرص عام **1919** و قد حاول واضعو هذا الميثاق إضفاء صفة الشمولية أي يشمل كل ميادين الإعلام سواء مسموع أو مقروء أو مرئي، كما عملوا على جعله موضوعاً قابلاً للتطبيق الميداني ذو وجهة إنسانية في إطار إسلامي، وحسب أصحابه هو ليس تعهد أدبي فحسب بل هو دليل عمل و برنامج و منهج عمل، و هو ثمرة بحث من طرف باحثين و متخصصين في مجال الإعلام و يرى البعض و من بينهم " محمد سيد محمد": أن مواثيق الشرف الإعلامي

[1]- علي قساسية، التشريع الإعلامي و طبيعة القواعد المهنية، الجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 08، 1992، ص 30-33.

تتحدى قوة القانون إذ تعتبر التزام أدبي و عرف إعلامي إذ تعد جزءا مكملا للقوانين الإعلامية في الممارسة و التطبيق " .

واحتوت على 22 مادة قسمت إلى ثلاث محاور:[1]

1. محور خاص بالمهام و الواجبات.
2. محور خاص بالأخلاق و المبادئ.
3. محور خاص بالحكومات و المؤسسات.

1. المهام و الواجبات:

الإعلام الإسلامي بكل أنواعه ملزم تجاه الفرد المسلم بتقديم الحقيقة الخالصة، و العمل على تطوير شخصيته فكرياً و ثقافيا و اجتماعيا سياسيا، واجباته و حقوقه و حرياته الأساسية، و ترسيخ المبادئ الدينية و الأخلاقية و ذلك بتقديم الصورة الحقيقية للحضارة الإسلامية و الحرص على التمسك بالأصالة و التراث، و الانفتاح على الرأي الآخر و تقبل النقد البناء و مراقبة المضمون للحفاظ على الأخلاقيات المتعارف عليها اجتماعيا .

2. الأخلاقيات و المبادئ:

حث هذا الميثاق الصحفيين على قدسية المهنة و شرفها و احترامها و صونها و ذلك عن طريق:

- ✓ تجنب العبارات الساقطة و الكلمات المبتذلة .
- ✓ عدم الانسياق في التيارات العصبية الإقليمية .
- ✓ الإعراض عن الهمز و اللمز و السب و القذف و التجريح.
- ✓ الامتناع عن نشر الأخبار المغرضة و ترويج الإشاعات و الأساليب اللاأخلاقية في الحصول على

[1]- أحمد خليل صابات، مرجع سابق، ص: 285.

المعلومة .

- ✓ رفض التمويل الخارجي و الداخلي المؤثر على مصداقية المهنة .
- ✓ الابتعاد عن كل ما يمس بالآداب العامة و الأمن الوطني .
- ✓ الالتزام بمكافحة الجرائم و الآفات الاجتماعية و تقديم الأخبار حسب أهميتها و أولوياتها.[1]

3. واجب الحكومات و المؤسسات :

دعا ميثاق الحكومات إلى ضرورة العمل على تطوير المضمون الإعلامي من حيث الكم و الكيف بتقديم الدعم المادي و المعنوي و القانوني اللازم لتطوير هذا الميدان الهام و المؤثر في الشعوب و اتجاه الرأي العام فيها .

- **إعلان مكسيكو 1980 :**

اجتمع حوالي 1000 شخص من مختلف أنحاء العالم يمثلون منظمات عالمية و إقليمية و جهوية في اجتماعات استثمارية بإشراف من منظمة اليونسكو و فيه عبر المجتمعون عن تأييدهم المطلق للإعلان الصادر عن اليونسكو الذي يدور حول المبادئ و القيم الأساسية لمساهمة وسائل الإعلام في ترسيخ السلم الدولي و تعزيز حقوق الإنسان و علاوة على ذلك أقر الاجتماع ما اصطلح عليه فيما بعد إعلان مكسيكو احتوى مجموعة من الأسس و المبادئ العالمية المشتركة بين الأمم و الشعوب في مجال الأخلاقيات الصحفية و عدم تطبيق توصياتها ميدانيا أثناء تأدية المهام و هذا ما يفسر استمرار موجة المطالبة بتطبيقها إلى يومنا هذا .

[1]- حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2018، ص151.

- **منظمة الصحفيين العالمية:**

كان ميلاد هذه المنظمة المهنية إبان الحرب العالمية الثانية و تظم مجموعة صحفيين من كل التيارات الفكرية و السياسية التي أعقبت نهاية الحرب العالمية الثانية و من أكثرها كان هدفها الدفاع عن السلم و الأمن الدوليان و العمل على تحقيق مستقبل أفضل للبشرية، و تتلخص أهدافها و مهامها في النقاط التالية:

- ✓ **العمل من أجل السلم و تدعيم الصداقة بين الشعوب و التداول الحر للأفكار .**
- ✓ **حماية حرية الصحف و المجلات من الاحتكار و الدفاع عن حقوق الصحفيين المضطهدين و مساندتهم بأقلامهم للدفاع عن السلم، الحرية و العدل لتحسين الظروف المادية و المعنوية للصحفيين.**
- ✓ **الدفاع عن حق الإنسان في الاطلاع على معلومات حرة و نزيهة و النضال ضد الأكاذيب و النشاط الصحفي الذاتي .**

- **مشروع الأمم المتحدة 1950 – 1952:**

أعدت لجنة للإعلام و الصحافة أسس أخلاقية للسلوك المهني في المجال الصحفي جاءت معظم أحكامه خاصة بالحرية في المجال الإعلامي و اعتبرتها حق من الحقوق الأساسية للإنسان، تنص المادة الأولى للمشروع الأممي على المسؤولية الدولية لوسائل الإعلام الجماهيرية، حيث نصت المادة الأولى منه على ما يلي: " عمال الصحافة و وسائل الإعلام الأخرى ينبغي أن يعملوا ما بوسعهم للتأكد من صحة الإعلام الموجه للجمهور "، ".....و أن يتحققوا مما ينشرونه ..... لا ينبغي تحريف أي واقعة و إهمالها بصفة إرادية "، أما المادة الخامسة منه فتنص على الدعوة الموضوعية حيث جاء فيها: " أن تتوفر فيهم المعرفة الكافية و التعليق بكل

موضوعية و نزاهة ".[1]

و تجدر بنا الإشارة في هذا المقام أن هذا المشروع لم يخص بالمصادقة عليه من طرف أعضاء اللجنة الأممية و إن حدث لكان له دور كبير في الدعاية و الأنباء الخاطئة و المغرضة لتوفير المسؤولية الدولية في إطار هذا المشروع .

مبادئ الإتحاد الدولي لجمعيات الصحافة:

من بين أهم المبادئ التي قام بها التنظيم المهني في مجال الإعلام كما يلي :

- التحقق من مصدر النبأ عندما يعطي قيم خاطئة عن الأمم .
- ضرورة التصحيح الإرادي للأخطاء سواء من حيث موضوعها أو مصدرها.
- الاعتراف بحقوق الشعوب و ينادي بالاعتراف بحقوقه في الجهة المقابلة .
- ينادي بأن الاختلافات في الظروف التاريخية الثقافية و القيم الاجتماعية يؤدي إلى تباين متماثل في المستوى الاجتماعي و الثقافي و حتى في النظام السياسي للأمم و الشعوب .

ثانيا: أخلاقيات السلوك المهني و العوامل المؤثرة فيه :

إن أخلاقيات السلوك المهني توضح للقائم بالاتصال قواعد مهنته – التي ظلت الجمعيات و المنظمات في العالم تطالب بها، كما توضح له الحقوق و الواجبات في وقت واحد ليعرف ماله و ما عليه.

1. أخلاقيات السلوك المهني:

- **حرية الصحافة :**

[1]- علي قساسية، مرجع سابق، ص29.

إن حرية الصحافة ترتبط ارتباطا وثيقا بحرية التعبير و التي تعتبر من الحقوق الإنسانية فكل إنسان له الحق في التعبير عن آرائه و أفكاره، و حرية الصحافة ضرورية لأنها بمثابة مرآة عاكسة لما يجري في العالم حيث يقول الانجليزي شريدان:" خير لنا أن نكون دون برلمان من أن نكون بلا حرية صحافة، و الأفضل أن نحرم من المسؤولية الوزارية و م الشخصية و من حق التصويت على الضرائب، على أن نحرم من حرية الصحافة و ذلك أنه يمكن لهذه الحريات وحدها عاجلا أم آجلا أن تعيد الحريات الأخرى " .[1]

غير أن الصحفي من خلال حريته يستطيع الوصول إلى الحقيقة التي يصبو لها الجمهور شريطة أن تكون هذه الأخيرة مصحوبة بالمسؤولية لتفادي كل التجاوزات و المشاكل التي تتعرض لها الصحافة يوميا، و حسب جون هاتلنج:" إن حرية الصحافة هي من أجل الشعب و يجب الدفاع عنها ضد أي انتهاك من أي جهة، سواء كانت عامة أو خاصة، و على الصحفيين أن يكونوا يقظين دائما أن يتأكدوا من أن كل ما يهم الجمهور يجب أن يتم علانية، و عليهم أن يكونوا حذرين من أي شخص، أو أي جهة تحاول استغلال الصحافة لأغراض شخصية ".

و تعتبر حرية الجهر بالآراء و الأفكار من حقوق الإنسان المقدسة حيث لا يحرم أي شخص من الإفاضة بما يدور في ذهنه من آراء، و الصحافة حرة في نشر هذه الآراء في حدود القانون و والرقابة إلا إذا كان ذلك ضروريا لوقاية النظام الاجتماعي .

- **الحق في المعرفة:**

يعتبر هذا الحق من بين الحقوق الأساسية للإنسان و يقصد به رغبة المواطن في معرفة ما يدور في

[1]- خليل أحمد صابات، الصحافة رسالة و استعداد و فن و علم، القاهرة، دار المعارف، د.ت.ن، ط2، ص272.

المنظمات الحكومية.[1]

و قد برزت المطالبة به بعد الحرب العالمية الثانية بسبب التغيرات التي شهدها العالم. ويعد مدير عام وكالة – أسوشيتد برس – كيت كوبر أول من نادى بهذا الحق حيث انتقد الرقابة الحكومية و الحواجز التي دونت التدفق الحر للمعلومات حول العالم الثالث.

كما أن الحق في المعرفة يحقق للناس رغبتهم في معرفة كيفية اتخاذ القرارات الخاصة لممارسة الحكم فلا بد أن تتاح لهم الفرصة لمعرفة المعلومات عن أداء الحكومة لرسالتها و حرمان المواطن من هذا الحق يقف أمام تحقيق إعلام موضوعي و صادق.

- **السر المهني:**

يعد هذا المطلب من أهم الضمانات الأساسية لممارسة العمل الإعلامي للكشف عن الفساد في المجتمع، و تتطلب ممارسة هذا الحق الصفي بالالتزام بالأمانة و الموضوعية خدمة للصالح العام و الإحساس بالمسؤولية.

كما أن السر المهني لا يطالب بكشف الوقائع فحسب و إنما يسمح بعدم ذكر الطريقة التي عرفوا بها الوقائع و عدم البوح بأسماء الذين أخبروهم بها، كما يعتبر السر المهني من أهم الضمانات التي تشجع الصحفي على أداء عمله بكل إخلاص.

- **الاستقلالية:**

إن استقلالية الصحفي تعتبر عملا أساسيا في العمل الإعلامي، فالصحفي يجب أن لا يقبل أي هدية أو شيء آخر مهما كانت قيمته، و هذا تجنبا للتشكيك في نزاهته و استقلاليته التي تؤثر على العمل الإعلامي و هذا بضمان إعلام شامل يحمي حق المواطن في أن يعلم ما يدور في العالم.

[1]- حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص221.

- **الإنسانية:**

تعتبر الإنسانية من أرقى و أسمى المعاني الروحية التي تربط بين الناس في إطار السلم و التعاون و التآخي حيث يرى مختار التهامي في الصحافة و السلم العالمي:

" نحن نلقي على عوامل الأسرة الصحافية العالمية مسؤولية ضخمة و نطالبها باسم شرف المهنة الصحفية، و باسم الإنسانية و باسم الشوب التي وثقت فيها و اعتمدت عليها ألا تخون هذه الشعوب في المرحلة الحرجة من تاريخ مجتمعنا الدولي الحديث، بل من تاريخ الجنس البشري بأجمعه و أن نتقدم إليه بالحقيقة الكاملة على الأوضاع التي تسيطر على مجتمعنا الدولي و نتحكم في حياة الملايين و رفاهيتهم و طمأنينتهم دون مجاملة لأحد أو هبة من أحد ".[1]

- **الموضوعية:**

كلمة الموضوعية تعني تتجرد من الذاتية و ألا تتأثر و لا تتحيز أم الكلمة التي تعني الاعتماد على نزهات شخصية بحتة.[2]

فالصحفي يجب عليه أثناء أداء مهامه أن يحاول التجرد من الذاتية و أن يقدم الخبر كما جرى في الواقع و أن لا يضفي عليه ميولاته و أفكاره الشخصية و ذلك من أجل خدمة الصالح العام، و لكي يضمن الجمهور إعلاما خاصا صادقا كونه عبر عن مدى أمانة الصحفي.

- **السبق الصحفي:**

من تدعيم المواطن في أن يعلم بالسرعة التي تتم فيها الأحداث لأن الخبر يموت لحظة ولادته، فعلى الصحفي التسابق للحصول على الأخبار و الصراع مع الزمن لإذاعته لضمان الحصول على مصداقية

[1]- خليل أحمد صابات، المرجع السابق، ص271.
[2]- حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص216.

الرسالة الإعلامية.

- **الصدق و الدقة:**

إن أهم شيء يجلب القارئ إلى الوسيلة الإعلامية هو الصدق و الدقة فإذا لاحظ الغموض على المادة الإعلامية فإنه ينفر منها حتما، فعلى الصحفي أن يبذل جهدا كبيرا لضمان الصدق و الدقة في نطاق الموضوع و أن يغطي جميع جوانبه و نشرها بعدالة.

- **العــدل:**

وهو أكثر الأمور ارتباطا بالمهنة لأن الصحفي هو عين و أذن الناس كافة و لذا يجب عليه أن يتضمن بداخله وجهات نظر معارضة و أن يكون متوازنا بينه و بين الآخرين، و يمكن للصحفي أن يكون عادلا إذا التزم بالحقائق الفعلية لا التي سيتخيلها و لا يفرض رأيه الخاص غالبا ما تفسد الموضوعية لأن الصحفي ما هو إلا مراقب و ملاحظ و ليس شريكا و لا طرفا في الموضوع فهو مطالب بإعطاء كل ذي حق حقه.[1]

ووفقا لقانون حرية المعلومات الذي يهدف إلى تسهيل مقابلة الصحفيين الرسميين و بإمكانية الاطلاع على الوثائق الحكومية التي تساعد في الكشف عن أنشطة الفساد المحتملة للحكومة، و كذلك جعل الاجتماعات الحكومية مفتوحة لإمكانية حضور الصحفيين.

2.العوامل المؤثرة في أخلاقيات السلوك المهني:

كما نسلط الضوء على أهم العوامل التي تؤثر على أخلاق المهنة، لكي يتجنبها القائم بالاتصال نظرا لسلبياتها و تأثيراتها الكبيرة على مهنته و جمهوره و بالتالي تؤدي إلى إعلام فاشل يتنافى و مبادئ الرسالة الإعلامية، و من أهم العوامل نجد:

[1]- المرجع نفسه، ص220.

- **الرقابــة:**

تعد كلمة الرقابة من أقسى الكلمات و أشدها في المجال الإعلامي، رغم أن الحرية الإعلامية المطلقة غير ممكنة أو لا وجود لها، فإن الرقابة السياسية و القانونية المباشرة و غير المباشرة ليست الوسيلة المهمة للحفاظ على المجتمع و حمايته من أخطار مهنة الصحافة، و نجد الرقابة مكانا واسعا في الأنظمة السياسية للدول النامية و الدول الاشتراكية.

- **الاحتكـــار:**

إن الاحتكار محرم دينيا بالنسبة للمسلمين، لكنه يطغى في الأنظمة الرأسمالية حيث أن خضوع الصحافة و احتكارها يتجسد ميدانيا لأصحاب رأس المال فله دور سلبي على حرية الصحافة و استقلاليتها، مما يجعل الوسائل الإعلامية في يد أكبر المساهمين في المؤسسات الإعلامية، و بالتالي الرأي العام، إذن فالاحتكار في المجال الإعلامي ينفي الحرية و هو الطريق الوحيد لتحكم القلة في الأغلبية، و خضوعها لأوامر أصحاب رؤوس الأموال.[1]

- **المنــافسة:**

لقد أصبحت المنافسة تسيطر على الصحف قصد تحقيق المبيعات و جلب الإيرادات مما يدفع في بعض الأحيان العديد من الصحف و الإعلاميين لتتبع مسالك غير قانونية قصد تحقيق الهدف المطلوب ، و هي طرق غير شريفة و غير مقبولة، كما تعتمد بعض هذه الصحف على تقديم هدايا مختلفة و معتبرة دون مقابل قصد استمالة القراء و المشاهدين، مما يؤدي إلى جعل نجاح هذه الصحيفة مرهونا بهذه الهدايا.

[1]- عبد اللطيف حمزة، أزمة الضمير الصحفي، لبنان، الدار المصرية اللبنانية، 1999، ص100.

- **الإعـلان:**

يعتبر من أهم المعضلات التي تواجه العمل الصحفي، شأنها شأن المشاكل الأخرى كالرقابة و الحرية في المجال الإعلامي، و نحن نعرف أن وسائل الإعلام لا تقتصر على بيع الأخبار، فالإعلان يعد من أهم المصادر لجمع الأموال ، فأي جريدة أو قناة تلفزيونية لا يمكنها تغطية تكاليف الإنتاج إلا بنسبة ضئيلة في حين النسبة الكبيرة من تكاليف تغطيتها تأتي من الإعلانات مما يجعلها تحت سيطرة أصحاب الإعلانات و رؤوس الأموال.[1]

- **مؤسسات الإعلام الحزبية و الجمعوية :**

وجودها مرتبط بوجود تعددية سياسية، تمتاز بالتدخل في الشؤون الشخصية للمؤسسات و القائمين بالعملية الإعلامية، و في هذا النمط المؤسساتي يتوجب عليهم الفصل بين انتمائهم السياسي و الحزبي و بين ما هو قائم أثناء تأدية مهنتهم.

- **الرشـوة:**

و هي من أسوء السلوكيات و التصرفات التي يجب على الصحفي الابتعاد عنها لأنها تجعل الجمهور يشك في أمانته و نزاهته المهنية، و هي سلوكيات غالبا ما تكون سرية غير مصرح بها، و تكون بأشكال مختلفة .

فالأخلاق المهنية الصحفية تمنع هذا النمط من التعاملات المؤثرة على المهنة لأنها تزعزع مصداقية الوسيلة الإعلامية و تشكل خطرا على مهنة الصحافة.

- **الأكاذيب و الافتراءات:**

[1]- المرجع نفسه، ص 67.

تؤكد المبادئ الأخلاقية على ضرورة الابتعاد و نبذ الصحفي لها، لكن العالم المعاصر يشهد في ميدان الصحافة على وجود العديد من المخادعين و الغشاشين تسللوا إلى مهنة الصحافة مما جعل صحافة العصر الحالي صفحاتها مليئة بهذه الافتراءات.[1]

- **بذاءة الأسلوب:**

و يقصد بها استعمال القائم بالاتصال عبارات إباحية و جارحة، و إن قليلا من وسائل الإعلام تسمح باستعمال هذا النمط التعبيري.

و القاعدة الأساسية السائدة أن جميع الصحف تترفع عن استعمال أي كلمة إباحية جارحة أو مخجلة، بالإضافة إلى هذه العناصر يوجد عنصر القذف الذي يساهم في تدمير و تشويه شخصية معينة عن طريق نشر معلومات و أخبار كاذبة ، و للحد من هذه الظاهرة السلبية ظهرت فوانين خاصة بالقذف، تعمل على حماية القوانين الأداة التي تمكننا من التأكد من التزام الصحفيين بمبادئ المهنة، و لكي لا يقع الصحفي في مخاطرة يجب عليه معرفة الحقائق المتوفرة لديه و الإلمام بكل الأمور القانونية.

ثالثا: نظريات الإعلام و أخلاقيات العاملين في القطاع:

ثالثا: نظريات الإعــلام:

- **النظرية السلطوية:**

هي أول نظريات الإعلام الكلاسيكية، نشأت في ظل الفكر السلطوي و قد سادت في أوروبا خلال القرنين السادس و السابع عشر، أي في فترة أواخر عصر النهضة حيث ظهرت الصحف و تطورت الطباعة،

[1]- عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق، ص137.

تقوم على أساس أن الفرد تابع للدولة التي هي في يد الحاكم و التي تستمد أساسها من الحاكم الذي يستمد قوته من الحق الإلهي، فالحاكم ظل الله في أرضه ذلك أن الشعب في وضعية طاعة العبد لسيده لذلك نجد أن الدولة أو الحاكم في ظل هذه النظرية هو الذي يشرف على تنظيم حياة الناس عامة، و توجيه الأفراد كيفما شاءت و هكذا تعتبر وسائل الإعلام من خلال هذه النظرية وسيلة لنشر أفكار الحاكم سواء كانت ملكيتها خاصة أو عامة فإن الدولة لها الوسائل التي تمارس من خلالها التحكم في نظم الترخيص، القيود التشريعية حول المصادر و توزيع الصحف، و كذا الرقابة على الصحف و مضامينها و موضوعاتها المعالجة و أيضا من خلال تنظيم السلطة لحق الإعلام " الصحافة".[1]

و من أشهر روادها نجد ميكيافيلي، توماس هوبز و هيجل، غير أن هذه النظرية أدت إلى التأثير و مصادرة القدرات الفردية و تنزيف الوعي و بالتالي استمرار عمل الصحافة في ظل هذه النظرية سيؤدي إلى قصور الصحافة عن تأدية واجبها كما ينبغي.

- **النظرية الليبرالية:**

هي الأساس الفكري للنظام الإعلامي الحر، و هي نقيض للنظرية السلطوية لأنها تنمع الاعتبار الأول للفرد و ليس الحاكم، و حجتها في ذلك أن للفرد قدرات عقلية تجعله يميز بين الصواب و الخطأ، و اتخاذ القرارات السليمة و البناءة، و بالتالي فان للفرد الحرية الكاملة في أن يعمل و يفكر و يبدع دون أي قيد، و في هذا الإطار فإن الصحافة و وسائل الإعلام تعتبر عنصرا أساسيا للتجربة من خلال قيامها بعملية الشرح و التحليل و النقد دون أي نمط من الوصاية.

و استمدت هذه النظرية أفكارها من الإسهامات التي قدمها بعض الفلاسفة و المفكرين في أواخر القرن الثامن عشر و بدايات القرن التاسع عشر مثل"جون جاك روسو"، "آدم سميث"، "جون ستيوارت ميل" ...

[1]- محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط2، 1986، ص ص212 – 214.

الخ.

و الذين سعوا في كتاباتهم إلى التخلص من أشكال سيطرة الدولة، و عليه الصحافة في ظلها تقوم على حريتهم في الوصول إلى مصادر المعلومات، و نشرها في إطار الضوابط القانونية، لذلك هي نقيض النظرية السلطوية.

- **نظرية المسؤولية الاجتماعية:**

وهي تأخذ نفس النظرة مع النظرية الليبرالية، ظهرت في الصحافة في القرن بعد الحرب العالمية الثانية بأمريكا، حيث اجتمع رجال الإعلام الاجتماعيين بالولايات المتحدة الأمريكية لدراسة الوضع الإعلامي و الحالة السلبية التي آل إليها.

عملت هذه الأخيرة على تكييف مبادئ الحرية الإعلامية و توجيهها لخدمة المجتمعات في إطار أخلاقيات الممارسات المهنية و التي تضمنت أسلوبا للعمل يخدم حرية الفرد و الجماعة معا، و بالتالي أصبحت هذه النظرية شعارا لمختلف المجتمعات بغض النظر عن النظم السياسية القائمة فيها.

و يقوم الإعلام حسبها على المسؤولية، حيث يقول عبد اللطيف حمزة:" تبنى نظرية المسؤولية الاجتماعية على أساس أن الحرية حق و واجب لابد أن يشعر به لهذه الحرية".

بمعنى أن الصحافة حرة و لكنها مسئولة، من هنا انتقل الإعلام من نظرية لأخرى، حيث أضافت عنصرا جديدا تمثل في المسؤولية التي بفضلها أصبحت المعالم الأخلاقية للصحافة عامة باعتبارها مقياس يؤطر حدود العمل الإعلامي.

و قد وضع " ديفيس ماكويل" المبادئ الأساسية لهذه النظرية:[1]

1- هناك التزامات معينة للمجتمع يجب أن تقبلها وسائل الإعلام.

2- تنفيذ هذه الالتزامات يجب أن يكون من خلال معايير المهنة الرقابية لنقل لنقل المعلومات مثل الصدق، الدقة، الموضوعية، التوازن.

3- قبول الالتزامات و تنفيذها يتطلب التنظيم المهني الراقي لوسائل الإعلام في إطار القوانين و الوسائل العامة.

4- يجب أن تتجنب وسائل الإعلام في أي حال من الأحوال ما يمكن أن يؤدي إلى العنف و الفوضى.

5- تحديد الوسائل الإعلامية بما يكدس تنوع الآراء في المجتمع و حق الأفراد في الرد و التعليق في مختلف وجهات النظر.

6- الالتزام بالمبادئ السابقة يجعل الجمهور يتوق انجازا راقيا و بالتالي فان تدخله في هذه الحالة سيستهدف تحقيق المنفعة العامة.

7- يجب ألا تقل مسؤولية الصحفيين و المهنيين في وسائل الإعلام أمام المجتمع عن مسؤولياتهم في أسواق الصحف و التلفزيون في التوزيع و الإعلان.

و منه النظرية الليبرالية يمكن أن نقول أنها عبارة عن مرحلة أخيرة لتطور مرحلتين:

أولهما نظرية الحرية و ما فيها نظرية المسؤولية الاجتماعية، أما النظرية السلطوية كانت قفزة نحو تغيير عميق من حيث الانتقال من مرحلة التسلط إلى مرحلة الحرية و هو انتقال في الرؤية المستقبلية للإعلام.

[1]- المرجع السابق، ص ص215 – 216.

1. أخلاقيات العاملين في قطاع الإعلام :

تمثل هذه الأخلاقيات كافة العاملين في الحق الإعلامي، دون تمييز من صاحب المؤسسة حتى أصغر موظف فيها.

فالأخلاق الإعلامية ممارسة ذاتية، رغم أن القوانين التي نمليها، لكنها قناعة أولا و أخيرا تقوم على أساس تلك الممارسة، لأن أبواب العمل الإعلامي مفتوح على مرصعيها دون حدود، فالمخبر و المحرر و المصحح و موظف العلاقات العامة و غيرهم، لا رقيب عليهم في فترات كثيرة من النهار و الليل، لأن العمل الإعلامي متواصل و يقال أحيانا أن يومه 25 ساعة على 24 ساعة

لذلك لا يبقى أمام العاملين في الإعلام إلا الرقابة الذاتية، و الأفضل القول الاقتناع الذاتي أي: الاقتناع بأن العمل الإعلامي و بين الخروج عنه إلى العمال و الجاسوسية و التجارة الإعلامية و السمسرة و الضغط و التخويف... الخ.

بين هذا العمل و تلك الاحتمالات خيط رفيع ما أن ينقطع مرارا و بسبب الانحراف عن العمل الإعلامي إلا ما هو شبيه له، و لكنه سيء هذا الانحراف سهل لما فيه من دوافع مادية أولا و ذاتية ثانيا فإذا لم تكن هناك روادع أخلاقية و عامة، فإن الإعلام ينتهي.

و إذا كانت كافة المجالات الإعلامية مهددة بالانعطاف و الانحراف، فإن أخطر ما يحدث هو في عمل المخبر و المحرر و موظف العلاقات العامة.[1]

هذا إلى جانب أن أي عامل إداريا كان أم إعلاميا، هو عرضة للسقوط و الانزلاق بعيدا عن المهنة نفسها.

انحصر البحث في عمل كل من المخبر، المحرر، المصور و موظف العلاقات العامة لتحديد بعض المخاطر

[1]- الصادق الحمامي، الصحفيون و أخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية، مجلة الإعلام و العصر الإماراتية، عدد سبتمبر2013. ص4.

التي يتعرض لها عملهم، و الضوابط التي يجب أن يمارسوها في حياتهم العملية على مدار اليوم و الأسبوع.

- **أخلاقيات المخبر:**

إن الأخلاقيات التي يجب أن يتحلى بها المخبر الصحفي أو جامع المعلومات تتناول جانبين:

أ- جانب يتعلق بمصدر المعلومات و نشرها و طريقة النقل و كيفية النشر أي مكان و مصدر استقصاء الخبر و جمع معلوماته.

ب- واجب يتعلق بنقل المعلومات و نشرها، و طريقة النقل و كيفية النشر.

1- أخلاقيات المخبر تجاه مصدر المعلومات:

في هذا المجال على المخبر أن يلتزم بأمرين رئيسيين:

- **أولا:**

عدم الإساءة لمصدر المعلومات عن طريق كشف اسمه مثلا محاولة توريطه في المعلومات نفسها، فالحفاظ على المصدر أبرز الالتزامات التي على المخبر أن يلتزم بها من هناك كثيرون الذين يخضعون للتحقيق والمحاكمة الصحفيين يدلون بكل شيء إلا بمصدر المعلومات المقدس إذا اتفق على سريته أو ما يعرف بسر المهنة وعندنا حيث تتعدد المصادر ولا يوجد ناطق رسمي هنا أو هناك يشكل المصدر أهميه كبرى بالنسبة للمخبر ولذلك عليه أن يحافظ على سريته مهما كانت الظروف التي تحيط بالمخبر عند نشر الخبر وذلك للتأكد من انه مصدر موثوق هذا جائز لان المسؤولية تعود لرئيس التحرير مع تحفظ هذا هو الخوف من أن يستعمل صاحب المؤسسة إذا علم بمصدر الخبر أي سلاح ضغط ابتزاز المصدر وتهديده.

من هناك كثيرون الذين يخضعون للتحقيق والمحاكمة الصحفيين يدلون بكل شيء إلا بمصدر المعلومات المقدس إذا اتفق على سريته أو ما يعرف بسر المهنة وعندنا حيث تتعدد المصادر ولا يوجد ناطق رسمي هنا أو هناك يشكل المصدر أهميه كبرى بالنسبة للمخبر ولذلك عليه أن يحافظ على سريته مهما كانت الظروف التي تحيط بالمخبر عند نشر الخبر وذلك للتأكد من انه مصدر موثوق هذا جائز لان المسؤولية تعود لرئيس التحرير مع تحفظ هذا هو الخوف من أن يستعمل صاحب المؤسسة إذا علم بمصدر الخبر أي سلاح ضغط ابتزاز المصدر وتهديده

- الأمر الثاني:

على المخبر من يلتزم بما يجري الاتفاق عليه بينه وبين مصدر المعلومات إذ قد يجد مصدر الخبر أو المعلومات ضرورة أن يسقط المعلومات بحيث تنتشر تباعا لكنه يعطيها كلها للمخبر ولا يكون من المخبر إلا أن ينشرها كلها عند ذلك نساء لمصدر الخبر لان هذا المصدر قد يجد مصلحه في نشر جزء من المعلومات اليوم أو هذا الأسبوع وينتظر ردود الفعل بالاتفاق مع المخبر طبعا ليعوده في اليوم الثاني أو الأسبوع الثاني ويتابع أو يتوقف عن بقيه المعلومات وهذا أمر من حق المصدر وكذلك هو أمر من واجبات المخبر نفسه إذا ما جرى الاتفاق مع المصدر على هذا النوع من التقسيط في نشر المعلومات.

إن ما يهمنا هنا بالنسبة للحفاظ على مصدر المعلومات وكذلك بناء مصلحه مشتركه وإلا فيجسد المصدر نفسه مضطرة لتكذيب المعلومات وربما لمتابعه ولكن بشكل مغلوط خاصة إذا كان المصدر تملك وثائق ثبوتية عندما يتحكم بصحتي الخبر أو تكذبيه كما أن المخبر ملتزم بزمن نشر الخبر و بكيفية نشره حسب الاتفاق مع المصدر.

2- ما يتعلق بنقل المعلومات ونشرها:

هذا الأمر مسؤولية مشتركه بين المخبر وجهاز المؤسسة الإعلامية و النقل الأمين للمعلومات أي نقلها بكاملها دون تلاعب بها ويبقى على المخبر وجهاز المؤسسة الإعلامية وبالذات رئيس التحرير وصاحب المؤسسة الإعلامية تقدير ما يلي :

- نشرها كلها أم لا نشر المعلومات مسلسلة أو دفعه واحده.
- نشرها بالنص الحرفي و الوقائع أو مصاغة ومحرره دون الالتزام بالنص.
- ذكر الأسماء الواردة في المعلومات أو إبقاء الأسماء مخفية.[1]

أبرزها تصدير الصفحات بها التلاعب بعناوينها بحيث يأتي العنوان مثيرا في حيث أن المعلومات تكون مهمة ولكنها غير مثيره إلى الدرجة التي استغلها المخبر.[2]

إننا لا ننسى هنا دور المدير المسؤول في ذلك كله لكن دوره جانبي إذا لا يمارس العمل الإعلامي المباشر، لا نقول أن دوره ثانوي لأنه هو المسؤول اتجاه السلطة الرسمية و اتجاه مصدر المعلومات كما تنشره الوسيلة التي يتولى مسؤوليتها مقابل راتب شهري لأنه عضو في نقابه محرري الصحافة ولان وجوده ضرورة قانونيه لصدور المطبوعة لذا وضعه هذا لا يتيح له مراقبه ما ينشر ويقال عاده إن المدير المسؤول لا يحس بالسخن أي بالمشكلة إلا عندما يستدعى من منزله مع الفجر إلى المحكمة بسبب نشر خبر ما.

إن أهم ما في العمل المخبر هو أن يوحي بنسبه كبيره لجهاز التحرير بكيفية نشر المعلومات وان يحتفظ بحق كبير في إبداء الرأي فيها وكيفيه نشرها والكشف عن مصادرها.

إن نقل المعلومات مهم لكن الأهم هو نشرها لان الخطر هو في النشر فالخبر يبقى ميتا حتى ينشر ما إن

[1]- الصادق الحمامي، المرجع السابق، ص7. 101
[2]- المرجع نفسه، ص 385.

ينشر حتى يثير ردود فعل كثيرة قد يكون بعضها ضرر للوطن أو بأشخاص أو بجماعات أو بالمخبر نفسه أو بالمؤسسة نفسها.

هنا يبرز الدور المهم لرئيس التحرير أو لمدير التحرير وذلك في كيفيه التقدير وتحديد الفائدة والضرر هناك مصالح وتوازنات يجب أن تراعى.

نحن لا ندعو للتخلي عن روح وجوهر المهنة الإعلامية والمهنة الصحفية وإنما ندعو إلى ممارستها في إطار من الضوابط الأخلاقية والقانونية.

- **أخلاقيات المحرر:**

أما أخلاقيات العمل التحريري أي أخلاقيات المحررين العاملين في حقل التحرير ككل من رئيس التحرير حتى المصحح فهي تنحصر في أمانة النشر أمانة المتابعة إذ هناك احتمالات كثيرة قد تلحق بالمعارضات عند تحريرها إما بقصد سيئ أو سهو عابر أو بخطأ مطبعي قد يكون خطير وإما بسبب مزاح المحرر فقد تدفعه بلادته إلى عدم ملاحقه الخبر ومتابعته فينشر عن ذلك متجزئا.

في مجال القصد السيئ قد تكون هناك تيارات في المؤسسة الإعلامية تتنازع المعلومات وربما تصل إلى حد تسريبها خارج المؤسسة بحيث تصل إلى ثانيه أو تصل إلى السلطة و عند ذلك يصبح الأمر خطيرا ليس فقط في توزيع المعلومات وتسريبها بل في احتمال منع نشرها إذا ما وجدت السلطة ضررا في ذلك ، لذلك السرية هنا لا تكفي لمنع التسريب وإنما لابد بخلق التحرير الذي يقتضي بالخضوع أو الالتزام بقواعد المهنة ومصلحة المؤسسة إلا إذا كانت تلك المعلومات عند مصلحه الوطن عندها قد يصبح جائزا مجرد الإشارة إلى خطورتها خارج إطار المؤسسة.

إن جهاز التحرير مدعو للالتزام بالمصلحة العامة للمؤسسة طبعا لكنه أيضا مدعو للالتزام بقواعد المهنة

أولا وأخيرا وبالمصلحة الوطنية و التوصية الكبرى كما أن جهاز التحرير ككل وبالذات المحرر يجد نفسه مضطرا للتعاطي مع المعلومات التي يعتمدها المخبر بأخلاقية ثابتة بحيث لا يستغلها للتهويل والتضخيم والتخويف فيخلق بذلك ذعرا وسط الناس وهذا التخويف والتهويل غالبا ما نجده في الشريط الهام والصفحات الأولى للصحف إن إيجاد التوازن بين مضمون المعلومات والأخبار بين صيغه تحريرها أي توازن بين الكلمات والوقائع هو أمر ضروري وهو واجب المحرر بالذات وهو خلق مثل أن يكون قدوه لان التضخيم أحيانا يغري المحرر ويدغدغ خياله فيندفع إلى عناوين نافرة مثيره ومخيفه قد يساعد بالحصول على اكبر عدد من المشاهدين والقراء لكنه سيضر بالمؤسسة وبالناس معا لأنه سيقدم في ما بعد الانطباع السيئ من جريده أو قناته.لذا نسمح أحيانا وصف الصحف بأنها جريده التضخيم والعناوين الفاقعة جريده الصراعات بعض الصحف تضع عناوين كبرى مثيره لخبر صغير وغير موجود إلا في سطر أو سطرين.

إن هذا يعتبر غشا وهو بالتالي أمر لا تنفع فيه الأخلاق الإعلامية التي يجب أن يتحلى بها المحرر أو جهاز التحرير بشكل عام.

كما أن المحرر يعتبر سيد نفسه خاصة إذا كان مديرا أو رئيسا للتحرير لا رقيب عليه فإذا لم يتحصن ذاتيا بأخلاق إعلاميه محدده يسمع به الأمر إلى ما هو مؤذي فيذهب إلى فبركه أخبار وتمرير معلومات ونشر أي أخبار تثير المسئول أو تلك المؤسسة وتكون مفتعله ويكون الهدف منها الإزعاج أو مجرد " الزلزلة " أو ما هو خطير أحيانا عندما يصبح الأمر للتشهير والتهويل والقبض مثال ذلك الموظف الصغير الذي استطاع عبر محرر ما في صحيفة ما إن ينشر خبر انتقال رئيسه من الوظيفة لاسيما الموظف نفسه افتعل حادثة موت رئيسه هذا عندما تمرير خبر ما أيضا يشير إلى وفاة رئيسه بمساعده محرر في جريدة أو قناة أو إذاعة.

إن المحررين مدعوون كالمخبرين انضباط أخلاقي رغم أن الأخلاق الإعلامية تبدو ضرورية للمخبر منها محرر وذلك عائد لما للمخبر من صلات، لكن التزام المحرر بالأخلاق الإعلامية أساسي أيضا فهو بين يديه

وسيله النشر ويستطيع التوجه بها إعلاميا توجها جيدا أو سيئا أو مأجور، ولا نلغي هنا بالطبع دوره صاحب المؤسسة الذي لديه نهاية المطاف في ذلك كله هو الذي يقرر اتجاهات الربح في مؤسسته، و هو الذي يقرر نسبه الالتزام بالأخلاق الإعلامية، ويترك بعد ذلك للمحرر أو لرئيس التحرير القبول أو الرفض[1].

- **أخلاقيات المصور:**

يرد في أخلاقيات جهاز التحرير دون المصور الصحافي إن المصور يقع في نقطه مشتركه فهو بين المخبر والمحرر فهو بصورته تلك التي يلتقطها مخبر ومحرر في إن واحد لان الصورة احكي لي وحدها أحيانا، ويبقى هناك دور للمحرر أن يبرزها أو لا يبرزها، ثم إن قدره التصوير في مهمته وقدرته سرقه الصور سرا و بإمكانية التقاطه أكثر من صوره، و بشكل سريع جدا و بأي وضع يتوفر كل ذلك يجعل التصوير الفوتوغرافي سلاح تهديد وانعطاف في العمل الإعلامي لما هناك إمكانية توظيف المصور الصحفي قدراته تلك في حقل تصوري الوثائق اللقطات المشبوهة، كل ذلك يفرض التزام المصور الصحافي بأخلاق عامية محدده فهو ليس مصورا فقط هو مصور صحافي الأمر الذي يمكنه من دخول كافه المجتمعات وحضور كافه المناسبات التحرك بأجهزته أين ما يشاء وتكفي كبسه صغيره ليلتقط صوره لما يرى أيا كان الذي يراه لذلك على المصدر الصحفي الالتزام بالأخلاق الإعلامية التي يلتزم بها المخبر والمحرر معا إضافة إلى ذلك يشترط دائما أن لا تلتقط صوره ما لأي ما دون موافقته، وهو ما لا يحدث عاده، لكن هذا شرط يجب أن يراعى بنسبه كبيره على الأقل، ذلك على المصور أن لا يقتصد لقطات وان كان من حقه سرقة اللقطات غير المشبوهة من جانب الشخص موضوع الصورة أريد أن أتعرف عليك، بمعنى أن من حق المصور الصحافي أن لا يجلس الشخص الذي يريد تصويره أو الأشخاص على كرسي ويقول لهم: أريد أن أصوركم تماما كما يحدث في الأستوديو لا مطلوب منه ولا مسموح له أن يصور الأشخاص و هم في حديث ما في حركه

[1]- صادق الحمامي، مرجع سابق، ص386.

عفويه في غفلة إن ما يهم المصور هو الأشخاص وحيث لا تضر يا صاحب الصورة في شكل الموضوعي معين تكون إذا انتقلت إلى القارئ أو المشاهد مفيدة او مريحة، وحيث لا تضر بصاحب الصورة ولا بمشاهد الصورة. هذا كله يعني أن على المصور الالتزام بالموضوعية الإعلامية التي تقضي بعدم تسخير الصورة للتشهير والابتزاز و تهديم مؤسسه الاجتماعية و الأمثلة كثيرة على خطورة دور المصور الصحافي إذا لم يكن ملتزما بالخلق الإعلامي: مصورون تحولوا إلى جواسيس، مصورون تحولوا إلى عاملين في الصحف الصفراء التي تهدف دائما لإثارة الفضائح... إن خطورة الصورة رهن بقبول صاحب المؤسسة أو المحرر نشرها، والقبول بكيفية نشرها، بارزه أو غير بارزه، هنا تتكامل الأخلاق الإعلامية لتجعل المؤسسة الإعلامية ككل إما ملتزمة بأخلاق إعلامية محدده تشمل جميع العاملين فيها، أو غير ملتزمة.[1]

- **أخلاقيات موظف العلاقات العامة:**

تبقى حاله موظف العلاقات فهو الحالة الأخطر لأنه على صله واسعة من الأوساط والأشخاص والمؤسسات، فمن واجبه وحقه وطبيعة إقامة أي علاقات تساعد في توفير الفائدة للمؤسسة الإعلامية حتى العلاقات العامة في المؤسسة الإعلامية هو مشروع انحراف خلقي دائم إذا لم يكن يخضع نفسه أو تخضعه المؤسسة لضوابط أخلاقيه، فعمله المغري والسهل غالبا، يكمل حياته اليومية، أكان ذلك بلقاءات هنا واجتماعات هناك، ومآدب هنالك وكافه أنواع العلاقات، يدخل كافه المجتمعات على حد سواء نهر بكامل أناقته يبرد لسانه بحيث يصبح مناسبا لكل اللغات، وإذا كان متيقنا مطلعا يجيد أكثر من لغتين أجنبيتين بإمكانه أن يحوم بالكثير لصالح المشروع الإعلامي وربما لمتعته الشخصية ولصالحه هو أن قراراته إذا ما استعملها حسب أخلاقية واضحة إنما يتيح له اكتساب واحترام الآخرين يكون بشرائه و توظيفه لمصلحتهم، أكانوا سفارة أم أشخاص أم مؤسسات عامه وخاصة.

[1]- شون ماكبرايد، مرجع سابق، ص150.

إن موظف العلاقات العامة هذا، متى جرى شرائه إنما يصل المؤسسة الإعلامية إلى حاله من الانهيار الأخلاقي لأنه يبادر إلى توظيفها بكاملها لصالح الجهة التي أصبح عميلا لها، خادما لها ولمصالحها.

لذلك فان موظف العلاقات العامة مدعو أكثر من غيره للالتزام بضوابط أخلاقيه محدده تحول دون انزلاقه من دائرة عمله الإعلامي الدعائي إلى أعمال لا علاقة لها بعمله ذلك.

لديه كافه المبررات لأنه ينزلق، لان مغريات هذا العمل كثيرة و لان المشوهات أكثر: هناك المال، هناك، الجاه، هناك الصداقات، هناك السفر و الاطلاع على العوالم الجديدة، هناك إمكانية الكسب المزدوج له و للمؤسسة و ما عليه إلا أن يوازن بين الالتزام بأخلاق حسنة أو عدم الالتزام بها، و إذا ما سقطت الموازنة سقط هو في عمله و سقطت معه المؤسسة إذا كان دور هذا الموظف مهما و رئيسيا في المؤسسة.

إن الأخلاق الإعلامية من حاجب الباب إلى رئيس التحرير إلى الساعي ناقل الصحف و المجلات و الرسائل، إلى موظف الأرشيف حيث تشكل الصور و المعلومات ثروة بين يديه إلى عامل المطبعة.... و كلهم إذا لم يتحلوا بالأخلاق الإعلامية أصبحوا شيئا آخر لا علاقة له بالمهنة الإعلامية.

إضافة إلى هذا، إن الأخلاق الإعلامية نسبية في جانب كبير منها لأنها رهن بهذا المجتمع أو ذلك الذي يقبل و ذلك الذي لا يقبل هذه الصورة، و هذا الخبر، و تلك المعلومات المثيرة، أو ذلك التهويل أو تلك الصرعة المؤدية، لكن هذه النسبية في ممارسة الأخلاق الإعلامية لا تلغى، و يجب أن لا تلغى الأسس العامة التي يقوم عليها العمل الإعلامي التي تكمن في المصلحة العامة و القومية و العليا لأي مجتمع من المجتمعات.[1]

[1]- سامي ذبيبان، مرجع سابق، ص390.

رابعا: أخلاقيات الصحفي في زمن الإعلام الجديد :

ظهر مصطلح الإعلام الجديد ليشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبث أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية [1] التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة و الراديو و التلفزيون، و ذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج و توزيع المضامين الإعلامية. و هو كذلك الإعلام الرقمي التفاعلي، الذي يشمل الصحافة الالكترونية ، التدوين، التصوير الصحافي الرقمي، صحافة المواطن و الميديا الاجتماعية أو شبكات التواصل الاجتماعي ، و هو أيضا ذلك الإعلام الذي يقدر ما أسهمت تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في توسيع حرية التعبير فيه بقدر ما يفترض أن تزيد من مسؤولية الصحافي المهني للتمايز و معرفة كيفية استخدام هذا الإعلام الجديد للبحث و النشر و البث، و كيفية استخدام النصوص و الصور الآتية من المواطنين في عمله، و كيفية إطلالته إعلاميا من المنصات المختلفة لهذا الإعلام الجديد. و بذلك برزت الحاجة في ظل هذا الإعلام الجديد[2] ، إلى أخلاقيات تعالج المسائل المستحدثة التي أفرزتها الميديا الجديدة حيث يرى " وارد أن التغيير الجوهري الذي ينبغي أن يكون في أخلاقيات الإعلام يتمثل في ثلاث مجالات، رؤية جديدة لطبيعة أخلاقيات الإعلام ، ثم أخلاقيات تطبيقية تحكم الممارسات الإعلامية، و ثالثا أخلاقيات الإعلام العالمي باعتبار هذا الإعلام عابر للقارات و يتخطى الحدود الجغرافية و الدولية[3]. حيث أن تطبيق الأخلاقيات المهنية التقليدية على الإعلام الجديد ليس بالأمر السهل كما يعتقد رغم أن الصحافيين هم نفسهم و لكن الوسيط الإلكتروني مختلف كل الاختلاف، بالإضافة إلى أن أدوات النشر هي اليوم بأيدي

[1] حسين شفيق، الإعلام الجديد: الإعلام البديل، تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع، ط1، 2010، ص 52.

[2] إيمان عليوي، الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد، جريدة المدن اللبنانية، 08 ديسمبر 2015، متاح على الرابط
opinion/2015/12/8/www.almodon.com/

[3] عبد العظيم الجميلي، الإعلام الجديد و إشكاليات التواصل الرقمي، دار الأيام للنشر و التوزيع، ط1، 2016، ص 131.

المواطنين الصحفيين المغردين و المدونين و مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الذين يستفيدون من خصائص الآنية و التفاعلية لأدوات الاتصال و الحامل الجديد الذي مكنهم من المعلومة و المعرفة، ما استوجب السرعة في جمع المعلومات و الأخبار و نشرها بطريقة آنية. و الإعلامي بدوره لا يستطيع المجاراة و قد يضطر تحت ضغط السرعة إلى تجاهل مبدأ التحقق و التثبت من المعلومة و ربما لا يعير أهمية لمبدأ تقديم المعلومات ووفق أولوياتها أو قيمتها عند المتلقي بالإضافة إلى استسهال السرقة و الشفافية في بيئة الإعلام الجديد و انتحال آراء الغير و عدم ذكر المصادر التي تم النقل عنها ، ولعل ما حصل في صيف 2012 مع الكاتب و الصحافي الأمريكي الشهير فريد زكريا، كاتب عمود في مجلة تايم و مقدم برنامج أسبوعي في محطة سي ان ان الذي اقتبس من نص لأكاديمية أمريكية من جامعة هارفرد " جيل ليبور" نشر في النيويوركر قي أفريل 2012 من دون أن يشير إلى ذلك فتم تعليق عمله آنذاك في المؤسستين رغم اعتذاره. و لا شك أن الصحافي صار يستعين كثيرا بمواقع التواصل الاجتماعي بعدما أصبحت مصدرا مهما للمعلومات بفضل الصفحات الخاصة و الحسابات الخاصة التي يطل منها السياسيون و الاقتصاديون و الفنانون و الرياضيون و غيرهم في تواصل مع جمهورهم من المتابعين و من خلال صفحات كبريات وكالات الأنباء و المؤسسات الإعلامية الدولية و مراكز الأبحاث...، و لكنه أيضا يلجأ إليها ليكتب آراءه و أفكاره كما و يتبادل أطراف الحديث مع الأصدقاء الذين قد يكونون أيضا زملاء المهنة.[1]

إلا أنه في ظل هذه التطورات الحاصلة في ميدان الإعلام و الاتصال عموما و الصحافة بصفة خاصة، نلحظ تأخر الدول العربية في ركب التطورات الحاصلة إذ لا أثر لمواثيق أخلاقية تنظم استخدام الصحفيين العرب للميديا الجديدة[2].

و الجزائر كغيرها من البلدان العربية ليست بمنأى عن هذا التأخر في إصدار تشريعات و مواثيق تستوعب

[1] إيمان عليوي، مرجع سبق ذكره.
[2] الصادق الحمامي، الصحفيون و أخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية، مجلة الإعلام و العصر الإماراتية، عدد سبتمبر 2013.

التطورات التكنولوجية الحاصلة و التطبيقات الإعلامية الجديدة. فصحافة الانترنت لا يمكن أن يقف في وجهها مقص الرقابة، خاصة على المستوى العربي، فالقوانين العربية لم تكن مهيأة لهذه النقلة التكنولوجية الهائلة، و بالتالي لم تكن مستعدة لها بقوانين تكبل حرياتها، فكثير من القوانين العربية لا يمكن أن تطبق على المواقع الالكترونية نظرا لأنها ذات كينونة جديدة و لابد من إصدار تشريعات خاصة به، حتى الرقابة التي تتم على المواقع الإلكترونية هي رقابة أمنية غير مسؤولة و غير قانونية[1].

و قد خصصت الجزائر في قانون الإعلام الجديد الصادر في 2012 الباب الخامس حول وسائل الإعلام الالكترونية و التي لم تعرها أي اهتمام في قانون 1990 و وردت الصحافة الالكترونية في هذا القانون دون تفصيل و المشتمل على المواد التالية[2]:

- المادة (67): يقصد بالصحافة الالكترونية، في مفهوم هذا القانون العضوي، كل خدمة اتصال مكتوب عبر الانترنت موجهة للجمهور أو فئة منه. و ينشر بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري، و يتحكم في محتواها الافتتاحي.
- المادة (68): يتمثل نشاط الصحافة المكتوبة عبر الانترنت في إنتاج مضمون أصلي موجه للصالح العام، و يجدد بصفة منتظمة و يتكون من أخبار لها صلة بالأحداث و تكون موضوع معالجة ذات طابع صحفي، لا تدخل الموضوعات الورقية ضمن هذا التصنيف، عدما تكون النسخة عبر الانترنت و النسخة الأصلية متطابقتين.
- المادة (69): يقصد بخدمة السمعي بصري عبر الانترنت في مفهوم هذا القانون العضوي كل خدمة

[1] إبراهيم بعزيز، مشاركة الجمهور في إنتاج محتوى وسائل الإعلام و ظهور صحافة المواطن، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال، جامعة الجزائر3، 2013-2014، ص73.
[2] عبد العالي رزاقي، مرجع يبق ذكره، ص ص 568، 569.

اتصال سمعي بصري عبر الانترنت (واب– تلفزيون، واب – إذاعة)، موجهة للجمهور أو فئة منه، و تنتج و تبث بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أ معنوي يخضع للقانون الجزائري.

الفصل الرابع:

أخلاقيات المهنة الصحفية من خلال القوانين والتشريعات الجزائرية

أولا:قانون الإعلام لعام 1982 و أخلاقيات المهنة الصحفية:

في هذا المقام تجدر بنا الإشارة أن الجزائر لم قانون الإعلام جامع مانع إلا عام 1982 و الفترة الممتدة على مقدار عشرين سنة بين أول تشريع إعلامي و نهاية العهدة الاستعمارية كانت تسير الأجهزة الإعلامية و القائمين عليها بقوانين مجزئة كما هو الحال بالنسبة لقانون المؤسسات الصحفية الصادر في نوفمبر 1967 و القانون الصحفي الصادر في سبتمبر 1968، و أخيرا قانون النشر الصادر عام 1973.[1]

إذا فالجزائر من الدول التي كانت تعاني فراغا قانونيا في ميدان الإعلام، فهي لا تملك ميثاقا لأخلاقيات المهنة الصحفية إلا مؤخرا، هذا ما جعل الصحفيين و المؤسسات الإعلامية الجزائرية و لفترة طويلة ظلت تعمل وفقا لقوانين و مواثيق رسمية صادرة عن السلطة الحاكمة على عكس ما هو سائد في الدول الديمقراطية الأخرى هذا ما يدفعنا للتطرق لقانون الإعلام لعام 1982 ككل و محاولة استنباط و إبراز أهم المبادئ و القيم الأخلاقية التي احتواها هذا التشريع.[2]

و قبل ذلك سنشير أنه من أهم اللوائح السياسية الصادرة عن حزب جبهة التحرير لتنظيم المهنة: لائحة 1979 و اللائحة السياسية الصادرة سنة 1980 و تلتها لائحة صادرة عن اللجنة المركزية في شهر ماي من نفس السنة.

إلا أن لائحة الإعلام الصادرة عن المؤتمر الرابع لعام 1979 تعتبر تحول هام و الوثيقة الرسمية الوحيدة منذ 1956 و التي حددت و لو بشكل عام أسس السياسة الإعلامية في الجزائر و التي اعتمدت فيما بعد و إثراءه في عدة جوانب كقانون الإعلام.

[1]- إسماعيل معراف قالية، الإعلام حقائق و أبعاد، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999، ص 64-65.
[2]- صلاح بن بوزة، السياسة الإعلامية الجزائرية، المنطلقات النظرية و الممارسات(1990/1979)، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد:13جانفي 1996، ص21.

و تضمنت 128 مادة موزعة على:

1- مدخل يكرس المبادئ العامة للسياسة الإعلامية الواجب اتباعها، و تحتوي على خمسة أبواب:

- ✓ **الباب الأول: خاص بالنشر و التوزيع في المجال الإعلامي به 23 مادة.**
- ✓ **الباب الثاني: خاص بالمهنة الصحفية (شروط و ضوابط).**
- ✓ **الباب الثالث: خاص بتوزيع النشرات و المجلات جاء فيه 10 مواد.**
- ✓ **الباب الرابع: خاص بالمسؤوليات الإعلامية و حق الرد و الإبداعات الخاصة، جاء فيه 16 مادة.**
- ✓ **الباب الخامس: خاص بالأحكام الجزائرية يضم 44 مادة.**

و قبل الغوص في الحيثيات الأخلاقية التي جاء بها هذا القانون، عموما ينص في مواده العشرة الأولى على الأهمية البالغة للإعلام، و حق المواطن فيه، و أكدت على ملكية الدولة لهذا القطاع، و لا بد أ، يكون استمرار للعمل الإعلامي الثوري حيث جاء في مادته الأولى على أنه في إطار الثورة التحريرية يلعب الإعلام في مختلف الوسائل دور هام من أجل التعريف بالأهداف و الإنجازات و الصحفي في إطار هذا القانون، ملزم بمبادئ الحزب و الثورة، يدافع عنها، و يمجد إنجازاته.[1]

من هذا المنطلق، وصف هذا القانون على أنه قانون عقابي بالنسبة للقائم بالوسيلة الإعلامية و يتجلى ذلك في عدم التوازن بالنسبة للمواد المنادية بالواجبات المكرسة للحقوق فمن بين 128 مادة توجد 68 مادة تنص على الواجبات و الممنوعات و المحرمات و العقوبات في حق الصحفي في حين أنه من خلال

[1]- المادة الأولى من قانون الإعلام الصادر عام 1982.

استعراضها لهذه المواد نلاحظ أن الصحفي الجزائري، تمنح له حقوق في بعض الأحيان نفس المادة و في شطرها الثاني نفس الحق الذي أقرته في شطرها الأول.

إضافة إلى تميزها بالغموض و الإبهام و تركيزها على الجانب الاجتماعي للصحفي.

كما نجد من أصل 128 مادة قانونية كهيكل عام للقانون هناك 17 مادة تنص على حقوق كل من الصحفي و المواطن في الإعلام.

أما فيما يخص المواد المتضمنة أحكام و مبادئ و آداب المهنة الصحفية في هذا القانون و هي محور الدراسة فيمكننا حصرها في المواد التالية: " 49/48/45/42/39 " ، و عموما هذه المواد على ما تحتويه من مبادئ أخلاقية و قيم إنسانية فهي تتسم في كثير من الأحيان بالغموض و حتى التناقض، منها ما جاءت به المادة: 42، حيث من جهة تلزم الصحفي الاحتراس في نشر الأخبار الخاطئة و عدم استعمال مهنته لأغراض شخصية، أو تمجيد مؤسسة أو هيئة قصد كسب ودها، في حين أن الصحفي الذي لا يخدم مؤسسات الدولة يتعرض للعقاب.

كما أن المادة: 45، تنص على حرية الصحفي المحترف في الوصول لمصادر الخبر، أما المادة: 48، فتؤكد على أن سر المهنة حق محفوظ و معترف به، في حين أن المادة: 49، نصت على عدم المساس بالمجالات التالية:

1- مجال السر الاقتصادي.

2- مجال الأطفال و المراهقين.

3- مجال التحقيق القضائي.

أما فيما يخص النقد نجد أن المادتين: " 121، 125 " تنصان على الحق في النقد حيث جاء في المادة: "121" ما يلي: " لا يشكل النقد البناء الرامي إلى تحسين و تنظيم المصالح العمومية و سيرها جريمة من جرائم القذف ". أما المادة "125" فتنص على: " النقد الهادف الموضوعي الصادر بدافع من الحرص على تحسين و ترقية الفن الذي يساهم في الشرح و اعتبار الشخص صاحب العمل الفني من قبل جرائم القذف".[1]

من هنا يتضح لنا أن مصطلح النقد في حد ذاته لم يحدد، و يحمل الكثير من اللبس و الإبهام، فلا يوجد توضيح حول ما يقصد بالنقد الموضوعي الهادف و البناء، أما في مجال الرقابة فهي عنصر هام في هذا القانون الذي جاء في ظرف سياسي اتسم بإتباع النهج الاشتراكي القائم على سياسة الحزب الواحد، و مع هذا فقد ورد مصطلح الرقابة مرة واحدة في القانون ككل في المادة 19 بمعنى المحاسبة في المجال المالي، في حين استخدم المشرع الجزائري مصطلح لفظ التوجيه قصد سياسة من السلطة على الصحفيين و ليس كما هو متعارف عليه فهي من جانب واحد.[2]

و بهذا فهي تحد من الحرية الإعلامية للصحفي و المواطن بصفة عامة، عموما قانون الإعلام لسنة 1982 يعتبر حملة من الترسانة القانونية العقابية، تحد من حيز المناورة للصحفي أثناء تأدية مهامه بوضع حدود قانونية و سياسية، كما اتسم هذا الأخير باللبس و الغموض و الإبهام، و هذا لا يخرج عن النطاق السياسي و الإيديولوجية الاشتراكية في هذا المجال، فهذا القانون ما هو إلا وسيلة من الوسائل المستعملة لتكريس السلطة السياسية بغض النظر عن حق الصحفيين المواطنين.

[1]- المادة 121 من قانون الإعلام الصادر عام 1982، مصدر سابق.
[2]- صلاح بن بوزة، مرجع سلبق، ص ص: 27-28.

ثانيا: قانون الإعلام لعام 1990 و أخلاقيات المهنة الصحفية الجزائرية:

لقد شهدت الجزائر في نهاية الثمانينات عدة متغيرات على جميع المستويات، كانت شرارتها الأولى أحداث الخامس من أكتوبر 1988 أو ما عرف بانتفاضة الشباب على رموز نظام الحزب الواحد مما دفع بالسلطة السياسية إلى اتخاذ قرارات وإجراءات فتحت بها مجال التعددية الحزبية و السياسية و الديمقراطية و حرية التعبير، و في هذا المجال جاء قانون الإعلام لسنة 1990 تماشيا مع ما نص عليه دستور 23 فيفري 1989 و لكن التبني الرسمي للتعددية الإعلامية لم يتضح إلا إثر صدور المنشور رقم:04 عن رئيس الحكومة آنذاك السيد "مولود حمروش " بتاريخ: 19 مارس 1990 و الذي فتح المجال أمام الصحفيين لأخبار نمط العمل في المجال الصحفي سواء في المؤسسات الإعلامية الحكومية أو الخاصة، هذا المرسوم الذي كان النواة الأولى أو الأساس الذي يبنى عليه قانون الإعلام الصادر في: 03 أفريل 1990، و الذي نص بشكل صريح على السماح بفتح المجال الإعلامي أمام الأقلام الخاصة و الحرة للتواجد على الساحة الإعلامية.[1]

كما تميز هذا القانون بإعادة بعث المجلس الأعلى للإعلام الذي يعود تاريخ تأسيسه لسنة 1984 إذ نصت المادة 19 منه على أن يكون بديلا لوزارة الإعلام و منحته صلاحيات واسعة كالسهر على تطبيق أحكام هذا القانون و التأكيد على ممارسة المهنة الإعلامية بكل حرية في ظل التعددية السياسية و الإعلامية، كما تميز هذا القانون عن سابقيه بالخروج عن مركزية التوجيه، و ملكية الدولة لوسائل الإعلام بفتحه المجال أمام الاستثمار الخاص في المجال الإعلامي، هذا ما جعل المجتمع الجزائري عموما و الصحفيين خاصة يعلقون

[1]- المرجع السابق، ص : 48.

آمالا واسعة قصد التمتع بإعلام موضوعي و ديمقراطي قائم على حق المواطن في الإعلام و الصحفي في الوصول إلى مصادر الخبر بكل شفافية و مصداقية و موضوعية، هذا فيما يخص الأحكام العامة و المبادئ الأساسية لهذا القانون.

أما الجانب الأخلاقي فقد أكدت بنود هذا التشريع الإعلامي على عدة مبادئ أخلاقية و قيم مهنية قصد ضمان إطار أخلاقي مهني في هذا القطاع، حيث نص هذا المضمون المواد التالية: أول هذه المواد التي أشارت إلى الجانب الأخلاقي لمهنة الصحافة المادة: "26" التي نصت على: (ضرورة احترام الصحفي للأخلاق الإسلامية و القيم الوطنية، و حقوق الإنسان، و عدم التحريض على العنصرية أو التعصب أو الخيانة).[1]

كما نصت المادة: "33" على: (حق الصحفي في الأجهزة الإعلامية العمومية على استقلال رأيه في الانتماءات السياسية و النقابية).[2]

أما المواد: "35-36" فقد أكد خلالهما المشرع الجزائري على حق الوصول لمصادر الخبر بالنسبة للصحفي، و ضرورة حق الاحتفاظ بأسرار المهنة حسب المادة: "37" من هذا التشريع.[3]

أما المادة: "40" فتنص على: (يتعين على الصحفي المحترف احترام و بكل صرامة و آداب المهنة أثناء ممارسة عمله) و ضرورة احترام المبادئ التالية:

- ✓ احترام الحقوق الفردية و الدستورية للمواطنين.
- ✓ الحرص على تقديم إعلام موضوعي.

[1]- المادة 26، قانون الإعلام 1990، الجزائر، العدد: 14، أفريل 1990.
[2]- المادة 33 ،المصدر نفسه.
[3]- المواد 35 – 36، المصدر السابق.

- ✓ ضرورة تصحيح أي نبأ يتضح أنه خاطئ.
- ✓ التحلي بالنزاهة و الموضوعية و الصدق في التعليق على الأحداث.
- ✓ الامتناع عن التحريض على العرقية و العنف.
- ✓ الدعوة للنهي عن القذف و الشتم و الوشاية.
- ✓ الامتناع عن استغلال المهنة لأغراض شخصية.

كما يحق للصحفي رفض التعليمات الواردة من كل الجهات و المصادر غير مسئولي التحرير، و على العموم فإن مواد هذا القانون كذلك لا تخلو من الغموض و اللبس كما كان مع مواد قانون "1982"، حيث نلاحظ في المواد 36/35 أنهما تنصان على الحق في الوصول لمصادر الخبر، في حين المادة "36" تقيد هذا الحق و تحد من مجاله، أما المادة:"37" تنص على سرية المهنة في الشطر الأول من المادة، في حين في شطرها الثاني تحد من هامش هذه السرية بعدم تجاوز حدود معينة في المجال السياسي و العسكري و الاقتصادي.

كما تم إنشاء محل أخلاقيات الصحافة في فيفري 1993 من قبل وزير الثقافة و الاتصال، ذلك لوضع إطار أخلاقي للمهنة، و من خلال التمعن و دراسة مواد هذا التشريع الإعلامي الأخير و الذي كان يمثل في البداية أفقا رحبا أمام الصحفيين بفتحه المجال الإعلامي أمام الأقلام المستقلة و بالتالي وضح حد لاحتكار السلطة للوسائل الإعلامية، و إقراره بالتعددية الإعلامية تماشيا مع النمط السياسي المكرس في دستور 1989 و المبني على الديمقراطية و التعددية و حرية التعبير.

لكن هذه الآمال أصابها نوع من الإحباط و الخيبة، لأن الاختلاف الوحيد بين التشريع الإعلامي الصادر عام 1982 و الصادر عام 1990 هو اختلاف سطحي فحسب، يتمثل في التطور الكمي لوسائل الإعلام بالظهور في فترة وجيزة المئات من العناوين بين اليومية و الأسبوعية، مستقلة و حزبية و حكومية، و

في بعض الأحيان كان التشريع الأخير أشد و أقسى على الصحفيين من سابقه، ويتجلى ذلك على وجه خاص في الأحكام بالسجن، بالنسبة للصحفي عند ارتكابه إحدى المخالفات المنصوص عليها قانونيا في التشريع الأول من 06 إلى 03 سنوات، في حين تصل إلى 10 سنوات في التشريع الإعلامي لسنة 1990 عند نفس الخيانة و التهمة، فأين إذا التعددية التي تغنى بها البعض من الساسة؟

فهذا القانون لم يخرج الصحفي من النفق المظلم الموجود فيه لاعتبارين اثنين، الخوف من السلطة السياسية من جهة، و الخوف من العقاب من جهة أخرى، و بالتالي تنفي الموضوعية في المجال الإعلامي كما يرى الأستاذ قساسية (إن التقنين الإعلامي يعكس كما هو الشأن في المجالات الأخرى تناقضات صارخة عن واقع يطمح إلى إضفاء مسحة من الحداثة على أفكار معبرة في التقليد الشكلي و الانسياق وراء المستوردة و الواردة عبر قنوات الاتصال الكونية).

كما اختلفت نظرة المحللين، و أساتذة الإعلام للوضع القائم في الجزائر من التشريع الإعلامي و علاقة الصحافة بالسلطة و الرأي العام، و من حيث الدور الذي يقوم به الصحفي و تجلى على الخصوص في فترة ما بعد الثمانينات و بالأحرى بعد توقيف المسار الانتخابي، و ما حمله من تغيرات جذرية على الصعيد الاجتماعي و الاقتصادي و السياسي و الإعلامي.

حيث أن قطاع الإعلام لم يكن بعيدا عن التغيرات الطارئة على المجتمع الجزائري و الساحة الوطنية، حيث ظهر إلى الوجود نوع من الصراع بين الصحف المستقلة و السلطة باختلاف أشكالهاّ، سواء السياسية أو القضائية أو البرلمانية، هذا الصراع كان في كثير من المرات مضمرا أدى إلى تعليق العديد من الصحف و المتابعات القضائية للكثير من الصحفيين، و استعمال العديد من أساليب الضغط على الصحافة و اتهامها من طرف السلطة بكشف الأسرار العسكرية و تهديد الأمن الوطني، أما من جهة الصحافة تجلى هذا الصراع

في اتهام الصحف للسلطة بالتضييق على الصحفيين و على حرية التعبير كمكسب هام للصحافة الجزائرية و لاستقلالية الصحفي على وجه الخصوص، و لقد احتدم الصراع انطلاقا من سنة 1993 حينما لجأت السلطة بشكل رهيب إلى اعتقال العديد من الصحفيين، و رفع العديد من الدعاوى القضائية ضد الصحفيين و الصحف و استخدام مؤسسات الطباعة كأحد أبرز وسائل الضغط حيث عمدت حكومة " بلعيد عبد السلام "إلى تعليق العديد من الصحف نذكر منها جريدتي " Le Matin و Liberté " و إلى توقيف مسار إنشاء المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية.[1]

و على الرغم من هذا الوضع المزري المتسم بالتهديدات و الصعوبات السياسية و الأمنية، إلا أن الصحافة الجزائرية المستقلة شهدت خلال هذه الفترة قفزة نوعية و كمية كبيرة، بحيث قاربت الصحف اليومية آنذاك الأربعين صحيفة، منها خمسة صحف بقدرة سحب تزيد عن " مائة ألف نسخة " يومية، و واحدة مسائية تسحب 65 ألف نسخة، و بلغ السحب اليومي لكل الجرائد أكثر من مليون و نصف نسخة يومية.

و في خصم هذا الصراع و الاعتقالات و التهديدات و تبادل التهم، جاءت التعليمة الرئاسية رقم 17 الصادرة في عهد الرئيس " اليامين زروال " و بالضبط في 13 نوفمبر 1997 حاملة في طياتها مبدأين أساسيين، فالإضافة لدعوتها لاحترام مبدأ الحق في الإعلام و الرأي و مناداتها لرفع احتكار الدولة للمطابع و الإشهار و فتح ميدان السمعي البصري أمام الخواص، و تقريب الإعلام من المواطن و التكفل بانشغالاته و اهتماماته، أما في ميدان أخلاقيات المهنة دعت إلى ضرورة سن قانون إعلامي جديد ينظم أخلاقيات المهنة، و قد كان لهذه التعليمة صدى واسع في الأوساط السياسية و الإعلامية و الاجتماعية، حيث انعقدت

[1]- صلاح بن بوزة، مرجع سابق، ص: 41.

جلسات وطنية ما بين 08 و 16 ديسمبر من نفس السنة لدراسة كيفية ترقية قطاع الإعلام و النظر في أخلاقيات المهنة.

فقد نشأت هذه الجلسات لتحدد العمل لصحفي و المبادئ العام له و لقانون إعلام يوافق قطاع الإعلام.[1]

كما سلف الذكر أن فترة التسعينات شهدت تطورا معتبرا يخص الصحف المكتوبة من حيث الكم و المضمون حيث تطرقت للعديد من الإشكاليات التي كانت تعتبر و إلى وقتت قريب من الممنوعات و الطابوهات، فقد وقعت بعض الصحف في إشكالات أخلاقية كالمساس بالدين الإسلامي أو بالحياة الخاصة للأفراد، و الدعوة للجهوية و العرقية عبر عدة أساليب فنية كان أهمها " الكاريكاتير" و هي و هي مبادئ محمية من طرف كل المواثيق الأخلاقية الدولية، هذا ما دفع البعض من الأقلام الصحفية إلى المبادرة بوضع ميثاق لأخلاقيات المهنة.

اتسمت المكاسب التي حققتها الصحافة الجزائرية في فترة وجيزة بالصراع و الاستقرار السياسي و الضغط المسلط عليها، ارتأت مجموعة من أهل المهنة إلى خلق مجلس أعلى لأخلاق المهنة يسهر على تطبيق إطار أخلاقي متفق عليه للتخفف من هذه النبرة و من حدة الصراع فكان تاريخ " 13 فيفري 2000 " مناسبة لإعلان هذه الهيئة الرقابية و الذاتية، ووضعت إطار أخلاقي للمهنيين في قطاع الإعلام عرف بميثاق أخلاقيات و قواعد المهنة للصحفيين الجزائريين.[2]

[1]- التعليمة الرئاسية رقم 17: الصادرة في: 1997/11/13.
[2]- ميثاق أخلاقيات المهنة الصادر عن المجلس الأعلى للإعلام، الجزائر، 13 /02/ 2000 ، ص: 06.

ثالثا: أخلاقيات المهنة من خلال قانون الإعلام 2012 :

إن القانون رقم:12-5 المؤرخ في 12 فيفري 2012 هو قانون عضوي يتعلق بالإعلام فهو كسائر القوانين الأخرى و لقد وثق من قبل رئيس الجمهورية اعتمادا على الدستور و بمقتضى مجموعة من القوانين.

يعتبر قانون الإعلام لسنة 2012 أول قانون يشير إلى ضرورة فتح قطاع السمعي البصري بعد قانون 1990 الذي جمدته حالة الطوارئ و لم يطبق و ما بين رافض له معتبرا إياه قانونا يقيد الحريات و لا يرقى إلى مستوى قانون 1990[1] و تضمن هذا القانون عشرة أبواب و 113 مادة كما خصص الفصل الثاني في الباب التاسع لآداب و أخلاقيات المهنة حيث تحدد المادة 92 واجبات الصحفي في:

- ✓ احترام شعارات الدولة و رموزها
- ✓ التحلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل و موضوعي.
- ✓ الامتناع عن المساس بالتاريخ الوطني.
- ✓ الامتناع عن تمجيد الاستعمار.
- ✓ الامتناع عن استعمال المهنة لأغراض شخصية أو مادية.
- ✓ الامتناع عن نشر أو بث صور و أقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن.

و تمنع المادة (93) من هذا القانون" من انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص و شرفهم و اعتبارهم، و يمنع انتهاك الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة و غير مباشرة".

[1]- عبد العالي رزاقي، المهنة صحفي محترف، قوانين الإعلام و أخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، ط1، 2013، ص 98.

المادة (94): " ينشأ مجلس أعلى لآداب و أخلاقيات مهنة الصحافة، و ينتخب أعضاؤه من قبل الصحفيين المحترفين".

المادة (95): " تحدد تشكيلة المجلس الأعلى لآداب و أخلاقيات مهنة الصحافة و تنظيمه و سيره من قبل جمعيته العامة التأسيسية، يستفيد المجلس الأعلى لآداب و أخلاقيات مهنة الصحافة من دعم عمومي تمويلي".

المادة (96): " يعد المجلس الأعلى لأخلاقيات مهنة الصحافة ميثاق شرف مهنة الصحافة و يصادق عليه".

المادة (97): " يعرض كل خرق لقواعد و آداب أخلاقيات مهنة الصحافة أصحابه إلى عقوبات يأمر بها المجلس الأعلى لآداب و أخلاقيات مهنة الصحافة ".

المادة (98) : " يحدد المجلس الأعلى لآداب و أخلاقيات مهنة الصحافة طبيعة هذه العقوبات و كيفيات الطعن فيها ".

المادة (99): " ينصب المجلس الأعلى لآداب و أخلاقيات مهنة الصحافة في أجل أقصاه سنة ابتداء من تاريخ صدور هذا القانون العضوي ".[1]

يتضح من خلال هذا القانون العضوي للإعلام أن المشرع الجزائري و لأول مرة يمنح صفة الإلزامية لمجلس أخلاقيات المهنة و لكن غير واضحة، أضف إلى ذلك أن المجلس غير مفعل إلى هذه اللحظة و لم يتم انتخاب أعضاؤه بعد و ذلك نظرا لغياب اللجنة التي تسهر على منح بطاقة الصحفي المحترف.

1- قانون عضوي رقم 12-05، المؤرخ في 15 جانفي 2012، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد02، ص29، ص30.

رابعا: أخلاقيات المهنة من خلال قانون السمعي البصري 2014:

بعد عرض مشروع القانون على المجلس الشعبي الوطني، و بعد التعديلات التي أجريت على بعض مواده خرج القانون في صيغته النهائية في الجريدة الرسمية يوم الاثنين 23 مارس 2014، و أهم المواد التي تناولت أخلاقيات المهنة في القانون نجد : المادة الثانية التي تنص على " أن يمارس نشاط السمعي البصري بكل حرية في ظل احترام المبادئ المنصوص عليها في المادة (02) من القانون العضوي 2012، وأحكام هذا القانون و التشريع الساري المفعول، و بذلك فممارسة النشاط السمعي البصري يجب أن تتم مع احترام ما يلي:

- ✓ احترام شعارات الدولة و رموزها.
- ✓ التحلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل موضوعي
- ✓ نقل الوقائع بنزاهة و موضوعية.
- ✓ تصحيح كل خبر غير صحيح.
- ✓ الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر.
- ✓ الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة و غير مباشرة بالعنصرية و عدم التسامح و العنف.
- ✓ الامتناع عن السرقة الأدبية و الوشاية و القذف.

و في حال عدم احترام الشروط التي يتم الاتفاق عليها مع سلطة الضبط و ارتكاب تجاوزات أخلاقية قد تمس البث التلفزيوني و الإذاعي فتحدد المواد (98) و (100) و (101) مختلف العقوبات الإدارية التي تنجر عن ذلك، و ما يلاحظ على هذا القانون عموما أنه لم يتناول أخلاقيات المهنة بشكل مفصل و اكتفى بإشارات فقط، كما أن العقوبات التي وضعها القانون لمرتكبي التجاوزات تبقى بعيدة عن المستوى و غير كافية و قادرة على معالجة الأمر.[1]

خامسا: المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية في الجزائر:

قبل تبني ميثاق أخلاقيات المهنة لم يكن لرجال الإعلام في الجزائر أي وثيقة قواعد و أخلاقيات ممارسة مهنتهم و ظل مرجعهم في ذلك قانون الإعلام لسنة 1990 و بظهور نقابة وطنية مستقلة للصحفيين الجزائريين بدأ التفكير في وضع ميثاق أخلاقي و تجسد ذلك من خلال ندوة وطنية نظمتها النقابة الوطنية للصحفيين بتاريخ 13 أفريل 2000 [2]حول أخلاقيات المهنة ناقشت فيها 26 مادة موزعة ما بين الحقوق و الواجبات و انتهت بالمصادقة عليها في حين تأجيل انتخاب المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة إلى يوم آخر و صدر المشروع باسم "مشروع ميثاق أخلاقيات و قواعد المهنة للصحافيين الجزائريين و ضم الميثاق 18 مادة متعلقة بالواجبات و 7 خاصة بالحقوق – وكلها مستوحاة من المادة 40 لقانون الإعلام لسنة 1990– و تعرف الوثيقة المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة بأنه " هيئة ضبط و تحكيم و يضطلع أعضاؤه المنتخبون من طرف زملائهم بمهمة السهر على احترام مبادئ ميثاق الأخلاقيات للصحافيين الجزائريين". و

[1] عبد الجليل حسناوي، أخلاقيات المهنة في ضوء قوانين الإعلام الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية،عدد 27، ديسمبر 2016، ص ص 22،23.

[2] نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، ط1، 2008، ص ص 22، 24.

تحصر مجالات تدخله في حرية الصحافة و التعبير ، حق الجمهور في الإعلام، احترام الحياة الخاصة ، الدقة و الحيادية في معالجة الخبر، الامتناع عن التحريف و الافتراء و الانتحال ، الاستقلالية تجاه المعلنين ، الامتناع عن الترويج للعنصرية و الجريمة، عدم قبول أي تدخل من الحكومة أو غيرها[1] ،الامتناع عن استغلال صفة الصحفي لأغراض شخصية ، و لا يعتبر هذا الميثاق بالقانون الرادع المسلط و لا بالنظام الذي يجبر و إنما رباط معنوي يتم برضا و رغبة الصحفيين و لا يتمتع بالقوة الإلزامية كما هو الحال في القانون.[2]

و من خلال قراءة نص ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر و جملة الحقوق و الواجبات التي يحتويها لاحظنا أن رجال الإعلام لم يحترموا الكثير من النقاط المنصوص عليها و نذكر منها ما يلي:

- ✓ عدم تصحيح كل معلومة تبين بعد نشرها أنها خاطئة.
- ✓ الامتناع عن نشر الإشاعات.
- ✓ الامتناع عن الانتحال و الافتراء و القذف و الاتهامات الباطلة.
- ✓ الامتناع عن الترويج للعنف و الجريمة و الإرهاب و التعصب.

إن عدم التزام الصحفي و عدم احترامه لهذه النقاط أوقعه في جملة من التجاوزات التي ترتب عنها متابعات قضائية، و هذا ما يبين الدراية غير الكافية لأهم المبادئ التي ينص عليها ميثاق أخلاقيات المهنة الصحفية[3].

و لقد تطوعت لجنة مؤقتة أطلق عليها اسم لجنة العمل و التفكير تتكون من 11 صحفيا لدراسة صلاحيات المجلس و شروط الترشح له و بعد عدة اجتماعات نظمت النقابة الوطنية للصحفيين ندوة بمركز

[1] عبد العالي رزاقي، مرجع سبق ذكره، ص ص 115،116.
[2] أمال معيزي، التشريع الإعلامي الحديث في الجزائر و أثره على الممارسة المهنية للصحفيين- دراسة مسحية للنصوص التشريعية و مواقف الصحفيين- مذكرة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3، السنة الجامعية 2014-2015، ص 259.
[3] المرجع نفسه، ص261.

المعالجة بمياه البحر في 11 ماي 2000 بحضور عدد كبير من الصحافيين القادمين من مختلف ولايات الوطن قصد مناقشة صلاحيات المجلس و اعتباره سلطة معنوية لا قانونية و من ثم انتخاب 11 عضوا لأربع سنوات غير قابلة للتجديد[1]

و لم يلبث المجلس في القضايا إلا بعد مرور 7 شهر من تنصيبه حيث تم منحه مقر بدار الصحافة[2]، إلا أنه لم يتم تجديده بعد مرور أربع سنوات و انتهاء عهدة رئيس المجلس السابق لذلك يقر العديد من المختصين بأن أول مجلس لأخلاقيات المهنة الصحفية في الجزائر قد فشل في كل المستويات بسبب عدم وجود مقر و كذلك الدعم المالي الكافي بالإضافة إلى كونه هيئة معنوية و غير قانونية أي لا إلزامي و غير ردعي للتجاوزات الصحفية و بالتالي قراراته بقيت حبر على ورق حيث كان حسب القانون الداخلي للمجلس أنه يمنع رفع الشكاوى المقدمة له في القضاء و العكس صحيح أيضا و اتجاه العديد من الأشخاص إلى رفع دعاوى قضائية ضد رجال الإعلام مباشرة في المحاكم بدلا من رفع الشكاوى أمام المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية و بالتالي كان الهدف منه هو تقليل عدد القضايا الجنائية و حلها وديا لا غير ذلك لم يفصل المجلس في أي قضية قدمت له[3].

[1] نور الدين تواتي، مرجع سبق ذكره، ص ص214، 213.
[2] أمال معيزي مرجع سبق ذكره، ص 262.
[3] عبد العالي رزاقي، مرجع سبق ذكره، ص125.

الفصل الخامس:

الإجراءات التطبيقية للدراسة

تمهيد:

سنتطرق في هذا الفصل الأخير من الدراسة إلى عرض وتحليل البيانات المتحصل عليها من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت بإذاعة المدية الجهوية، وهذه البيانات تكون كمية وأخرى كيفية الكمية تكون في شكل جداول تتضمن نسب مئوية بسيطة، أما الكيفية فتتعلق بوصف الجداول وتحليل البيانات وتفسيرها والتعليق عليها ومحاولة ربطها مع بعضها البعض، حيث أن هذه العملية من شأنها أن تساعدنا في الوصول إلى أهم النتائج والأهداف التي سعت هذه الدراسة إلى تحقيقها.

أولا: عرض و تحليل بيانات الدراسة:

- **الجدول رقم (01): يوضح الإطار العام للدراسة الميدانية:**

الاستبيانات	العدد	النسب المئوية
الموزعة	30	100%
المسترجعة	25	83%
المستبعدة	06	20%
الخاضعة للتحليل	19	63%

المصدر: بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

- **محاور الاستبيان: يتكون الاستبيان من ثلاث محاور و هي:**

- **المحور الأول: و هو محور خاص بالبيانات الشخصية المدروسة (السن، الجنس، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية...)**
- **المحور الثاني: يتضمن معلومات حول أخلاقيات الممارسة الصحفية و توظيفها في المؤسسة الإعلامية من خلال الأسئلة من 05 إلى 09.**
- **المحور الثالث: يتضمن معلومات حول أخلاقيات المهنة من خلال التشريع الإعلامي الجزائري (قانون الإعلام 2012) من خلال الأسئلة من 10 إلى 17.**

- **المحور الرابع: يتضمن معلومات حول أخلاقيات المهنة الصحفية في ظل الإعلام الجديد من خلال الأسئلة من 18 إلى 20.**

طريقة توزيع و جمع الاستبيانات:

اعتمدنا على طريقة الاستبانة و استخرجنا جميع الاستبيانات بعد الإجابة على جميع الأسئلة بعناية.

1. التحليل الكمي و الكيفي لبيانات الدراسة:

بعد عملية استرجاع الاستبيان الموزعة على أفراد العينة المدروسة المتمثلة في الصحفيين العاملين في مؤسسة إذاعة المدية، نقوم بتفريغ الاستبيانات من خلال ترتيب البيانات المتحصل عليها في جداول قصد تحليلها و معالجتها.

و لذلك نقوم بعملية تحليل الاستبيان من خلال النتائج المتحصل عليها من إجابات الصحفيين نستنتج ما يلي:

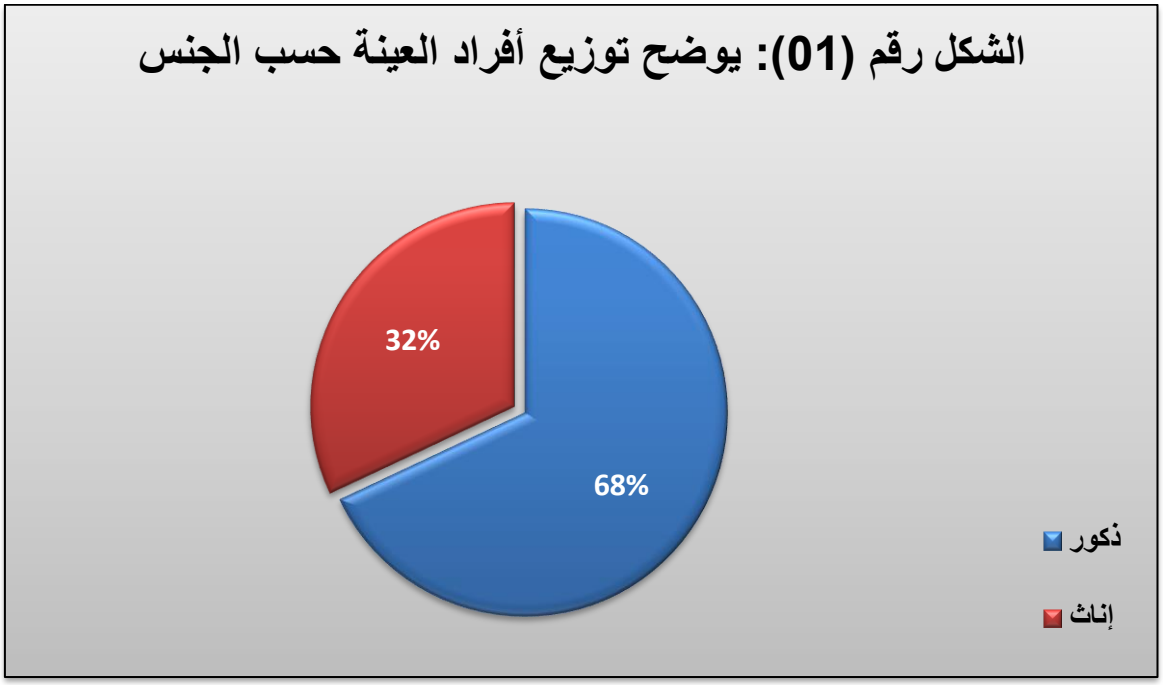
المحور الأول: البيانات الشخصية:

و تتلخص في:

- **الجنس:**

- **الجدول رقم (02): يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس**

الجنس	ذكور	إناث	المجموع
التكرار	13	06	19
النسبة	%68	%32	100%



المصدر: من إعداد الطالب استنادا على النتائج المتحصل عليها من الاستبيان.

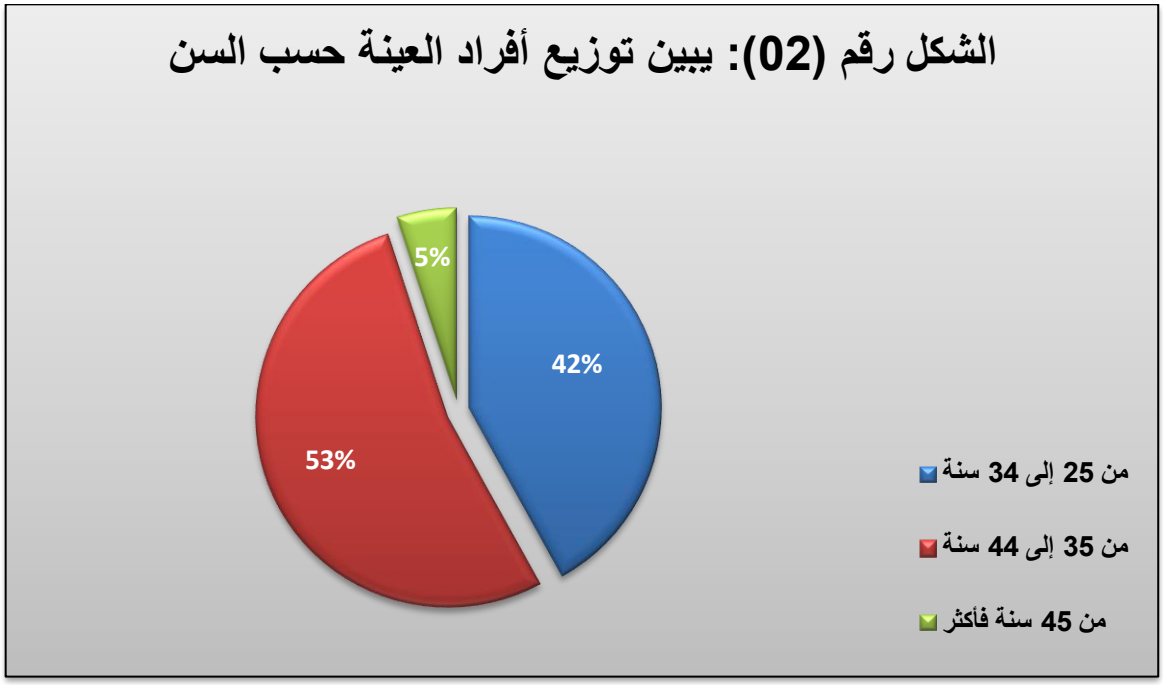
يتضح من خلال الجدول أن نسبة أفراد العينة من الذكور أكبر من نسبة الأفراد من الإناث، حيث تقدر الأولى (ذكور) بـ 68% بينما تمثل الثانية (إناث) 32% من إجمالي أفراد العينة، و هذا قد يرجع لأولويات المؤسسة في توظيف الذكور لطبيعة النشاط، فالصحافي يضطر أحيانا إلى العمل ليلا و السفر و المبيت خارجا، عكس العنصر الأنثوي فهناك معوقات تمنع المرأة من ممارسة هذه المهنة بأريحية أكثر كالعائلة كالأزواج و الأولاد، و هذا ما يفسر نقص العنصر الأنثوي في مؤسسة إذاعة المدية الجهوية.

➢ سن أفراد العينة:

يتراوح سن أفراد العينة ما بين 25 إلى أكثر من 45 سنة و النتائج التالية توضح ذلك.

- الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن:

السن	من 25 إلى 34 سنة	من 35 إلى 44 سنة	من 45 سنة فأكثر	المجموع
التكرار	08	10	1	19
النسبة	42%	53%	5%	100%



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

يتضح من خلال الجدول أن أغلب الفئات دون سن 45، حيث نلاحظ أن الفئة العمرية من 35 إلى 44 سنة تمثل أعلى نسبة من أفراد العينة و التي تقدر بـ (53%)، ثم تليها الفئة العمرية من 25 إلى 34

سنة بنسبة (42%)، في حين تمثل الفئة العمرية تمثل الفئة العمرية 45 سنة فأكثر أضعف نسبة مقارنة مع النسب السابقة بـ (01%).

و يرجع ذلك إلى أن المؤسسة تعتمد على فئة الشباب من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة على اعتبار أن هذه الفئة تتمتع بقدر كافي من المسؤولية و ذو خبرة عالية في المجال الإعلامي و على قدر كبير من النشاط و الحيوية التي يتطلبها العمل الإذاعي و يرجع ذلك أيضا إلى كون المؤسسة حديثة النشأة نسبيا حيث كانت بدايتها سنة 2011، فالتوظيف كان لفئة الشباب، و هذا ما يفسر شبه انعدام الفئة من 45 سنة فأكثر.

قد نستنتج أن المؤسسة تهتم بالفئة الشبابية فهو مؤشر إيجابي تستطيع المؤسسة من خلاله من الاستفادة من الطاقات الكامنة.

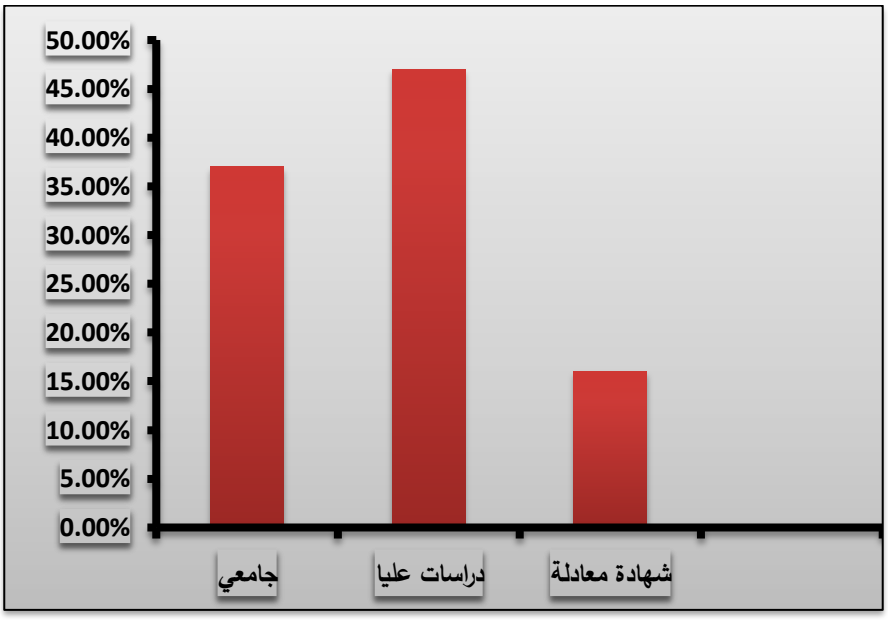
➢ **المستوى التعليمي:**

الإجابة المتحصل عليها موضحة في الجدول التالي:

- **الجدول رقم (04): يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي**

المستوى التعليمي	جامعي	دراسات عليا	شهادة معادلة	المجموع
التكرار	07	09	03	19
النسبة	37%	47%	16%	100%

- **الشكل رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي**



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

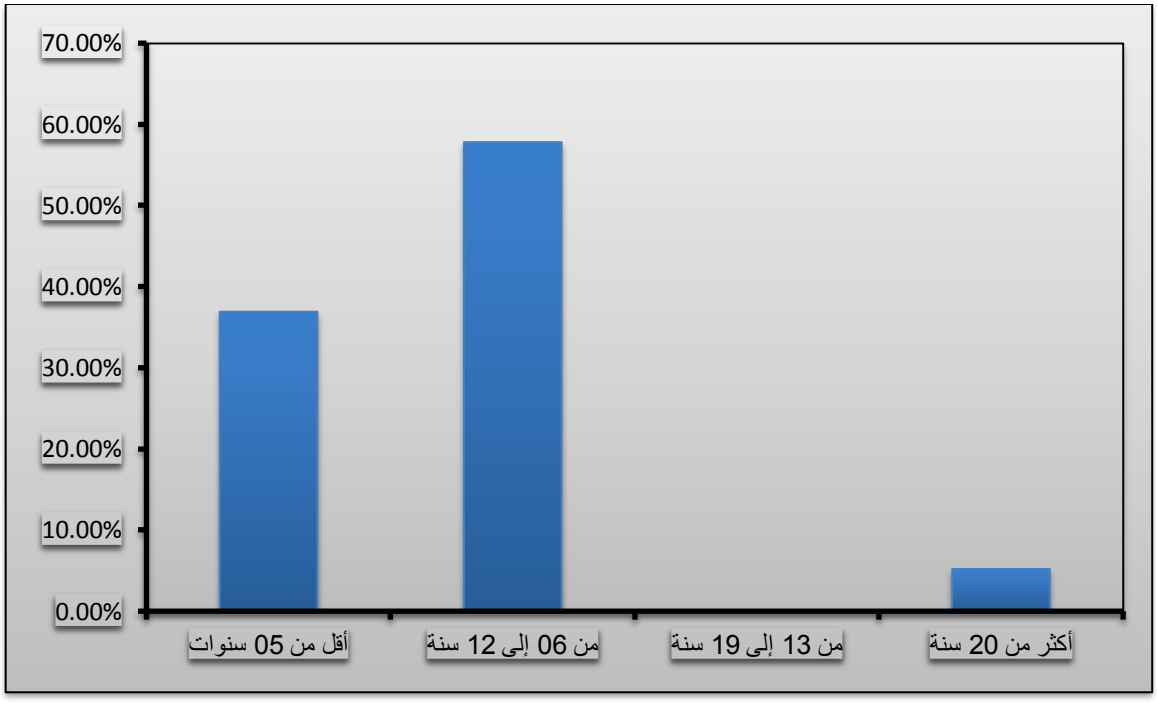
يوضح الجدول أعلاه أن المبحوثين الحاصلين على دراسات عليا يمثلون أكبر نسبة تقدر بـ 47% في حين يليها المبحوثين الحاصلين على تكوين جامعي بنسبة 37% ثم أخيرا ذوي الشهادات المعادلة بأضعف نسبة و التي تقدر بـ 16% من أفراد العينة من الصحفيين و ذلك بحكم علاقة تخصصهم بالقطاع دون سواه، بينما أصحاب الدراسات العليا يكون لهم إنتاج فكري بحكم التحصيل العلمي لديهم لذا تستغل المؤسسة الإعلامية قدراتهم الفكرية لزيادة جودة و تنوع إنتاجها الإعلامي.

من خلال هذه النسب نستنتج أن معظم أفراد العينة ذو مستوى علمي عالي و هو ما يتناسب مع طبيعة العمل الإذاعي و هذا التكوين الذي تلقوه يساعدهم على تفهم مهامهم و فهم طبيعة عمل كل فرد منهم، و التزامهم بأخلاقيات المهنة الصحفية داخل المؤسسة، مما يقلل نسبة الخطأ في العمل، و هذا المستوى يؤهلهم للتفاعل و الاتصال فيما بينهم و بناء علاقات حسنة داخل المؤسسة.

- **الجدول رقم (05): يوضح توزيع المبحوثين حسب الأقدمية في العمل الصحفي**

الفئات	التكرار	النسبة%
أقل من 05 سنوات	07	36 ,9%
من 06 إلى 12 سنة	11	57,8%
من 13 إلى 19 سنة	00	00%
أكثر من 20 سنة	01	5,2%
المجموع	19	100%

➢ **الشكل رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية.**



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

إن الأقدمية في العمل تكسب الفرد خبرة و تحكما في سيرورة أداء الأعمال للتقدم نحو الأحسن حيث عادت أعلى نسبة فيه للصحافيين ذوي أقدمية تتراوح من 06 إلى 12 سنة و التي قدرت بـ 57,8 % ، و يأتي بعدها على التوالي الصحافيين ذوي الأقدمية أقل من 05 سنوات بنسبة 9%, 36 و ذوي الخبرة أكثر من 20 سنة بنسبة 5,2%، فيما تم تسجيل نسبة منعدمة 00% بالنسبة لذوي الخبرة من 13 إلى 19 سنة.

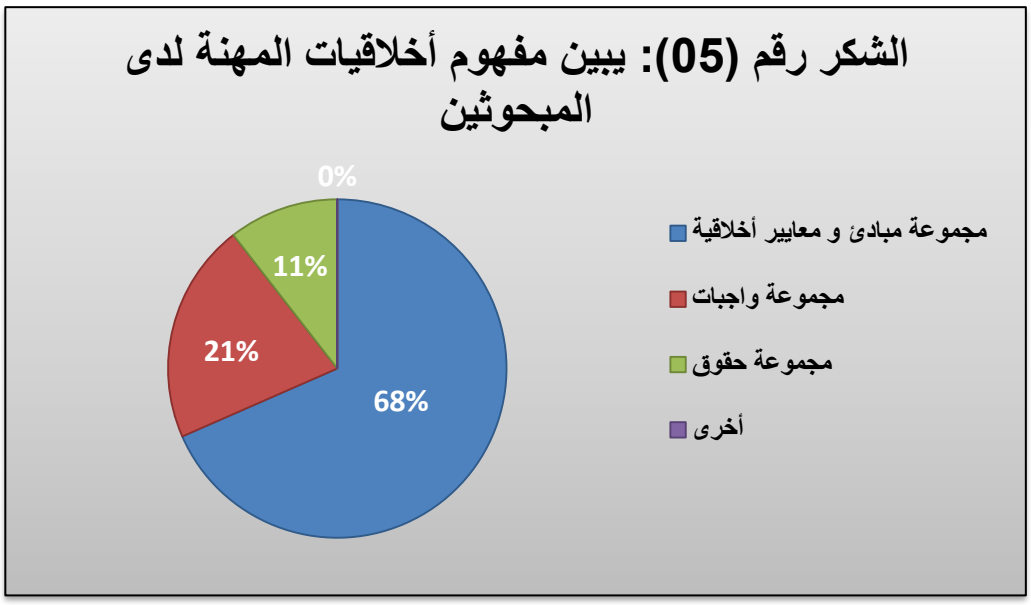
يمكن تفسير ذلك بأن أغلب عمال الإذاعة يتمتعون بخبرة عالية تفوق 10 سنوات و هذا يدل على أن أغلبهم تم توظيفهم سنة 2011 منذ فتحت الإذاعة أبوابها و أن المؤسسة متمسكة بعمالها و حب العمال أيضا لعملهم بالمؤسسة نظرا لاستقرارهم بها، حيث أصبحت جزء من حياتهم اليومية، و كذا تحكمهم بعملهم بشكل جيد و فهم أهدافه و كل ما يرتبط به.

المحور الثاني: أخلاقيات الممارسة الإعلامية و العوامل المؤثرة فيه.

- **الجدول رقم (06):يوضح مفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية لدى المبحوثين.**

➢ **السؤال رقم (01): ماذا يعني لك مفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية ؟**

مفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية	التكرار	النسبة%
مجموعة المبادئ قانونية و معايير أخلاقية تنظم مهنة الصحفي	13	68,42%
مجموعة الواجبات التي يلتزم بها الصحفي	04	21,05%
مجموعة الحقوق التي تكفل ممارسة الصحفي قانونيا	02	10,52%
أخرى	00	00%
المجموع	19	100%



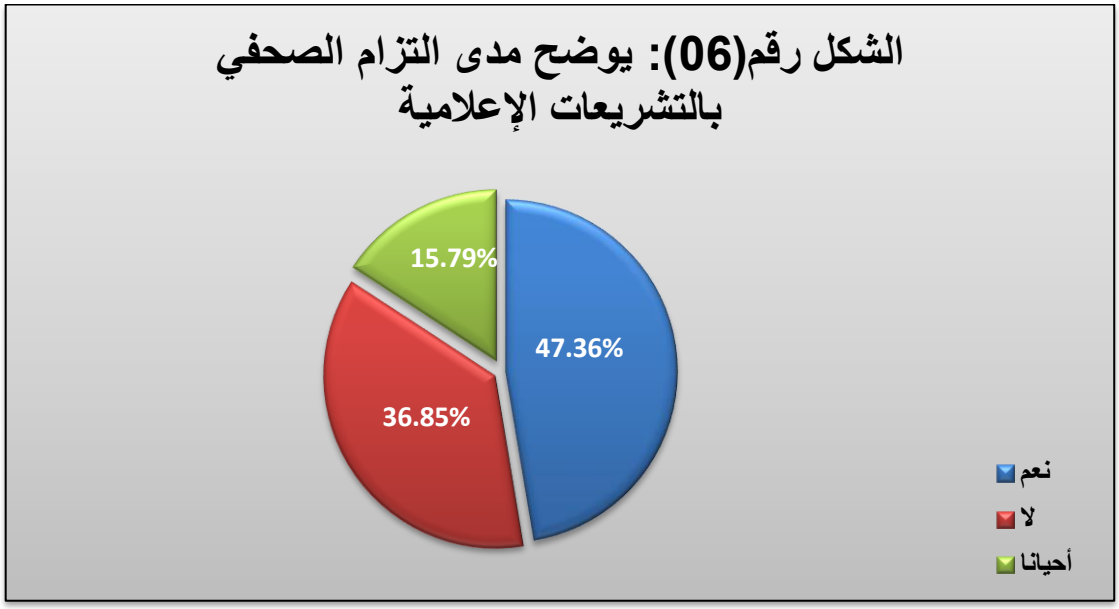
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

نلاحظ من خلال المعطيات المبينة في الجدول أعلاه أن أعلى نسبة من المبحوثين و التي قدرت بـ 68,42% يعتبرون أن أخلاقيات المهنة الصحفية هي مجموعة مبادئ قانونية و معايير أخلاقية تنظم مهنة الصحفي، كما يرى المبحوثين أن أخلاقيات المهنة الصحفية تعني مجموعة الواجبات التي يلتزم بها الصحفي بنسبة 21,05% ، أما النسبة الباقية و المقدرة بـ 10,52% فيرى المبحوثين أن أخلاقيات المهنة مجموعة الحقوق التي تكفل ممارسة الصحفي قانونيا، و من خلال الجدول يتضح لنا أن أخلاقيات الممارسة الإعلامية تحكمها مبادئ و معايير أخلاقية نابعة من ضمير الصحفي أثناء ممارسته لمهنته، و يبقى ذلك وفق ما تنص عليه التشريعات القانونية التي ترسم الخطوط الحمراء التي لا يجوز للصحفي تجاوزها.

- الجدول رقم (07): يوضح مدى التزام الصحفي بالتشريعات الإعلامية.

➢ السؤال رقم (06): هل التزام الصحفي بالتشريعات الإعلامية يحد من حريته الإعلامية؟

التزام الصحفي بالتشريعات الإعلامية	التكرار	النسبة%
نعم	09	47,36%
لا	07	36,85%
أحيانا	03	15 ,79%
المجموع	**19**	**100%**



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة المبحوثين الذين يرون أن التشريع الإعلامي يؤثر على الحرية الإعلامية هي 47,36% و هي نسبة مرتفعة و قد يرجع ذلك لكون التشريعات الإعلامية تحد من حرية الصحفي و هذا راجع إلى الصيغة الغامضة لهذه القوانين باعتبارها تلزم الصحفي بمجموعة من الواجبات التي في الأساس قد تمس بأخلاقه المهنية.

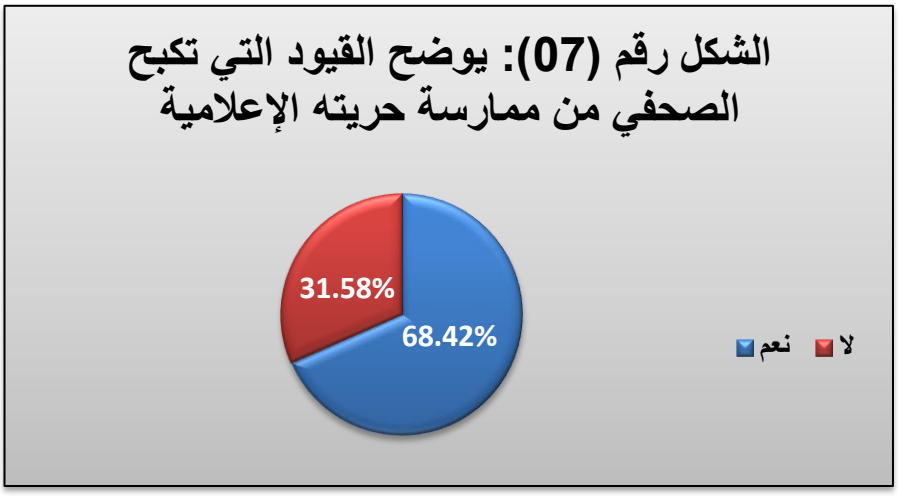
أما نسبة 36,85% من المبحوثين فترى أن التشريع الإعلامي لا يؤثر على الحرية الإعلامية، و قد يرجع ذلك إلى أن التشريعات رغم غموضها إلا أنها تفتح المجال لحرية الصحفي أثناء ممارسته لمهنته، و قد يرجع أيضا لأن الصحفي يرى بأنه يمارس الحرية الإعلامية المقننة التي تلتزم بما يخدم الصالح العام في المجتمع.

فيما تم تسجيل نسبة 15,79% بالنسبة للمبحوثين الذين كانت إجابتهم بـ " أحيانا" و قد يرجع هذا إلى استهتار منهم بمدى أهمية الموضوع.

- **الجدول رقم (08): يوضح القيود التي تكبح الصحفي من ممارسة حريته الإعلامية.**

➢ **السؤال رقم (07): هل هناك قيود تكبح الصحفي من ممارسة حريته الإعلامية؟**

رأي المبحوثين	التكرار	النسبة%
نعم	13	68,42%
لا	06	31,58%
المجموع	19	100%



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

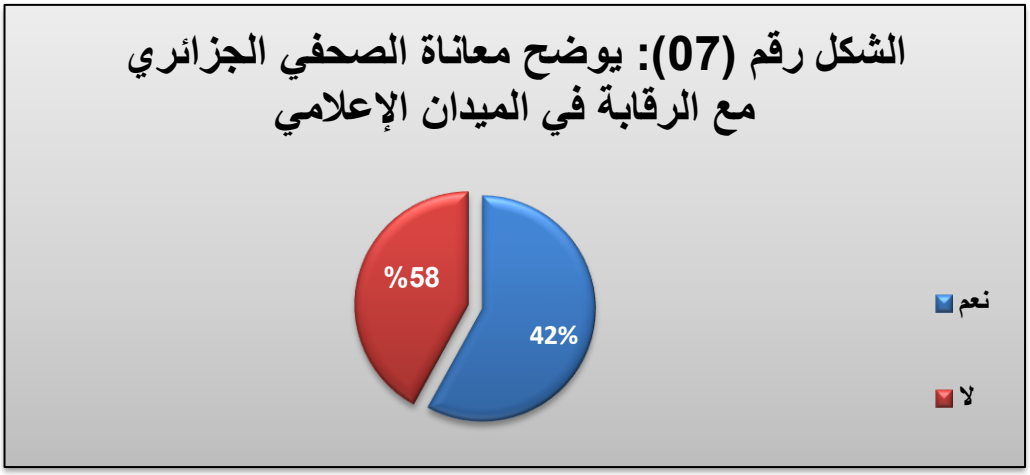
من خلال المعطيات الظاهرة في الجدول أعلاه يتضح أن نسبة 68,42% من المبحوثين يرون أن هناك قيود تك الصحفي من ممارسة حريته الإعلامية أغلب المبحوثين أرجعوا تلك القيود إلى قيود سياسية تؤدي إلى عرقلة الحرية الإعلامية التي هي أساس النشاط الإعلامي باعتبار الإعلام ينقل الحقائق و المعلومات، و إذا لم يتمتع الصحفي بحريته لا يكون إعلام موضوعي، دقيق وشفاف و بالتالي يخسر ثقة الجمهور المتلقي.

أما نسبة المبحوثين المتبقية و المقدرة بـ 31.58% فيرون عدم وجود قيود تكبح الصحفي من ممارسة حريته الإعلامية، قد يرجع هذا لعدم تعرضهم لمثل هذه القيود خلال حياتهم المهنية.

- **الجدول رقم (09): يوضح معاناة الصحفي الجزائري مع الرقابة في الميدان الإعلامي حسب المبحوثين.**

➢ **السؤال رقم (08): هل يعاني الصحفي الجزائري من الرقابة في الميدان الإعلامي؟**

رأي المبحوثين	التكرار	النسبة%
نعم	11	% 58
لا	08	%42
المجموع	19	100%



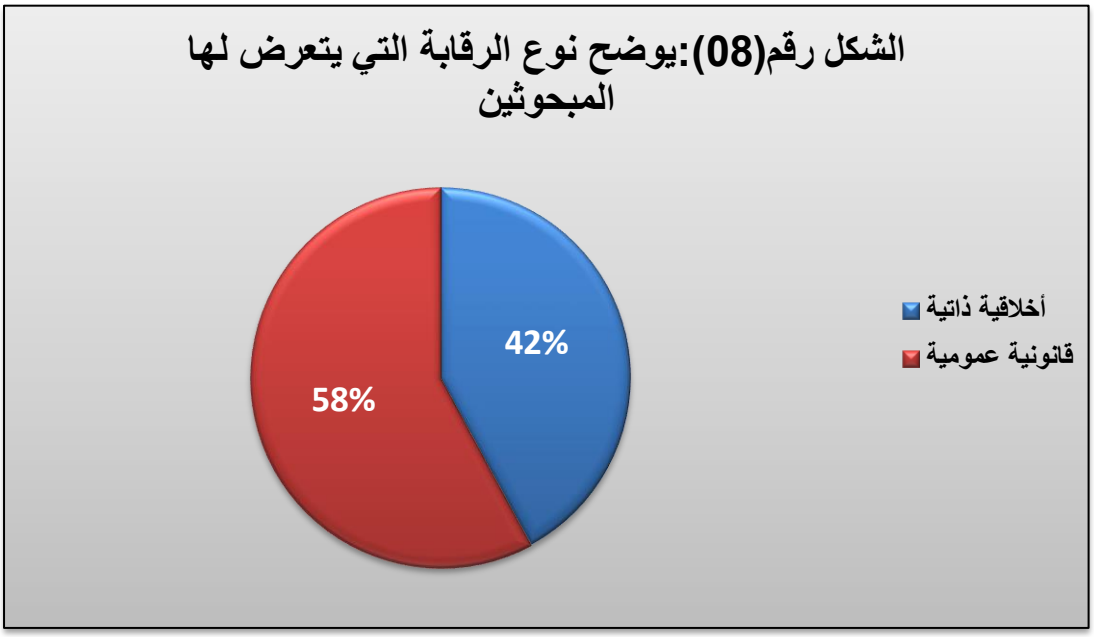
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

من خلال الجدول، نلاحظ أن نسبة 58% من المبحوثين يعانون من الرقابة في الميدان الإعلامي و هذا راجع لعدة عوامل خاصة بالإذاعة أو السياسة العامة و القانون العام للمؤسسة أو الظروف التي يعيشها الصحفي في المجتمع الجزائري فالإقرار بالرقابة في الإذاعة موجود و مكرس بأشكاله و هذا ما يوضحه الجدول

أعلاه، في حين 42%من صحفيي إذاعة المدية الجهوية أنهم لا يعانون من الرقابة التي تمس بأخلاقيات ممارسة الصحفي لمهنته.

- الجدول رقم(10): يوضح نوع الرقابة التي يتعرض لها المبحوثين.

نوع الرقابة	التكرار	النسبة%
أخلاقية ذاتية	08	42,10%
قانونية عمومية	11	57,90%
المجموع	**19**	**100%**



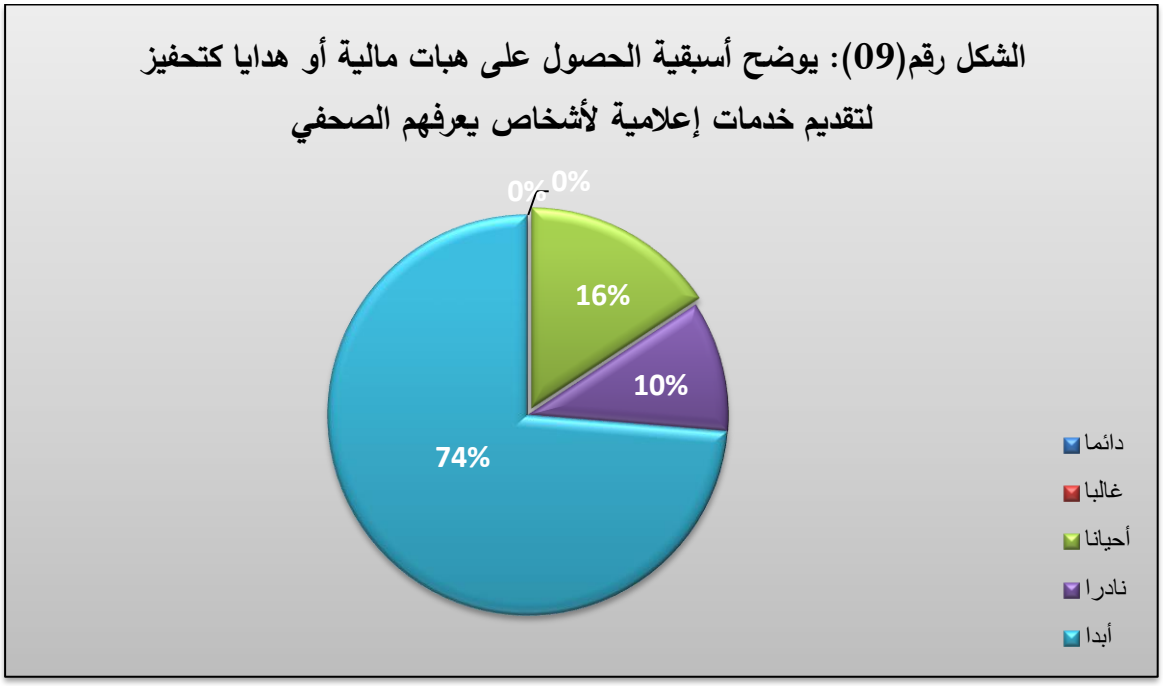
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

من خلال معطيات الجدول نجد أن المبحوثين يؤكدون أن تعرضهم للرقابة القانونية العمومية بنسبة 57,90% و هي نسبة مرتفعة مقارنة بالرقابة الأخلاقية الذاتية التي كانت بنسة 42,10% و قد يرجع ذلك إلى أن الرقابة القانونية تقرها التشريعات الإعلامية على الصحفي للتقيد بها باعتبار أنها تنظم ممارسته لمهامه، بينما يمارس المبحوثين رقابة ذاتية على أنفسهم بنسبة أقل و قد يرجع ذلك إلى التزامهم بما أقرته التشريعات الإعلامية و عدم رغبتهم في الوقوع في جرائم الصحافة كنشر أخبار كاذبة و هذا يتنافى مع المعايير الأخلاقية. و يتضح من خلال هذا الجدول أن الرقابة بصفة عامة قد يكون لها دور إيجابي أثناء ممارسة الصحفي في الجزائر لأخلاقياته المهنية من خلال عدم مساسه بالصالح العام و الحفاظ على الاستقرار و الأمن و لها دور سلبي من خلال عدم تمتع الصحفي بالحرية اللازمة لتقديم إعلام صادق و موضوعي.

- **الجدول رقم (11): يوضح أسبقية الحصول على هبات مالية أو هدايا كتحفيز لتقديم خدمات إعلامية لأشخاص يعرفهم الصحفي.**

➢ **السؤال رقم (09): هل سبق و أن تحصلت على هبات مالية أو هدايا كتحفيز لتقديم خدمات إعلامية لأشخاص تعرفهم؟**

الحصول على الهبات والهدايا كتحفيز	التكرار	النسبة
دائما	00	00%
غالبا	00	00%
أحيانا	03	15.78%
نادرا	02	10.52%
أبدا	14	73.68%
المجموع	**19**	**100%**



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

يتضح لنا من خلال المعطيات الواردة في الجدول أن 73.68% من المبحوثين لم يتحصلوا على هبات مالية و هدايا كتحفيز لتقديم خدمات إعلامية لأشخاص يعرفونهم بينما 15.78 % و 10.52% من المبحوثين أحيانا و نادرا ما تحصلوا على هبات مالية مقابل تقديم خدمات إعلامية.

أكبر نسبة من المبحوثين نفت تقديم خدمات مقابل هبة أو هدية، و قد يرجع ذلك إلى التزام الصحفيين بالاستقلالية أثناء ممارستهم لمهنتهم، و تعتبر هنا معاييرهم الأخلاقية أساس تحقيقهم لذلك، فالصحفي المحترف يرفض كل ما يمس بهذه المبادئ و المعايير باعتبار أنه يؤدي واجبه الإعلامي على أكمل وجه و هو لا ينتظر أن يجازيه أي فرد على ذلك.

المحور الثالث: أخلاقيات المهنة من خلال التشريع الإعلامي الجزائري:

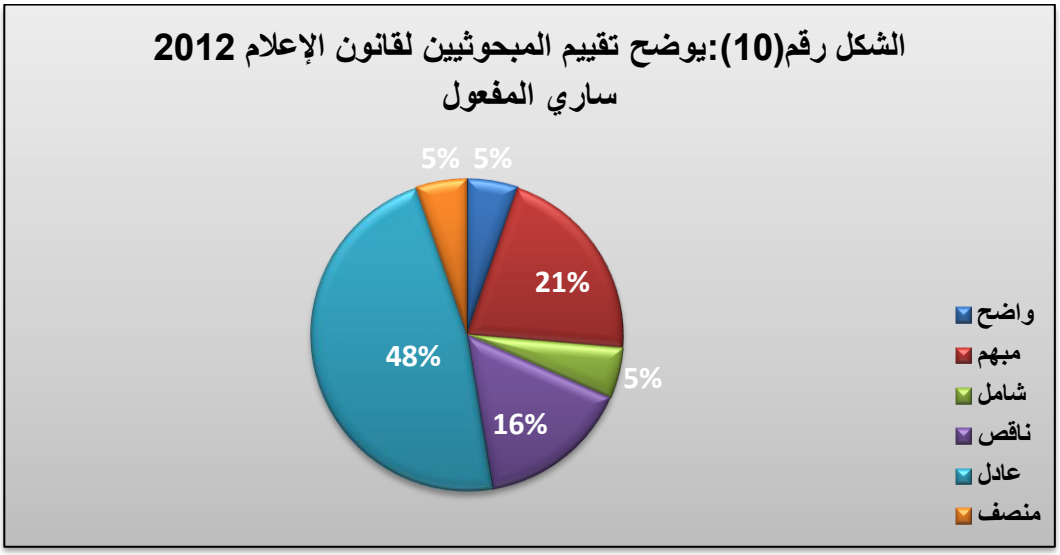
- **الجدول رقم (12): يوضح تقييم المبحوثين لقانون الإعلام 2012 ساري المفعول.**

➢ **السؤال رقم (10): ماهو تقييمك لقانون الإعلام لسنة 2012؟**

آراء المبحوثين	التكرار	النسبة%
واضح	01	5.26%
مبهم	04	21.05%
شامل	01	5.26%

ناقص	03	15.78%
عادل	09	47.36%
منصف	01	5.26%
المجموع	19	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

عند التمعن في المعطيات الواردة في الجدول أعلاه و المكرسة لرأي المبحوثين في قانون إعلام و مدى ملاءمته التطور الحاصل في الميدان نجد أن نسبة 47.36% منهم يؤكدون على أن القانون عادل،أما نسبة 21.05% منهم أكدوا على أنه قانون مبهم، بالإضافة إلى هذا فنسبة 15.78% من المبحوثين أجابوا

على أنه قانون ناقص على الأرجح لغموضه و الأحكام العامة فيه، فيما جاءت نسبة 5.26% لكل من المبحوثين الذين يؤكدون أن القانون واضح و شامل و منصف.

و من الصحافيين الذين أقروا أنه قانون متعسف وغير ملائم ومجحف في حق الصحافة و غير مواكب لما حققه ميدان الإعلام في الجزائر و خاصة قطاع الصحافة المكتوبة التي حققت قفزة نوعية مقارنة بدول العالم العربي.

- **الجدول رقم (13): يوضح سلبية مضمون قانون الإعلام 2012 تجاه موضوع أخلاقيات المهنة الصحفية حسب متغير السن والخبرة المهنية**

➢ **السؤال رقم(11): في نظرك هل ترى أن مضمون قانون الإعلام 2012 سلبي اتجاه موضوع أخلاقيات المهنة الصحفية؟**

الإجابات / المتغيرات		نعم		لا		نوعا ما		المجموع	
		التكرار	نسبة %	التكرار	نسبة %	التكرار	نسبة %	التكرار	نسبة %
السن	25 إلى 34 سنة	03	15.8	01	5.3	04	21	**08**	**100**
	35 إلى 44 سنة	02	10.5	02	10.5	06	31.5	**10**	
	أكثر من 45 سنة	01	5.3	00	00	00	00	**01**	
المجموع		06	31.6	03	15.8	10	52.5	**19**	**100**
الخبرة	أقل من 05 سنوات	04	21	00	10.5	03	15.8	**07**	**100**
	من 06 إلى 12 سنة	01	5.3	03	15.8	07	36.8	**11**	
	من 13 إلى 19 سنة	00	00	00	00	00	00	**00**	

	أكثر من 20 سنة	01	5.3	00	00	00	00	**01**
المجمـوع		06	31.6	03	15.8	10	52.6	**19**	**100**

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير السن بالنسبة للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من [25 – 34] تقدر بـ 15.8%، الذين أجابوا بـ نعم، و نفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا تقدر بـ 5.3%، إضافة إلى 21% من الذين أجابوا بـ نوعا ما.

أما بالنسبة للذين تتراوح أعمارهم من [35–44] تقدر بـ 10.5%، لكل من الذين أجابوا بـ نعم، و لا، و نفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ نوعا ما تقدر نسبتهم بـ 31.5%.

و في الأخير بالنسبة للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم [45– فأكثر[، تقدر نسبتهم بـ 5.3% الذين أجابوا بـ نعم. فيما كانت النسبة منعدمة 00% لكل من الإجابات لا و نوعا ما.

بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية، فنسبة المبحوثين أصحاب الخبرة [أقل من 5 سنوات] الذين أجابوا بـ نعم كانت 31.6%، و نفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا تقدر بـ 15.8%، بالإضافة إلى نسبة 52.6 % للمبحوثين الذين أجابوا بـ نوعا ما.

أما بالنسبة للذين لديهم خبرة مهنية [6 – 12] الذين أجابوا بـ نعم كانت نسبتهم 5.3%، و نفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا نسبتهم تقدر بـ 15.8%، إضافة إلى 36.8% للذين أجابوا بـ نوعا ما.

و في الأخير بالنسبة للمبحوثين الذين يملكون أقدمية [20– فأكثر[فكانت نسبة 5.3% للذين أجابوا بـ نعم

بالإضافة لتسجيل نسب منعدمة 00% لكل من الإجابة بـ لا و نوعا ما.

نستنتج من خلال هذا الجدول و الممثل لرأي المبحوثين حول سلبية قانون الإعلام تجاه موضوع أخلاقيات المهنة نجد أن نسبة 52.6% منهم يقرون أنه

سلبي نوعا ما، ويليها نسبة 31.6% يؤكدون على سلبية هذا القانون ، و يرجع ذلك على الأرجح لغموضه و كثرة مواده وأحكامه العامة، فقد تعددت التفسيرات و التأويلات لهذه المواد كل حسب إعتقاده.

- **الجدول رقم (14): موقف المبحوثين من ميثاق أخلاقيات و قواعد المهنة للصحفيين الجزائريين حسب متغير الخبرة المهنية.**

➢ **السؤال رقم(12): ما هو موقفك من ميثاق أخلاقيات و قواعد المهنة للصحفيين الجزائريين؟**

الإجابات / الخبرة المهنية	مقبول		غير مقبول		مقبول بتحفظ		المجموع	
	التكرار	نسبة %	التكرار	نسبة %	التكرار	نسبة %	التكرار	نسبة %
أقل من 05 سنوات	06	31.5	00	00	01	5.2	07	100
من 06 إلى 12 سنة	07	37	01	5.2	03	15.9	11	
من 13 إلى 19 سنة	00	00	00	00	00	00	00	100
أكثر من 20 سنة	01	5.2	00	00	00	00	01	
المجموع	**14**	**73.7**	**01**	**5.2**	**04**	**21.1**	**19**	**100**

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الخبرة المهنية بالنسبة للمبحوثين الذين لديهم أقدمية في العمل الصحفي [أقل من 05 سنوات] تقدر بـ 31.5%، للذين أجابو بـ مقبول و نفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ مقبول بتحفظ بلغت نسبتها 5.2%، إضافة إلى نسبة منعدمة 00% للذين أجابو بـ غير مقبول.

أما بالنسبة للذين لديهم خبرة مهنية [6 – 12] الذين أجابوا بـ مقبول كانت نسبتهم 37%، و نفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ مقبول بتحفظ نسبتهم تقدر بـ 15.9%، إضافة إلى 5.2% للذين أجابوا بـ غير مقبول.

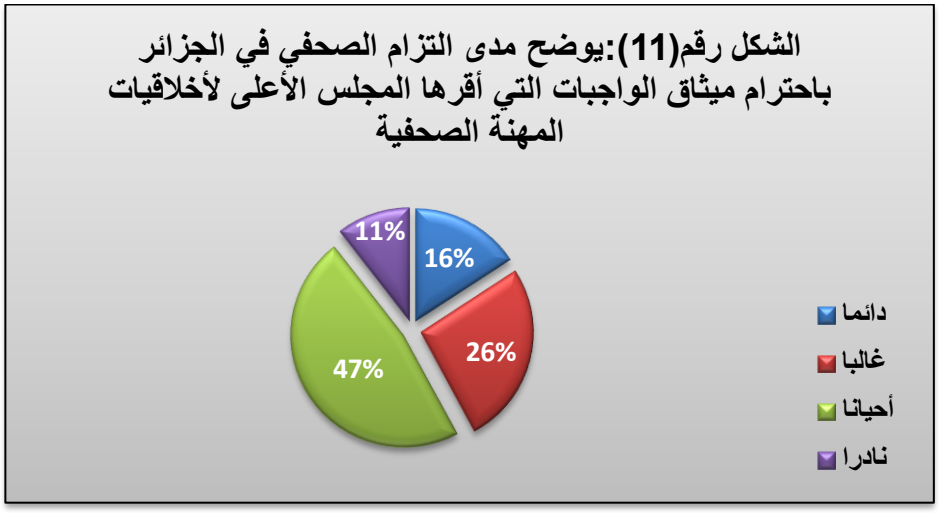
و في الأخير بالنسبة للمبحوثين الذين يملكون أقدمية [20– فأكثر[فكانت نسبة 5.2% للذين أجابوا بـ مقبول، فيما كانت النسبة منعدمة لكل من غير مقبول و مقبول بتحفظ.

من خلال الجدول يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين و بنسبة 73.7 % يساندون فكرة أخلاقيات المهنة و بنسبة 21.1% منهم يساندون الفكرة بنوع من التحفظ أما الفئة القليلة و المقدرة بنسبة 25.6 % فيرفضون الفكرة أساسها، و قد يرجع ذلك لغياب التحديثات و برامج التكوين المتواصل على الميثاق و يعود أيضا لجهل الصحافيين بمضمون و مواد ميثاق أخلاقيات و قواعد المهنة للصحفيين الجزائريين.

– الجدول رقم (15): يوضح مدى التزام الصحفي في الجزائر باحترام ميثاق الواجبات التي أقرها المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية.

- **السؤال رقم(13): هل تلتزم أنت كصحفي باحترام ميثاق الواجبات التي أقرها المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية؟**

آراء المبحوثين	التكرار	النسبة%
دائما	03	15.8
غالبا	05	26.3
أحيانا	09	47.4
نادرا	02	10.5
أبدا	00	00
المجموع	**19**	**%100**



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

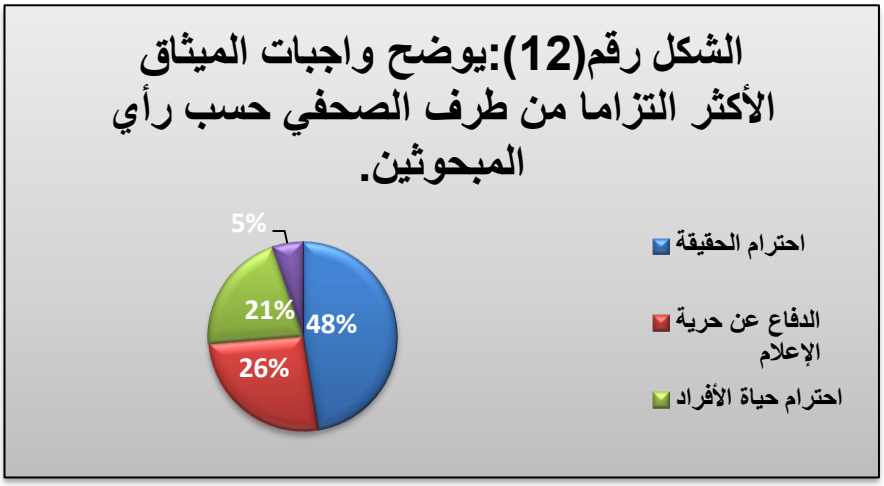
من خلال هذا الجدول يتضح أن 47 % من المبحوثين يلتزمون أحيانا باحترام ميثاق الواجبات التي أحرها المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية في حسن تتقارب آراءهم فيما يخص غالبا و دائما على التوالي بنسبتي 26 % و 16 % بينما تمثل 11 % من يلتزمون باحترام ميثاق الواجبات نادرا في حين ينعدم رأيهم فيما يخص أبدا ، ويمكن أن ترجع التباين في هذه النسب إلى أن الصحافيين المبحوثين عليهم بالالتزام بهذه الواجبات و في حالة مخالفة ذلك يتعرضون للعقاب الذي أقره قانون 1990 و 2012 و 2001 ، بالإضافة إلى أن الصحفي في الجزائر ملزم و معرض دائما للرقابة القانونية التي أقرتها التشريعات الإعلامية و الرقابة الذاتية التي يحددها ضميرها المهني التي تعرض لها سالفا.

➢ **الجدول رقم(16): يوضح واجبات الميثاق الأكثر التزاما من طرف الصحفي حسب رأي المبحوثين.**

- **السؤال رقم(14): كصحفي ما هي الواجبات التي ينبغي لك الالتزام بها؟**

الواجبات حسب الميثاق	التكرار	النسبة%
احترام الحقيقة مهما كانت التبعات التي تلحق بها	09	47.4%
الدفاع عن حرية الإعلام والرأي	05	26.3%
احترام الحياة الخاصة للأفراد وحقهم في رفض التشهير بهم عن طريق الصورة	04	21.1%
نشر المعلومات المتحقق منها فقط وحقهم في الرفض	01	5.2%

المجموع	19	100%



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

من خلال المعطيات الواردة في الجدول أعلاه يتضح أن ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة حدد جملة من الواجبات التي يتعين على الصحفي الالتزام بها حيث تباينت آراء المبحوثين في ذلك إذ يرى 47.4% منهم أن احترام الحقيقة مهما كانت التبعات التي تلحق به هي الأكثر التزاما بها من طرف الصحافيين في القطاع في الجزائر يسعى دائما إلى تقديم رسائل إعلامية صادقة و موضوعية لكسب تأييد الجمهور القارئ خاصة في ظل المنافسة القائمة بين المؤسسات الإعلامية من جهة و القطاع السمعي البصري من جهة بالإضافة إلى أن الصحفي في الجزائر يلتزم بالمصداقية والموضوعية و التي هي أساس عناصر السلوك المهني في الصحافة المكتوبة كما أشرنا إليه سابقا.

بينما يأتي واجب الدفاع عن حرية الإعلام والرأي في المرتبة الثانية 26.3% من آراء المبحوثين و قد يرجع ذلك إلى أن الصحافيين في ميدان السمعي بصري في الجزائر هدفهم الدفاع عن الحرية الإعلامية بحيث تبقى حرية الرأي و التعليق مهمة في تأدية الصحفي لنشاطه الإعلامي لتحقيق الموضوعية و المصداقية اللازمة لكسب تأييد الجمهور المستمع.

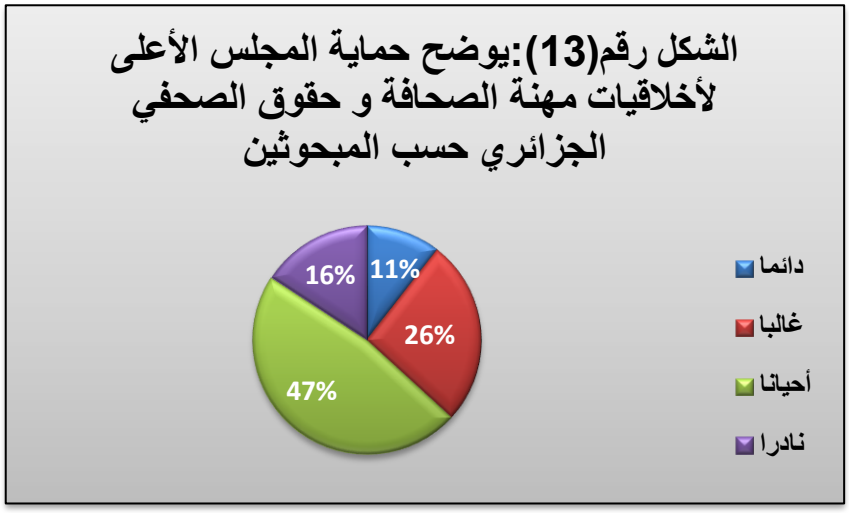
وفي المرتبة الثالثة بنسبة 21.1%، احترام الحياة الخاصة للأفراد وحقهم في رفض التشهير بهم عن طريق الصورة، تليها في المرتبة الأخيرة نشر المعلومات المتحقق منها و الحرص على سرد الحقائق بنسبة 5.2%، و الملاحظ على هذه أنها تتصل أكثر بالجمهور المتلقي لذلك يحرص الصحفي على عدم تجاوزها و يتقيد بالخطوط الحمراء المحددة له قانونيا

يمكن القول أن واجب احترام الحقيقة وواجب الدفاع عن حرية الإعلام و الرأي أساسيات لتحقيق بقية الواجبات لذلك كانت النسبة المئوية المعبرة عنها مرتفعة.

- **الجدول رقم(17): يوضح حماية المجلس الأعلى لأخلاقيات مهنة الصحافة و حقوق الصحفي الجزائري حسب المبحوثين.**
- **السؤال رقم(15): هل يحمي المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية حقوق الصحفي حسب ما جاء به الميثاق؟**

رأي المبحوثين	التكرار	النسبة%
دائما	02	10.5%
غالبا	05	26.3%
أحيانا	09	47.4%
نادرا	03	15.8%
أبدا	00	00%

المجموع	19	%100



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

يوضح لنا هذا الجدول نسبة حماية المجلس الأعلى للصحفي كما أقرها من خلال الممارسة المهنية حيث سجلت 47.4 % بإجابة أحيانا حسب رأي المبحوثين، و نسبة 26.3% بإجابة غالبا، بينما سجلت نسبة 10.5% للمبحوثين الذين أجابوا بـ دائما، في حين انعدمت النسبة حسب رأيهم فيما يخص أبدا.

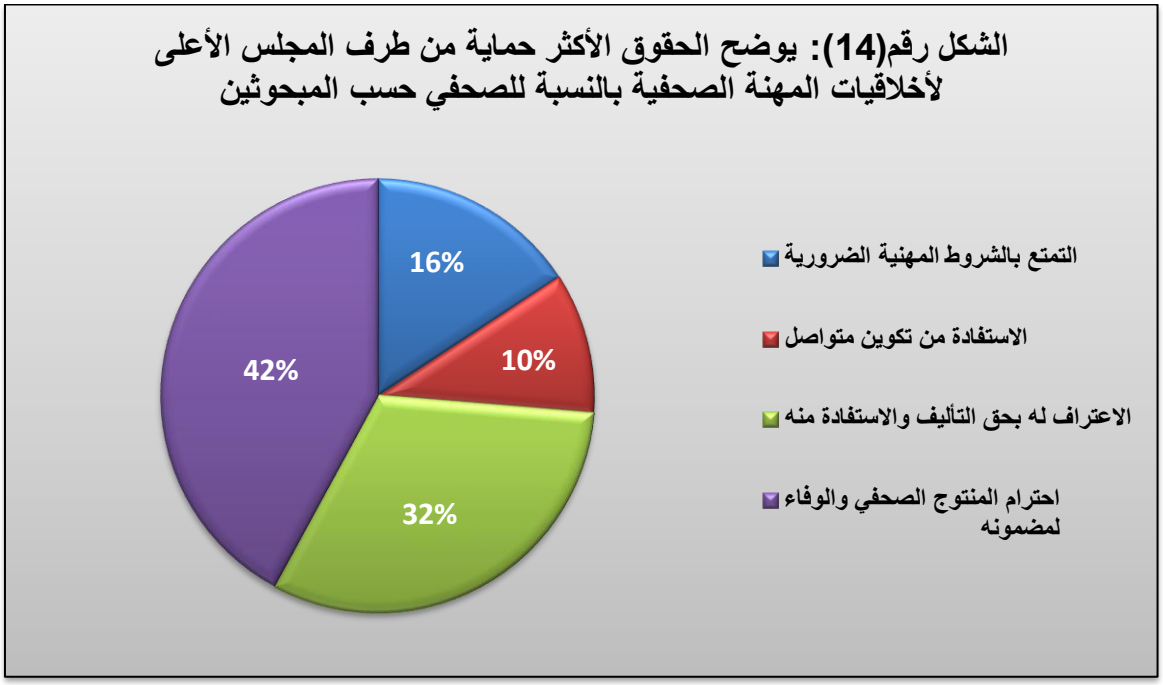
و قد يرجع ذلك الاختلاف في رأي المبحوثين نظرا لأن جميع هذه الحقوق كلها محمية للصحفي إذا التزم باحترام الواجبات التي أقرها الميثاق كما قد يرجع ذلك إلى عدم سهر هيئة المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية بانتظام على ممارسة الصحفي في الجزائر لمهنته إلا في الحالات التي تحدث فيها تجاوزات قد تطال الجمهور المتلقي كنشر الأخبار الكاذبة أو قد تطال الصحفي كتهديده أو سرقة منتوجه الإعلامي، وهذا ما يتنافى و ما أقرته الهيئة و هي الرقابة الذاتية من طرفها على عمل الصحفي لحماية حقوقه وواجباته.

➢ **الجدول رقم(18): يوضح الحقوق الأكثر حماية من طرف المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية بالنسبة للصحفي حسب المبحوثين.**

- **السؤال رقم(16): كصحفي ماهي الحقوق الأكثر حماية في رأيك؟**

الحقوق حسب الميثاق	التكرار	النسبة%
التمتع بالشروط الاجتماعية والمهنية الضرورية لممارسة المهنية	03	%15.8
الاستفادة من تكوين متواصل وتحسين مؤهلاته المهنية	02	%10.5
الاعتراف له بحق التأليف والاستفادة منه	06	%31.6
احترام المنتوج الصحفي والوفاء لمضمونه	08	%42.1
المجموع	**19**	**%100**

الشكل رقم(14): يوضح الحقوق الأكثر حماية من طرف المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية بالنسبة للصحفي حسب المبحوثين



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

إن بيانات الجدول أعلاه تبين أن الحق الاكثر حماية لدى المبحوثين هو احترام المنتوج الصحفي و الوفاء لمضمونه بنسبة 42.1 % قد يرجع ذلك إلى عدم تعرض الصحافين المبحوثين إلى المساس بمنتوجهم الإعلامي كالسرقة مثلا، لذلك تسهر المؤسسات الصحفية في الجزائر على حفظ ما ينشر باسم الصحفي وعدم التدخل فيه بعد النشر.

ثم يليه حق الاعتراف له بالتأليف والاستفادة منه بنسبة 31.6%، حيث يمكن جمع المادة الإعلامية التي ينشر ها الصحفي في مؤلفات تنشر باسمه، بينما إحتل المرتبة الثالثة حق التمتع بالشروط الاجتماعية و المهنية الضرورية للممارسة المهنية بنسبة 15.8%، ويرجع ذلك قبل وضع جملة هذه الحقوق حيث أكد المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة على توفير الظروف المادية والاجتماعية المناسبة لتأدية الصحفي لمهامه

كتوفير الأجهزة الاتصالية المساعدة، توفير السكن، و يأتي في المرتبة الأخيرة حق الاستفادة من تكوين متواصل و تحسين المؤهلات المهنية بنسبة 10.5%، و يرجع ذلك إلى عدم توفير هذه المؤسسة الإعلامية لدورات تكوينية قصد الرفع من كفاءاتهم المهنية بسبب نقص المطرين و نقص التكاليف المادية المخصصة لذلك إذ يتمتع بهذه الدورات التكوينية عدد قليل منهم خاصة رؤساء الأقسام، رؤساء التحرير، بينما بقية الصحفيين يحرمون من ذلك و يكتفون بتوجيهات رؤساؤهم فقط.

- **الجدول رقم (19): يبين تقييم المبحوثين لموضوع أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الجزائر انطلاقا من مؤسسة إذاعة المدية الجهوية.**
- **السؤال رقم(17): كصحفي ما هو تقييمك لموضوع أخلاقيات المهنة إنطلاقا من المؤسسة التي تعمل بها؟**

الإجابات / المتغيرات		ايجابي		سلبي		غامض		المجموع	
		التكرار	نسبة %	التكرار	نسبة %	التكرار	نسبة %	التكرار	نسبة %
الخبرة	أقل من 05 سنوات	04	21	02	10.5	01	5.2	07	100

	من 06 إلى 12 سنة	05	26.3	03	15.9	03	15.9	11	
	من 13 إلى 19 سنة	00	00	00	00	00	00	00	100
	أكثر من 20 سنة	01	5.2	00	00	00	00	01	
المجموع		**10**	**52.5**	**05**	**26.4**	**04**	**21.1**	**19**	**100**
السن	25إلى 34 سنة	**04**	**21**	**01**	**5.2**	**02**	**10.5**	**07**	**100**
	35 إلى 44 سنة	**05**	**26.3**	**04**	**21.1**	**02**	**10.5**	**11**	
	أكثر من 45 سنة	**01**	**5.2**	**00**	**00**	**00**	**00**	**00**	
	المجموع	**10**	**52.5**	**05**	**26.4**	**04**	**21.1**	**19**	**100**

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الخبرة المهنية بالنسبة للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من [أقل من 05 سنوات] تقدر بـ 21%، الذين أجابوا بـ إيجابي، و نفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ سلبي تقدر بـ 10.5%، إضافة إلى 5.2% من الذين أجابوا بـ غامض.

أما بالنسبة للذين لديهم خبرة مهنية [6 – 12] الذين أجابوا بـ إيجابي كانت نسبتهم 26.3%، و نفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ سلبي و غامض نسبتهم تقدر بـ 15.9%، لكلتا الإجابتين.

و في الأخير بالنسبة للمبحوثين الذين يملكون أقدمية [20– فأكثر[فكانت نسبة 5.2% للذين أجابوا بـ إيجابي، فيما كانت النسبة منعدمة لكل من سلبي و غامض.

بالنسبة لمتغير السن نجد أن نسبة إجابات المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من [25 – 34] تقدر بـ 21%، الذين أجابوا بـ إيجابي، و نفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ سلبي تقدر بـ 5.2%، إضافة إلى 10.5% من الذين أجابوا بـ غامض.

أما بالنسبة للذين تتراوح أعمارهم من [35–44] تقدر بـ 26.3%، للذين أجابوا بـ إيجابي و نفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ سلبي تقدر نسبتهم بـ 21.1%، إضافة إلى نسبة 10.5% تخص المبحوثين الذين أجابوا بـ غامض.

و في الأخير بالنسبة للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم [45– فأكثر[، تقدر نسبتهم بـ 5.2% الذين أجابوا بـ إيجابي. فيما كانت النسبة منعدمة 00% لكل من الإجابات سلبي و غامض.

من خلال الجدول أعلاه و المتمثل في تقييم الصحفيين لموضوع أخلاقيات المهنة فكانت بنسبة 52.5% هم المبحوثين المتفائلين لهذا الموضوع فهم يمارسون أخلاقيات المهنة كمبدأ إنساني وقوانين يلتزم بها الصحفي باعتبارها مبادئ و معايير أخلاقية قبل أن يكون لها تشريعات و قوانين تنظمها بناءا على الهدف الإعلامي الذي تسعى المؤسسة الإعلامية لتحقيقه في الجزائر التي أقرت الحرية الإعلامية كمبدأ و عنصر أساسي من عناصر السلوك المهني حيث هناك جملة من القوانين و التشريعات هدفها تنظيم مهنة الصحفي انطلاقا من هذه الحرية الممنوحة و تحديد جملة من الواجبات التي يلتزم بها، بينما يرى 26.4% أن موضوع أخلاقيات مهنة الصحافة المكتوبة هو موضوع سلبي قد يرجع ذلك لعدم توافق مواد و قوانين المؤسسة التي يعملون بها مع ضميرهم الصحفي بينما وصفه البعض من المبحوثين بالغموض بنسبة 21.1%، من خلال الطبيعة الغامضة والآمرة لمواده القانونية.

المحور الرابع: أخلاقيات المهنة و الإعلام الجديد

- **الجدول رقم (20): يبين تأثير وسائل الإعلام الجديدة على أخلاقيات المهنة الصحفية حسب متغير الجنس و الخبرة المهنية.**

- **السؤال رقم(18):** كصحفي كيف ترى تأثير وسائل الإعلام الجديدة على أخلاقيات المهنة الصحفية؟

الإجابات / المتغيرات	ايجابي		سلبي		المجموع	
	التكرار	نسبة %	التكرار	نسبة %	التكرار	نسبة %

الخبرة المهنية	أقل من 05 سنوات	02	10.5	05	26.3	07	100
	من 06 إلى 12 سنة	04	21.1	07	36.9	11	
	من 13 إلى 19 سنة	00	00	00	00	00	100
	أكثر من 20 سنة	00	00	01	5.2	01	
المجموع		**06**	**31.6**	**13**	**68.4**	**19**	**100**
الجنس	ذكور	02	47.4	11	21.1	**13**	100
	إناث	04	26.3	02	5.2	**06**	
المجموع		**06**	**73.7**	**13**	**26.3**	**19**	**100**

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

من خلال تفريغنا للبيانات في الجدول نجد أن نسبة الإجابات في متغير الخبرة المهنية بالنسبة للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من [أقل من 05 سنوات] تقدر بـ 26.3%، الذين أجابوا بـ سلبي، و نفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ إيجابي تقدر بـ 10.5% .

أما بالنسبة للذين لديهم خبرة مهنية [6 – 12] الذين أجابوا بـ سلبي كانت نسبتهم 36.9%، و نفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ إيجابي نسبتهم تقدر بـ 21.1%.

و في الأخير بالنسبة للمبحوثين الذين يملكون أقدمية [20– فأكثر[فكانت نسبة 5.2% للذين أجابوا بـ سلبي، فيما كانت النسبة منعدمة للذين أجابوا بـ إيجابي.

بالنسبة لمتغير الجنس نجد أن نسبة الذكور الذين أجابوا بـ إيجابي تقدر بـ 47.4%، بينما 21.1 % كانت إجابتهم بـ سلبي، أما فيما يخص العنصر الأنثوي نجد أن 26.3 منهم أجابوا بـ إيجابي فيما أجابت 5.2% منهن بـ أن وسائل الإعلام الجديدة تؤثر سلبا على أخلاقيات المهنة الصحفية.

نستخلص من الجدول أعلاه أن وسائل الإعلام الجديدة الحديثة أو ما يعرف بالإعلام الجديد كغيرها من المؤثرات تؤثر سلبا و إيجابا على موضوع أخلاقيات المهنة الصحفية، و على ممارستها في المؤسسات الإعلامية المختلفة، فمن خلال إجابات المبحوثين أكدت نسبة 31.6% منهم على أن وسائل الإعلام الجديدة لها تأثير إيجابي على الممارسة الإعلامية مما تقدمه من خدمات و سرعة في وصول المعلومة للجمهور المتلقي كذلك التمتع بحرية أكبر في نشر الأخبار إضافة إلى تفاعل أكثر من الجمهور، نضيف إلى ذلك حسب رأي المبحوثين أنها أكثر انتشاراً للمعلومة على عكس وسائل الإعلام التقليدية.

أما بالنسبة للمبحوثين الذين أجابوا بـ سلبي بمجموع تكرار 11 من مجموع العينة و بنسبة 68.4%، عللوا إجابتهم بأن وسائل الإعلام الحديثة المختلفة(شبكات التواصل الاجتماعي، المواقع الالكترونية، المدونات...) لها عدد من التأثيرات السلبية أكثر مما هو إيجابي و قد ربطوا إجابتهم بأنها منبع للمصادر الغير موثوقة و أن الأخبار المنشورة تكون عبر أشخاص عاديين دون تحقيق أو تمحيص في مصدرها و لا يعيرون اهتماما لتبعيات ما يكتبونه و ينشرونه عبر هذه الوسائط الجديدة، إضافة إلى أن هذه الأخيرة باتت تنشر التفاهات و ما يسيء للذوق العام الجزائري و عدم تقيدها بأية ضوابط قانونية.

- **الجدول رقم (21): يوضح استخدام شبكات مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية للمبحوثين حسب متغير الخبرة المهنية و الجنس.**

- **السؤال رقم(19): هل تستخدم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في حياتك اليومية ؟**

الإجابات / المتغيرات		دائما		أحيانا		نادرا		المجموع	
		التكرار	نسبة %	التكرار	نسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	نسبة %
الخبرة	أقل من 05 سنوات	05	26.3	02	10.5	00	00	07	100

المهنية	من 06 إلى 12 سنة	07	36.8	03	15.8	01	5.3	11	
	من 13 إلى 19 سنة	/	/	/	/	/	/	/	100
	أكثر من 20 سنة	00	00	01	5.3	00	00	01	
المجموع		**12**	**63.1**	**06**	**31.6**	**01**	**5.3**	**19**	**100**
الجنس	ذكور	07	36.8	05	26.3	**01**	5.3	**13**	100
	إناث	05	26.3	01	5.3	00	00	**06**	
المجموع		**12**		**06**		**01**		**19**	**100**

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

من خلال تفريغنا لبيانات الجدول نلاحظ أن أصحاب الخبرة المهنية [06-12] هم الأكثر استعمالا لشبكات مواقع التواصل الاجتماعي أجابوا بـ دائما بنسبة 36.8%، و نفس الفئة من المبحوثين أجابوا بـ أحيانا بنسبة 15.8%، بينما سجلت تكرار واحد لإجابة نادرا بنسبة 5.3%.

أما بالنسبة للمبحوثين ذوي أقدمية [أقل من 05 سنوات] سجلت 26.3% بالنسبة للذين أجابوا بـ دائما، و نفس الفئة من المبحوثين أجابوا بـ أحيانا بنسبة 10.5%، بينما انعدمت النسبة في الإجابة بـ نادراً.لا

و في الأخير بالنسبة للمبحوثين الذين يملكون أقدمية [20- فأكثر[فكانت نسبة 5.2% للذين أجابوا بـ أحيانا، فيما كانت النسبة منعدمة لكل من الذين أجابوا بـ دائما و نادراً.

بالنسبة لمتغير الجنس نجد أن نسبة الذكور الذين أجابوا بـ دائما قدرت بـ 36.8%، الذين أجابوا بـ أحيانا كانت نسبتهم 26.3%، إضافة إلى 5.3% للإجابة بـ نادراً.

أما فيما يخص العنصر الأنثوي نجد أن 26.3% منهم أجابوا بـ دائماً فيما أجابت 5.3% منهن بـأنهم أحيانا ما يستعملون شبكات مواقع التواصل الاجتماعي، فيما انعدمت النسبة في إجابة نادراً.

قد يرجع هذا التباين في النتائج حسب رأي المبحوثين لكون مواقع شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت جزءا لا يتجزأ من حياتهم اليومية لما تقدمه من خدمات و ميزات و سرعة في إرسال و استقبال المعلومة و كل جديد يحدث في العالم، كل هذا عن بعد نقرة زر واحدة، و هذا ما يفسر دائمية الولوج إليها من قبل المبحوثين.

- الجدول رقم(22): يوضح استخدام المبحوثين لشبكات مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة المهنية حسب متغير السن و الخبرة المهنية.

- السؤال رقم(20): هل تستخدم شبكات مواقع التواصل الاجتماعي في ساعات العمل؟

الإجابات	نعم	لا	المجموع

المتغيرات		التكرار	نسبة %	التكرار	نسبة %	التكرار	نسبة %
الخبرة المهنية	أقل من 05 سنوات	04	21.1	03	15.8	**07**	100
	من 06 إلى 12 سنة	07	36.8	04	21.1	**11**	
	من 13 إلى 19 سنة						100
	أكثر من 20 سنة	00	00	01	5.2	**01**	
المجموع		**11**	**57.9**	**08**	**42.1**	**19**	**100**
السن	34-25	07	36.8	01	5.2	**08**	100
	44-35	04	21.1	06	31.7	**10**	
	45 فأكثر	00	00	01	5.2	**01**	
المجموع		**11**	**57.9**	**08**	**42.1**	**19**	**100**

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

يلاحظ المتأمل لنتائج الجدول رقم(21) من خلال متغير الخبرة المهنية أن:

المبحوثين أصحاب الأقدمية [06-12]، الذين أجابوا بـ نعم على السؤال أعلاه بنسبة 36.8%، بينما 21.1% منهم أجابوا بأنهم لا يستخدمون شبكات مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ساعات العمل.

أما بالنسبة لفئة ذوي أقدمية [أقل من 05 سنوات]، فكانت إجابتهم بـ نعم بنسبة 21.1%، فيما نفى 15.8% إجابتهم، بينما انعدمت الإجابات في كل من فئتي [13-19] و [أكثر من20 سنة].

بالنسبة لمتغير السن نجد أن نسبة إجابات المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من [25 – 34] تقدر بـ 36.8%، الذين أجابوا بـ نعم، و نفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ لا تقدر بـ 5.2%.

أما بالنسبة للذين تتراوح أعمارهم من [35–44] تقدر بـ 31.7%، للذين أجابوا بـ لا، و نفس الفئة التي كانت إجابتهم بـ نعم تقدر نسبتهم بـ 21.1%.

و في الأخير بالنسبة للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم [45– فأكثر[، تقدر نسبتهم بـ 5.2% الذين أجابوا بـ لا. فيما كانت النسبة منعدمة 00% للذين أجابوا بـ نعم.

نستخلص من خلال المعطيات الواردة في الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ساعات العمل تقدر بـ 57.9% بمجموع تكرار 11 من مجموع العينة و يعللون إجابتهم هذه بأنهم يستخدمونها لملأ وقت الفراغ أثناء العمل أو لمطالعة الأخبار الجديدة ولإثراء الرصيد المعرفي و تجميع المعلومات و التأكد من مصادرها كون وسائل الإعلام الحديثة أصبحت منصة إعلامية قائمة بدورها، إضافة إلى أن مهنة الصحافة تتطلب استخدام هذه المواقع حيث صارت مختلف المصالح و الهيئات الرسمية تروج من خلالها لنشاطاتها و أعمالها.

أما فيما يخص المبحوثين الذين نفوا استخدام هذه التكنولوجيا الجديدة قدرت نسبتهم بـ 42.1 % بمجموع تكرار 08 من العدد الكلي للعينة، و برروا إجابتهم بأن استخدام هذه المواقع قد يشتت انتباه و تركيز الصحفي أثناء تأديته لمهنته الصحفية، خاصة أن العمل في الإذاعة يحتاج إلى تركيز كبير أثناء التسجيل و التركيب، إضافة إلى ذلك أن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي صارت منبرا للأخبار الكاذبة و البروباغندا خاصة في الآونة الأخيرة، و عليه لا ينبغي استخدام هذه المواقع إلا لملأ وقت الفراغ فالأولوية للعمل بالدرجة الأولى.

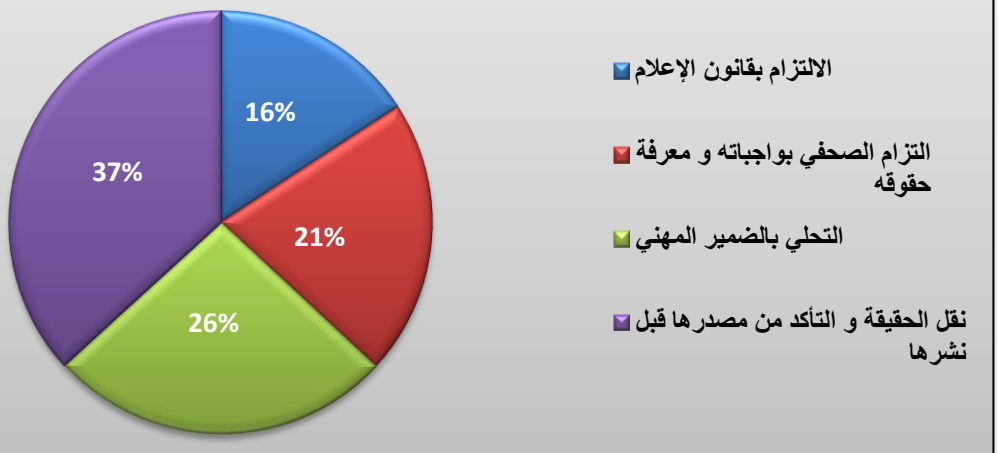
- **الجدول رقم(23): يوضح كيف يمكن للصحفي أن يحافظ على أخلاقيات مهنته في زمن الإعلام الجديد من خلال المبحوثين.**

- **السؤال رقم(21): في نظرك كيف يمكن للصحفي أن يحافظ على أخلاقياته المهنية في زمن الإعلام الجديد؟**

الاقتراحات	التكرار	النسبة%
الالتزام بقانون الإعلام	03	15.8
التزام الصحفي بواجباته و معرفة حقوقه	04	21.1
التحلي بالضمير المهني	05	26.3
نقل الحقيقة و التأكد من مصدرها قبل نشرها	07	36.8
المجموع	**19**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

الشكل رقم(15):يوضح كيف يمكن للصحفي أن يحافظ على أخلاقيات مهنته في زمن الإعلام الجديد من خلال المبحوثين



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان الموجه للعينة.

يوضح لنا الجدول أعلاه أن اقتراح نقل الحقيقة و التأكد من مصدرها قبل نشرها هو الذي يمكن الصحفي من حماية أخلاقياته المهنية في زمن الإعلام الجديد، بأكبر نسبة تقدر بـ 36.8% و بتكرار 07 من مجموع التكرارات و يرجع ذلك لاهتمام المبحوثين بنقل الحقائق و الأخبار من مصادر موثوقة لا غير. تليها نسبة 26.3%، للمبحوثين الذين أجابوا بأن الضمير المهني هو الأساس الذي تبنى عليه أخلاقيات الممارسة الإعلامية.

يأتي في المرتبة الثالثة المبحوثين الذين أجابوا بأن للحفاظ على أخلاقيات المهنة الصحفية لابد للصحفي أن يلتزم بواجباته و يطالب بحقوقه أثناء تأديته لمهنته الصحفية و قدرت نسبة الذين اختاروا هذا الاقتراح بـ 21.1%، من خلا توفر شروط العمل في المؤسسة التي يعملون بها.

و جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة 15.8% التزام الصحفي بقانون الإعلام، كون هذا الأخير هو من يحمي حقوق الصحفي من خلال مواده و قوانينه كما أنه أيضا من يعرف الصحفي بواجباته، فلا بد من احترام ما جاء به قانون الإعلام حتى تكون بيئة العمل سليمة و احترافية، مما يساهم أكثر في خلق جو ملائم لممارسة الصحفي الجزائري لأخلاقياته المهنية داخل المؤسسات الإعلامية المختلفة.

ثانيا: مناقشة النتائج الميدانية في ضوء الفرضيات:

تمهيـد:

لقد كشفت الدراسة التي قمنا بها حول واقع ممارسة أخلاقيات الممارسة الإعلامية في البيئة الاتصالية الجديدة في الجزائر و بالضبط في إذاعة المدية الجهوية كنموذج على نتائج ساهمت في الإجابة على التساؤلات المقترحة في الإشكالية وكذا الفرضيات و هي كالتالي:

1. **تؤثر الرقابة على أخلاقيات السلوك المعني أثناء ممارسة الصحفي الجزائري لمهنته**

2. .يحتل موضوع أخلاقيات الممارسة الإعلامية موقعا بارزا ضمن التشريع الإعلامي الجزائري.

3. يلتزم الصحفي الجزائري بتطبيق القوانين الإعلامية المنظمة لأخلاقيات مهنته ميدانيا.

4. تؤثر الميديا الجديدة على أخلاقيات المهنة و الإنتاج الصحفي.

نتائج الدراسة:

- **أخلاقيات الممارسة الإعلامية و العوامل المؤثرة فيها:**

انطلاقا من الفرضية الأولى: تؤثر الرقابة على أخلاقيات السلوك المهني أثناء ممارسة الصحفي الجزائري لمهنته.

والتساؤل الفرعي الأول: ماهي العوامل المؤثرة على أخلاقيات السلوك المهني أثناء ممارسة الصحفي الجزائري لمهنته؟

تحصلنا على النتائج التالية :

1. من خلال النتائج المحصل عليها نجد أن نسبة 68% من المبحوثين يؤكدون أن مفهوم أخلاقيات المهنة هو مجموعة المبادئ القانونية و المعايير الأخلاقية تنظم مهنة الصحفي بينما نجد نسبة 26 %من المبحوثين يرون أن مجموعة الحقوق و الواجبات القانونية التي يلتزم بها الصحفي.
2. يؤكد الإعلاميين بنسبة 47.36% أن التزامهم بالتشريع الإعلامي لا يحد من حريتهم الإعلامية بينما نسبة 36.85% ترى أن التشريعات الإعلامية تحد من حرية الصحفي
3. يؤكد 68% من المبحوثين أن هناك قيود تكبح للصحفي في مجال الصحافة بينما 32% منهم يرون عدم وجود قيود تكبحهم من ممارسة مهنتهم.

4. يؤكد المبحوثين بنسبة 58% أنهم يعانون من الرقابة في الميدان الإعلامي و هذا راجع لعوامل خاصة بالإذاعة أو السياسة العامة أو القانون العام أو للظروف التي يعيشها الصحفي في حين يرى نسبة من المبحوثين 42% يرون أنهم لا يعانون من الرقابة التي تمس بأخلاقيات ممارسة الصحفي لمهنته.
5. يؤكد المبحوثين أن تعرضهم للرقابة القانونية العمومية بنسبة 58% و بالرقابة الأخلاقية الذاتية بنسبة 42% و يرجع ذلك إلى أن الرقابة القانونية تقرها التشريعات الإعلامية و على الصحفي التقيد بها.
6. يتضح لنا أن نسبة 73.68% من المبحوثين لم يتحصلوا على هبات مالية وهدايا كتحفيز لهم لتقديم خدمات إعلامية و يرجع ذلك إلى التزام الصحفي في الجزائر بالاستقلالية.

أخلاقيات الممارسة الإعلامية من خلال التشريع الإعلامي الجزائري:

انطلاقا من الفرضية الأولى و الثانية:

- يحتل موضوع أخلاقيات مهنة الصحافة المكتوبة موقعا بارزا ضمن التشريع الإعلامي الجزائري.
- يلتزم الصحفي الجزائري بتطبيق القوانين الإعلامية المنظمة لأخلاقيات مهنته

ميدانيا.

و انطلاقا من التساؤلات:

- ما هو موقع أخلاقيات مهنة الصحافة ضمن التشريع الإعلامي الجزائري؟
- هل يلتزم الصحفي الجزائري بتطبيق القوانين الإعلامية المنظمة لأخلاقيات مهنته؟

تحصلنا عل النتائج التالية:

1. أكد المبحوثين على أن قانون الإعلام 2012 عادل بنسبة 47.36 % كما يعتبره بعضهم أنه مبهم بنسبة 21.05% لكن بنسبة 15.78% يرون أنه ناقص.
2. يؤكد بنسبة 52.5 %من عينة البحث على سلبية مضمون قانون 2012 نوعا ما تجاه موضوع أخلاقيات المهنة الصحفية، بينما اعتبره بعض المبحوثين سلبي جدا بنسبة 31.6%.
3. اتضح لنا أن المبحوثين يساندون فكرة ميثاق أخلاقيات المهنة و أنه مقبول بنسبة73.7 %و مقبول بتحفظ بنسبة 21.1 %في حين رفض الفكرة أساسها بنسبة 5.2% .
4. يتضح لنا أن نسبة 47.4% من المبحوثين يلتزمون أحيانا بميثاق الواجبات التي أقرها المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية في حين تتقارب أرائهم فيما يخص غالبا و دائما بنسبة 26.3% و 15.8% على التوالي.
5. أكد المبحوثين على لواجب أكثر التزاما به هو احترام الحقيقة مهما كانت التبعات التي تلحق بها بنسبة 47.4 % بينما اعتبر منهم يجب الدفاع على حرية الإعلام والرأي والتعليق و النقد بنسبة 26.3 % ، و احترام الحياة الخاصة وحقهم في رفض التشهير بهم عن طريق الصورة بنسبة 21.1%، وواجب نشر المعلومات المتحقق منها و حقهم في الرفض على التوالي بنسبة 5.2%.

6. سجل المبحوثين نسبة 47.4% منهم أكد على حماية المجلس الأعلى لأخلاقيات مهنة الصحافة حقوق الصحفي الجزائري بينما سجلت 26.3% غالبا، أما دائما فقدرت بـ 10.5%، في حين اعتبرته نسبة 15.8% نادراً و نسبة 00 %أبدا.
7. اعتبرت نسبة 42.1 % من المبحوثين على احترام المنتوج الصحفي و الوفاء لمضمونه هو الحق الأكثر حماية من طرف المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية، و بينما اعتبر منهم بنسبة 31.6% حق الاعتراف له بحق التأليف والاستفادة منه في حين يرى بعضهم أنه حق التمتع بالشروط الإجتماعية و المهنية الضرورية لممارسة المهنة بنسبة 15.8% و جاء في المرتبة الأخيرة حق الصحفي في الاستفادة من تكوين متواصل و تحسين مؤهلاته المهنية.
8. يرى المبحوثين أن موضوع أخلاقيات المهنة الصحفية موضوع إيجابي بنسبة 52.5% بينما أجاب 26.4 % منهم و أكدوا على سلبيته و بقية المبحوثين بنسبة 21.1% اعتبروه موضوع غامض.

أخلاقيات المهنة و الإعلام الجديد:

انطلاقا من الفرضية الرابعة:

تؤثر الميديا الجديدة على أخلاقيات المهنة و الإنتاج الصحفي....

والتساؤل الرابع:

ماهو تأثير الإعلام الجديد على أخلاقيات المهنة الصحفية؟

تحصلنا على النتائج التالية :

1. **يرى المبحوثون أن تأثير وسائل الإعلام الجديدة على موضوع أخلاقيات المهنة الصحفية إيجابي بنسبة 73.7%، في حين 26.3 % منهم رأوا بأنها تؤثر سلبا على الموضوع.**
2. **63.1% من المبحوثين يستخدمون شبكات مواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية دائما، بينما 31.6% منهم أحيانا ما يستخدمونها.**
3. **استنتجنا أن 57.9% من المبحوثين يستخدمون شبكات مواقع التواصل الاجتماعي أثناء ساعات العمل لعلاقة هذه المواقع بالطبيعة المهنية للصحفي، في حين نسبة 42.1% من المبحوثين لا يستخدمون هذه المواقع إلا في أوقات الفراغ لأن العمل الصحفي خاصة في الإذاعة يتطلب تركيزا كبيراً.**
4. **استخلصنا أن نسبة 36.8% من المبحوثين يرون أن نقل الحقائق و التأكد من مصدرها قبل نشرها هو الحل الأمثل للحفاظ على أخلاقيات الممارسة الإعلامية و يرجع ذلك في الغالب لسياسة المؤسسة التي يعمل بها المبحوثون. بينما 26.3% منهم أجابوا بأن التحلي بالضمير المهني هو الحل الأنسب للحفاظ على تجربة مهنية مثالية، في حين اختار البعض منهم التزام الصحفي بواجباته و معرفة حقوقه و الالتزام بقانون الإعلام بنسبة 21.1% و 15.8% على التوالي.**

اقتراحات الدراسة:

في ضوء نتائج الدراسة التطبيقية التي تم إعدادها و ما أفرزته من معطيات و دلائل، يمكن الخروج بمجموعة من الاقتراحات، و هي كالتالي:

1. **سن قوانين تضبط أخلاقيات الممارسة الإعلامية في ظل وسائل الإعلام الجديدة.**
2. **تقديم رؤية واضحة لأخلاقيات المهنة الصحفية من خلال مشاركة الصحفيين العاملين في هذا النوع الإعلامي الجديد لهذه الرؤية و المقترحات.**
3. **إجراء دورات تكوينية للصحفيين العاملين بالمؤسسات الإعلامية و المواقع الالكترونية مختصة بأخلاقيات المهنة الصحفية.**
4. **تدريس مقياس الصحافة الالكترونية و خاصة محور أخلاقيات الصحافة الالكترونية في الجامعات و الكليات الإعلامية من خلال استقدام مناقشة نماذج عالمية و محلية و عمل مقارنة بينهم.**
5. **تسهيل الوصول إلى مصدر المعلومة حتى يتسنى للصحفي نقلها بكل دقة و موضوعية و شفافية، و مراعاة أخلاقيات الممارسة الإعلامية، و بذلك عدم انتهاك خصوصية الأفراد و كرامتهم.**
6. **ضرورة تحلي الصحفيين بالمسؤولية الاجتماعية و المعايير المهنية و الأخلاقية اتجاه المجتمع و الرأي العام.**
7. **إجراء دراسات علمية متخصصة حول الموضوعية و المصداقية و جرائم النشر في المواقع الإخبارية الجزائرية.**
8. **مراعاة عدم التسرع في نقل الأخبار و المعلومات للجمهور مع مراعاة التفاصيل الآتية "الموضوعية، الدقة، الشمولية، التوازن و التضخيم" و الاهتمام بشكل أكبر في معالجة قضايا الفساد.**

من خلال ما سبق يتضح أننا نعيش حالة من الفوضى في ميدان الصحافة إذا جاز التعبير في ظل التطبيقات الجديدة للإعلام و ظهور صحافة المواطن و المدونات و مواقع التواصل الاجتماعي و اندماج المواطن الصحفي مع الصحفي المحترف، فقانون الإعلام الجزائري لعام 2012 لم يدرج الحركات الإعلامية الجديدة و لم يشر إلى كيفية تعامل الصحفيين معها، لذلك لابد أن تكون هناك أخلاقيات إعلامية عامة للجميع انطلاقا من مفهوم المسؤولية الاجتماعية و ذلك من خلال إسراع العاملين في الصحافة الالكترونية في الجزائر إلى وضع ميثاق شرف خاص بها، يحدد المقبول و غير المقبول فيها، رغم أن مجمل الحقوق التي يطالب بها الإعلاميون في البيئة التقليدية تنطبق على العاملين في البيئة الجديدة سواء أكانت حقوق مهنية أو سياسية أو ثقافية أو مادية أو معنوية، فضلا عما تضيفه عليهم البيئة الجديدة من حقوق لا يتمتع بها الإعلاميون في البيئة التقليدية مثل حرية التعبير و حرية الوصول إلى مصادر المعلومات و الحق في التواصل التفاعلي و الفوري مع جمهورهم و غيرها. و رغم أن قانون الإعلام الجزائري قد خصص بابا كاملا حول وسائل الإعلام الالكترونية إلا أنه لم يعط تصنيفا واضحا للحركات الإعلامية الجديدة مثل المدونات و شبكات التواصل الاجتماعي و تحرير الصور و مواقع صحافة المواطن و غيرها، و لم يشر إلى كيفية تعامل الصحفيين معها، إذ لم تعد أخلاقيات الإعلام التقليدي تتماشى مع مستجدات البيئة الاتصالية الجديدة ما استدعى ضرورة وضع ميثاق شرف إعلامي جديد ينص على حقوق و واجبات العاملين في الإعلام الالكتروني. نرى بعد كل هذا أن ملف أخلاقيات الممارسة الإعلامية قد فشل من باب الممارسة و ليس على مستوى النصوص التشريعية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولا: القرآن الكريم:

1. **سورة الشعراء: الآية رقم137.**

2. **سورة القلم: الآية رقم4.**

ثانيا: المعاجم:

3. **الحفي عبد المنعم، المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة، ط3، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2000.**

4. **حسيبة مصطفى، المعجم الفلسفي، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2009.**

5. **سيد أحمد طارق، معجم مصطلحات الإعلام انجليزي–عربي، دار المعرفة الجامعية، 2008.**

ثالثا: الكتب:

6. **أحمد خليل صابات، الصحافة رسالة و استعداد و فن و علم، القاهرة، دار المعارف، ط2، د.ت.ن.**

7. **إسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفي بين التجديد و التطبيق، دار الفجر، القاهرة، 1998.**

8. **الجواد فيصل مفتاح، منهجية البحوث والرسائل العلمية، (دراسة منهجية لكتابة البحوث الجامعية لرسائل الماجستير والدكتوراه في شعبتي الأدبيات واللغويات)،جامعة قاريونس، ليبيا، د.س.ن.**

9. الدليمي عبد الرزاق ، الإعلام الجديد و الصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2011.

10. الشمالية ماهر، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع، عمان، 2015.

11. الشمالية ماهر عودة، أخلاقيات المهنة الإعلامية، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع، عمان، 2015.

12. الفلاحي حسين علي، الإعلام التقليدي و الإلكتروني، دار غيداء، عمان، 2003.

13. الكافي مصطفى يوسف، قضايا إعلامية معاصرة، دار الإعصار العلمي، عمان، 2016.

14. باشيوة عبد الله، البحث العلمي– مفاهيم، أساليب، تطبيقات، دار الورق للنشر و التوزيع، الأردن، د.س.ن.

15. بسام عبد الرحمن مشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2012.

16. بلقاسم سلاطنة، الجيلالي حسان، أسس البحث العلمي، ط2، الجزائر، د.س.ن.

17. تواتي نور الدين، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، ط1، 2008.

18. حسام الدين محمد، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية، القاهرة، 2002.

19. رزاقي عب العالي، مهنة الصحفي المحترف (التجاوزات في الممارسة المهنية)، دار الهومة للطباعة و النشر، الجزائر، 2013.

20. رزاقي عبد العالي، مهنة الصحفي المحترف لقوانين و أخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية، دار الهومة، الجزائر، 2013.

21. ذيبان سامي، الصحافة اليومية و الإعلام الحديث في النظرية و التطبيق، دار المسيرة، بيروت، 1987.

22. شفيق محمد، البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث،القاهرة، 1998.

23. صبري أبو فريحة ميرال، المسؤولية الاجتماعية في الممارسات الإعلامية المحددات السياسية– الاجتماعية– الاقتصادية– الثقافية بحرية الصحافة، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2013.

24. عبد اللطيف حمزة، أزمة الضمير الصحفي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1960.

25. علاء الدين أبو النجف، النقابات المهنية في العالم، دار الأنوار للنشر و التوزيع، عمان، 1983.

26. موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية(ترجمة بوزيد صحراوي)، دار القصبة، الجزائر، 2006.

27. مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.

28. هاتلنرج جون، ترجمة كمال عبد الرؤوف، أخلاقيات الصحافة، منافسة علمية للقواعد الأخلاقية للصحافة كما حددتها جمعية رؤساء التحرير الصحف الأمريكية، القاهرة، الدار العربية للنشر و التوزيع، د.س.ن.

رابعا: المذكرات و الرسائل:

29. البدري قيس مسعود، مدى التزام الصحافة المطبوعة و صحافة الانترنت بالمعايير المهنية من وجهة نظر الجمهور الكويتي، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2011-2012.

30. إسماعيل مرازقة، الاتصال السياسي في ظل التعددية السياسية والإعلام، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1999

31. حمدي محمد فاتح، استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009-2010.

32. معيزي أمال، التشريع الإعلامي الحديث في الجزائر و أثره على الممارسة المهنية للصحفيين-دراسة مسحية للنصوص التشريعية و مواقف الصحفيين- مذكرن مكملة لشهادة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 03، 2014-2015.

33. مغزي سمية، أمينة حليمة سالم، أخلاقيات ممارسة الصحافة المكتوبة في الجزائر، مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2015-2016.

خامسا: القوانين و المنشورات:

34. التعليمة الرئاسية رقم: 17 الصادرة في: 1997/11/13.

35. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون الإعلام الجزائري 1982.

36. -الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: ميثاق أخلاقيات المهنة للصحفيين الجزائريين، بيان الحقوق والواجبات، الجزائر 13 أفريل2003.

37. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية الجريدة الرسمية، القانون المتعلق بالإعلام 2012، العدد 02، 12 جانفي 2012.

سادسا: المواقع الالكترونية:

38. الموقع الالكتروني: www.djazaires.com ، تاريخ الولوج: 02-06- على 21:15سا.

39. الحمامي صادق، الصحفيون و أخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية، www.jadeedmedia.com ، تاريخ الولوج: 18-04-2021 على 18:15سا.

الملاحق

جامعة د يحي فارس

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم الإعلام و الاتصال

استمارة استبيان حول موضوع

" أخلاقيات الممارسة الإعلامية في البيئة الاتصالية الجديدة "

في إطار التحضير لمذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص السمعي بصري، يشرفنا أن نتقدم إليكم بهذه الاستمارة التي نهدف من خلالها إلى التعرف على واقع أخلاقيات الممارسة الإعلامية في البيئة الاتصالية الجديدة.

- **ملاحظة:**

الرجاء منكم الإجابة عن هذه الأسئلة بدقة و موضوعية من خلال وضع علامة (x) في الخانة المناسبة و نحيطكم علما أن معلوماتكم ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

إعداد الطالب:

ابراهيمي أسامة

إشراف الأستاذ:

هناد نسيم

السنة الجامعية: 2020 /2021

البيانات الشخصية:

1- الجنس:

ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن:

25 إلى 34 سنة ☐ 35 إلى 44 سنة ☐

أكثر من 45 سنة ☐

3- المستوى التعليمي:

جامعي ☐ شهادة معادلة ☐

4- الخبرة المهنية:

أقل من 05 سنوات ☐ من 06 إلى 12 سنة ☐

من 13 إلى 19 سنة ☐ أكثر من 20 سنة ☐

المحور الثاني: أخلاقيات المهنة الصحفية

5- ماذا يعني لك مفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية ؟

- مجموعة مبادئ قانونية و معايير أخلاقية تنظم مهنة الصحفي ☐
- مجموعة الواجبات التي يلتزم بها الصحفي قانونيا ☐
- مجموعة الحقوق التي تكفل ممارسة الصحفي قانونيا ☐

6- هل التزام الصحفي الجزائري بالتشريعات الإعلامية يحد من حريته الإعلامية ؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

- إذا كانت الإجابة بنعم، لماذا؟ .....

.....

7- هل هناك قيود تكبح الصحفي من ممارسة حريته الإعلامية ؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت الإجابة بنعم، حدد هذه القيود: .....

.....

8- هل يعاني الصحفي الجزائري من الرقابة في الميدان الإعلامي ؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت الإجابة بنعم، ما نوع هذه الرقابة

- أخلاقية ذاتية ☐
- قانونية عمومية ☐

9- هل سبق و أن تحصلت على هبات مالية أو هدايا كتحفيز لتقديم خدمات إعلامية لأشخاص تعرفهم ؟

دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

المحور الثالث: أخلاقيات المهنة من خلال التشريع الإعلامي الجزائري:

10 ما هو تقييمك لقانون الإعلام 2012؟

واضح ☐ مبهم ☐ شامل ☐ ناقص ☐ منصف ☐

11 في نظرك هل ترى أن مضمون قانون الإعلام 2012 سلبي تجاه موضوع أخلاقيات المهنة الصحفية ؟

نعم ☐ نوعا ما ☐ لا ☐

في حالة الإجابة بنعم، **ماهي المظاهر السلبية ؟**

- الصياغة الغامضة لمواده التي تقوم على أكثر من معنى ☐
- عدم تجديد حقوق و واجبات الصحفي بوضوح ☐
- أكثر مواده نقابية ☐

12 ما هو موقفك من ميثاق أخلاقيات و قواعد المهنة للصحفيين الجزائريين ؟

مقبول ☐ غير مقبول ☐ مقبول بتحفظ ☐

13 هل يلتزم الصحفي الجزائري باحترام ميثاق الواجبات التي أقرها المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية ؟

أبدا ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ دائما ☐

14 في اعتقادك ما هي الواجبات التي ينبغي للصحفي الالتزام بها ؟

- احترام الحقيقة مهما كانت التبعات التي تلحق بها ☐
- الدفاع عن حرية الإعلام و الرأي ☐
- احترام الحياة الخاصة للأفراد و حقهم في رفض التشهير بهم عن طريق الصورة ☐
- نشر المعلومات المتحقق منها فقط و حقهم في الرفض ☐

15 هل يحمي المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية حقوق الصحفي حسب ما جاء به الميثاق ؟

أبدا ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ دائما ☐

16 ماهي الحقوق الأكثر حماية ؟

- التمتع بالشروط الاجتماعية و المهنية الضرورية للممارسة المهنية ☐
- الاستفادة من تكوين متواصل و تحسين مؤهلاته المهنية ☐
- الاعتراف بحق التأليف للصحفي و الاستفادة منه ☐
- احترام المنتوج الصحفي ومضمونه ☐

17 ماهو تقييمك لموضوع أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الجزائر انطلاقا من المؤسسة التي تعمل بها ؟

إيجابي ☐ سلبي ☐ غامض ☐

المحور الرابع: أخلاقيات المهنة و الإعلام الجديد:

18 كيف ترى تأثير وسائل الإعلام الجديدة على أخلاقيات المهنة الصحفية ؟

إيجابي ☐ سلبي ☐

لماذا؟.....

.....

19 هل تستخدم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في حياتك اليومية؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

20 هل تستخدم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في ساعات العمل؟

نعم ☐ لا ☐

لماذا؟.....

.....

.....