جامعـــة عمـــــار ثلجيي بالأغـــواط

كليـة العلـوم الإنسانيـة و الإسلامية والحضارة

قســـم علـــوم الإعلام و الإتصـــال

تخصص اتصال وعلاقات العامة

أخلاقيات المهنة عند القائم بالاتصال لدى المؤسسات الإعلامية وأثرها على الممارسة الإعلامية

– دراسة ميدانية على صحفي إذاعة الجزائر من الأغواط –

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

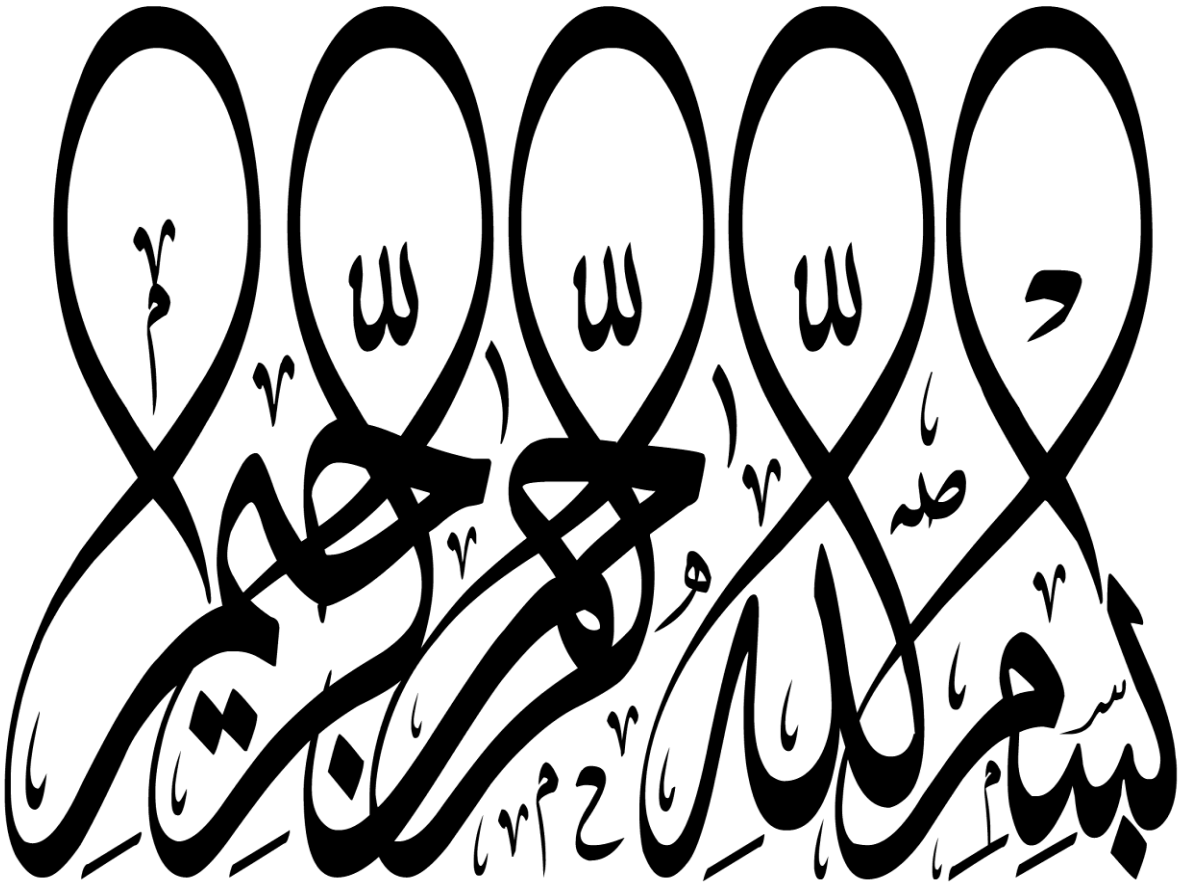
إعـــداد الطالبين:

- موسى غويرق
- محمد الأمين طاسي

إشـــراف الأستـــاذ:

سليم معيزة

الموســـــــم الجامعـــــي 2018/2017


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر و عرفان

الحمد لله سبحانه وتعالى الذي وفقنا لانجاز هذا البحث ويسّر السبيل إليه وهدانا

إلى طريق العلم لخدمة بلدنا والأمة جمعاء وبعد.

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير للأستاذ الفاضل سليم معيزة

الذي اشرف على هذا العمل ومتابعته الجادة وقر ائته العلمية الدقيقة لمراحل انجاز البحث. كما نشكر الأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بقبول مناقشة مذكرتنا

ولا يفوتنا أن نشكر كل من دعمنا وساعدنا في انجاز البحث

كما نشكر طاقم الإذاعة من صحفيين ومراسلين الذين لم يبخلوا علينا معلوماتهم.

وفي الأخير لا يسعنا إلا أن ندعو الله عز وجل أن يرزقنا الرشاد،والعفاف والغنى وأن يجعلنا هداة مهتدين .

- موسى خويرق
- محمد الأمين طاسي

إهداء

إلى من يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك...الله جل جلاله.

إلى سيدي الخلق رسولنا الكريم سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم صاحب المقام المحمود والحوض المردود الشافع المشفع وعلى آله وأصحابه أجمعين.

أما بعد:

تذبل الورود وتزهر... وتختفي الشمس وتظهر... وتبقى غلاوتها ولا تفنى والتي غمرتني بحنانها وزودتني بعطفها وكرست لي كل وقتها وجهدها ورافقتني خطوة بخطوة إلى أول من نطق به لساني "أمي الحبيبة"

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار... إلى من علمني العطاء بدون انتظار...إلى من أحمل اسمه بكل افتخار...أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار وستبقى كلماتك نجوم أهتدي بها "أبي الغالي"

إلى أقرب وأحب الناس إلى من ترعرعت في وسطهم خوالي

وإلى كل الأصدقاء

إلى كل من قام بمساعدتي في إنجاز هذا العمل المتواضع إلى كل من كانت له صلة بي حفظته ذاكرتي ونسيه قلمي

محمد الأمين

إهداء

الحمد لله والصلاة والسلام على رسوله المصطفى الهادي البشير وعلى آله وصحبه الكرام،

اللهم لك الحمد حمد الرضا على نعمتك وعلى توفيقك لي وعلى تحقيق هدفي.

إلى أول من نطق اللسان بها وإلى أول من أوصاني بها المولى عز وجل خيرا إلى من أنزل فيهم آيات تتلى في كتابه وقضى ربك ألا تعبدوا إياه وبالوالدين إحسانا و أوصانا فيهم رسول الله بالبر بهما والاحسان إليهما.

إلى نبع الحنان أمي الى من أرشدتني الى الطريق الصحيح والي بفضلها كان يشع النور

إلى من واجه المصاعب من اجلنا، الى من كان ذخري في العلم وفخري في الدنيا أبي حفظه الله ورعاه

إلى الزوجة الكريمة

وإلى كل العائلة

إلى كل الأصدقاء

إلى كل من قام بمساعدتي في انجاز هذا العمل المتواضع الى كل من كانت له صلة بي حفظته ذاكرتي ونسيه قلمي

موسى

مقدمة

أصبحت المؤسسات الإعلامية في القرن الحادي والعشرين شبكات اتصال ضخمة تتصارع داخلها المصالح، كما أن كل مؤسسة هي في حد ذاتها نظام معقد للسلطة والنفوذ والمراكز، وحينما ندرس ما يحدث داخل الجريدة أو محطة الإذاعة أو محطة التلفزيون نشعر بالدهشة من مدى تعقد وتشابك أعمالها. ففي داخل تلك المؤسسات الإعلامية تتخذ يوميا بل وفي كل دقيقة قرارات مهمة وخطيرة ونظرا لأهمية تلك القرارات بالنسبة للجماهير يجب أن نعرف الأسلوب الذي يتم بمقتضاه اتخاذ القرارات والمركز أو المتطلب الذي تنفذ فعلا تلك القرارات وطبيعة القائم بالاتصال والأمور التي تؤثر على اختيار المواد الإعلامية والقيم والمستويات التي يعتنقها القائمون بالاتصال.

والواقع أنه من الصعب علينا أن نفسر السبب في إهمال الباحثين حتى وقت قريب لدراسة ما يحدث داخل المؤسسات الإعلامية ودراسة القائمين بالاتصال وعلينا أن نعترف عند تحديد تأثير الرسالة الإعلامية بأن القائم بالاتصال لا يقل أهمية من ممون الرسالة، ليس معنى هذا أن الباحثين لم يكتبوا عن رجال الإعلام القدامى، فالواقع أن تاريخ الصحافة حافل بتاريخ حياة إعلام الصحافة، كذلك تقوم الجامعات بتدريس ما يحدث داخل المؤسسة الإعلامية أو أسلوب عملها لطلبة الإعلام ولكن الذي نقصده هنا القيام بتحليل وسائل الإعلام كمؤسسات لها وظيفة اجتماعية ودراسة دور ومركز العامل بالمؤسسة الإعلامية أي الصحفي، والظروف أو العوامل التي تؤثر على اختيار مضمون الرسالة الإعلامية.

فقد تصدر موضوع الأخلاق الإعلامي في السنوات الأخيرة في الجزائر إلى الواجهة، وحظي باهتمام مميز سواء في المؤسسات الإعلامية أم لدى المنظمات المجتمع المدني وانطلقت ورشات ودورات تدريبية في حملات توعية على هذا الموضوع وضرورة إعطائه الأهمية التي يستحقها.

كذلك أخذ هذا الموضوع أحجاما لم يعرفها من قبل في الدول الغربية، التي تنعم أساسا بقسط كبير من الحريات الإعلامية وحيث تحظى وسائل الإعلام بجمهور واسع وسلطة حقيقة.

إذ ظهرت الحاجة الملحة لتدريس المهنة وتشجيع ممارستها على أساس قيم أخلاقية وبعدها تبين أن تطبيق هذه القيم هو عنصر أساسي لنجاح وسائل الإعلام في أداء دورها وللحفاظ على مستواها المهني، وقد ظهر بوضوح أن غياب القيم الأخلاقية شرع المهنة كل من أمام أبواب الفساد الممكنة وأضعف ثقة الناس بها.

كما تبين أن الحرية وإن كانت أساسية لوجود صحافة مسؤولية غير أنها ليست وحدها فهي تتحول إلى فوضى وتهدد مهنة الصحافة كما تسيء المجتمع عموما إذا لم يلتزم الإعلاميون بقيم مبدئية تنظم عملهم وممارستهم، فالالتزام بهذه القيم يحد من جنوح الفرد وأهواله من ناحية ويحمي من الإغراءات التي تعترض طريقه من ناحية ثانية.

وقد ظهر عدد كبير من الكتب والمنشورات لا سيما بعد قانون الإعلام 2012 تعالج هذا الموضوع وترسخ هذا التوجه في العلوم الإعلامية.

والقناعة السائدة أن موضوع الأخلاق الإعلامية هذا يشكل تحديا ورهانا للمجتمع ولا مبالغة في القول أن مستقبل وسائل الإعلام يكمن في الحفاظ على رسالتها وعلى موقعها كسلطة مستقلة ولا يتحقق لها ذلك إلا من خلال التمسك بأخلاق عالية تبعد عنها الإغراءات المتعددة.

وانطلاقا من هنا الدافع الرئيسي لهذه الدراسة هو الغوص في موضوع الأخلاق الإعلامي لتحديد أطرها ومفاهيمها العامة، ومن ثم مقاربة الواقع الجزائري من خلال دراسة ميدانية تحاول استطلاع الرأي مفاهيم والقيم السائدة عند الصحافيين الجزائريين في هذا المجال ومعرفة كيفية تعاطي هؤلاء مع المهنة من زاوية المبادئ الأخلاقية العامة لمهنة الصحافة.

ولكن كيف يضع هؤلاء الصحفيون الأخبار؟ وما هي الإلتزامات المهنية أو (الأخلاقيات) التي يقرضها القائم بالاتصال على نفسه وما هي طبيعة السيطرة البيروقراطية التي تفرض نفسها عليه من قبل المؤسسة التي يعمل في إطارها؟

ومن هنا كانت رؤيتنا للخطة كالآتي:

- وقد احتوى الفصل الأول على الإطار المنهجي للدراسة
- أما الفصل الثاني فقد كان الحديث فيه حول صلب الموضوع وقد تم تقسيمه إلى 3 مباحث :
- المبحث الأول حول أخلاقيات المهنة وقد وزع هذا المبحث إلى 3 مطالب:

-المطلب الأول : نشأة أخلاقيات المهنة و مفهومها

- المطلب الثاني : قواعد السلوك المهني
- المطلب الثالث : أخلاقيات الصحافة ووسائل الحصول على المعلومات

- أما المبحث الثاني فكان كالآتي ماهية القائم بالاتصال وتطرقنا فيه أيضا الى3 مطالب:

- المطلب الأول : مفهوم القائم بالاتصال
- المطلب الثاني : مسؤوليات القائم بالاتصال و الشروط الواجب توفرها فيه
- المطلب الثالث : العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال

- بنسبة للمبحث الثالث فتمحور حول أخلاقيات العمل الإذاعي في التشريع الإعلامي الجزائري فكان تقسيمه إلى 3 مطالب:

- المطلب الأول : أخلاقيات المهنة من خلال قوانين 1982-1990
- المطلب الثاني : أخلاقيات المهنة من خلال القانون العضوي 2012
- المطلب الثالث : أخلاقيات المهنة من خلال القانون السمعي البصري 2014

-وفي أخر فصل ختمناه بملخص شامل للفصل.

- أما الفصل الثالث دار حول الإطار التطبيقي وقد تضمن هذا الفصل اختيار أسئلة الاستبانة وتحكيمها من طرف الأساتذة و توزيعها على المبحثين و أخيرا تحليل الإجابات و توزيعها في جداول و أخيرا نتائج العامة للدراسة و الملخص،الخاتمة.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

إشكالية الدراسة :

يرتبط تطور العمل الإعلامي وارتقاء مستوى حرية التعبير في الديمقراطيات الحديثة بمدى حجم الحرية المتاحة للعاملين في هذا المجال الحسا من جهة وبمدى توافر الظروف المهنية الملائمة لمزاولة نشاطهم الإعلامي من جهة أخرى للصحفيين الجزائريين، وتضافر عوامل عدة أضرت بممارسة المهنة في غياب أطر قانونية ونقابية تحمي حقوقهم وتنظم دفاعهم عن مكتسباتهم التي أفرزتها التعددية الإعلامية.

فقد كشفت بعض الاستطلاعات التي أجريت في هذا السياق عن الصحفيين الجزائريين من مضمون قانون الإعلام لعام 1990 الذي اعتبروه قانونا لمعاقبة الصحفي وليس لحمايته بسبب عدم تطبيق العديد من البنود الإيجابية فيه، كتجميد مهام المجلس الأعلى للإعلام بعد سنتين، برغم منحه العديد من الصلاحية لتنظيم المهنة، والمماثلة بين جنحة الصحافة وجنحة الحق العام التي كرسها قانون العقوبات، اضافة إلى تقييده حرية الصحافة والتعبير من خلال عبارات اتسمت بالشمولية وإمكانية التأويل، ما يعني أن الصحفيين عملوا لوقت طويل في إطار قانون إعلام لم تنفذ جميع بنوده، وتعرضوا للكثير من المتابعات القضائية ولعقوبة الحبس قبل أن يقرر إلغاءها عام 2011.

ويعتبر قانون الاعلام الجديد في يناير 2012، احدى نتائج الاصلاحات التي بدأت الدولة بإنجازها في العديد من القطاعات. وقد أفرد القانون حيزا واسعا للحديث عن واجبات الصحفيين وحقوقهم في الباب السادس وتطرق في الفصل الثاني إلى آداب المهنة وأخلاقياتها من المادة (92 إلى المادة 99) بينما استحدث سلطتي ضبط لتنظيم الصحافة المكتوبة والإعلام السمعي والسمعي البصري.

تعد بيئة العمل المحيطة بالصحفي داخل مؤسسة الإعلامية وخارجها أحد الأسباب المؤثرة في مستوى أدائه الوظيفي على عزار باقي المهن الأخرى، كما أكدت الكثير من الدراسات التي أجريت

لمعرفة العوامل فإن متطلبات العمل الصحفي الناجح تتطلب العمل على جانبين مهمين المادي للمؤسسة الذي يضمن وجودها واستمرارها.

غير أن الصحفيين المطالبين بالحرية ورفع القيود السياسية أو القانونية، مطالبون أيضا باحترام قيم المجتمع الذي يتمون إليه، وأخلاقيات ممارسة مهنتهم بغض النظر عن العوائق والصعوبات المهنية التي تواجههم كما أن النسيج الاجتماعي الذي يعمل فيه الصحفي في اطاره كثير ما يرسم له حدود ما يتناوله من أحداث، والمجتمع يلعب دورا مهما في إرساء القوانين خاصة عندما يتعلق الأمر بالحياة الخاصة للأفراد مثلا، أين ينبغي للصحفي تحمل تبعات ونتائج ما ينشره في هذا السياق ليس من جانب قانوني فقط ولكن من جانب أخلاقي أيضا.

لذلك فإنه إذا كانت المصداقية أهم رصيد يملكه الصحفي (القائم بالاتصال بصفة عامة) فإن الدقة في نقل الخبر والمعلومة هي أفضل طريقة لحماية ذلك الرصيد.

أخلاقيات مهنة الإعلام تكتسب أهمية خاصة بالمقارنة مع أي مهنة أخرى لأهمية رسالتها في مخاطبة الإنسان ودورها الكبير في تشكيل قيمه واتجاهاته، فالصحافة لها وظيفة لا يمكن إغفالها، وهي تلعب دورا كبيرا في توجيه الرأي العام عن طريق نشر المعلومات والأفكار الناضجة، ووظيفتها تنسجم مع طبيعتها، كما قال أحد اعلام الصحافة "فالصحافة ليست حرفة كسائر الحرف، بل هي أكثر من مهنة، وهي ليست صناعة، وهي شيء بين الفن والعبادة، والصفيون خدم عموميون غير رسميين هدفهم الاول العمل على رقي المجتمع تنطوي على تفان في العمل، ووعي بأهمية قضاياه بعيدا عن المصالح الشخصية أو الفئوية.

وفي الجزائر أثبتت الممارسة الإعلامية أنه ينبغي وضع ميثاق وطني لأخلاقيات المهنة للحد من أخطاء الصحفية، وإلا أصبحت الأخطاء تجاوزات قانونية وقاعدة للممارسة الإعلامية. وقد وضعت النقابة الوطنية المستقلة للصحفيين الأرضية لميثاق أخلاقي وطني للصحافة من خلال يوم دراي نظم

في قصر الثقافة (مفدي زكريا) في العاصمة يوم 22 فبراير 1999، حيث خلص المشاركون إلى ضرورة الاعتماد على التجربة الأوروبية في هذا المجال، وتكييفها مع المعطيات الاجتماعية السياسية والثقافية الجزائرية، مع ضرورة انشاء هيئة مراقبة تتمثل في مجلس لأخلاقيات المهنة يعمل على إلزام الصحفيين بالامتثال للميثاق الذي تمت المصادقة عليه في 13 افريل 2000.

وتبحث هذه الدراسة في مدى احترام أخلاقيات المهنة من طرف القائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية (الإذاعة) مفترضين أن جودة الأداء المهني ونجاعة المضمون الذي يقدمه القائم بالاتصال عبر مختلف وسائل الإعلام (الإذاعة خاصة) نابعتان من أخلاقية إنسانية تتعزز أهمية الالتزام بها عندما يتعلق الأمر بمضمون الرسالة الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام بصفة عامة لجماهيرها.

وعليه نخلص إلى طرح التساؤل الآتي:

- **إلى أي مدى يؤثر احترام أخلاقيات المهنة من طرف القائم بالاتصال على ممارسته لمهنة الإعلام؟**

واستنادا إلى التساؤل الرئيسي السابق نطرح الأسئلة الفرعية الآتية:

الأسئلة الفرعية :

1- ما مدى دراية صحفيي إذاعة الاغواط بقواعد السلوك المهني وأخلاقيات المهنة ؟

2- ما مدى التزام الصحفيين العاملين في إذاعة الاغواط بالتشريعات الإعلامية التي تنظم أخلاقيات الممارسة الإعلامية ؟

3- ما هي مكانة أخلاقيات المهنة في التشريعات الإعلامية في الجزائر حسب رأي صحفيي إذاعة الاغواط ؟

الفرضيات :

1- توجد هناك دراية تامة لصحفيي إذاعة الاغواط بقواعد السلوك المهني.

2- تؤكد الدراسات التي أجراها الطلبة الجامعيين أن هناك التزام تام للصحفيين العاملين في إذاعة الاغواط بالتشريعات الإعلامية التي تنظم أخلاقيات الممارسة الإعلامية ؟

3- أغلبية صحفيي إذاعة الاغواط راضين عن التشريعات الاعلامية لأخلاقيات المهنة ؟

أسباب اختيار الموضوع:

1- أسباب ذاتية :

- اهتمام شخصي بالموضوع .
- رغبة وزيادة التعرف على هذا الموضوع .

2- أسباب موضوعية:

- يعتبر موضوع الدراسة حديثا لحداثة تناوله من الجانب القانوني التطبيقي الذي يرصد واقع ممارسة أخلاقيات العمل الإذاعي بين التشريع والتطبيق في الجزائر
- قلة الدراسات حول هذا الموضوع .
- التعمق أكثر في هذا الجانب من موضوع الدراسة .
- التعمق ومواصلة البحث في الموضوع حيث قمنا بقراءات خاصة حول هذا الموضوع، وهذا ما دفعنا إلى التفكير في البحث الجدي كون هذا الموضوع متدارس منذ فترة طويلة وفي مجتمعات عدة، لكن البحوث فيه قليلة و لم تتوصل إلى نتائج دقيقة وعامة، فأخلاقيات المهنة

قضية شائكة تتشابك فيها العديد من العوامل الاجتماعية والأخلاقية الخاصة بكل مجتمع الأمر الذي دعانا إلى دراسة هذا الموضوع في الجزائر مركزين على جزئية أخلاقيات العمل الإذاعي.

أهمية الدراسة :

موضوع أخلاقيات الإعلام ذا أهمية بالغة فهو يشكل عمود الإعلام الناجح والموضوعي ومن هنا تنبع أهمية دراستنا التي من خلالها سنتعرف على مدى التزام صحفيي إذاعة الاغواط بمبادئ أخلاقيات المهنة ومدى أهمية هذه الأخلاقيات في نجاح رسالة العمل الإذاعي و يعد موضوع أخلاقيات مهنة الإعلام على درجة من الأهمية كونه ينبع من البيئة القانونية والاجتماعية للبلاد فهي إحدى أهم ملامح ضبط حقوق وواجبات الصحفي ضمن ما تسمح به المعايير الاجتماعية والأخلاقية في الجزائر وتكمن أهمية دراستنا في التطرق لجزئية العمل الإذاعي ـ والتي لا يمكن فصلها عن منظومة العمل الإعلامي ـ في ظل التشريعات الإعلامية الجزائرية ومبادئ الضمير المهني

أهداف الدراسة :

- التعرف على مدى دراية صحفيي إذاعة الأغواط بقواعد السلوك المهني وأخلاقيات المهنة
- معرفة مصادر أخلاقيات العمل الإذاعي في إذاعة الأغواط
- معرفة مدى التزام الصحفيين العاملين في إذاعة الأغواط بالتشريعات الإعلامية والأخلاقيات المهنية التي تنظم الممارسة
- معرفة مكانة أخلاقيات المهنة في التشريعات الإعلامية في الجزائر حسب رأي صحفيي إذاعة الأغواط .

مفاهيم الدراسة :

–الأخلاق : هي كلمة مستخلصة من الجذر اللغوي اليوناني"Ethos"التي تعني خلق, ومعنى الأخلاق هي مجموعة من المعتقدات او المثاليات الموجهة والتي تتخلل الفرد او مجموعة من الناس في المجتمع" عرفها معجم لالاند بكونها "قواعد مقبولة في عصر ما وجماعة ما" [1]

– كما يعرفها سليمان صالح "مجموعة من المبادئ والمعايير التي يقوم الإنسان بتطبيقها بشكل اختياري لاتخاذ قراراته حول ما يقوم به من أفعال وهذه المبادئ هي التي تحدد مدى صحة الفعل الإنساني"[2].

– أخلاقيات المهنة: تعرف على أنها العلم الذي يعالج الواجبات التي تفرض على الشخص بحكم ممارسته لمهنة معينة وهناك من يعرف أخلاقيات المهنة على أنها: "تعني سلوك صاحب المهنة وتصرفاته أثناء ممارسته سواء كانت تلك المهنة تحريرا أو تدريس أو استشارة أو غيرها من المهن[3]."

التعريف الإجرائي للقائم بالاتصال :المقصود بالقائم بالاتصال هو المحرر والمراسل وكاتب العمود الصحفي، أي القوة العامة في المؤسسة الإعلامية أو مجموعة الأشخاص التي تسهم في تجميع ومعالجة الأخبار وصناعة الرسالة الإعلامية وهذا التعريف بطبيعة الحال يقصي العمال الآخرين مثل المصورين والفنيين والمكتبيين وغيرهم من الذين قد يساعدون القائم بالاتصال .

تعريف القائم بالاتصال :تقديم تعريفات لبعض الباحثين القائمين بالاتصال، انطلاقا من أنه يعتبر جزءا مهما في عملية جمع انتقاء ونشر الأخبار وسوف نشرح ذلك من خلال القائم بالاتصال

[1] احمد بن مرسلي ،الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال،ط1،دار الورسم للنشر والتوزيع،الجزائر،2013 ،ص 99.

[2] محمود أبوبكر الهوش، التقنية الحديثة في المعلومات والمكتبات، نحو استراتيجية عربية لمستقبل مجتمع المعلومات دار الشروق للنشر والتوزيع، ص77.

[3] جابر محجوب على محجوب، قواعد أخلاقيات المهنة مفهومها أساس إلزامها ونطاقها، ط 2 ،دار النهضة العربية، (ب د) سنة 2001، ص13.

في الدراسات الإعلامية تشير المقولة الكلاسيكية لعلم الاجتماع الأمريكي هارولد لاسويل "من؟ يقول ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ بأي تأثي؟" للأهمية المتساوية لمجالات البحثية الخمس في العملية الاتصالية أي أن القائم بالاتصال وهو عنصر من؟ في نموذج لاسويل يعتبر جزءا مهما ولا غنى عنه في العملية الاتصالية إلا أن الباحثين أهملوا حتى وقت قريب جدا دراسة القائم بالاتصال خاصة في الدول النامية . إن للقائم بالاتصال الذي يقدم الإنتاج الإعلامي له أهمية كبيرة ودورا فعالا ومباشر في إنتاج الرسالة.

الإعلامية في فهم التنبؤ بتأثير الاتصال فتصور المتلقي للقائم بالاتصال أو المصدر يلعب دورا أساسيا في تحديد نتائج عملية الإقناع[1].

يعرفه محمد عبد الحميد : القائم بالاتصال انه الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها، وقد يكون هذا الشخص هو مصدر الفكرة أو الرأي أو المعلومات و قد لا يكون مصدرها، وقد يكون مصدرها فرد أخر كما يظهر واضحا في عملية الاتصال من خلال المؤسسات الإعلامية التي يقوم أفرادها بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات أو الأخبار حتى يقوم بصياغتها أو إعدادها للنشر أو الإذاعة وإرسالها مرة أخرى للجمهور وهو يرى أن هذا المفهوم ممتد كثيرا إل كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار أو المواقع.

ويعرف القائم بالاتصال في الصحافة بأنه: احد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية ويتسع مفهومه ليشمل أعضاء الجهاز التحريري الصحفي من محررين ومصورين ورسامين وأيضا متخصصين بالإخراج وحيث يتخذون الصحافة مهنة لهم يمارسونها على سبيل الاحتراف[2].

[1] جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، 1985 ، ص 293.

[2] محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتاب، 1997 ،ص ص 25 91

ومن هنا يمكن القول بأن القائم بالاتصال هو أي شخص أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد إلى أخر عبر الوسيلة الإعلامية أو أي فرد أخر له علاقة تسيير أو مراقبة أو نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسيلة الإعلامية .ورغم أن القائم بالاتصال يعد من وجهة نظر الكثير من الباحثين من أهم العناصر التي تتحكم في عملية الاتصال الجماهيري خاصة في مجال الصحافة مما يستلزم الاهتمام لهذا العنصر وفي شتى جوانب الممارسة الصحفية بصفة عامة والإخبارية بصفة خاصة[1].

الممارسة الإعلامية:

يقصد بالممارسة مزاولة العمل الإعلامي وفق ما تتحدث السياسات الاتصالية للقائمين بالاتصال من حقوق وواجبات ومجال الحركة وكل ما يتعلق بذلك من ضوابط سياسية وتنظيمية وعقابية. وفي الوطن العربي فان مجالات تطبيق السياسة الإعلامية تتضح من خلال وجود أنظمة إعلامية تنجو منحي ليبراليا بالإطلاق حق ممارسة العمل الإعلامي للمواطنين جميعا. وأخرى ذات منحى اشتراكي (مركزي)والثالثة تأخذ بالأسلوب القيد المسبق لدى الأجهزة الحكومية قبل مزاولة العمل الإعلامي، وتحدد سياسات الاتصال في جوانبها القانونية حدود الممارسة الإعلامية ما هو مسموح وما هو محظور حفاظا على تماسك النظام وأيديولوجية ومكوناته ذاتها.

نخلص إلى القول إن الممارسة الإعلامية هي مزاولة الإعلامي للمهنة الإعلامي بكل ما تنطوي عليها من حقوق وواجبات....ويكتسب الإعلامي خبرته فضلا عن تأهيله الأكاديمي عن طريقين أو لهما كسب المعرفة من خلال الممارسة وثانيهما المعرفة الدقيقة بالاختصار الذي يمارسه[2].

[1] عادل فهمي البيومي، البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في التثقيف الديني للشباب ، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، 1991 ، ص 7.

[2] محمد عبود مهدي، أخلاقيات العمل الصحفي، المفهوم والممارسة، جامعة أهل البيت، العراق 2011ص213

الإجراءات المنهجية للدراسة:

وسيتم فيها تحديد مجالات الدراسة ومجتمع البحث، كما سيتم توضيح المنهج المتبع ومختلف الأدوات.

1-مجالات الدراسة:

تنصب الدراسة الميدانية على تحليل واقع الميدان الذي يجري فيه البحث، وبما أن أي دراسة ميدانية تتطلب تحديد مجالاتها المختلفة، المكاني و الزمني والبشري، فهي في دراستنا كالآتي:

- المجال المكاني:

تمت الدراسة في الإذاعة المحلية لولاية الاغواط،حيث شملت مختلف أقسام ومصالح المحطة .

- المجال الزمني :

تم الشروع في إنجاز هذه الدراسة مع بداية سنة2018 وقسمت فترة العمل إلى جزئين:

الجزء الأول: شمل الجانب النظري للدراسة واستمر البحث فيه طوال الفترة الممتدة من بداية شهر فيفري إلى غاية نهاية ماي2018

الجزء الثاني:شمل الجانب الميداني للدراسة شرع فيه ابتداءا من نهاية شهر ماي إلى غاية بداية الشهر جوان .

2- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث:

ويعرف على أنه " المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يسعى الباحث إلى دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته."[1]

[1] يوسف تمار، العينة في الدراسات الإعلامية والاتصالية ، دار بغدادي للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2010 ، ص10.

يجتمع البحث في دراستنا هو "القائم بالاتصال في المؤسسات الاعلامية الجزائرية" ويعد المجتمع الأصلي، إلا أن المجتمع المتاح هو صحفي إذاعة الأغواط.

شملت دراستنا في جانبها الميداني عدد من الصحفي الاذاعة الاغواط دائمين وعددهم اجمالي .

منهج البحث وأدوات جمع البيانات

1- منهج الدراسة :

عند القيام بأي دراسة علمية لابد من إتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة لبلوغ نتيجة ما، وذلك بإتباع منهج معين يتناسب وطبيعة الدراسة التي سنتطرق لها.

وقد عرف المنهج بأنه " :الأسلوب أو الطريقة الواقعية، التي يستعين بها الباحث لمواجهة مشكلة بحثه أوفي دراسة لمشكلة موضوع البحث"[1] فالمنهج إذن هو الطريقة المتبعة للإجابة عن الأسئلة التي تثيرها إشكالية البحث، كما أن اختياره لا يأتي من قبيل الصدفة أو لميل ورغبة الباحث لمنهج دون آخر، بل إن موضوع الدراسة وأهدافها هما اللذان يفرضان نوع المنهج المناسب، وهذا الاختيار الدقيق هو الذي يعطي مصداقية وموضوعية أكثر للنتائج المتوصل إليها.

وبما أن دراستنا تتمحور أخلاقيات المهنة عند القائم بالاتصال لدى المؤسسات الإعلامية وأثرها على الممارسة الإعلامية، فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية الشائعة في بحوث الاتصال،والتي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو للمشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها والعلاقة بين متغيراتها، بهدف الانتهاء إلى وصف عملي ودقيق ومتكامل للظاهرة أو المشكلة التي تقوم على الحقائق المرتبطة، فقد حدد لهذه الدراسة منهج وفق ما تتطلبه دراسة واقع أخلاقيات ممارسة العمل الإذاعي في الجزائر،وأثر التشريعات الإعلامية على هذه الممارسة.

[1] عمار بوحوش ، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1995 ، ص 29

المنهج الوصفي:

يعتبر المنهج الوصفي حسب منير حجاب" [1]:إن مفهومه يرتبط بدراسة واقع الأحداث والظواهر والآراء وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة قصد تصحيح الواقع أو تطويره وتحديثه،كما يهتم بتحديد الممارسات الشائعة أو السائدة على المعتقدات والاتجاهات عند الأفراد والجماعات عن طريق جمع المعلومات والبيانات والتعبير عنها كًما وكيفا أو الاثنين معا، بما يوضح خصائصها وسماتها ويعني هذا بأنه طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية أو مشكلة اجتماعية..

وللقيام بجمع وجرد كل المعلومات المتعلقة بالموضوع استلزم استخدام المنهج المسحي الذي يعني "الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من خلال العناصر المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك[2]"

ونظرا لكون دراستنا لا تتوقف على جمع وجرد،و وصف المعلومات المتعلقة بالدراسة فقط، بل تتعدى ذلك إلى تفسير وتحليل البيانات المختلفة ثم استخلاص النتائج العامة، وقد استخدمنا ضمن المنهج المسحي المسح التحليلي للوصول إلى تفسيرات كيفية تضاف إلى النتائج الكمية.

2- أدوات جمع البيانات :

إن دقة أي بحث علمي تتوقف إلى حد كبير على اختيار الأدوات المناسبة التي تتماشى وطبيعة الموضوع وإمكانيات الباحث للحصول على البيانات والمعطيات التي تخدم أهداف الدراسة، وحتى نلم بموضوع دراستنا سوف نعتمد على الاستبيان كأداة منهجية خادمة للموضوع..

وقد استخدمنا أسلوب الاستبيان كأداة رئيسية في البحث كونه:"يساعد الباحث على جمع المعلومات من عينة كبيرة العدد مهما تميزت بالانتشار أو التشتت، بالإضافة إلى أن عدم تدخل

[1] محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها ،دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ،2008 ، ص388

[2] عمار بحوش ، مرجع سابق، ص2

الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين أثناء الاستقصاء، يوفر كثيرا من الوقت والجهد ويساعد على تصنيف البيانات وتبويبها، مما يرفع من درجة الثبات ودقة النتائج[1] " فضلا عن كون الاستبيان من أدوات البحث الشائعة الاستعمال في العلوم

الإنسانية، خاصة في علوم الإعلام والاتصال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث الاستبيان، ولقد حاولنا ربط الاستمارة بإشكالية وأسئلة الدراسة.

- وبعد إنجاز وتنظيم أسئلة الاستمارة ومحاورها تم عرضها على كل من: الأستاذ المشرف معيزة سليم
- ومجموعة من الآساتذة المحكمين، هم،الأستاذ بن قيط محمود الجودي، الاستاذة آيت قاسي ذهبية
- بهدف تحكيمها ومعرفة جوانب النقص فيها ومدى مطابقتها لأهداف وفرضيات الدراسة، وكذا مطابقة أسئلتها للشروط المنهجية، وقد تم أخذ انتقاداتهم بعين الاعتبار لتصميم استمارة نهائية حكمت من طرف الأستاذ المشرف، لتوزع لاحقا على المبحوثين .

الدراسات السابقة :

– في دراستنا كان لابد لنا من الرجوع إلى الخلفيات النظرية والدراسات السابقة التي تناولت ولو بعض جوانب هذه الدراسة حتى نتمكن من الغوص فيها، وقد اقتصرنا على طرح الدراسات التالية:

الدراسة الأولى :

محمد قيراط: "**رجال الإعلام الجزائريون ومحيطهم**" .تعتبر هذه الدراسة فصلا من كتاب منشور باللغة الإنجليزية تناول العديد من الدراسات في مجموعة من الدول أشرف على تنسيقه وتحريره الأستاذ " ديفد ويفر Weaver David H, The global journalist, studies " of news people around the world, New York: Hampton press,

[1] محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2000 ص 2.

1998 يقرر الباحث في دراسته أن النظام الإعلامي في الجزائر ارتبط بالصيرورة التاريخية التي مرت بها البلاد، حيث اعتبر أن الإعلام فرع يخدم توجه النظام السياسي الحاكم وسلطته المتميزة بالأحادية الحزبية، الأمر الذي أدّى بعد 20 سنة من الاستقلال إلى جملة من المشاكل و التناقضات وأنماط التسيير الشاذة حيث لم تجنّد وسائل الإعلام من طرف الحكومة في سبيل التنمية بأبعادها المختلفة، بل خادمة لمصالح السلطة السياسية و النظام السياسي، كما اقرّ الباحث الطابع المركزي المحض للسلطة السياسية التي حرمت الإعلاميين في الجزائر من أبسط القواعد المهنية. وقد اختبر الباحث في الشق التطبيقي للدراسة عينة من الصحافيين شملت 75 صحفيا يتوزعون على: الصحافة المكتوبة اليومية، الإذاعة، التلفزيون، وكالة الأنباء والأسبوعيات ليصل في الأخير إلى الاستنتاجات التالية :

1- لم تساهم المؤسسات السياسية و الإدارية و الاجتماعية في تنمية نشاط الإعلاميين ومؤسساتهم إلاّ بقدر جدّ محدود في تدعيم القطاع الإعلامي .

2- الصحافة في الجزائر لا تستطيع تحقيق تقدم نوعي ومؤسساتي بالنظر إلى الشقّ السوسيو اقتصادي و السياسي الغير جاهز لتقبل وظائف الإعلام كاملة .

3- لم تحقق إجراءات وتشريعات 1988 ترقية أفضل لدور رجل الإعلام الجزائري على المستوى المهني، حيث تلخص معوقات نظام الاتصال بالنسبة للإعلاميين في مسائل الاستقرار المهني و المادي، توسيع الحرية، شروط المعيشة وكذا الوصول إلى مصادر المعلومات .

4- مستوى رضا رجال الإعلام بمهنتهم جد ضعيف فهم لا يتمتعون بأيّ تحفيزات، فهناك فروق واضحة بين صحافة القطاع العام و الصحافة المكتوبة الحديثة.

الدراسة الثانية :

إبراهيم إبراهيمي، "**السلطة و الصحافة في الجزائر مذهب الإعلام والإيديولوجية السياسية** ".تطرق الباحث في دراسته إلى علاقة السلطة السياسية في الجزائر بوسائل الإعلام السمعية

البصرية و المكتوبة، من خلال التطرق إلى التفاعلات القائمة بين المتغيرات التي حصلت في النظام السياسي الجزائري وتلك التي حدثت في قطاع الإعلام و داخل المؤسسات الإعلامية .قسم الباحث دراسته إلى ثلاثة أبواب، تطرق في الباب الأول إلى المذهب الجزائري في الإعلام من أجل تحديد ملامح المرجعية الفكرية و السياسية للعمل الصحفي الجزائري و المتميز بالمركزية الكلية سواء للوسيلة أو المضمون، بالاعتماد على مبدأ الاحتكار الشامل لكلّ من التلفزيون والإذاعة ليتم بعد ذلك السيطرة على الإعلام المكتوب بتأميم دور النشر و الطباعة أما الباب الثاني فقد خصصه الباحث للسياسة الإعلامية المطبقة في الجزائر من 1962 إلى 1987 و المتميزة بالإشراف الأساسي من طرف السلطة السياسية وتكريس الرقابة على الإعلاميين وأضوائهم ورسم علاقة وصاية معهم وصرف النظر على بناء سياسة إعلامية واضحة .و تطرق الباحث في الباب الأخير إلى إشكالية الحق في الإعلام على ضوء المتغيرات السياسية و الثقافية والإيديولوجية في الجزائر محددا مجالات الالتقاء و التعارض بين النصوص السياسية والإيديولوجية و الممارسة الإعلامية .وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج أهمها :

. احتكار السلطة السياسية لوسائل الإعلام من ناحية الملكية و التوجيه خلال الفترة الممتدة من 1962 إلى 1965

.. تميزت الفترة ما بعد 1965 بالسيطرة التامة للسلطة السياسية على وسائل الإعلام و بتهميش الصحافة المكتوبة .لقد أعاد قانون الإعلام لعام 1982 صياغة العمل الإعلامي من الناحية التشريعية لكن ظروف العمل الصحفي ومضمونه بقيت على نفس الحالة.

الدراسة الثالثة :

نور الدين هادف،" **تكنولوجيا الاتصال الحديثة "دراسات تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في وسائل الاعلام الجزائرية** "تتمحور اشكالية الدراسة حول دوافع

استخدام الصحفيين الجزائريين لمصادر المعلومات الالكترونية و الإشاعات المحققة من جراء هذا الاستخدام .اقتصرت الدراسة على ثلاث وسائل اعلامية وهي التلفزيون الجزائري و الاذاعة الوطنية و الصحافة المكتوبة بشقيها العمومية والخاصة،اما المنهج المتبع فقد تم استخدام منهجين المنهج التاريخي والمنهج المسحي،ونظرا لطبيعة الموضوع فقد استخدم الباحث ثلاث ادوات لجمع البيانات: وهي الاستثمار والملاحظة المقابلة . وقد توصل الباحث الى معرفة مدى التطور التكنولوجي الذي وصلت اليه وسائل الإعلام والاتصال الجزائرية ومدى الاستفادة من مصادر المعلومات خاصة الأنترنت .

الدراسة الرابعة :

هدفت دراسة (يونس :2005)إلى معرفة "**العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية الحكومية في ظل تصاعد المنافسة الإعلامية** ". اعتمدت الدراسة على نظرية حارس البوابة، ومدخل الممارسة المهنية، واستخدم الباحث في دراسته المنهج الاستطلاعي الوصفي، ومن أهم النتائج : أن أغلبية الصحفيين ممن لديهم خلفية تعليمية مناسبة، وأكثر من نصفهم من خريجي التخصصات الإعلامية، وأيضاً يستخدم أغلبيتهم تكنولوجيا المعلومات في الممارسة الصحفية، ويتأثر أداؤهم بعدة عوامل منها بيئة العمل الصحفي داخل الصحيفة .

الدراسة الخامسة :

دراسة عصام الموسى2005 بعنوان " **الضوابط المهنية و الأخلاقية الإعلامية لمعالجة الجريمة والانحراف في المجتمع العربي** "وهدفت هذه الدراسة إلى التمييز بين الضوابط المهنية والإعلامية المعتمدة في مختلف النظم الإعلامية المتنوعة على امتداد أقطار الوطن العربي , وأيضا توجهت لمناقشة الثقافة الإعلامية في النوعين من المدارس الإعلامية (المدرسة الهابطة والمدرسة الراقية) وقد استعرضت الدراسة الضوابط الأخلاقية والمهنية المطبقة في وسائل الإعلام العربية وذلك من اجل مواجهة الجريمة والانحراف كما وردت في قوانين المطبوعات ومواثيق الشرف فيها . أما عن ابرز

نتائجها فقد خلصت الدراسة إلى إن وسائل الإعلام في هذا العصر قد وصلت إلى درجة عالية من التأثير والقوة ,ومع التركيز على الترفيه في معظم البرامج التي تقدم عبر الشاشة والكثير منها هابط المستوى لتركيزه على العنف والإثارة, وتعمل مواثيق الشرف العربية على الحد من هذه الظاهرة وقوتها الطاغية . كما أشارت الدراسة أن هناك قوانين أخرى غير قوانين المطبوعات , مثل قانون العقوبات تتضمن نصوصا ذات صلة بجرائم الصحافة والإعلام.

- **المقاربة النظرية:**
- **نظرية حارس البوابة:**
- **الجذور التاريخية لنظرية حراس البوابة**

يعود رصد البدايات التاريخية لدراسات القائم بالاتصال لدراسة ليبو روستن التي ظهرت عام 1937 تحت عنوان "مراسلي واشنطن"، و تعتبر هذه الدراسة دراسة كلاسيكية عن سيكولوجية المراسل الصحفي، و في عام 1941 نشرت مجلة " الصحافة " ربع السنوية التي تصدر في ولاية " أيوا " بالولايات المتحدة الأمريكية دراسة مهمة عن العاملين بجريدة "ملواكي "، و كان من الممكن أن تفتح هذه الدراسة الباب لإجراء دراسات مماثلة عن المؤسسات الإعلامية الأخرى، و لكن مضت فترة طويلة دون أن تظهر أبحاث تتناول بالدراسة القائمين بالاتصال و مؤسساتهم، حتى نشر الباحث الأمريكي ديفد مانج وايت دراسته " حارس البوابة و انتقاء الأخبار " التي أعطت دفعة قوية للبحث في هذا المجال .

و يرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل الأمريكي الجنسية كيرت ليون سنة 1947 في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية حراس البوابة الإعلامية Gatekepers، و تعتبر دراسة ليون من

أفضل الدراسات المنهجية في مجال القائم بالاتصال، حيث يرى أنه طوال الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) تشبه حواجز التفتيش، و في هذه النقاط يتم إصدار التصريحات أي تقرير ما يمر و ما لا يمر من الأخبار و المعلومات، و يسمى الأفراد الذين يقفون عليها " حراس البوابة "، و هم يمثلون وظائف متعددة مثل الناشرين، المحررين، مديري المحطات و غيرهم ممن لهم سلطة تقييم محتوى الإعلام لتحديد علاقته و قيمته بالنسبة لجمهور المتلقين، و بالتالي تقرير الموضوعات التي تنشر أو التي ينبغي إعادة صياغتها بصورة معينة أو تلك التي يجب إهمالها.

و من أعمق الدراسات التي أجريت على القائمين بالاتصال و القوى الاجتماعية التي تؤثر على العاملين في الصحف، الدراسة التي قدمها وارين بريد سنة 1955 التي وجد فيها أن هناك أدلة تشير إلى وجود عملية تأثير يسيطر أو يهيمن بمقتضاها مضمون المؤسسات الإعلامية الكبرى (صحف إذاعات و محطات تلفزيونية) على الطريقة التي تعالج بها المؤسسات الإعلامية الصغيرة الأخبار و الأنباء، و استخدم بريد في دراسة أخرى التحليل الوظيفي ليظهر كيف تدفن أو تحذف الصحف الأخبار التي تهدد النظام الاجتماعي و الثقافي، و التي استنتج من خلالها أن الظروف الثقافية المحيطة بالصحفي في حجرة الأخبار و علاقته الاجتماعية و الشخصية لا تؤدي إلى نتائج تفي باحتياجات أوسع للحرية و الديمقراطية [1].

[1] حسن عماد مكاوي وأخرون ، نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2007 ص285.

محتوى نظرية حراس البوابة

تمر الرسالة الإعلامية بمراحل عديدة، و هي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي، و تشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات، أي وفقا لاصطلاحات هذه النظرية فإن المعلومات في عملية الاتصال هي مجرد سلسلة تتصل حلقاتها .

و نجد قدر المعلومات التي تخرج من بعض تلك الحلقات أو الأنظمة أكثر مما يدخل فيها، لذلك يسميها شانون أجهزة تقوية، فأجهزة التقوية أي وسائل الإعلام تستطيع أن تصنع (في نفس الوقت) عدد كبير جدا من الرسائل المتطابقة مثل نسخ الصحف و توصيلها إلى الجمهور، كما توجد في هذا النوع من السلاسل شبكات معينة من الأنظمة داخل الأنظمة، فوسائل الإعلام نفسها هي شبكات من الأنظمة المتصلة بطرق معقدة، بحيث تقوم بوظيفة فك الرموز و تفسير و تخزين المعلومات، ثم وضعها مرة أخرى في رموز، و هي الوظيفة التي يؤديها كل القائمين بالاتصال، و يساعد أسلوب عمل هذه الشبكات واقع المجتمع الذي ترتفع فيه نسبة المتعلمين و درجة التصنيع، حيث يزداد الاعتماد على سلاسل وسائل الإعلام، عكس المجتمع الذي تنخفض فيه نسبة المتعلمين و درجة التصنيع فتنتقل فيه غالبية المعلومات عن طريق سلاسل الاتصال الشخصي .

و من الأمور الجديرة بالملاحظة هنا أن المجتمعات التي تخضع فيها وسائل الإعلام للسيطرة القومية يبدأ الأفراد في التشكيك في صدق ما تنشره وسائل الاتصال الجماهيرية، و من هنا يصبح الاتصال الشخصي المواجهي مهما جدا لتكملة نواحي نقص ما تبثه تلك الوسائل من رسائل في شكل إشاعات و أقاويل و معلومات خفية .

و من الأهمية بما كان أن نعرف كيف تعمل سلاسل الاتصال و كيف تنتقل المعلومات في جميع أنحاء المجتمع، و من الحقائق الأساسية التي أشار إليها كيرت ليون أن هناك في كل حلقة بطول السلسلة فردا ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمررها كما هي إلى

الحلقات التالية، أم سيزيد عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماما، و مفهوم " حراسة البوابة " يعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، و كيف سيمر، حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف .

و بمعنى آخر هناك مجموعة من حراس البوابة يقفون في جميع مراحل السلسلة التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات، و يتمتع أولئك الحراس بالحق في فتح البوابة أو غلقها أمام أي رسالة تأتي إليهم، كما أن من حقهم إجراء تعديلات على الرسالة التي ستمر، و حراس البوابة هم الصحفيون الذين يقومون بجمع الأخبار، و هم مصادر الأنباء الذين يزودون الصحفيون بالأنباء، و هم أفراد الجمهور الذين يؤثرون على إدراك و اهتمام أفراد آخرين من الجمهور للمواد الإعلامية .

لهذا فحارس البوابة الذي يقول " نعم " أو " لا " بشأن الرسائل التي تصله على طول السلسلة يلعب دورا مهما في الاتصال الاجتماعي، و بعض حراس البوابة أهم من غيرهم حسب مراكزهم الاجتماعية في التنظيم الاجتماعي، أو ما يعرف بأصحاب النفوذ أو قادة الرأي والصفوة من المجتمع الذين يتمتعون باحترام كبير [1].

- **العوامل التي تؤثر على حارس البوابة الإعلامية:**

1- **قيم المجتمع و تقاليده** : يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال، فأي نظام اجتماعي ينطوي على قيم و مبادئ يسعى لإقرارها، و لكل مجتمع من المجتمعات نظامه السياسي و الاقتصادي و الاجتماعي الذي يسعى إلى تحقيق أهداف مترجمة في مجموعة من الإيديولوجيات و الإجراءات التنفيذية التي تستهدف مواجهة كل تحديات المجتمع، و المؤسسات الإعلامية هنا و باعتبارها جزء من النظام الاجتماعي تجد نفسها تلقائيا في إطار هذه الإيديولوجية التي تفرض منطقا معينا في إنتاج و تحرير المواد الإعلامية المثارة عبر أجهزة الإعلام .

[1] حسن عماد مكاوي وأخرون، مرجع سابق ،ص 287

2 – المعايير الذاتية للقائم بالاتصال : تلعب الخصائص و السمات الشخصية للقائم بالاتصال دورا في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية مثل : النوع، العمر، الدخل، الطبقة الاجتماعية، التعليم، الانتماءات الفكرية و العقائدية، الخلفية الاجتماعية و كذا الكفاءة المهنية كلها تتداخل في عملية توجيه و نشر الأخبار

3 – العوامل المؤثرة على حارس البوابة الإعلامية

1**– قيم المجتمع و تقاليده** : يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال، فأي نظام اجتماعي ينطوي على قيم و مبادئ يسعى لإقرارها، و لكل مجتمع من المجتمعات نظامه السياسي و الاقتصادي و الاجتماعي الذي يسعى إلى تحقيق أهداف مترجمة في مجموعة من الإيديولوجيات و الإجراءات التنفيذية التي تستهدف مواجهة كل تحديات المجتمع، و المؤسسات الإعلامية هنا و باعتبارها جزء من النظام الاجتماعي تجد نفسها تلقائيا في إطار هذه الإيديولوجية التي تفرض منطقا معينا في إنتاج و تحرير المواد الإعلامية المثارة عبر أجهزة الإعلام .

2– المعايير الذاتية للقائم بالاتصال : تلعب الخصائص و السمات الشخصية للقائم بالاتصال دورا في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية مثل : النوع، العمر، الدخل، الطبقة الاجتماعية، التعليم، الانتماءات الفكرية و العقائدية، الخلفية الاجتماعية و كذا الكفاءة المهنية كلها تتداخل في عملية توجيه و نشر الأخبار .

3 – المعايير المهنية للقائم بالاتصال : يتعرض القائم بالاتصال (الصحفي) لعدة ضغوط مهنية تؤثر في أدائه لعمله تؤدي في النهاية إلى حتمية توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي لها، و التوقعات التي تحدد دوره في نظامها الإعلامي، و تتضمن هذه المعايير المهنية ما يلي:[1]

[1] حسن عماد مكاوي وأخرون، مرجع سابق ،ص 288

أ – سياسة المؤسسة الإعلامية : تتمثل ضغوط المؤسسة الإعلامية في عوامل خارجية أي موقع الوسيلة في النظام الاجتماعي القائم، كوجود مؤسسات إعلامية منافسة، و عوامل داخلية تشمل نمط الملكية و أساليب السيطرة و النظم الإدارية، كلها تلعب دورا في شكل المضمون الذي يقدم للجمهور، كما أنها تنتهي في نهاية المطاف بأن يصبح القائم بالاتصال أو الصحفي جزءا من الكيان العام للمؤسسة الإعلامية فيتم تطبيعه وفق قيم و معايير و اتجاهات المؤسسة ليصبح ميول القائم بالاتصال مع رؤسائه المباشرين .

ب – مصادر الأخبار : أشارت أغلب الدراسات قوة تأثير المصادر الصحفية على القائم بالاتصال إلى حد احتوائه بالكامل، مؤكدة أن محاولة الصحفي الاستقلال عن مصادره عملية شاقة جدا خصوصا و أن الأخير في قيامه بعملية تكوين مصادره الخاصة تطلب منه ذلك وقت و جهدا كبيرين، كما أن هذا التكوين تربطه اعتبارات كثيرة، منها توجهات هذه المصادر و مواقفها الفكرية و الإيديولوجية المتوافقة مع سياسة الجريدة التي يعمل بها، إضافة إلى مراكزها الوظيفية و إمكانيات الوصول إليها و إعطائها للمعلومات ..الخ، و نتيجة ذلك ستظل المعلومات المنشورة موجهة و روتينية لخدمة أطراف بعينها .

ج – علاقات العمل : يتفق الباحثون على أن علاقات العمل داخل المؤسسات الإعلامية لها بصمتها الخاصة على القائم بالاتصال، أين يرسم بعدا تفاعليا اجتماعيا داخل تنظيم المؤسسة يكون بمثابة جماعة أولية بالنسبة للقائم بالاتصال، و بالتالي نجدهم متوحدين مع بعضهم داخل المجموعة، و يتعاملون مع العالم الخارجي من منطلقات ذاتية داخل الجماعة، و هو ما يجعل الصحفي معتمدا كثيرا على هذه الجماعة و دفعها المعنوي له إثناء أدائه لعمله .

د – معيار الجمهور : جانب كبير من سياسة تحرير الصحف و الوسائل الإعلامية الأخرى يتحدد على ضوء ما يتصوره أنه يمثل احتياجات الجمهور و أفراد المجتمع، باعتبار أن القارئ هنا هو مستهلك الصحيفة أو المعنى بالتأثير .

و قد لاحظ الباحثان اثيل ديسولا بول و شولمان أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور، فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال تحدد وفق توقعات ردود فعل الجمهور و احتياجاته، و التعرف على تلك الاحتياجات يتم بوسائل عدة من بينها المسوح الميدانية، و تحليل بريد رسائل القراء، و المهم هنا أن الاهتمامات تؤخذ في اعتبار بصورة أو بأخرى في تقييم المضامين المختلفة و الطريقة التي تتم بها معالجة الأحداث .[1]

[1] www.osamh.me/blog14:22 2018/04/15

الفصل الثاني:

الإطار النظري

تمهيد

تؤدي الأخلاق دورًا مهمًا في إنجاح عمل القائم بالاتصال, وبالتالي حصول المؤسسات والمنظمات التي يعملون من أجلها على ثقة الجمهور والمستهلكين. فالأخلاق -بشكل عام- هي القيم التي تعد دليل عمل الأفراد والمؤسسات والمجتمع, والفارق بين الحق والباطل, والعدالة والظلم والصدق والكذب؛ لذلك ينبغي أن يتمتع القائم بالاتصال بدرجة مميزة من الأخلاق؛ لأن هناك كثيرين ينظرون إليهم بصورة خاطئة, أو يسيئون فهمهم حتى بين أصحاب المؤسسات الذين يعملون لديهم. زد على ذلك أنه يجب على القائم بالاتصال الالتزام بأعلى درجات الأخلاق المهنية التي يكون الصدق فيها العامل الأساسي المسيطر, وأن يعملوا دائمًا من أجل مصلحة الجمهور التي تمثل بدورها أفضل مصالح المؤسسات الفردية. وبالتالي فإن أخلاقيات القائم بالاتصال في الإعلام بشكل عام هي من أهم العوامل المؤثرة على مصداقيته, فالتزامه بمستوى أخلاقي عالٍ يتمتع بالنزاهة ويمتنع عن كل ما يسيء إلى المهنة يكسبه ثقة الجمهور وتصديقه له. لذلك فإن السلوك الأخلاقي العالي هو الوسيلة الوحيدة الواجب اعتمادها إذا كان الهدف الأساسي للقائم بالاتصال في المؤسسة الاعلامية هو تحقيق ثقة الجمهور بالمؤسسات.

المبحث الأول : أخلاقيات المهنة

المطلب الأول : نشأة أخلاقيات المهنة و مفهومها

المطلب الثاني : قواعد السلوك المهني

المطلب الثالث : أخلاقيات الصحافة ووسائل الحصول على المعلومات

المبحث الأول : أخلاقيات المهنة :

تبرز أهمية الصحافة في تلك الرسالة التنويرية و التثقيفية التي تنمي وعي الإنسان بمجريات الأمور في عصره وتحافظ على فكره من التشتت والضياع والتحجر، ورسالة رفيعة من هذا الطراز لابد أن تكون لها من المواصفات و الخصائص ما يجعلها تحافظ على هذه الرفعة

من خلال هذا التمهيد البسيط حول ماهية الصحافة والعمل الصحفي، كان سبب اختيارنا لهذا الموضوع لما له أهمية بالغة من جهة الصحفي والقائم بالاتصال بصورة خاصة ومستهلك المادة الإعلامية بصفة عامة، فالصحفي يعمل على تثقيف الجمهور، وهذا حسب رغبته واحتياجاته،ولكي تكون هذه المهنة تتميز بالثقافية وضعت ثوابت تتعلق بالمبادئ الأخلاقية لممارسة المهنة الصحفية.

المطلب الأول : نشأة أخلاقيات المهنة و مفهومها

نشأة أخلاقيات المهنة الإعلامية :

-لقد اتجه الصحافيون إلى إقامة أساليب ذات طابع أخلاقي، كحق الإمضاء، حق التعويض للحفاظ على حريته ومن هنا أتت فكرة قانون le code déontologiqueالذي يميز الصحافة عن غيرها من المهن وكانت أول محاولة فرنسية سنة1918 حيث عملت فرنسا على وضع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية بعد الحرب العالمية الأولى مباشرة، نظرا للدور الفعال الذي لعبته وسائل الإعلام في تلك الفترة، كما كانت هناك محاولات أخرى في مختلف أنحاء العالم، حيث في 1926 وضع " قانون الآداب " الذي عرف تعديلات عديدة نسبة إلى النقابة أكثر تمثيلا للصحفيين في الولايات المتحدة الأمريكية، وعرف الأخير التفافا واسعا للصحفيين حوله، ويتضمن هذا الأخير ثلاث فصول هي : الآداب،الدقة الموضوعية، وقواعد التسيير، أيضا " في سنة 1936 كانت محاولة ثالثة في المؤتمر العالمي لاتحاد الصحافة في مدينة براغ التشيكوسلوفاكية حيث تم التطرق إلى ما يجب على الصحافة فعله، كما انصب الاهتمام على تحقيق السلم والأمن العالميين وهذا راجع إلى أنها جاءت في فترة ما بين الحربين،[1] التي تميزت بتوتر العلاقات الدولية بحيث يمكننا القول بأن أخلاقيات المهنة الإعلامية تعكس الظروف التاريخية التي تظهر فيها لتدعم هذه الأخيرة بوضع قانون من طرف النقابة الوطنية للصحافيين عام 1938 ببريطانيا وقد تضمنت القواعد المهنية التي يجب على الصحف تبنيها هذا إلى جانب محاولات أخرى كانت لها أهمية في تاريخ المهنة الإعلامية " في سنة 1939

[1] عبد اللطيف حمزة ، أزمة الضمير الخلقي ، القاهرة ،دار الفكر العربي سنة 1996 طبعة 4 ص 170.

ببوردو ي المؤتمر السابع للاتحاد العالمي للصحفيين انبثق ما يسمى ب " عهد شرف الصحفي " الذي ركز على ضرورة تحلى الصحفيين بالموضوعية كما حدد مسؤولياته إزاء المجتمع المتمثل في القراء واتجاه الحكومة وأيضا اتجاه زملاءه في المهنة وعلى غراره في سنة 1942 بمدينة المكسيك، المؤتمر الأول للصحافة القومية للأمريكيين انتهى إلى أن الصحافة الكفاءة الأمنية تتطلب الموضوعية والصدق واحترام السرية المهنية، كما تطرق إلى العقاب والمسؤولية التي تلقى على الصحيفة وكذا مسؤولية اتحاد الصحفيين وعلى الصحفية أن تعتذر للأشخاص الذين أساءت إليهم في القذف والسب وأن تبتعد عن نشر الانحرافات والعنف وتحمي الحياة الخاصة للأشخاص[1]"

ولقد أعقب هذه المحاولات الفعالة التي أحدثت تغييرا في ميدان الممارسة الإعلامية وتثير بالغ الأهمية في موضوع الرسالة الإعلامية " «محاولات أخرى في دول العالم الغربية منها والنامية فرضتها التغيرات الحاصلة عبر الزمن، في الهند مثلا سنة 1958،مصر1958-1960، دستور الاتحاد العام للصحفيين العرب إزاء المجتمع العربي 1964، وأيضا أستراليا، انجلترا، الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1975» .

تعريف أخلاقيات المهنة:

"تهتم أخلاقيات المهنة كعلم للواجبات المعنوية الخاصة بمهنة محدودة وجزاءاتها التأديبية بتبيان القواعد السلوكية و الأخلاقية لأعضاء مهنة ما سواء فيما بين الممارسين أنفسهم أو اتجاه الغير ." حيث جاء تعريفها في قاموس الصحافة والإعلام على أن " أخلاقيات المهنة هي مجموعة القواعد

[1] عبد اللطيف حمزة ، مرجع سابق، ص171

المتعلقة بالسلوك المهني والتي وضعتها مهنة منظمة لكافة أعضائها، حيث تحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها وتسهر على احترامها،وهي أخلاق وآداب جماعية وواجبات مكملة أو معوضة للتشريع وتطبيقاته من قبل القضاة ".

فالأخلاق المهنية ليست مرتبطة ببساطة بممارسة السليمة للمهنة فحسب بل تنبع أساسا من الأهداف السامية للكلمة وقد عرفها جون هونبرج(John honbreg) على أنها " تلك الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها كل صحفي و المتمثلة أساسا بضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية منصفة وشاملة ودقيقة، صادقة وواضحة مع مرعاه حماية المصادر وتحقيق الصالح العام لا غير، عن طريق احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة للأشخاص وتصحيح الأخطاء في حال وجودها " وإن الأخلاق المهنية للصحافي وردت في الصحافة الاشتراكية " لبروخوف(lberkhove) " على أنها " تلك المبادئ والمعايير الأخلاقية لم تثبت قانونيا بعد ولكنها مقبولة في الوسائل الصحافية ومدعومة من قبل الرأي العام و المنظمات الشعبية و الحزبية " .[1]

كما يمكن القول أن أخلاقيات المهنة الإعلامية هي تلك الأخلاقيات المتعلقة بمهنة الإعلام " وهي مجموعة من القيم المتعلقة بالممارسة اليومية للصحفيين وجملة الحقوق والوجبات المترابطتين للصحفي".[2]

إذن فأخلاقيات المهنة الإعلامية هي مجموعة القواعد والواجبات المسيرة لمهنة الصحافة أو هي مختلف المبادئ التي يجب أن يلتزم بها الصحافي أثناء أداءه لمهامه أو بعبارة أخرى هي تلك المعايير التي

[1] مصطفى حسان، عبد المجيد البدوي ، قاموس الصحافة و الإعلام ، لبنان المجلس الدولي للغة الفرنسية ، سنة 1991 ،ص 17

[2] جون هوزنبرغ، الصحفي المحترم، تر: كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1996، ص51

تقود الصحفي إلى القيام بعمل جديد يجد استحسانا عند الجمهور، كما أنها أيضا جملة المبادئ الأخلاقية الواجب على الصحافي الالتزام بها بشكل إرادي في أداءه لمهامه كمعايير سلوكية تقوده إلى إنتاج عمل ينال به استحسان الرأي العام.

المطلب الثاني : قواعد السلوك المهني

قواعد السلوك المهني تختلف من بلد إلى بلد كما " تتباين بدرجة كبيرة في شكلها ونطاقها، في طبيعتها ومصدرها، حيث توجد في بعض البلدان قواعد مختلفة لتنظيم كل من الصحافة و الإذاعة والتليفزيون وحتى السينما ...وكثيرا ما تكون هذه القواعد قد وضعها واعتمدها المهنيون من تلقاء أنفسهم بينما في حالات أخرى يفرضها القانون أو مرسوم حكومي و ترجى أصول معايير السلوك المهني الواردة في قواعد السلوك القومية والإقليمية إلى مفاهيم قبلت إجمالا على الصعيد العالمي ولكنها تتجه دوما إلى أن تتخذ صورا وغايات متنوعة من حيث صياغات وتفسير أحكامها " .

وعليه فإن معظم قواعد السلوك المهني تشير إلى مفاهيم هامة توضح للصحفي ماله وما عليه :

1- ضمان حرية الإعلام والصحافة : يرى الانجليزي " شريدان " : خير لنا أن نكون بدون برلمان من أن نكون بلا حرية صحافة، الأفضل أن نحرم من المسؤولية الوزارية ومن الحرية الشخصية ومن حق التصويت على الضرائب على أن نحرم من حرية ا لصحافة وذلك انه يمكن بهذه الحريات وحدها إن عاجلا أم أجلا أن تعيد حريات الأخرى ". حيث تلعب حرية الصحافة دورا كبيرا ليس في الوصول إلى الحقيقة فحسب بل أنها تشعر الصحفي بالارتياح والطمأنينة، وتكون بمثابة الغذاء بالقياس إلى أجسام البشر.

2- **حرية الوصول إلى مصادر المعلومات الموضوعية** : إن من مطالب الصحفيين الوصول إلى المعلومات الموضوعية، والعمل على بثها ونشرها كما يطالبون بالحق في حرية التعبير عن أرائهم .[1]

3- **الدقة والصدق وعدم تحريف عرض الحقائق:** "إن الحصول على ثقة القارئ هو أساس الصحافة المتميزة والحق، وبذل كل جهد لضمان أن يكون المحتوى الإخباري للصحيفة دقيقا خاليا من أي تزييف وتغطية جميع الجوانب وتنشر بعدالة ".

4- **الحق في المعرفة:** يعتبر الحق في المعرفة من بين الحقوق الإنسانية و الأساسية للإنسان ويقصد به حق المواطن في معرفة ما يدور في التنظيمات الحكومية ويعتبر حرمان المواطن من هذا الحق حاجز أمام مصداقية الإعلام وصيرورة الديمقراطية، كما أنه يدفعنا للتساؤل عن حرية الصحافة الحقيقية.

5- **الموضوعية وعدم الانحياز:** تعتبر أفضل طريق للوصول إلى الحقيقة النهائية، فالموضوعية هي نقيض الذاتية، ونعني أن يعبر عن الموضوع المراد إيصاله إلى الجمهور من دون تأثر مباشرة بأمور الذات وقضياها واهتماماتها، ولا بالعواطف والتصورات، فالصحافي الحق يتجرد من أهواءه الحزبية والفكرية، الاجتماعية والسياسية حين يصوغ الخبر

[1] سعيد مقدم ، أخلاقيات الوظيفة العمومية (دراسة النظرية التطبيقية) الجزائر ، دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع ، جوان 1997 ، الطبعة 1 ، ص 51

6- المسؤولية إزاء الرأي العام وحقوقه ومصالحه اتجاه المجتمعات القومية والعرقية والدينية والأمة والدولة والدين والحفاظ على السلام : " يرى الدكتور مختار تهامي : في الصحافة والسلام العالمي نحن نلقي على عوامل الأسرة الصحافية العالمية مسؤولية ضخمة، ونطالبها باسم شرف المهنة الصحافية، وباسم الإنسانية، وباسم الشعوب التي وقفت فيها واعتمدت عليها أن لا تخون هذه الشعوب في المرحلة الحرجة من تاريخ مجتمعنا الدولي الحديث، بل من تاريخ الجنس البشري أبجمعه، وأن تتقدم إليه بالحقيقة الكاملة عن الأوضاع والتيارات التي تسيطر على مجتمعنا الدولي المعاصر وتتحكم في حياة الملايين، ورفاهيتهم وطمأنتهم دون مجاملة لأحد أو رهبة من أحد."

7- النزاهة والاستقلالية : " إن الاستقلالية عبارة عن معيار أخلاقي مهني متعلق بالسلوك الفردي وعليه استقلالية المهنة ونزاهة العامل في جمع ونشر الأنباء و المعلومات و الآراء على الجمهور، ينبغي مد نطاقها لا لتشمل الصحفيين المحترفين وحدهم، وإنما لتشمل أيضا كل العاملين الآخرين المستخدمين في وسائل الإعلام الجماهيري ."[1]

8- ضرورة الامتناع عن التشهير و الاتهام الباطل و القذف و انتهاك الحياة الخاصة

":الصحفي حقيقة مطالب بالامتناع عن نشر أي معلومات من شأنها أن تحط من قدر الإنسان أو تنقص من اعتباره أو تسيء إلى كرامته وسمعته، فكل منا حياته الخاصة التي يحرص أن تظل بعيدة عن العلانية والتشهير فحياة الناس الخاصة وأسرار عائلته ومشاكلهم الشخصية كلها أمور لا تهم الرأي العام، ولا تعني المصلحة العامة بل أن الخوض فيها يمس حقا مقدسا من حقوق الإنسان وهو حريته

[1] سعيد مقدم ، مرجع سابق، ص51.

الشخصية في التصرف والقول والعمل بغير رقيب إلا القانون والضمير، ويترتب على مخالفة هذا المبدأ في بعض الأحيان الوقوع في الجرائم التي ترتكب من خلال الوسائل العلانية وهي جريمة القذف والسب " .

9- حق الرد والتصويب : أصبح الحق في الرد و التصويب ضرورة فرضتها الظروف، "كما أنه لا يقتصر على حق الإنسان في الحصول على المعلومات بل يشمل أيضا الحق المرتبط به و المترتب عليه وحقه في إعلام الغير و إكمال المعلومات الناقصة و تصويبها عندما تكون زائفة "

10- احترام السرية المهنية : السرية المهنية هي حق وإلزام في الوقت نفسه، وهدفها هو حماية الصحفيين وحرية الإعلام على حد سواء و تيسير الوصول إلى مصادر المعلومات تجنب خداع ثقة الجمهور بعدم إعاقة الصحفي بممارسة مهنته باللجوء إلى أي ضغط أو ترويع أو نفوذ لحمله على تقديم رواية غير صحيحة أو محرفة عن الحقائق . وهكذا فالصحافي ملزم بأن يمتنع عن نشر المعلومات الزائفة أو الغير المؤكدة.

11- العدل والإنصاف : العدل والإنصاف من السمات الإنسانية و أكثر أمور ارتباطا بالمهنة، لان الصحفي هو العين المبصرة و الأذن الصاغية للناس كافة، ولذا عليه أن يكون عادلا ملتزما بالحقائق الفعلية.

12- الحفاظ على الآداب و الأخلاق العامة: " يقصد بالآداب و الأخلاق العامة كل ما يتصل بأسس الكرامة الأدبية بالجماعة وأركان حسن سلوكها ودعائم سموها المعنوية وعدم الخروج عليها أي مواجهة اعتبارات المجتمع على وجوب رعايتها في العلنية على الأقل " [1]

قواعد السلوك المهني والعناصر المؤثرة فيه

- ترى "ليلى عبد المجيد" أن قواعد السلوك المهنية في الإعلام تشير " إلى مفاهيم مهمة مثل ضمان حرية الإعلام،حرية الوصول إلى مصادر المعلومات،الموضوعية،الدقة،الصدق،عدم تحريف الوقائع أو العرض المشوه للحقائق،وعدم الإنصاف والمسؤولية إزاء الرأي العام وحقوقه ومصالحه،وتجاه المجتمعات القومية والعرفية والدينية والأمة والدولة والحفاظ على السلام وضرورة الامتناع عن التشهير والاتهام بالباطل والقذف، وانتهاك الحياة الخاصة دون سند أو مبرر والنزاهة والاستقلال،وحق الرد .والتصويب واحترام السرية المهنية قواعد السلوك المهني تختلف من بلد إلى بلد كما تتباين بدرجة كبيرة في شكلها ونطاقها، في طبيعتها ومصدرها، حيث توجد في بعض البلدان قواعد مختلفة لتنظيم كل من الصحافة و الإذاعة و التليفزيون وحتى السينما ...وكثيرا ما تكون هذه القواعد قد وضعها واعتمدها المهنيون من تلقاء أنفسهم بينما في حالات أخرى يفرضها القانون أو مرسوم حكومي و ترجى أصول معايير السلوك المهني الواردة في قواعد السلوك

[1] سعيد مقدم ، مرجع سابق، ص 52 .

القومية والإقليمية إلى مفاهيم قبلت إجمالا على الصعيد العالمي ولكنها تتجه دوما إلى أن تتخذ صورا وغايات متنوعة من حيث صياغات وتفسير أحكامها[1].

يعتبر السلوك المهني مجموعة من العناصر توضح للقائم بالاتصال قواعد مهنته التي تطالب بها كل المنظمات والتي يجب عليه إتباعها تجنبا للخطأ من جهة لعدم الإضرار بمهنته من جهة والحفاظ على الجمهور من جهة أخرى كما أنها توضح له الحقوق والواجبات، كما تتضمن ضوابط وتوجيهات ينبغي عليه الالتزام بها من خلال وضع لائحة تشكل مرجعا للعمل الصحفي وكل ما له علاقة بالإعلامي ومؤسسته وجمهورها ومصادرها .

ويتشكل السلوك المهني من قواعد تختلف من بلد إلى بلد كما تتباين بدرجة كبيرة في شكلها ونطاقها وطبيعة مصدرها، بحيث توجد في بعض البلدان قواعد مختلفة لتنظيم كل من الصحافة والإذاعة والتلفزيون وكثيرا ما تكون هذه القواعد وضعها المهنيون أنفسهم، وفي حالات أخرى يفرضها القانون أو مرسوم حكومي [2]

العناصر المشكلة للسلوك المهني :

ـ ضمان حرية الإعلام: حرية الإعلام ترتبط ارتباطا وثيقا بحرية التعبير والتي تعتبر من الحقوق الإنسانية فكل إنسان له الحق في التعبير ع أرائه وأفكاره، فالصحفي من خلال حريته يستطيع الوصول إلى الحقيقة التي يصبو إليها الجمهور شريطة أن تكون هذه الأخيرة مصحوبة بالمسؤولية

[1] ليلى عبد المجيد ،تشريعات الإعلام ، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص263.

[2] عبد اللطيف حمزة ، أزمة الضمير الصحفي ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ، 1960، ص101

لتفادي التجاوزات وحسب" جون هاتلنج " فإن حرية الصحافة هي من أجل الشعب وتجب الدفاع عنها ضد أي انتهاك من أي جهة، سواء كانت عامة أو خاصة، وعلى الصحفيين أن يكون دائكما متيقظين و ان يتأكدوا من أن كان ما يهم الجمهور تجب أن يتم علانية، وعليهم أن يكونوا حذرين من أي شخص، أو من أي جهة تحاول استقلال الصحافة لأغراض شخصية . فحرية الإعلام ولا تلعب دور في الوصول على الحقيقة فحسب بل أنها تشعر الصحفي بالارتياح والطمأنينة، وهناك ارتباط وثيقا بين حرية التعبير وأخلاقيات الإعلام. وتعد حرية الجهر بالآراء والأفكار من حقوق الإنسان المقدسة حيث لا يتم منع أي شخص من التعبير عما يدور في عقله من آراء، والصحافة حرة في نشر هذه الآراء في حدود القانون ومنه ثم فالرقابة ضرورية أحيانا لحماية النظام الاجتماعي . ـ احترام السرية المهنية :السر المهني هو حق الالتزام في نفس الوقت، هدفه حماية الصحفيين وحرية الإعلام على حد سواء وتسيير الوصول إلى المعلومة، ويعد السر المهني من الضمانات التي تشجع الصحفي على أداء عمله بكل إخلاص، كما أن للصحفي الحق في عدم ذكر مصادر معلوماته[1].

. الموضوعية وعدم الإنحياز :كلمة موضوعية تعي أن تتجرد من الذاتية وأن لا تتأثر ولا تتحيز وتعتبر أفضل طريق للوصول إلى الحقيقة النهائية، فالموضوعية هي نقيض الذاتية، ونعني أن يعبر عن الموضوع المراد إيصاله إلى الجمهور بدون تأثر مباشر بأمور الذات وقضياها واهتماماتها، ولا

[1] أحمد زكي بدوي ،معجم المصطلحات والإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، ص71

بالعواطف و التصورات، فالصحفي الحق يتجرد من أهوائه الحزبية و الفكرية، الاجتماعية والسياسية حين يصوغ الخبر.

. المسؤولية: إزاء الرأي العام و حقوقه ومصالحه اتجاه المجتمعات القومية والعرقية والدينية والأمة والدولة والدين والحفاظ على السلام، حيث يري الدكتور "مختار التهامي " " في الصحافة والسلام العالمي" نحن نلقي على عاتق الأسرة الصحافية العالمية مسؤولية ضخمة ونطالبها باسم شرف المهنة الصحافية و باسم الإنسانية وباسم الشعوب التي وثقت فيها وإ عتمدت عليها أن لا تخون هذه الشعوب في المرحلة الحرجة من التاريخ مجتمعنا الدولي الحديث، بل من التاريخ الجنس البشري بأجمعه، أن تتقدم إليه بالحقيقة الكاملة عن الأوضاع والتيارات التي تسيطر على مجتمعنا الدولي المعاصر وتتحكم في حياة الملايين و رفاهيتهم وطمأنتهم دون مجاملة لأحد أو رهبة من أحد.

ـ النزاهة و الاستقلالية :الاستقلالية عبارة عن معيار أخلاقي مهني متعلق بالسلوك الفردي وعليه استقلالية المهنة ونزاهة العامل في جمع ونشر الأنباء والمعلومات وآراء على الجمهور، ينبغي مد نطاقها لا لتشمل الصحفيين المحترفين وحدهم وإ ما لتشمل أيضا كل العاملين الآخرين المستخدمين في وسائل الإعلام الجماهيري كما يجب على الصحفي أن لا يقبل أي هدية أو شيئا آخر مهما كانت قيمته وهذا تجنبا للتأثير والتشكيك في نزاهته واستقلاليته التي تؤثر على العمل الإعلامي وهذا لضمان إعلام شامل صادق نزيه ومستقل . ـ الدقة والصدق :إن الحصول على ثقة القارئ هو أساس الصحافة المتميزة التي تبذل كل جهد لضمان أن يكون المحتوى الإخباري للصحيفة دقيقا خاليا من أي تزييف، لضمان الصدق والدقة مع تغطية كل الجوانب ونشرها بعدالة.[1]

ـ الامتناع عن التشهير والقذف انتهاك الحياة الخاصة :فالصحفي مطالب بالامتناع عن نشر أي معلومات من شأنها أن تحط من قدر الإنسان أو تنقص من اعتباره أو يسيء إلى كرامته وسمعته،

[1] شون ماك با ريد وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981 ، ص505

فلكل واحد منا حياته الخاصة التي يحرص على أن تظل بعيدة عن العلانية والتشهير فحياة الإنسان الخاصة

وأسرار عائلته ومشاكلهم الشخصية كلها أمور لا تهم الرأي العام، ولا تعني المصلحة العامة بل أن الخوض فيها يمس حقا مقدسا من حقوق الإنسان وهو حريته الشخصية في التعرف والقول والعمل بغير رقيب إلا القانون والضمير ويترتب على مخالفة هذا المبدأ في بعض الأحيان الوقوع في الجرائم التي ترتكب من خلال الوسائل العلانية كالسب والقذف المسؤولية الإنسانية :من خلال المحافظة على حقوقه ومصالح الرأي العام، وتعتبر الإنسانية أرقى وأسمى المعاني الروحية التي تربط بين الناس في إطار السلم والتعاون والتآخي حيث يرى الدكتور مختار التهامي) نحن نلقي على عوامل الأسرة الصحافية العالمية مسؤولية ضخمة، وطالبها باسم شرف المهنة الصحفية وباسم الإنسانية، وباسم الشعوب التي وقفت فيها واعتمدت عليها أن لا تحزن هذه الشعوب في المرحلة الحرجة م تاريخ مجتمعنا الدولي الحديث، بل من تاريخ الجنس البشري بأجمعه، وأن تتقدم إليه بالحقيقة الكاملة عن الأوضاع والتيارات التي تسيطر على مجتمعنا الدولي المعاصر وتتحكم في حياة الملابس .ـ الحفاظ على الآداب والأخلاق العامة : ويقصد بالآداب والأخلاق العامة كل ما يتصل بأسس الكرامة الأدبية بالجماعة وأركان حسن سلوكها ودعائم سموها المعنوية عدم الخروج عليها أي مواجهة اعتبارات المجتمع على وجوب رعايتها في العلنية على الأقل[1].

[1] سعيد مقدم ، مرجع سابق، ص53

العوامل المؤثرة في السلوك المهني :

تتأثر عناصر السلوك المهني التي سبق وأن ذكرناها بالعديد من العوامل التي تلقي بظلالها على الممارسة الإعلامية وتؤثر بشكل أو بآخر فيها منها :

أ – الرقابة :تعد كلمة الرقابة من الكلمات شديدة القسوة في المجال الإعلامي كما أن لها تأثيرا سلبيا وصورة سيئة في العقول، رغم أن الحرية المطلقة غير ممكنة وغير موجودة أصلا، ويقول "هنري هريرت" بأن الرقابة هي الحد من التعبير العام عن الأفكار والدوافع التي يمكن ان يكون لها تأثير على تفويض السلطة الحكومية أو تفويض النظام الاجتماعي والأخلاقي التي تعتبر السلطة أنها ملزمة بحمايتها وتوجد العديد من الأصناف للرقابة منها الأسلوب الحر، الرقابة المسبقة و الرقابة اللاحقة وأسلوب الأخطار،وتنشر الرقابة الإعلامية أكثر في الأنظمة الشمولية ودول العالم الثالث.

ب :الاحتكار :يطغى الاحتكار خاصة في الأنظمة الرأسمالية، فاحتكار الصحافة وخضوعها لأصحاب رأس المال سيؤثر دون شك على حريتها واستقلاليتها، فالاحتكار في المجال الإعلامي يلغي الحرية وهو طريق لسقوط الصحافة في يد أقلية تتحكم فيها[1] .

ج– المنافسة :لقد أصبحت المنافسة بين الوسائل الإعلامية سبب لسلوكهم طرق غير اخلاقية وغير قانونية قصد تحقيق السبق الصحفي والاستحواذ على أكبر قدر من الجمهور بطرق غير شريفة، حيث تعتمد بعض الوسائل الإعلامية على تقديم هدايا معتبرة من أجل الحصول على مزايا غير مستحقة .د:الإعلان :يعتبر من أهم المعوقات التي تعترض العمل الصحفي، شأنها شأ المشاكل الأخرى كالرقابة، والحرية في المجال الإعلامي، ونحن نعرف أن الصحف والوسائل الإعلامية الأخرى

[1] احمد خليل صابات ،الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، ط 2 ، دار التوزيع والنشر ، القاهرة،ص273 .

لا تقتصر على بيع الأخبار وإ ذاعتها .... فقط فالإعلان يعد أهم مورد مادي بالنسبة إليها، فأي وسيلة إعلامية لا يمكنها أن تستمر دون مداخيل الإعلان .[1]

د- الكذب والافتراء والرشوة :تؤكد كل المبادئ الأخلاقية على ضرورة الابتعاد عنها ونبذ كل طرق الكذب لكن الكثير من الحالات في مجال الإعلام تؤكد وجود هذه الآفة، مما جعل الكثير من وسائل الإعلام مليئة بالافتراءات، زيادة على دفع الرشوة بإشكال متنوع، رغم أن أخلاقيات الإعلام تمنع هذا النمط من التعاملات المؤثرة على المهنة لأنها تزعزع مصداقية الوسيلة الإعلامية وتشكل خطرا عليها .

و- الأسلوب البذئ والقذف :بحيث يستعمل القائم بالاتصال عبارات إباحية خادشة للحياء، رغم أن جل الوسائل الإعلامية تترفع عن استعمال هذا الأسلوب كما يوجد القذف الذي يساهم في تشويه سمعة شخص معين عن طريق نشر معلومات خاطئة أو كاذبة وتعمل مختلف القوانين الأخلاقية على منع هذه الظاهرة في الإعلام.

وأهم الأخلاقيات التي تتضمنها قواعد السلوك المهني نجد:

أخلاقيات متعلقة بالمسؤولية الإعلامي نحو معلوماته :تعمل وسائل الإعلام على ضمان حق الجمهور في المعرفة من خلال ضمان حقه في المعلومات، ونظرا التعامل الإعلامي الدائم مع مصادر المعلومات تجب عليه مراعاة العديد من الضوابط المتعلقة بذلك منها الحفاظ على سرية مصادر المعلومة وعدم استخدام وسائل غير مشروعة للحصول والوصول إلى المعلومة واحترام وعودهم وإ سناد

[1] احمد خليل صابات ،مرجع سابق، ص273 .

المعلومات إلى مصادرها وعدم كشف المصادر التي طلب عدم الكشف عن هويتها، وعدم نشر لمعلومات التي طلب المصدر عدم نشرها وعدم إساءة الصحفيين تقديم أنفسهم إلى المصادر وعدم تقديم أنفسهم بصفات أخرى غير صفاتهم والالتزام بالصدق وعدم تحريف وتزييف المعلومات خدمة لأغراض معينة .[1]

- أخلاقيات متعلقة بتعامل الإعلامي مع الجمهور :أهم مبدأ ينبغي على الإعلاميين احترامه هو الحق في الخصوصية والحفاظ عليها وعدم اختراقها من خلال عدم نشر معلومات تخص الحياة الخاصة للأفراد واستخدام أجهزة غير مشروعة للتنصت وعدم وضع الأشخاص تحت ضوء زائف زيادة عن احترام شرف الإنسان وسمعته مع التمييز بين الشخصية العامة والمواطن العادي والحفاظ على أسرار الحياة الخاصة، وتبنت السب والقذف، تجنب ما يمكن أن يؤدي إلى إيذاء الأفراد ماديا أو معنوي احترام حق الرد والتصحيح واحترام الكرامة الإنسانية للفرد.

- أخلاقيات متعلقة بتعامل الإعلامي مع المجتمع: من خلال الالتزام باحترام قيم المجتمع وعادته وتقاليده وعدم نشر كل ما قد يسيء إلى المجتمع أو يشجع على ارتكاب الفحشاء أو إشاعة...والخروج عن الأخلاق العامة والخروج عن الآداب العامة والدفاع عن الحريات العامة كحرية العقيدة وحرية الفكر وحرية الرأي والتعبير وحق المعرفة والحصول على المعلومات واحترام كل الآراء على اختلافها واحترام التنوع الحضاري والديني والعرقي والسياسي والفكري.

[1] سليمان صالح ، أخلاقيات الإعلام ، مكتبة الفلاح ، الكويت ،2000 ،ص450

– أخلاقيات متعلقة بعلاقة الإعلامي بالإعلان :تتمثل هذه الآداب في مجموعة من الآداب التي يتعين على الصحفي مراعاتها عند تناوله لأي مادة إعلانية تتمثل مثلا في عدم جواز أن يوقع الصحفي باسمه فوق المادة الإعلانية أو أن يقوم بتحريرها، كما لا يجوز له أن ينشر أي إعلان يتعارض مادته مع قيم المجتمع ومبادئه وآدابه العامة أو مع الرسالة الصحافية .

– يجب على الصحفي الالتزام بمجموعة من المبادئ منها – :ضرورة تمييز المادة الإعلانية على المادة التحريرية تمييزا واضحا – .حظر تدخل المعلنين في شؤون التحريري والسياسة الإعلامية وتوجيهها – .تحديد نسبة المادة الإعلانية المتعارف عليها – .وضع خطوط توجيهية خاصة بمضمون الإعلانات وما قد تشجعه من قيم وسلوكيات قد لا تتفق مع القيم الأخلاقية السائدة في المجتمع . –الحد من عامل التقليل في الإعلانات حتى لا يؤثر على مصداقية الوسيلة[1].

أخلاقيات متعلقة بمسؤوليات الإعلام تجاه الدولة :من خلال العمل على حماية الأمن القومي وعدم نشر معلومات قد تؤدي إلى إلحاق ضرر بالمصلحة العامة واحترام المؤسسات الديمقراطية و احترام الدستور والقوانين. ويرى الخبير الإعلامي" إبراهيم العقباوي "أن طرح قضية الفضائيات العربية هي شيء مهم ولا بد من إعادة النظر في هذه الواقع انطلاقا من:

[1]عبد المجيدليلى ، مرجع سابق ، ص 58

1- إعادة النظر بالتشريعات الإعلامية التي تحكم عمل أجهزة الإعلام الوطنية والإقليمي والدولية من خلال استحداث مضامين تتناسب وظروف العصر

2- ضرورة وجود ميكانيزمات للمتابعة الدورية حتى نتأكد من مدى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية .

3- وضع ميثاق دولي ومعايير دولي إلى جانب المواثيق الوطنية والإقليمية حتى يكون هناك التزام جماعي بأخلاقيات المهنة على المستوى الدولي.[1]

المطلب الثالث: أخلاقيات الصحافة ووسائل الحصول على المعلومات

لما كان العمل الصحفي يتطلب تواجد الشخص الذي يستطيع تأدية الرسالة على الوجه اللائق بأهميتها الخطيرة في المجتمع فإن الأمر يقتضي منه استغلال بعض الوسائل للحصول على الأخبار والمعلومات لتقديمها للجمهور، - لكن السؤال المطروح هنا **ما هي الوسائل السليمة والمناسبة التي تساعد الصحفي على بلوغ المعلومات واقتناء الأخبار التي يريد؟**

في غالب الأحيان يكون مصدر المعلومات متعاونا مع الصحفي و يقدم معلومات بدون أي مقابل لكن في بعض الحالات نجد الصحفي في مواقف حرجة، فهو بين واجبه الذي يتطلب تقديم المعلومة للجمهور وحق المصادر في عدم تقديم المعلومات، إلا إذا صرح هذا الأخير بذلك، وميثاق

[1] صالح خليل أبو أصبح.الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار لارم للدارسات والتوزيع والنشر، عمان، 1995 ، ص 265.

الأخلاق في التحقيق الحر في كل الوقائع التي تتعلق بالحياة العامة ولا يمكن الوصول إلا المصادر إلا استثناءا وبموجب أسباب معبر عنها ».

لكن الصحفي وأمام انسداد الأبواب أمامه للوصول إلى مصادر المعومات، فإنه يلجأ في مثل هذه الحالات إلى استعمال طرق عديدة للوصول إليها، هذه الطرق تكون شرعية وغير شرعية بحسب الظروف السائدة والفرص المتاحة، فتثار مجموعة من الأسئلة أحينا حول أخلاقيات الصحافة، وهي أسئلة تتعلق بوسائل جمع الأخبار مثلا عندما ينتحل الصحفي شخصية أخرى في سبيل الحصول على قصة إخبارية.

والأمثلة كثيرة في هذه السياق فهناك من الصحفيين من يتظاهرون بأنهم رجال أعمال أو أصحاب استثمارات ضخمة (صناعية، فلاحيه استيراد تصدير ...) أو أطباء أو معلمون أو حتى موظفين حكوميين مرقومين هذا حتى يتمكنوا من الحصول على المعلومة التي تجعلهم يحررون قصصا إخبارية متميزة، وهذا بعد إقناع مصادر الأخبار بالكلام دون علمها بالهدف الحقيقي للشخص المتنكر..[1]

وفي أحوال أخرى جاء في كتاب "جون ل هانتج":«تظاهر الصحفيون أنهم رجال شرطة أو أطباء من أجل إقناع مصادر الأخبار بالكلام مثلا بعد أن وقع حادث في عام 1979 في المفاعل النووية بمحطة (ثري أيلاند) حين تمكن أحد الصحفيين من الحصول على وظيفة في المحطة للحصول على معلومات من الداخل عن نظام الأمن ضد حوادث داخل المحطة».

[1] خليل صاجات ، مرجع سابق، ص27

فالوصول إلى مصادر الخير دون أي قيد أو شرط يجعل الصحفي يبتعد عن انتحال أي شخصية أخرى مخالفة لأخلاقيات المهنة، والتي أشار إليها ميثاق أخلاقيات المهنة الجزائري حيث ينص في الفقرة التاسعة في باب الواجبات « يلتزم الصحفي بواجب الامتناع عن انتحال وافتراء و القذف والاتهامات غير المؤسسة».

– أهمية الأخلاق في العمل الإعلامي:

تشكل الأخلاق الإعلامية أحد الأسس الرئيسية في مهنة الصحافة بمعنى أن نزاهة الإعلامي أمر رئيسي في تحديد هدفية هذه المهنة التي هي في الأساس خدمة عامة تسعى إلى خير المجتمع من خلال تزويد الجمهور بالوقائع والمعلومات والحقائق الضرورية لتشكيل رأي عام واع،هذا الدور أساسي نظرا لكون الرأي العام يشكل مصدر السلطات في الأنظمة الديمقراطية .لذلك ففي كل مرة لا يضع الصحافي نصب عينيه المصلحة العامة حين يعالج موضوعا ما، أو في كل مرة يسعى إلى استخدام موقع ومهنته لأهداف شخصية، أو حين يغض النظر عن أمور وقضايا تضر بالمجتمع أو يسكت عنها لدوافع لا تبررها المصلحة العامة، أو حين يسخر قلمه في خدمة أفراد ما بدافع إغراءات متنوعة، في كل هذه الحالات يكون الصحافي خارج رسالة الصحافة ويرتكب خطأ أخلاقيا .فلا يجوز أن تكون الصحافة في خدمة أفراد لتحقيق مكاسب وغايات فردية و إلا سقطت من حيث كونها رسالة ومن حيث كونها سلطة تهدف إلى تحقيق المصلحة العامة .لذلك فإن الأخلاق الإعلامية، من خلال تحديد مجموعة مبادئ وقيم وسلوكيات، تتوجه في آن واحد إلى المؤسسة الإعلامية والقيمين عليها والصحافيين العاملين فيها، بحيث تضمن الحفاظ على رسالة الصحافة

الأساسية وتبعد الصحافي عن تصرفات يكون دافعها منطلقات شخصية أو تكون مضرة بالمجتمع أو بالآخرين. تجدر الإشارة إلى أن في مرحلة ما بين الحربين كانت الأنظمة السياسية في أوروبا تخوض حربا إعلامية في ما بينها، وكانت وسائل الإعلامية أداة مواجهة بامتياز تستعملها السلطات لترويج فكرها، والتصدي للطروحات المعادية .وهي المرحلة التي شهدت ظهور كتاب" تشاكوتين " عن " اغتصاب الجماهير بواسطة الدعاية السياسية " وهو يعبر عن الدور الذي لعبت وسائل الإعلام عموما في تلك المرحلة، إذ كانت أداة الحرب النفسية بامتياز وامتدادا للسلاح العسكري، حتى في الدول الديمقراطية . [1]

هكذا بدأت تظهر في مطلع القرن العشرين التشريعات والمواثيق الأخلاقية، وتتطور تباعا لتواكب تطور المهنة والتغيير الاجتماعي الذي يؤثر فيه، هذه التشريعات تحدد السلوكيات المثلى للصحافي في علاقاته المهنية في أربعة اتجاهات : علاقاته بزمالائه، بمصدر الأخبار، برب العمل وبالجمهور، يقوم بوضع هذه التشريعات أفراد، مؤسسات أو جمعيات .لكن هناك من يعتبر ميثاق قواعد الأخلاق الصحفية الذي أصدره الاتحاد العالمي للصحفيين بواشنطن عام 1926 بداية التأسيس لهذه القواعد، التي تدعمت بوثيقة أخرى من الاتحاد الوطني للصحفيين البريطانيين عام 1931، ما سمي ب" قانون السلوك "احتوى على أسس وقواعد وأخلاقيات مهنة الصحافة الو اجب على الصحفي احترامها أثناء ممارسة المهنة والواجبات المنوطة به .وكان من نتائج ذلك إنشاء المحكمة الدولية للشرف المهني عام 1931، وعقب انعقاد المؤتمر العالمي لاتحاد الصحافة في مدينة

[1] جورج صدقة ، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع ،مؤسسة مهارات للنشر ، بيروت ، 2008، ص 12

براغ التشيكوسلوفاكية انبثق عنه ميثاق يكرس السلم والأمن الدوليين عام1936 .إعلان مكسيكو 1980 :اجتمع حوالي 1000 ألف من مختلف أرجاء العالم يمثلون منظمات عالمية وإ قليمية وجهوية في اجتماعات استثمارية بإشراف من منظمة اليونسكو، وفيه عبّر المجتمعون عن تأييدهم المطلق للإعلان الصادر عن اليونسكو الذي يدور حول المبادئ والقيم الأساسية لمساهمة وسائل الإعلام في ترسيخ السلم الدولي وتعزيز حقوق الإنسان وعلاوة عن ذلك أقرّ الاجتماع ما اصطلح عليه في ما بعد إعلان مكسيكو .

احتوى مجموعة من الأسس والمبادئ العالمية المشتركة بين الأمم والشعوب في مجال الأخلاقيات الصحفية وعدم تطبيق توصياتها ميدانيا أثناء تأدية المهام وهذا ما يفسر استمرار موجة المطالبة بتطبيقها إلى يومنا هذا. [1]

أخلاقيات المهنة الإعلامية والمجتمع :

– إن وسائل الإعلام هي القوة التي تصوغ أكثر من أي قوة أخرى الآراء و الأذواق والسلوك، بل المظهر المدني لجمهور يضم أكثر من60 بالمائة من سكان الأرض، فقد أصبح الهدف الأول لوسائل الإعلام في وقتنا الحاضر هو الثقافة وخدمة المجتمع،ولكنها أصيبت بشيء من الانحراف وأصبحت هدفا للاستغلال من طرف أصحاب رؤوس الأموال، ومالت المشروعات الإعلامية على إرضاء المشاهدين والقراء متناسية الهدف الأساسي للإعلام ." فلكل مجتمع مقوماته الأساسية التي تحرص أن تلتزم الصحافة بها وتترك بعض الأدوار لإحساس كل صحفي بمسؤولياته الاجتماعية

[1] جورج صدقة ، مرجع سابق، ص17

وتقديره لظروف المجتمع وخطورة الكلمة و تأثيرها، وفي مثل هذه الرؤية يلتزم الصحفيون بذلك دون أي تشريعات تضعها الدولة، وإنما من خلال مواثيق اختيارية لأخلاقيات المهنة وترى دول أخرى أن لا تستند فقط على الضمير الصحفي وإحساسه الوطني بل الضروري أن تتضمن تشريعاتها وقوانينها الإعلامية بل يلزم الصحفيين للحفاظ على مقومات المجتمع تارة وسلطاتها الدينية أو العلمانية تارة أخرى وتفرض عقوبات على من يخالف ذلك ".خاصة بعد استفحال ظاهرة التعصب الذي أدى عبر التاريخ إلى حروب كلامية أحيانا ودموية أحيانا أخرى فالتعصب يعتبر من بين العناصر اللأخلاقية التي تؤثر على الصحافة سلبا كونها تعمل على تضخيم الأمور بإثارتها للتغيرات العنصرية أو الطائفية، نشر الأخبار التي تعرض امن وسلامة الدولة إلى خطر انتهاك الأديان أو التعدي عليها، عدم الانقياد للقانون وغيرها وكلها مخلفات تؤثر على المبادئ و القواعد الأخلاقية لمهنة الإعلام ويجب على الصحفي تفاديها إنصافا للسلام والإنسانية.[1]

[1] عبد المجيد ليلى ، الصحافة في الوطن العربي ، القاهرة، العربي للنشر و التوزيع ، ص98

المبحث الثاني:

المبحث الثاني : ماهية القائم بالاتصال

المطلب الأول : مفهوم القائم بالاتصال

المطلب الثاني : مسؤوليات القائم بالاتصال وشروط الواجب توفرها

المطلب الثالث : العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال

المبحث الثاني : ماهية القائم بالاتصال

أصبحت المؤسسات الإعلامية في القرن الحادي والعشرين شبكات اتصال ضخمة تتصارع داخلها المصالح، كما أن كل مؤسسة هي في حد ذاتها نظام معقد للسلطة والنفوذ والمراكز، وحينما ندرس ما يحدث داخل الجريدة أو محطة الإذاعة أو محطة التليفزيون نشعر بالدهشة من مدى تعقد وتشابك أعمالها. ففي داخل تلك المؤسسات الإعلامية تتخذ يومياً، بل وفي كل دقيقة، قرارات مهمة وخطيرة.ونظراً لأهمية تلك القرارات بالنسبة للجماهير يجب أن نعرف الأسلوب الذي يتم بمقتضاه اتخاذ القرارات، والمراكز أو المناصب التي تنفذ فعلاً تلك القرارات، وطبيعة القائم بالاتصال، والأمور التي تؤثر على اختيار المواد الإعلامية، والقيم والمستويات التي يعتنقها القائمون بالاتصال.

المطلب الأول : مفهوم القائم بالاتصال

– تتفاوت المفاهيم التي وضعتها المدارس الإعلامية للقائم بالاتصال، فقد اتجهت بعض الدراسات إلى تعريفه من منظور القدرة على التأثير في المتلقي، فعرِّف بأنه " يشمل من لديهم القدرة على التأثير بشكل أو بآخر في الأفكار والآراء."

في حين اتجهت دراسات أخرى إلى تعريفه من منظور الدور في عملية الاتصال، فعرفته بأنه " الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها، وعلى ضوء ما يتمتع به من قدرات و كفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها."

أو أن القائم بالاتصال هو" أي فرد أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر الوسيلة الإعلامية، أو له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية."

كذلك حددته دراسات أخرى بأنهم "الذين يؤدون دورا فعالا ومباشرا في إنتاج الرسائل الإعلامية". وتطرح المدرسة الفرنسية في الإعلام مفهوم آخر للقائم بالاتصال إذ تطلق عليه لقب "الوسيط" على أساس أن الصحفي يقوم بأدوار متعددة، فهو يبحث عن المعلومة ويختار مضمون الرسالة ثم يتوجه بها إلى الجمهور، وهو بذلك يلعب دورا تفاوضيا بين صانع المعلومة (المصدر) و الجمهور (المتلقي).

–ومما سبق يمكن تعريف القائم بالاتصال بأنه أي شخص داخل فريق عمل ينتمي لإحدى المؤسسات، ويقوم بمسؤولية ما، في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية بدءا من وضع الفكرة أو السياسة العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها، وانتهاء بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير[1].

[1] نجوى فوال، القائمون بالاتصال، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، القاهرة، 1992، ص5.

المطلب الثاني : مسؤوليات القائم بالاتصال و الشروط الواجب توفرها فيه

مسؤوليات القائم بالاتصال:

* تتمثل المسؤوليات المفروضة على القائم بالاتصال فيما يلي:

1-الدقة والتأكد من صدق المعلومة المقدمة للجمهور.

2-العمل من اجل المصلحة العامة والابتعاد عن تفضيل المصلحة الشخصية.

3-الحفاظ على نزاهة وكرامة المهنة.

4-احترام الحياة الخاصة للمواطنين.

5-احترام سر المهنة، وأخلاقياتها.

6-الدفاع عن حقوق الإنسان.

7-المشاركة في الإصلاح الاجتماعي.

8-الالتزام بالموضوعية والصدق.

9-تبني اتجاهات الجمهور.

الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال:

- حددها الباحث "ديفيد برلو" في النقاط التالية:

1- توافر مهارات الاتصال، وهي خمس مهارات " الكتابة، التحدث، القراءة، الإنصات، والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال."

2- اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه ونحو الموضوع ونحو المتلقي، وكلما كانت هذه الاتجاهات ايجابية زادت فعالية القائم بالاتصال.

3- مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته.

4- مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي وطبيعة الأدوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه يؤثر على فعالية الاتصال[1].

5- معرفة السياسة الإعلامية لمؤسسته، ويتم ذلك حسب "وارين بريد" بعدت طرق منها:

- القراءة المستمرة لجريدة المؤسسة.
- المشاركة في الدورات والمحاضرات التي تقيمها المؤسسة.
- عن طريق الاحتكاك مع زملاءه دوي الخبرة في المؤسسة.
- عن طريق توجيهات رئيس التحرير.
- عنت طريق الخبرة.

- كما حدد "الكس تان" العوامل إلي تجعل القائم بالاتصال مؤثرا في إقناع الجمهور. وهي ثلاثة عوامل:

1- المصداقية. 2 الجاذبية. 3- السلطة (النفوذ)

المطلب الثالث : العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال

-يخضع القائم بالاتصال إلى عدة عوامل تؤثر فيه بشكل مباشر ونذكرها فيما يلي:

أ- معايير المجتمع:

يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام، من القوى الأساسية التي تؤثر عل القائمين بالاتصال، فأي نظام اجتماعي ينطوي تحت قيم ومبادئ يسعى لإقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها، ويرتبط ذلك بوظيفة "التنشئة الاجتماعية."

وتعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة.

[1] نجوى فوال، مرجع سابق، ص07

ويرى "وارين بريد" انه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله، وليس هذا الإغفال نتيجة لتقصير منه أو انه نقطة سلبية، ولكن يتغاضى القائم بالاتصال أحيانا على تقديم بعض الإحداث إحساس منه بالمسؤولية الاجتماعية وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية[1].

فقد تضحي وسائل الإعلام أحيانا بالسبق الصحفي، أو تتسامح بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار التي تهم الجماهير، وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع وتقاليده، كذلك تعمل وسائل الإعلام على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع مثل الولاء للوطن، النظام السياسي و الاقتصادي، احترام رجال الدين والقضاة، والمجتمعات المحلية، وتوقير كبار السن والقادة، والأمهات، ورجال الجيش. وغالب ما تتجنب وسائل الإعلام انتقاد الأفراد الذين يقومون بتلك الأدوار، لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع.

ب–المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:

تؤثر الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال على عمله، والمواد الإعلامية التي يقدمها، وتتمثل هذه العوامل أساسا في "الجنس، العمر، الدخل، الطبقة الاجتماعية، التعليم، الانتماءات الفكرية والعقائدية، والإحساس بالذات."

كما يعد الانتماء عنصرا محددا من المحددات الشخصية المهمة، لأنه يؤثر في طريقة التفكير والتفاعل مع العالم المحيط بالقائم بالاتصال.

كما أن القائم بالاتصال ينتمي إلى بعض الجماعات التعليمية والاجتماعي والسياسية، والاقتصادية، التي تعد بمثابة جماعات مرجعية، يشارك القائم بالاتصال أعضاءها في الدوافع والميول والاتجاهات، وتبرز قيمهم في اتخاذ قراراته، وقيامه بسلوك معين.

[1] محمد الجوهري وآخرون ، دراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، مصر، 1992، ص22

وقد اهتم الخبراء بالإطار الدلالي والخبرات المختزنة للقائم بالاتصال التي تؤثر في أفكاره ومعتقداته والتي تحدد ما يجب وما لا يجب. [1]

ج-المعايير المهنية:

يتعرض القائم بالاتصال إلى مجموعة من الضغوطات المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي إلى توافقه مع السياسة التي تنتهجها المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها.

وتتضمن المعايير المهنية ما يلي:

***سياسة المؤسسة الإعلامية:**

فخط العمل الذي تنتهجه المؤسسة الإعلامية قد يمثل ضغوط على القائم بالاتصال، ويحتم عليه انتهاج فكر مهني معين.

وتتمثل هذه الضغوط في عوامل خارجية وداخلية، ونعني بالعوامل الخارجية موقع الوسيلة من النظام الاجتماعي القائم، ومدى ارتباط المؤسسة بمصالح معينة.

أما العوامل الداخلية فتشمل نظام الملكية، وأساليب السيطرة والنظم الإدارية وضغوط الإنتاج. وتلعب هذه العوامل دورا مهما في شكل المضمون المقدم للجمهور، وتنتهي بالقائم بالاتصال إلى أن يصبح جزءا من الكيان العام للمؤسسة.

لذا نجد أن الكثير من الصحفيين يعتبرون أنفسهم موظفين في بيروقراطية جمع الأنباء، فهم لا يعبرون عن أفكارهم، بل يقومون بالتعبير عن أفكار صاحب المؤسسة الإعلامية وينتهجون نهجه.

***مصادر الخبر:**

أشارت اغلب الدراسات أن القائم بالاتصال يمكنه الاستغناء عن جمهوره، لكن ليمكنه الاستغناء عن مصادره، وأثبتت عدة دراسات عن الصحفيين قوة تأثير المصادر الصحفية على القائم

[1] براهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير،ط1، القاهرة، مكتبة النجلو المصرية،1969، ص103

بالاتصال إلى حد احتواءه بالكامل. مؤكدين أن محاولة الصحفي الاستقلال عن مصادر الأخبار عملية شاقة للغاية.

وتتمثل تأثيرات المصادر على القيم الإخبارية والمهنية فيما يلي:

1. تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الانتباه إلى أخبار معينة دون الأخرى بطرق عديدة[1].
2. تؤثر الوكالات على طريقة تقييم رؤساء أقسام الأخبار لعمل مندوبيهم ومراسليهم.
3. تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها لتغطية الأحداث الهامة.
4. تصدر وكالات الأنباء، سجلا يوميا بالأحداث المتوقع حدوثها في المدن الكبرى.
5. تقلد الصحف الصغرى نظيرتها الكبرى في أسلوب اختيار المضمون.

علاقات العمل وضغوطه: يتفق الباحثون على أن علاقات العمل تضع بصمتها على القائم بالاتصال، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا، وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية بالنسبة للقائم بالاتصال، وبالتالي نجدهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة، ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال إحساسهم الذاتي داخل الجماعة، وهذا يجعل الصحفي معتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي.

ولكن هناك دائما معايير خاصة بالقائم بالاتصال يحتفظ بها لنفسه، ولا يشاركها مع الجماعة التي يعمل فيها، وهي التي تدفعه دائما نحو محاولة التقدم على زملائه في إطار المنافسة المشروعة داخل المؤسسة الإعلامية، فكل صحفي يسعي دوما إلى السبق الذي يمكنه من الوصول إلى اكبر عدد من الجماعة التي فيها.

د- معايير الجمهور:

يؤثر الجمهور على القائم بالاتصال مثلما يثر القائم بالاتصال عليه عل الجمهور، فالرسالة التي يقدمها تحددها –إلى حد ما- توقعاته من ردود فعل الجمهور، وبالتالي يلعب الجمهور دوما دورا ايجابيا في عملية الاتصال.

[1] ابراهيم إمام، مرجع سابق، ص104

كما أكد "ريموند باور" أن نوع الجمهور الذي يعتقد القائم بالاتصال انه يخاطبه، له تأثير كبير على طريقة اختيار المحتوى وتنظيمه.

فوسائل الإعلام يجب إن ترضي جماهيرها، ولكي يتحقق ذلك يجب معرفة الجمهور معرفة دقيقة من خلال الدراسات العلمية[1].

[1] ابراهيم إمام، مرجع سابق، ص104

المبحث الثالث:

المبحث الثالث : أخلاقيات العمل الإذاعي في التشريع الإعلامي الجزائري

المطلب الأول : أخلاقيات المهنة من خلال قوانين 1982-1990

المطلب الثاني : أخلاقيات المهنة من خلال القانون العضوي 2012

المطلب الثالث : أخلاقيات المهنة من خلال القانون السمعي البصري 2014

المبحث الثالث : أخلاقيات العمل الإذاعي في التشريع الإعلامي الجزائري

الجزائر لم تملك ميثاقا لأخلاقيات الصحافة إلا مؤخرا بعد أن ساد الفراغ القانوني في الميدان الإعلامي، هذا ما جعل الصحفيين والمؤسسات الإعلامية الجزائرية ولفترة طويلة ظلت تعمل وفق القوانين الصادرة عن السلطة الحاكمة على عكس ما هو سائد في الدول الديمقراطية الأخرى . وفي هذا المبحث سنوضح أخلاقيات المهنة للعمل الاذاعي من خلال القوانين التشريعية للإعلام الجزائري.

المطلب الأول : أخلاقيات المهنة من خلال قوانين الإعلام1982–1990:

1– أخلاقيات المهنة من خلال قوانين الإعلام1982:

–يعتبر قانون الإعلام الصادر بتاريخ 6 فيفري 1982 طبقا لنص المادة 33 منه على ان "الصحفي المحترف هو كل مستخدم في صحيفة أو دورية تابعة لحزب أو الدولة..... حيث يكون متفرغا للبحث وجميع الأخبار وأن يتخذ من هذا النشاط مهنته الوحيدة، والصحفي هنا بموجب هذا التعريف هو مجرد موظف إداري والتالي قتل روح الإبداع لدى الصحفي، وجاء في وقت أصبحت الصحافة تعاني من ضغوط كثيرة، وفي ظل فراغ قانوني كبير، وكانت خلال هذه الفترة تسير الأجهزة الإعلامية والقائمين عليها بقوانين مجزئة كما هو الحل بالنسبة لقانون المؤسسات الصحفية الصادر في نوفمبر 1967 والقانون الصحفي الصادر في سبتمبر وقانون النشر الصادر عام1973. [1]

وباعتبار أخلاقيات المهنة الصحفية تؤطر لواجبات وحقوق الصحفي، فإنه بالعودة لقانون الإعلام نفسه فإن معظم المواد الواردة تغلب عليها صفة القاعدة القانونية الآمرة، وطابع الوجوب والمنع والعقاب في نحو أكثر من 50 %من مواد هذا القانون . أما المواد التي تخص بصفة مباشرة أخلاقيات وآداب المهنة في هذا القانون فهي قليلة جدا يمكن حصرها في 5 مواد هي 35، 42، 45، 48، و 49 . فالمادة 35 ترى أن الصحفي لابد عليه أن يكون ملتزما بمبادئ حزب جبهة التحرير الوطني ويدافع عن احتياجات الاشتراكية مما يعني ر بط الصحفي ربط الصحفي إيديولوجيا

[1] إسماعيل معراف قالية ،الإعلام حقائق وأبعاد، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999 ، ص ص 64-65.

بمبادئ الحزب الواحد .أما المادة 42 فتلزم الصحافي بضرورة الاحتراس من نشر الأخبار الخاطئة أو استعمال الامتيازات المرتبطة بمهنة الصحافة من أجل المصلحة الشخصية أو تمجيد خصال مؤسسة أو مادة تعود عليه بالفائدة .وهنا يمكن ملاحظة التناقض الموجود بين ما جاء في هذه المادة و واقع الممارسة الإعلامية، إذ أن الصحفي الذي لا يمجد مؤسسات السلطة أو الذي يسمح لنفسه بانتقادها يتعرض للعقاب[1] .

أما المادة 45 فتنص على " أن للصحافي المحترف الحق والحرية الكاملة في الوصول إلى مصادر الخبر في إطار الصلاحيات المخولة له قانونا "وهنا نسجل أن ما منحته هذه المادة للصحفي المحترف قد ربطه بالصلاحيات المخولة له قانونيا وهو ما يشكل وسيلة ضغط عليه أثناء تطبيق القانون، وذلك أن هذه المادة لم توضح حقيقة هذه "الصلاحيات المخولة له قانونيا" وتركها مبهمة وخاضعة لتقدير وأهواء السلطة التنفيذية التي يخضع لها الصحفي مباشرة . و تنص المادة 48 على أن "سر المهنة الصحافية معترف به للصحفيين اللذين تسري عليهم أحكام هذا القانون وهو شي إجابي وجيد وفي صالح الممارسة الإعلامية الراقية، لو لا أن المادة التي تليها قلصت مما منحته المادة 48 وأنقصت من حصانة الصحافي بشان حماية سرية المصادر وذلك بتحديد مجالات ليس من حق الصحافي الاحتفاظ بالسر المهني عند خوضه فيها وهي :

مجال السر العسكري على الشكل الذي يحدده التشريع المعمول به –السر الاقتصادي والاستراتيجي – عندما يمس الإعلام أطفالا ومراهقين –عندما يتعلق الأمر بأسرار التحقيق القضائي أما المادتين 121 و 125 [2]، فقد كفلتا حق الصحفي في النقد البناء، حيث جاء في المادة 121 " أن النقد الذي يرمي إلى تحسين المصالح العمومية وسيرها جريمة ليس من جرائم القذف . " كما جاء في المادة 125 أن " النقد الهادف والموضوعي الصادر بدافع الحرص على تحسين وترقية الفن الذي يساهم في الشرح وفي اعتبار الشخص صاحب العمل الفني لا يمكن أن يكون جريمة من

[1] نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، الدار الخلدونية للنشروالتوزيع، الجزائر، ص23.

[2] القانون رقم 82-01 المؤرخ في 12 ربيع الثاني عام 1402 الموافق لـ06 فيراير سنة 1982 المتضمن قانون الإعلام

جرائم القذف .و إجمالا يمكن اعتبار قانون الإعلام الصادر سنة 1982 أول نص تشريعي يحدد بعض حقوق وواجبات الصحفي .

ومن ثم يؤطر لأخلاقيات المهنة الصحفية في الجزائر، وفي حين أنه أكد حق المواطن في الإعلام فقد جعله حقا صعب المنال عن طريق العدد الكبير من المواد القانونية التي تحتوي على ممنوعات وضوابط وتوجيهات تحد من قدرة الصحفي على القيام بدوره كاملا .[1]

2- أخلاقيات المهنة من خلال قانون الإعلام 1990

يرى احد الباحثين انه قبل إقرار التعددية السياسية بتاريخ 1989 لم يكن هناك حديث عن أخلاقيات وآداب المهنة الصحفية، لأن الصحفي في ذلك العهد كان مجرد موظف في خدمة برامج النظام السياسي و إيديولوجيته، بحيث تعتبر مصادر ومفهوم أخلاقيات وقو اعد المهنة الصحيفة في الجزائر انعكاس لطبيعة النظام السياسي وتطويره لدور الإعلام في المجتمع، ويرى أن مصادر أخلاقيات المهنة هي السلطة العمومية والمؤسسات الإعلامية والمنظمات المهنية.

بعد أحداث أكتوبر 1988 التي فتحت المجال للتعددية السياسية والإعلامية والفكرية، ظهر قانون 1990مخالفا تماما لقانون 1982، وجاء القانون ب106 مادة موزعة على تسع أبواب، ولعل أهم ما جاء فيه هو إلغاء الرقابة الإدارية على الصحف وإصدارها وتعددها، وكذا إنشاء مجلس أعلى للإعلام لتنظيم العمل الإعلامي، كما تضمن أيضا مواد تتعلق بأخلاقيات المهنة الإعلامية وأهم ما جاء فيه :المادة 3" :

يمارس حق الإعلام بحرية مع احترام كرامة الشخصية الإنسانية ومقتضيات السياسة الخارجية والدفاع الوطني".[2]

أما المادة :26 " تنص على أنه يجب أن لا تشمل الدورية المتخصصة الوطنية والأجنبية كيفما كان نوعها على كل ما يخالف الخلق الإسلامي والقيم الوطنية وحقوق الإنسان أو يدعوا إلى

[1] نور الدين تواتي، مرجع سابق، ص ص24-25

[2] السعيد بومعيزة ، أخلاقيات وأدأب المهنة في تلفزيون الخدمة العمومية، حالة التلفزيون الجزائري،الملتقى الدولي بتونس، معهد علوم الأخبار ، أفريل 2009 ، ص 7.

العنصرية أو التعصب والخيانة سواء كان ذلك رسما أو صورة أو حكاية أو خبرا أو بلاغا، كما يجب ألا تشمل هذه النشريات على أي إشهار أو إعلان من شأنه أن يشجع العنف والجنوح ." كما تنص المادة :33" على أنه تكون حقوق الصحفيين المحترفين في الأجهزة الإعلامية العمومية مستقلة عن الآراء والانتماءات النقابية والسياسية ...ويكون التأهيل المهني شرطا أساسيا للتعيين، الترقية أو التحويل شريطة أن يلتزم الصحفي المحترف بالخط العام للمؤسسة الإعلامية.[1]

أما المادة : 35 " تنص على أن للصحفيين المحترفين الحق في الوصول إلى مصادر الخبر". وجاءت المادة : 36 بالاستثناءات حيث تنص على" حق الوصول إلى مصادر الخبر" في حين أكدت على أنه لا يجوز للصحافي أن ينشر معلومات من شأنها:

-أن تمس أو تهدد الأمن الوطني أو الوحدة الوطنية أو أمن الدولة

-أن تكشف سرا من أسرار الدفاع الوطني أو سرا اقتصاديا استراتيجيا.

-أن تمس بحقوق المواطن وحريته الدستورية.

-أن تمس بسمعة التحقيق القضائي .

كما نصت المادة " 37 " على الحق في السر المهني "السر المهني هو حق الصحفيين الخاضعين لأحكام هذا القانون وواجب عليهم ولا يمكن أن يتذرع بالسر المهني أمام الجهات القضائية في الحالات التالية- :مجال سر الدفاع الوطني كما هو محدد في التشريع المعمول به- . الإعلام الذي يعني الأطفال والمراهقين- .الإعلام الذي يمس أمن الدولة مساسا واضحا- .الإعلام الذي يمتد إلى التحقيق والبحث القضائيين .كما جاءت المادة " 40 " مركزة على آداب وأخلاقيات المهنة وتعد على درجة من الأهمية .

حيث جاء فيها " يتعين على الصحفي المحترف أن يحترم وبكل صرامة أخلاق وآداب المهنة أثناء ممارسته لمهنته "وضرورة احترام المبادئ التالية :احترام حقوق المواطنين الدستورية والفردية .

[1] القانون 90-07 المؤرخ في 08 رمضان عام 1410 الموافق لـ03 أفريل 1990 المتعلق بالإعلام الجريدة الرسمية، العدد 14 ، ص ص100-110

الحرص على تقديم إعلام موضوعي- .ضرورة تصحيح ما يتبين أنه خاطئ -التحلي بالنزاهة والموضوعية والصدق في التعليق على الأحداث - .الإمتاع عن التحريض على العرقية والعف- . الدعوة للسلام والتسامح ونبذ كل أشكال العنف- .الامتناع عن القذف والشتم والوشاية- .الإمتاع عن استغلال المهنة لأغراض شخصية .[1]

هذا و تم حل وزارة الإعلام وحل مكانها" المجلس الأعلى للإعلام "الذي عرفته المادة 59 كالتالي " أن هذا المجلس هو سلطة إدارية مستقلة ضابطة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي .وقد حددت صلاحيات هذا المجلس على أن لا يقوم بالتوجيه، ولكن يحرص على الممارسة الفعلية لحرية الإعلام . كما يعد المجلس الأعلى سلطة إدارية مستقلة تتمتع بعدة صلاحيات من شأها الرقي بالمهنة، كما أنه يهتم بمسائل أخلاقيات المهنة فقد تشكلت لجنتان الأولى خاصة بأخلاقيات المهنة والثانية بالتنظيم المهني وتهدفان إلى تنظيم الممارسة الإعلامية وتحديد قواعد السلوك المهني والسهر على تطبيقها .ويعتبر قانون الإعلام لسنة 1990 أول قانون جزائري للإعلام يولي أهمية خاصة لقواعد السلوك المهني، كما خلص الصحافي من صفة المناضل التي تكررت كثيرا في قانون1969 - 1982 إذ جاء ذلك تماشيا مع التطورات الجادة الحاصلة على المستوى السياسي كما أورد في الوقت نفسه مقاييس لاحترام أخلاقيات المهنة الصحفية وفتح المجال واسعا أمام حرية الرأي والتعبير واحترام الآداب العامة المتفق عليها في المجتمع الجزائري وحاول القانون أن يوازي بين حقوق الجمهور من جهة وحقوق الإعلاميين من جهة أخرى .[2]

المطلب الثاني : أخلاقيات المهنة من خلال القانون العضوي للإعلام2012

تضمن القانون العضوي رقم 12 – 05 الصادر في 12 جانفي 2012 المتعلق بالإعلام 133 مادة موزعة على 12 بابا كما أكد ولأول مرة على ضرورة فتح قطاع السمعي البصري الذي

[1] القانون 90-07، المصدر السابق ، ص110 -111 .

[2] علي قسايسية ، التشريعات الإعلامية الحديثة في ظل سوق الحرة، المجلة الجزائرية للإتصال، العدد 14 ،جويلية 1996 ، ص16.

ظل محتكرا ومغلقا لسنوات وأثير الكثير من الجدل حول هذا القانون بين مؤيد ومعارض له على اعتبار انه لم يأتي بما كان منتظرا منه. ووضعت المادة الثانية للقانون الخطوط العريضة للعمل الإعلامي والإطار العام لها، وحدود الممارسة الإعلامية فأكدت على أن نشاط الإعلام يمارس بحرية في ظل احترام :

- الدستور وقوانين الجمهورية- .الدين الإسلامي وباقي الأديان.
- الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع .
- السيادة الوطنية والوحدة الوطنية.
- متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني.
- متطلبات النظام العام - المصالح الاقتصادية للبلاد.
- مهام والتزامات الخدمة العمومية - حق المواطن في إعلام كامل وموضوعي.
- سرية التحقيق القضائي - الطابع التعددي للآراء والأفكار .
- كرامة الإنسان والحريات الفردية والجماعية.

- وفي الباب السادس المتعلق بمهنة الصحفي وآداب وأخلاقيات المهنة، يمنح هذا القانون في مادته " 83 "الحق في الوصول للمعلومات وحق المواطن في الإعلام وينص على أنه " يجب على كل الهيئات والإدارات والمؤسسات أن تزود الصحفي بالأخبار والمعلومات التي يطلبها بما يكفل حق المواطن في الإعلام، وفي إطار هذا القانون العفوي والتشريع المعمول به[1].

غير أنه يمنع على الصحفي المحترف الوصول إلى مصادر الخبر في الحالات التي نصت عليها المادة "84 " وهي :

-عندما يتعلق الخبر بسر الدفاع الوطني كما هو محدد في التشريع المعمول به .

-عندما يمس الخبر بأمن الدولة أو السيادة الوطنية مساسا واضحا- .عندما يتعلق الخبر بسر البحث والتحقيق القضائي

[1] القانون 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق لـ12 يناير 2012 المتعلق بالإعلام الجريدة الرسمية، العدد 02، ص21

-عندما يتعلق الخبر بسر اقتصادي استراتيجي

-عندما يكون من شأن الخبر المساس بالسياسة الخارجية والمصالح الاقتصادية للبلاد .

كما تؤكد المادة " 85 " على السر المهني للصحفي وتنص "يعد السر المهني حقا بالنسبة للصحفي والمدير مسؤول كل وسيلة إعلام طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما ".

وينص الفصل الثاني من القانون بعنوان آداب وأخلاقيات المهنة في المادة 92 ومنه على أنه " يجب على الصحفي أن يسهر على الاحترام الكامل لآداب وأخلاقيات المهنة خلال ممارسته للنشاط الصحفي ".وزيادة على الأحكام الواردة في المادة من هذا القانون العضوي يجب على الصحفي على الخصوص:

-احترام شعارات الدولة ورموزها.

-التخلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل موضوعي.

-نقل الوقائع بنزاهة وموضوعية.

-تصحيح كل خبر غير صحيح.

-الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر.

-الامتناع عن تمجيد الإستعمار

-الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعنصرية وعدم التسامح والعنف.

-الامتناع عن السرقة الأدبية والوشاية والقذف.

- الامتناع عن استعمال الخطوة المهنية لأغراض شخصية أو مادى.

- الامتناع عن نشر أو بث صورا وأقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن.

كما تنص المادة " 93 " على أنه" يمنع انتهاك الحياة الخاصة لأشخاص وشرفهم واعتبارهم كما يمنع انتهاك الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة أو غير مباشرة "[1]

[1] القانون 12-05، مرجع سابق ، ص22 .

كما ينص القانون على أنشاء مجلس أعلى الآداب وأخلاقيات المهنة ويسهر على احترامها وتطبيقها في الممارسة الإعلامية وتحدد الحقوق الوجبات المتعلقة بالصحفي ويقر عقوبات على من تخالفها .

فتنص المادة " 94 " على "إنشاء مجلس أعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة وينتخب أعضاؤه من قبل الصحفيين المحترفين ".ولعل إنشاء مجلس خاص بأخلاقيات المهنة يعتبر اهتماما واضحا بأخلاقيات الممارسة الإعلامية وآدابها.

أما المادة " 96 " تقول " يعد المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة ميثاق شرف مهنة الصحافة ويصادق عليها " .

كما تنص المادة " 97 " على"يعرض كل خرق لقواعد آداب وأخلاقيات مهنة الصحافة أصحابه إلى عقو بات يأمر بها المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحفي[1] ".

كما تنص المادة " 98 " على"يحدد المجلس الأعلى الآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة طبيعة هذه العقوبات وكيفيات الطعن فيها ".وجاء الباب السابع تحت عنوان حق الرد و حق التصحيح،حيث نصت المادة 100 على أنه " يجب على المدير مسؤول النشرية مدير خدمة الاتصال السمعي البصري او مدير وسيلة إعلام إلكترونية أن ينشر أو يبث مجانا كل تصحيح يبلغه إياه شخص طبيعي أو معنوي، بشأن وقائع أو آراء تكون قد أوردتها وسيلة الإعلام المعنية بصورة غير صحيحة".

و جاءت المادة 101 مدعمة لسابقتها حيث نصت على " يحق لكل شخص يرى أنه تعرض لاتهامات كاذبة من شأنها أن تضر بشرفه أو سمعته أن يستعمل حق الرد " وتوالت المواد المفصلة في هذا الباب حتى المادة 114.

[1] القانون 12-05، مرجع سابق، ص ص 29-30

المطلب الثالث : أخلاقيات المهنة من خلال قانون السمعي البصري2014

– بعد عرض مشروع القانون على المجلس الشعبي الوطني،وبعد التعديلات التي أجريت خرج القانون في صيغته النهائية في الجريدة الرسمية يوم الاثنين 23مارس 2014، واهم المواد التي تناولت أخلاقيات المهنة في القانون

نجد :المادة الثانية التي تنص على "يمارس النشاط السمعي البصري بكل حرية في ظل احترام المبادئ المنصوص عليها في أحكام المادة من القانون العضوي2012، وأحكام هذا القانون والتشريع الساري المفعول "وهذا يعني استنادا لما سبق فممارسة النشاط السمعي البصري يجب أن تتم مع احترام ما يلي :

-احترام شعارات الدولة ورموزها .

-التخلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل موضوعي .

-نقل الوقائع بنزاهة وموضوعية.

-تصحيح كل خبر غير صحيح .

-الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر.

-لامتناع عن تمجيد الاستعمار.

-الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعنصرية وعدم التسامح والعنف .

-الامتناع عن السرقة الأدبية والوشاية والقذف .

-الامتناع عن استعمال الخطوة المهنية لأغراض شخصية أو مادية.

-الامتناع عن نشر أو بث صورا وأقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن.[1]

كما حددت المادة 48 الشروط التي يتضمنها دفتر الشروط الذي يتعين على كل القنوات الالتزام به وذلك من خلال احترام المبادئ التالية

خاصة:

[1] قانون رقم 14-04 المؤرخ في 24 ربيع الثاني عام 12435 الموافق لـ24 فيبراير 2014، المتعلق' بالنشاط السمعي البصري، الجريدة الرسمية ،العدد16 ، ص8

– الالتزام بالمرجعية الدينية الوطنية واحترام المرجعيات الدينية الأخرى، وعدم المساس بالمقدسات والديانات الأخرى .

– الامتثال للقواعد المهنية وآداب وأخلاقيات المهنة عند ممارسة النشاط السمعي البصري،مهما كانت طبيعته و وسيلته وكيفية بثه

– الامتناع عن بث محتويات إعلامية أو اشهارية مضللة

– السهر على احترام حقوق المؤلف والحقوق المجاورة

– التزام الحياد والموضوعية عن خدمة مآرب وأغراض مجموعات مصلحيه سواء كانت سياسية أو عرقية أو اقتصادية أو مالية أو دينية أو إيديولوجية

– الامتناع عن الإشادة بالعنف أو التمييز العنصري أو الإرهاب أو العنف ضد كل شخص بسبب أصله أو جنسه أو انتمائه لعرق أو جنس أو ديانة معينة

– عدم المساس بالحياة الخاصة وشرف وسمعة الأشخاص والشخصيات العامة[1] .

– وفي مجال العقوبات الإدارية التي تنجر عن عدم احترام الشروط التي يتم الاتفاق عليها مع سلطة الضبط في دفتر الشروط نجد :

المادة " 98 " التي تنص على انه"في حالة عدم احترام الشخص المعنوي المستغل لخدمة الاتصال السمعي البصري التابع للقطاع العام أو الخاص للشروط الواردة في النصوص التشريعية والتنظيمية،تقوم سلطة الضبط السمعي البصري باعذاره بغرض حمله على احترام المطابقة في اجل تحدده سلطة ضبط السمعي البصري "وهذا ينطبق على التجاوزات غير الأخلاقية التي يقد تحدث في البث التلفزي أو الإذاعي،وبالتالي فان أي تجاوزات تكون محل مراقبة من طرف سلطة ضبط السمعي البصري .

وتؤكد المادة "100 " على الإجراءات التي تتخذ في حالة عدم الاستجابة للأعذار وتنص على" في حالة عدم الامتثال للاعذار في الآجال التي تم تحديدها من طرف سلطة الضبط يتم

[1] قانون رقم 14-04، مرجع سابق ، ص10 .

تسليط عقوبة مالية تتراوح بين 2% و 5% من رقم الأعمال المحقق خارج الرسوم خلال اخر نشاط مغلق محسوب على فترة 12 شهرا،وفي حالة عدم وجود نشاط سابق يسمح على أساسه تحديد مبلغ العقوبة يحدد مبلغ العقوبة على ان لا يتجاوز 2.000.000دج .

وتؤكد المادة" 101" على انه في حالة عدم الامتثال للعقوبة المالية المشار اليها في المادة " 100 " تأمر سلطة الضبط بقرار معلل- :إما بتعليق الرخصة عن كل إخلال غير مرتبط بمحتوى البرنامج وفي كلتا الحالتين لا تتعدى مدة التعليق شهرا واحدا.[1]

- ما يلاحظ في هذا القانون انه لم يتناول أخلاقيات المهنة بشكل مفصل واكتفى بإشارات فقط،كما أن المواد التي تناولت الموضوع احتوت عبارات غامضة وفضفاضة في الكثير من الأحيان كما أن العقوبات التي وضعها القانون لمرتكبي التجاوزات تبقى بعيدة عن المستوى وغير كافية وقادرة على معالجة الأمر.

[1] قانون رقم 14-04، مرجع سابق، ص،12-ص18

خلاصة الفصل :

تمكنا في هذا الفصل من التطرق إلى أخلاقيات المهنة من نشأة و مفهوم إلى قواعد السلوك المهني بكل جوانبه بالإضافة إلى ماهية القائم بالاتصال ومسؤولياته والشروط الواجب توفرها فيه والعوامل المؤثرة فيه و في الأخير من خلال قوانين وتشريعات الإعلام، تعرفنا على أخلاقيات المهنة من خلال كل من قانون الإعلام 1982 وقانون الإعلام 1990 وكذا القانون العضوي للإعلام 2012 وصولا لقانون السمعي البصري 2014 حيث تطرقنا إلى أهم ما جاء به بخصوص أخلاقيات العمل الإعلامي عموما والإذاعي خصوصا.

وبلارغم منن مهنة الصحفي ترتكز إرتكازا وثيقا في الإتصاف بالأخلاقيات المهنية غلا ان القوانين الموجودة تقتل روح الإبداع لدى الصحفيين، والفرق بين هذه القوانين وما هو الموجود في الواقع.

الفصل الثالث:

الاطار التطبيقي

تفريغ وتحليل البيانات الميدانية

1- البيانات الشخصية :

جدول رقم 01: يوضح توزيع المبحوثين حسب النوع

النوع	التكرار	النسبة %
ذكر	3	%60
أنثى	2	%40
المجموع	5	%100

- **قراءة وتفسير**

-يبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب النوع حيث بلغت نسبة الذكور منهم 60% بينما بلغت نسبة الإناث 40% وبذلك يتجاوز عدد الذكور عدد الإناث وتبدو نسبة الإناث قليلة مقارنة بنسبة الذكور وقد يرجع ذلك لكون مهنة الإعلام مهنة المتاعب والصعوبات والمخاطر فعلا مما يجعلها لا تتوافق مع طبيعة و ظروف المرأة بصفة عامة،والمرأة في مجتمع البحث بصفة خاصة حيث تضطر المرأة الإعلامية أحيانا إلى العمل ليلا والسفر والمبيت خارجا، ما يجعلها تفضل العمل في مهن أخرى عوضا عن الإعلام وهذا ما يفسر نقص اليد العاملة الأنثوية في قطاع الإعلام. والمهنة عموماً لا تزال ذكورية حتى بعد انتشار المؤسسات الإعلامية الخاصة.

جدول رقم 02 : يوضح توزيع المبحوثين حسب الخبرة المهنية في العمل الإذاعي

الفئات	التكرار	النسبة %
من سنة إلى 5سنوات	0	0
من 5إلى 10سنوات	1	20
من 10إلى 15سنة	3	60
أكثر من 15 سنة	1	20
المجموع	5	%100

- **قراءة وتفسير**

-إن الأقدمية في العمل تكسب الفرد خبرة في سيرورة أداء العمل في المؤسسة للتقدم نحو الأحسن ويبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين تبعا لأقدميتهم في العمل حيث عادت أعلى نسبة فيه للصحافيين ذوي أقدمية تتراوح بين10 سنوات – 15 سنوات والتي قدرت بـ 60%ويأتي بعدها على التوالي الصحافيون ذوي أقدمية تتراوح بين5 سنوات–10 سنوات بنسبة 20 % و يليهم الصحفيون ذوي أقدمية أكثر من 15سنة بنسبة 20 %والملاحظ أن ذوي الأقدمية من 05 سنوات فما تحت هم أقل نسبة حيث تقدر بـ 20%ما يجعل أغلب المبحوثين لديهم سنوات أقدمية في العمل تفوق الخمس سنوات وذلك قد يعني أن لهم خبرة ودراية بالعمل الصحفي وتزداد كلما زادت سنوات الأقدمية

جدول رقم03: يوضح المستوى التعليمي للمبحوثين

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
مستوى ثانوي	0	0
شهادة الليسانس	5	100
دراسات عليا	0	0
المجموع	5	%100

- **قراءة وتفسير**

-يوضح الجدول أعلاه أن المبحوثين الحاصلين على تكوين جامعي يمثلون نسبة 100 %، وهؤلاء يكون لهم إنتاج فكري بحكم التحصيل العلمي لديهم لهذا تستغل هذه المؤسسة الإعلامية قدراتهم الفكرية لزيادة جودة إنتاجها الإعلامي.وعموماً فإن النتائج تعكس ارتفاعاً في المستوى التعليمي لصحفيي الإذاعة، وهو مؤشر إيجابي للارتقاء بالمهنة.

2- مدى دراية صحفيي إذاعة الاغواط بأخلاقيات العمل الإذاعي

جدول رقم04 : يوضح إن كان الصحفي يفرق بين قانون الإعلام والأخلاقيات المهنية المنظمة للعمل الإذاعي

المتغيرات	التكرار	النسبة %
نعم	3	%60
لا	2	%40
المجموع	5	%100

- **قراءة وتفسير**

-يبين الجدول أن الصحافيين العاملين بإذاعة الاغواط يفرقون بين قانون الإعلام والأخلاقيات المهنية المنظمة للعمل الإعلامي وذلك بنسبة 60 %وهذا مؤشر على أن أغلب الصحفيين يعون أن أخلاقيات المهنة ليست مواد قانونية بل هي مبادئ ومعايير أخلاقية،إلا أن قلة منهم ونسبتهم 40 %لا يفرقون بين قانون الإعلام وأخلاقيات المهنة وهذا عائد في الأساس إلى كون التشريعات الإعلامية تستمد العديد من موادها من مبادئ أخلاقيات المهنة،كما تجعل الطبيعة الإلزامية لمبادئ السلوك المهني الكثير من العاملين في المجال يخلطون بين الأمرين .

جدول رقم 05 : يوضح ماذا تعني أخلاقيات المهنة الإعلامية لصحفيي إذاعة الاغواط

مفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية	نعم		لا		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
مبادئ ومعايير أخلاقية لتنظيم ممارسة المهنة	5	%100	0	0	5	%100
مجموعة الواجبات التي يلتزم بها الصحفي قانونيا	3	%60	2	%40	5	%100
حقوق يتمتع بها الصحفي	2	%40	3	%60	5	%100
مجموعة الحقوق والواجبات القانونية التي يلتزم بها الصحفي	4	%80	1	%20	5	%100

- **قراءة وتفسير**

-إن جميع المبحوثين يعتبرون أن الأخلاقيات المهنية هي مجموعة مبادئ ومعايير أخلاقية تنظم مهنة الصحفي وهم يشكلون نسبة 100 %من مجتمع البحث، أما ما يقدر بـ 40 %من المبحوثين يرون أن أخلاقيات المهنة تمثل مجموعة الحقوق والواجبات القانونية التي يلتزم بها الصحفي، أما 60 %منهم يرون أن أخلاقيات المهنة الصحفية تعني مجموعة الواجبات القانونية التي يلتزم بها الصحفي في حين أن النسبة الباقية والتي تقدر بـ 80 %ترى بأن أخلاقيات مهنة هي حقوق يتمتع بها الصحفي،ومن خلال هذا الجدول يتضح أن أخلاقيات مهنة الصحافة تحكمها

بالدرجة الأولى ضوابط و معايير أخلاقية نابعة من ضمير الصحفي أثناء ممارسته لمهنته لكن يبقي ذلك وفق ما تنص عليه التشريعات القانونية التي تساهم بدور كبير في تنظيم ممارسة مهنة الإعلام وترسم الخطوط العريضة التي لا يجوز للصحفي تجاوزها،حتى تتماشى مع جملة المبادئ والمعايير الأخلاقية التي يلتزم بها وذلك من أجل الحفاظ على مصداقية وهدفية المهنة.

(تمت تكملة الجدول بالخيار الباقي المكمل لكل إجابة من أجل الحصول على جدول 100 % وذلك لحل مشكل كون التكرارات أكبر من عدد المفردات)

جدول رقم 06 : يوضح إن كانت إذاعة الاغواط تملك ميثاقا أو مدونة لأخلاقيات المهنة

المتغيرات	التكرار	النسبة%
نعم	0	0
لا	4	%80
لا أدري	1	%20
المجموع	5	%5

- **قراءة وتفسير**

-يبين الجدول أن أغلبية الصحفيين يقرون أن الإذاعة لا تملك مدونة أو وثيقة لأخلاقيات المهنة وهم يشكلون نسبة 80 % من المبحوثين، بينما يشكل الصحفيون الذين لا يعلمون

بالأمر نسبة 20 %وهذا قد يرجع إلى كون هؤلاء الصحفيين يعتمدون على خبرتهم المهنية او مستوى تعليمهم في ممارسة عملهم ولا يهتمون إن كان هناك وثيقة لأخلاقيات المهنة أم لا .

جدول رقم 07: يوضح التبرير في حالة الإجابة بـ (لا) على السؤال السابق

التبرير	نعم		لا		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
اكتفاء المؤسسة الإعلامية بقانون الإعلام كنصوص تنظيمية ملزمة.	1	%20	4	%80	5	100
اعتبار الأخلاقيات المهنية ترتبط بالضمير المهني وبالتالي لا حاجة لمدونة تعبر عنها.	4	%80	1	%20	5	100
القانون الداخلي للمؤسسة هو الذي يحكم العمل الإعلامي	3	%60	2	%40	5	100

- **قراءة وتفسير**

-من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب المبحوثين ونسبتهم 80% يبررون غياب مدونة للأخلاقيات المهنة في مؤسستهم راجع في الأساس إلى كون الأخلاقيات المهنية ترتبط بالضمير المهني وبالتالي لا حاجة لمدونة تعبر عنها، في حين نسبة 60 % يؤكدون أنهم يكتفون بالقانون

الداخلي للمؤسسة فهو حسبهم كاف لينظم العمل الإعلامي، بينما يعتبر ما يشكل نسبة 20 %منهم أن مؤسستهم الإعلامية تكتفي بقانون الإعلام كنصوص تنظيمية ملزمة.

جدول رقم 08 : يوضح مصادر أخلاقيات المهنة التي تعتمدها إذاعة الاغواط

مصادر أخلاقيات المهنة التي تعتمدها إذاعة الأغواط	نعم		لا		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
التشريعات الاعلامية في الجزائر	2	%40	3	%60	5	100
ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر	3	%60	2	%40	5	100
القيم الاجتماعية ومبادئ الضمير المهني	4	%80	1	%20	5	100
مواثيق الشرف المهنية الإقليمية والدولية	1	%20	4	%80	5	100

- **قراءة وتفسير**

-من خلال الجدول نلاحظ أن هناك تنوع في مصادر أخلاقيات المهنة الإعلامية التي تعتمدها إذاعة الاغواط حيث أكد أغلب المبحوثين بنسبة 80 % أن مصادر أخلاقيات المهنة التي تعتمدها مؤسستهم هي القيم الاجتماعية ومبادئ الضمير المهني، وأقر60 % منهم أنها تعتمد أيضا على ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر، يليهم 40 % منهم يعتبرون التشريعات الإعلامية في الجزائر أيضا مصدر أساسي لأخلاقيات المهنة، في حين يؤكد 20 % منهم أن مواثيق الشرف المهني الإقليمية والدولية تعد من المصادر التي تعتمدها مؤسستهم لأخلاقيات المهنة،وبالتالي فكل العناصر حسب المبحوثين تشكل مصادر لأخلاقيات المهنة في مؤسستهم

جدول رقم 09: يوضح رأي صحفيي إذاعة الاغواط أي الأمور التالية أقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية

أيها اقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية	التكرار	النسبة %
القوانين و التشريعات الإعلامية الملزمة	1	%20
الضمير المهني	4	%80
الهيئات والمنظمات الإعلامية	0	0
المجموع	5	%100

- **قراءة وتفسير**

-نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين بنسبة 80 % يرون أن الضمير المهني هو الأقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية، وهذا إيمانا منهم بأن تحلي الإعلامي بالضمير المهني كفيل بتنظيم العمل الإعلامي دون الحاجة إلى التشريعات والقوانين الملزمة . بينما يرى 20 % منهم أن القوانين و التشريعات الإعلامية الملزمة هي الأقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية، في ولا أحد منهم يرى بأن الهيئات والمنظمات الإعلامية هي القادرة على تنظيم الممارسة الإعلامية

3- محور خاص بمدى التزام الصحفيين العاملين في إذاعة الاغواط بأخلاقيات المهنة

جدول رقم10: يوضح إن كان الضمير المهني هو ما يدفع صحفيي إذاعة الاغواط إلى الالتزام بمبادئ أخلاقيات المهنة

المتغيرات	التكرار	النسبة%
دائما	5	%100
غالبا	0	0
أحيانا	0	0
المجموع	5	%100

- **قراءة وتفسير**

من خلال الجدول يظهر لنا أن كل صحفيي إذاعة الاغواط يؤكدون بنسبة 100 %أن الضمير المهني هو الأمر الأساسي الذي يدفعهم لالتزام بأخلاقيات المهنة، كونه المحرك الأول لوجدان الإنسان، فالصحفي الذي يتحلى بضمير مهني يلتزم طوعا بمبادئ أخلاقات المهنة الصحفية ويبتعد كل البعد عن كل ما يخلق تعدي على تلك المبادئ التي تشكل قوام مهنة الصحافة، كون هذه الأخيرة لا تخلو من المغريات التي تدفع بذوي الضمائر الهشة إلى الوقوع في تجاوزات لا تمت لمهنة الصحفي بصلة.

جدول رقم11 : يوضح أهم المعايير الأخلاقية التي يسعى صحفيي إذاعة الاغواط للالتزام بها

أهم المعاييرالأخلاقية	نعم		لا		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
الموضوعية	2	40	3	60	5	100
الصدق	5	100	0	0	5	100
احترام الحياة الخاصة للأفراد	4	80	1	20	5	100
احترام قيم المجتمع وعاداته وتقاليده	3	60	2	40	5	100
أخرى	0	0	0	0	0	100

➢ قراءة وتفسير

– من خلال معطيات الجدول يؤكد صحفيي إذاعة الاغواط بنسبة 100% أن الصدق هو أهم المعايير الأخلاقية الذي يسعى كل صحفي للالتزام به كون عنوان الرسالة التي تؤديها مهنة الصحافة، إضافة إلى أن الحصول على ثقة القارئ هو أساس الصحافة المتميزة التي تبذل كل جهد لضمان أن يكون المحتوى الإخباري للصحيفة دقيقا خاليا من أي تزييف، لضمان الصدق والدقة مع تغطية كل الجوانب ونشرها بعدالة.

يليهم ما يعادل 80 % من الصحفيين يؤكدون أن احترام الحياة الخاصة للأفراد مسعى أخلاقي لا غنى عنه لتحقيق رضا الجمهور،" فالصحفي مطالب بالامتناع عن نشر أي معلومات من شأنها أن تحط من قدر الإنسان أو تنقص من اعتباره أو يسيء إلى كرامته وسمعته، فلكل واحد منا حياته الخاصة التي يحرص على أن تظل بعيدة عن العلانية والتشهير فحياة الإنسان الخاصة وأسرار عائلته ومشاكلهم الشخصية كلها أمور لا تهم الرأي العام، ولا تعني المصلحة العامة بل أن الخوض فيها يمس حقا مقدسا من حقوق الإنسان وهو حريته الشخصية في التعرف والقول والعمل بغير رقيب إلا القانون والضمير ويترتب على مخالفة هذا المبدأ في بعض الأحيان الوقوع في الجرائم التي ترتكب من خلال الوسائل العلانية كالسب والقذف .في حين اتفق 60 % من المبحوثين على أن احترام قيم المجتمع وعاداته وتقاليده معيار أخلاقي لا يقل أهمية عن سابقيه كون الصحفي ملزم بالتقيد بقيم مجتمعه ولا يجوز له التعدي بأي شكل من الأشكال على عاداته وتقاليده .أما 40 % منهم فيقرون أنهم يسعون دائما للتحلي بالموضوعية بغية كسب ثقة الجمهور.

جدول رقم12: يعبر عن دوافع التزام صحفيي إذاعة الاغواط بالمعايير الأخلاقية سالفة الذكر.

الدافع	نعم		لا		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
قناعاتك الشخصية	5	100	0	0	5	100
المحافظة على سمعة المؤسسة	2	40	3	60	5	100
الالتزام الطوعي بمسؤوليتك الاجتماعية	3	60	2	60	5	100
وعيك بضرورة العمل وفق أخلاقيات المهنة	5	100	0	0	5	100
أخرى	0	0	5	100	5	100

➢ **قراءة وتفسير**

– أما عن دوافع التزام المبحوثين بالمعايير الأخلاقية سالفة الذكر فيبين الجدول أن صحفيي إذاعة الاغواط يؤكدون أن قناعاتهم الشخصية وكذا وعيهم بضرورة العمل وفق أخلاقيات المهنة هو دافعهم الرئيسي للالتزام بالمعايير السابقة وهم يشكلون نسبة 100، % في حين 60 %منهم يؤكدون أن التزامهم بتلك المعايير راجع إلى التزامهم الطوعي بمسؤوليتهم الاجتماعية،و 40% منهم جعلوا الحفاظ على سمعة المؤسسة أحد الدوافع، ولم يشير المبحوثون إلى أية دوافع أخرى

جدول رقم 13 : يوضح أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني في رأي صحفيي إذاعة الاغواط.

أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني	نعم		لا		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
طغيان النزعة الربحية	4	80	1	20	5	100
تغليب المصالح الشخصية	3	60	2	40	5	100
قلة الشعور بالمسؤولية الاجتماعية	3	60	2	40	5	100
ضعف مستوى الأداء المهني للإعلاميين	2	40	3	60	5	100
الرقابة بأنواعها المختلفة	2	40	3	60	5	100

- **قراءة وتفسير**

– يتشكل السلوك المهني من قواعد تختلف من بلد إلى بلد كما تتباين بدرجة كبيرة في شكلها ونطاقها وطبيعة مصدرها، بحيث توجد في بعض البلدان قواعد مختلفة لتنظيم كل من الصحافة والإذاعة والتلفزيون وكثيرا ما تكون هذه القواعد وضعها المهنيون أنفسهم، وفي حالات أخرى يفرضها القانون أو مرسوم حكومي .

وهذه القواعد قابلة للتأثر بالكثير من العوامل و من خلال بيانات الجدول يقر أغلب المبحوثين بنسبة % 80 أن طغيان النزعة الربحية هو أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني كون المادة هي نقطة ضعف للكثيرين، أما نسبة 60 % فمثلت كل من المبحوثين الذين يرون أن تغليب المصالح الشخصية وكذا الذين يرون قلة الشعور بالمسؤولية الاجتماعية هما عاملان مؤثران بشدة في السلوك المهني، ويرى 40 % منهم أن الرقابة بأنواعها المختلفة عامل شديد التأثير في السلوك المهني . فالرقابة هي الحد من التعبير العام عن الأفكار والدوافع التي يمكن ان يكون لها تأثير على تفويض السلطة الحكومية أو تفويض النظام الاجتماعي والأخلاقي التي تعتبر السلطة أنها ملزمة بحمايتها"،بينما يرى 40 %أن ضعف مستوى الأداء المهني للإعلاميين هو أكثر العوامل تأثيرا في السلوك المهني.

جدول رقم14 : يوضح دور استقلالية الصحفي في تحقيق الموضوعية والمصداقية كمعيار لأخلاقيات المهنة حسب المبحوثين

المتغيرات	التكرار	النسبة%
نعم	5	100
لا	0	0
المجموع	5	100

➢ **قراءة وتفسير**

- يتضح من خلال هذا الجدول أن نسبة 100 % من المبحوثين يرون أن لاستقلالية الصحفي دور في تحقيق الموضوعية والمصداقية، لأن انعدام استقلالية الصحافي هي بمثابة ناقوس خطر على موضوعية ومصداقية العمل الإعلامي.

الاستقلالية عبارة عن معيار أخلاقي مهني متعلق بالسلوك الفردي وعليه استقلالية المهنة ونزاهة العامل في جمع ونشر الأنباء والمعلومات وآراء على الجمهور، ينبغي مد نطاقها لا لتشمل الصحفيين المحترفين وحدهم وإما لتشمل أيضا كل العاملين الآخرين المستخدمين في وسائل الإعلام الجماهيري كما يجب على الصحفي أن لا يقبل أي هدية أو شيئا آخر مهما كانت قيمته وهذا تجنبا للتأثير والتشكيك في نزاهته واستقلاليته التي تؤثر على العمل الإعلامي وهذا لضمان إعلام شامل صادق نزيه ومستقل.

جدول رقم15 : يوضح نوع الرقابة التي يتعرض لها المبحوثين

نوع الرقابة	التكرار	النسبة%
أخلاقية ذاتية	1	20
قانونية عمومية	4	80
المجموع	5	100

- **قراءة وتفسير**

– من خلال معطيات الجدول نجد أن المبحوثين يؤكدون أنهم يتعرضون للرقابة القانونية العمومية بنسبة 80 %وهي نسبة مرتفعة مقارنة بالرقابة الأخلاقية الذاتية التي كانت بنسبة 20%وقد يرجع ذلك إلى أن الرقابة القانونية العمومية تقرّها التشريعات الإعلامية وعلى الصحفي التقيد بها باعتبار أنها تنظم ممارسته لمهامه وهذه الرقابة أقرّها قانون الإعلام وألزم الصحفي بها للحفاظ على أمن واستقرار المجتمع .إلا أن لها دور سلبي من خلال عدم تمتع الصحفي بالحرية اللازمة لتقديم إعلام صادق وموضوعي .ويمارس المبحوثون رقابة ذاتية على أنفسهم بنسبة أقل وقد يرجع ذلك إلى التزامهم بما أقرته التشريعات الإعلامية، وعدم رغبتهم في الوقوع في مشكلات قد تجرهم إلى مطالبات قانونية وهذا يتنافى والمعايير الأخلاقية.

جدول رقم 16 : يوضح إن كانت أخلاقيات المهنة الصحفية تتعارض مع الرقابة أم لا حسب المبحوثين

المتغيرات	التكرار	النسبة %
نعم	3	60
لا	2	40
المجموع	5	100

➢ **قراءة وتفسير**

– من خلال الجدول يتضح لنا أن الصحفيين المبحوثين يؤكدون على تعارض الرقابة باختلاف أنواعها مع الأخلاقيات والمبادئ والمعايير المهنية و ذلك بنسبة 60% فوجود الرقابة في الميدان الإعلامي يقيد الصحفي ويعيق عملية الإبداع وهي تمثل تعدي صارخ على القوانين المنظمة للمهنة في دول العالم وكل اللوائح الخاصة بميدان الإعلام، والرقابة سلوك غير حضاري وقد تخطى العالم هذه العقبة منذ زمن .إلا أن نسبة 40%من المبحوثين يرون أن الرقابة لا تتعارض وأخلاقيات المهنة فهم يجدون أن الرقابة تضمن الحفاظ على مبادئ السلوك المهني.

جدول رقم 17 : يوضح الأسباب التي تحول دون التزام الصحفي بأخلاقيات المهنة حسب رأي المبحوثين

الإجابة	التكرار	النسبة %
رسم خط إعلامي عام لا يتناسب مع عمل إذاعة محلية لها خصوصياتها	1	20
غياب العدل والمساواة بين العمال	1	20
غياب التنظيم والصرامة وتقاعس المسؤول عن أداء دوره	1	20
غياب الكفاءة المهنية وضعف التكوين الأكاديمي	2	40
ظروف العمل وضغوط المهنة	1	20

ضعف الوازع الديني وتغييب الضمير المهني	4	80
ندرة مصادر الخبر وصعوبة الحصول على المعلومة	3	60
المجموع	5	100

- **قراءة وتفسير**

– من خلال الجدول أعلاه يرى المبحوثون ونسبتهم 80 %أن ضعف الوازع الديني وتغييب الضمير المهني هو أحد الأسباب البارزة التي تحول دون التزام الصحفي بأخلاقيات المهنة فمن لا ضمير له لا أخلاق له، 60 % منهم يعتبرون أن السبب راجع إلى ندرة مصادر الخبر وصعوبة الحصول على المعلومة ما يجعل الصحفي يلجأ إلى الإختلاق التزييف والفبركة.

في حين يجعل 40 % غياب الكفاءة المهنية وضعف التكوين الأكاديمي السبب الأبرز كون من يجهل أساسيات العمل الإعلامي قابل أكثر من غيره إلى الوقوع في الخطأ، في حين تأتي النسبة الأصغر والتي تقدر 20 % يرون أن السبب هو غياب العدل والمساواة بين العمال وهو الأمر الذي يجعله البعض ذريعة للتخلي عن الأخلاق، 20 %منهم يرون أن رسم خط إعلامي عام لا يتناسب مع عمل إذاعة محلية لها خصوصياتها هو أبرز الأسباب،ومثلهم يجدون أن السبب الوحيد هو غياب التنظيم والصرامة وتقاعس المسؤول عن أداء دوره،ونسبة20% من المبحوثين يرون أن السبب راجع إلى ظروف العمل وضغوط المهنة.

4- محور خاص برأي صحفيي إذاعة الاغواط بمكانة أخلاقيات المهنة الإعلامية في التشريع الجزائري

جدول رقم 18 : يوضح إن كانت التشريعات الإعلامية في الجزائر قد اهتمت بموضوع أخلاقيات المهنة حسب رأي المبحوثين

الإجابة	التكرار	النسبة%
كليا	2	40
جزئيا	4	80
لم تليها أي اهتمام	3	60
المجموع	5	100

- **قراءة وتفسير**

- تظهر بيانات الجدول أن أغلبية الصحفيين العاملين بإذاعة الاغواط ونسبتهم 80 % يجدون أن التشريعات الإعلامية في الجزائر قد قصرت بخصوص موضوع أخلاقيات المهنة ولم تعطيه الاهتمام الكافي وكل ما ورد في القوانين كان أقرب إلى العقوبات، في حين أن 60 % اعتبروا التشريع الجزائري كان منصفا بشأن أخلاقيات المهنة وأولاها كل الاهتمام، أما 40 % منهم فيرون أنها لم تهتم مطلقا بأخلاقيات مهنة الإعلام وكانت مقصرة كل التقصير بخصوص الموضوع.

جدول رقم 19 : يوضح إن كان صحفيي إذاعة الاغواط اطلعوا على القانون العضوي للإعلام الصادر سنة 2012

المتغيرات	التكرار	النسبة%
نعم	5	100
لا	0	0
المجموع	5	100

- **قراءة وتفسير**

- الملاحظ من خلال الجدول أن جميع المبحوثين بنسبة 100%قد اطلعوا على قانون الإعلام 2012 وهذا مؤشر إيجابي كون الصحفي مطالب بالإطلاع على القوانين والتشريعات المنظمة للمهنة والصحفي المحترف الذي يحترم مهنته يسعى دائما للإطلاع على كل ما هو جديد بخصوصها ويحاول قدر الإمكان الإحاطة بكل ما يتعلق بمهنته خاصة القوانين المنظمة لها حتى يتسنى له معرفة ما له من حقوق وما عليه من واجبات هذا من جهة وأن لا يقع ضحية الجهل فيفعل ما يجره للعقاب عن غير قصد، لأنه لا يعذر بجهل القانون .

جدول رقم 20 : يوضح إن كان قانون الإعلام 2012 أولى اهتماما لأخلاقيات المهنة حسب رأي المبحوثين

الإجابة	التكرار	النسبة %
كليا	2	40
جزئيا	3	60
لم يليها أي اهتمام	0	0
المجموع	5	100

➢ **قراءة وتفسير**

- يبين الجدول أن نسبة 60 %من المبحوثين يرون أن قانون الإعلام 2012 اهتم بشكل جزئي بموضوع أخلاقيات المهنة، في حين يرى نسبة 40%منهم أنه أولاها كل الاهتمام . وهذا راجع في الأساس إلى كون ما جاء في قانون الإعلام 2012 بخصوص أخلاقيات المهنة والمبادئ الأساسية المنظمة لها لا يرقى لتطلعات العاملين في الميدان

النتائج العامة للدراسة:

لقد كشفت الدراسة التي قمنا بها والتي تدور حول أخلاقيات العمل الإعلامي في الجزائر وبالضبط في إذاعة الاغواط كنموذج،على نتائج ساهمت في الإجابة على التساؤلات المقترحة في الإشكالية ودعمت فرضيات الدراسة وهذه النتائج يمكن حصرها فيما يلي:

- بلغت نسبة الذكور من المبحوثين 60% بينما بلغت نسبة الإناث 40 % وتبدو نسبة الإناث قليلة مقارنة بنسبة الذكور وقد يرجع ذلك لكون مهنة الإعلام مهنة المتاعب والصعوبات

والمخاطر فعلا مما يجعلها لا تتوافق مع طبيعة وظروف المرأة بصفة عامة،والمرأة في مجتمع البحث بصفة خاصة حيث تضطر المرأة الإعلامية أحيانا إلى العمل ليلا والسفر والمبيت خارجا، ما يجعلها تفضل العمل في مهن أخرى عوضا عن الإعلام وهذا ما يفسر نقص اليد العاملة الأنثوية في قطاع الإعلام.

والمهنة عموما لا تزال ذكورية حتى بعد انتشار المؤسسات الإعلامية الخاصة.

- توضح النتائج أن المبحوثين الحاصلين على تكوين جامعي يمثلون نسبة % 100 وهم يشكلون من المبحوثين، وهؤلاء يكون لهم إنتاج فكري بحكم التحصيل العلمي لديهم لهذا تستغل هذه المؤسسة الإعلامية قدراتهم الفكرية لزيادة جودة إنتاجها الإعلامي .وعموما فإن النتائج تعكسا إرتفاعا في المستوى التعليمي لصحفيي الإذاعة، وهو مؤشر إيجابي للارتقاء بالمهنة.

- إن الأقدمية في العمل تكسب الفرد خبرة في سيرورة أداء العمل في المؤسسة للتقدم نحو الأحسن وتبين النتائج توزيع المبحوثين تبعا لأقدميتهم في العمل حيث عادت أعلى نسبة فيه للصحافيين ذوي أقدمية تتراوح بين 11 سنة 15 - سنة والتي قدرت ب 60 % ويأتي بعدها على التوالي الصحافيون ذوي أقدمية تتراوح بين 5 سنوات 10سنوات بنسبة % 20 و يليهم الصحفيون ذوي أقدمية أكثر من 15 سنة بنسبة% 20 ،والملاحظ أن أغلب المبحوثين لديهم سنوات أقدمية في العمل تفوق الخمس سنوات وذلك قد يعني أن لهم خبرة ودراية بالعمل الصحفي وتزداد كلما زادت سنوات الأقدمية.

– يبين الجدول أن الصحافيين العاملين بإذاعة الاغواط يفرقون بين قانون الإعلام والأخلاقيات المهنية المنظمة للعمل الإعلامي وذلك بنسبة 60 %وهذا مؤشر على أن أغلب الصحفيين يعون أن أخلاقيات المهنة.

ليست مواد قانونية بل هي مبادئ ومعايير أخلاقية،إلا أن قلة منهم ونسبتهم 40 %لا يفرقون بين قانون الإعلام وأخلاقيات المهنة وهذا عائد في الأساس إلى كون التشريعات الإعلامية تستمد العديد من موادها من مبادئ أخلاقيات المهنة،كما تجعل الطبيعة الإلزامية لمبادئ السلوك المهني الكثير من العاملين في المجال يخلطون بين الأمرين.

– إن جميع المبحوثين يعتبرون أن الأخلاقيات المهنية هي مجموعة مبادئ ومعايير أخلاقية تنظم مهنة الصحفي وهم يشكلون نسبة 100 %من مجتمع البحث، أما ما يقدر بـ 40 %من المبحوثين يرون أن أخلاقيات المهنة تمثل مجموعة الحقوق والواجبات القانونية التي يلتزم بها الصحفي، أما 60 %منهم يرون أن أخلاقيات المهنة الصحفية تعني مجموعة الواجبات القانونية التي يلتزم بها الصحفي في حين أن النسبة الباقية والتي تقدر بـ 80 %ترى بأن أخلاقيات مهنة هي حقوق يتمتع بها الصحفي،ومن خلال هذا الجدول يتضح أن أخلاقيات مهنة الصحافة تحكمها بالدرجة الأولى ضوابط و معايير أخلاقية نابعة من ضمير الصحفي أثناء ممارسته لمهنته لكن يبقي ذلك وفق ما تنص عليه التشريعات القانونية التي تساهم بدور كبير في تنظيم ممارسة مهنة الإعلام وترسم الخطوط العريضة التي لا يجوز للصحفي تجاوزها،حتى تتماشى مع جملة المبادئ والمعايير الأخلاقية التي يلتزم بها وذلك من أجل الحفاظ على مصداقية وهدفية المهنة.

– يقرالصحفيين أن الإذاعة لا تملك مدونة أو وثيقة أخلاقيات المهنة وهم يشكلون نسبة 80 % من المبحوثين، بينما يشكل الصحفيون الذين لا يعلمون بالأمر نسبة 20 %وهذا قد يرجع إلى كون هؤلاء الصحفيين يعتمدون على خبرتهم المهنية او مستوى تعليمهم في ممارسة عملهم ولا يهتمون إن كان هناك وثيقة لأخلاقيات المهنة أم لا .

– يبرر أغلب المبحوثين أن غياب مدونة للأخلاقيات المهنة في مؤسستهم راجع في الأساس إلى كون الأخلاقيات المهنية ترتبط بالضمير المهني وبالتالي لا حاجة لمدونة تعبر عنها وذلك بنسبة 80%،في حين نسبة 60 % يؤكدون أنهم يكتفون بالقانون الداخلي للمؤسسة فهو حسبهم كاف لينظم العمل الإعلامي، بينما يعتبر ما يشكل نسبة 20 %منهم أن مؤسستهم الإعلامية تكتفي بقانون الإعلام كنصوص تنظيمية ملزمة.

– تشير المعطيات إلى أن هناك تنوع في مصادر أخلاقيات المهنة الإعلامية التي تعتمدها إذاعة الاغواط حيث أكد أغلب المبحوثين بنسبة 80 % أن مصادر أخلاقيات المهنة التي تعتمدها مؤسستهم هي القيم الاجتماعية ومبادئ الضمير المهني، وأقر60 % منهم أنها تعتمد أيضا على ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر، يليهم 40 % منهم يعتبرون التشريعات الإعلامية في الجزائر أيضا مصدر أساسي لأخلاقيات المهنة، في حين يؤكد 20 % منهم أن مواثيق الشرف المهني الإقليمية والدولية تعد من المصادر التي تعتمدها مؤسستهم لأخلاقيات المهنة،وبالتالي فكل العناصر حسب المبحوثين تشكل مصادر لأخلاقيات المهنة في مؤسستهم.

– يرى أغلب المبحوثين بنسبة 80 % يرون أن الضمير المهني هو الأقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية، وهذا إيمانا منهم بأن تحلي الإعلامي بالضمير المهني كفيل بتنظيم العمل الإعلامي دون الحاجة إلى التشريعات والقوانين الملزمة . بينما يرى 20 % منهم أن القوانين و التشريعات الإعلامية الملزمة هي الأقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية، في ولا أحد منهم يرى بأن الهيئات والمنظمات الإعلامية هي القادرة على تنظيم الممارسة الإعلامية.

– يؤكد صحفي إذاعة الاغواط بنسبة 100 %أن الضمير المهني هو الأمر الأساسي الذي يدفعهم لالتزام بأخلاقيات المهنة، كونه المحرك الأول لوجدان الإنسان، فالصحفي الذي يتحلى بضمير مهني يلتزم طوعا بمبادئ أخلاقات المهنة الصحفية ويبتعد كل البعد عن كل ما يخلق تعدي على تلك المبادئ التي تشكل قوام مهنة الصحافة، كون هذه الأخيرة لا تخلو من المغريات التي تدفع بذوي الضمائر الهشة إلى الوقوع في تجاوزات لا تمت لمهنة الصحفي بصلة.

– يؤكد صحفيي إذاعة الاغواط بنسبة 100% أن الصدق هو أهم المعايير الأخلاقية الذي يسعى كل صحفي للالتزام به كون عنوان الرسالة التي تؤديها مهنة الصحافة، إضافة إلى أن الحصول على ثقة القارئ هو أساس الصحافة المتميزة التي تبذل كل جهد لضمان أن يكون المحتوى الإخباري للصحيفة دقيقا خاليا من أي تزييف، لضمان الصدق والدقة مع تغطية كل الجوانب ونشرها بعدالة، يليهم ما يعادل 80 % من الصحفيين يؤكدون أن احترام الحياة الخاصة للأفراد مسعى أخلاقي لا غنى عنه لتحقيق رضا الجمهور،" فالصحفي مطالب بالامتناع عن نشر أي معلومات من شأنها أن تحط من قدر الإنسان أو تنقص من اعتباره أو يسيء إلى كرامته وسمعته، فلكل واحد منا حياته

الخاصة التي يحرص على أن تظل بعيدة عن العلانية والتشهير فحياة الإنسان الخاصة وأسرار عائلته ومشاكلهم الشخصية كلها أمور لا تهم الرأي العام، ولا تعني المصلحة العامة بل أن الخوض فيها يمس حقا مقدسا من حقوق الإنسان وهو حريته الشخصية في التعرف والقول والعمل بغير رقيب إلا القانون والضمير ويترتب على مخالفة هذا المبدأ في بعض الأحيان الوقوع في الجرائم التي ترتكب من خلال الوسائل العلانية كالسب والقذف .في حين اتفق 60 % من المبحوثين على أن احترام قيم المجتمع وعاداته وتقاليده معيار أخلاقي لا يقل أهمية عن سابقيه كون الصحفي ملزم بالتقيد بقيم مجتمعه ولا يجوز له التعدي بأي شكل من الأشكال على عاداته وتقاليده .أما 40 % منهم فيقرون أنهم يسعون دائما للتحلي بالموضوعية بغية كسب ثقة الجمهور. ولم يشير المبحوثين إلى أي دوافع أخرى .

– يتشكل السلوك المهني من قواعد تختلف من بلد إلى بلد كما تتباين بدرجة كبيرة في شكلها ونطاقها وطبيعة مصدرها، بحيث توجد في بعض البلدان قواعد مختلفة لتنظيم كل من الصحافة والإذاعة والتلفزيون وكثيرا ما تكون هذه القواعد وضعها المهنيون أنفسهم، وفي حالات أخرى يفرضها القانون أو مرسوم حكومي .

وهذه القواعد قابلة للتأثر بالكثير من العوامل و من خلال المعطيات نجد أن أغلب المبحوثين يقرون بنسبة % 80 أن طغيان النزعة الربحية هو أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني كون المادة هي نقطة ضعف للكثيرين، أما نسبة 60 % فمثلت كل من المبحوثين الذين يرون أن تغليب المصالح الشخصية وكذا الذين يرون قلة الشعور بالمسؤولية الاجتماعية هما عاملان مؤثران بشدة

في السلوك المهني، ويرى 40 % منهم أن الرقابة بأنواعها المختلفة عامل شديد التأثير في السلوك المهني . فالرقابة هي الحد من التعبير العام عن الأفكار والدوافع التي يمكن ان يكون لها تأثير على تفويض السلطة الحكومية أو تفويض النظام الاجتماعي والأخلاقي التي تعتبر السلطة أنها ملزمة بحمايتها"،بينما يرى 40 %أن ضعف مستوى الأداء المهني للإعلاميين هو أكثر العوامل تأثيرا في السلوك المهني.

– يرى نسبة % 100 من المبحوثين أن لاستقلالية الصحفي دور في تحقيق الموضوعية والمصداقية،لأن انعدام استقلالية الصحافي هي بمثابة ناقوس خطر على موضوعية ومصداقية العمل الإعلامي .

– يقر المبحوثين أنهم يتعرضون للرقابة القانونية العمومية بنسبة 80 %وهي نسبة مرتفعة مقارنة بالرقابة الأخلاقية الذاتية التي كانت بنسبة 20%وقد يرجع ذلك إلى أن الرقابة القانونية العمومية تقرّها التشريعات الإعلامية وعلى الصحفي التقيد بها باعتبار أنها تنظم ممارسته لمهامه وهذه الرقابة أقرّها قانون الإعلام وألزم الصحفي بها للحفاظ على أمن واستقرار المجتمع.

إلا أن لها دور سلبي من خلال عدم تمتع الصحفي بالحرية اللازمة لتقديم إعلام صادق وموضوعي .ويمارس المبحوثون رقابة ذاتية على أنفسهم بنسبة أقل وقد يرجع ذلك إلى التزامهم بما أقرته التشريعات الإعلامية، وعدم رغبتهم في الوقوع في مشكلات قد تجرهم إلى مطالبات قانونية وهذا يتنافى والمعايير الأخلاقية.

- يؤكد الصحفيون على تعارض الرقابة باختلاف أنواعها مع الأخلاقيات والمبادئ والمعايير المهنية و ذلك بنسبة 60%.

فوجود الرقابة في الميدان الإعلامي يقيد الصحفي ويعيق عملية الإبداع وهي تمثل تعدي صارخ على القوانين المنظمة للمهنة في دول العالم وكل اللوائح الخاصة بميدان الإعلام، والرقابة سلوك غير حضاري وقد تخطى العالم هذه العقبة منذ زمن .إلا أن نسبة 40%من المبحوثين يرون أن الرقابة لا تتعارض وأخلاقيات المهنة فهم يجدون أن الرقابة تضمن الحفاظ على مبادئ السلوك المهني.

- يرى المبحوثين ونسبتهم 80 %أن ضعف الوازع الديني وتغييب الضمير المهني هو أحد الأسباب البارزة التي تحول دون التزام الصحفي بأخلاقيات المهنة فمن لا ضمير له لا أخلاق له، 60 % منهم يعتبرون أن السبب راجع إلى ندرة مصادر الخبر وصعوبة الحصول على المعلومة ما يجعل الصحفي يلجأ إلى الاختلاق التزييف والفبركة.

في حين يجعل 40 % غياب الكفاءة المهنية وضعف التكوين الأكاديمي السبب الأبرز كون من يجهل أساسيات العمل الإعلامي قابل أكثر من غيره إلى الوقوع في الخطأ، في حين تأتي النسبة الأصغر والتي تقدر 20 % يرون أن السبب هو غياب العدل والمساواة بين العمال وهو الأمر الذي يجعله البعض ذريعة للتخلي عن الأخلاق، 20 %منهم يرون أن رسم خط إعلامي عام لا يتناسب مع عمل إذاعة محلية لها خصوصياتها هو أبرز الأسباب،ومثلهم يجدون أن السبب

الوحيد هو غياب التنظيم والصرامة وتقاعس المسؤول عن أداء دوره،ونسبة20% من المبحوثين يرون أن السبب راجع إلى ظروف العمل وضغوط المهنة.

– يجد الصحفيين العاملين بإذاعة الاغواط ونسبتهم 80 % يجدون أن التشريعات الإعلامية في الجزائر قد قصرت بخصوص موضوع أخلاقيات المهنة ولم تعطيه الاهتمام الكافي وكل ما ورد في القوانين كان أقرب إلى العقوبات، في حين أن 60 % اعتبروا التشريع الجزائري كان منصفا بشأن أخلاقيات المهنة وأولاها كل الاهتمام، أما 40 % منهم فيرون أنها لم تهتم مطلقا بأخلاقيات مهنة الإعلام وكانت مقصرة كل التقصير بخصوص الموضوع.

– الملاحظ من خلال النتائج أن جميع المبحوثين بنسبة 100%قد اطلعوا على قانون الإعلام 2012 وهذا مؤشر إيجابي كون الصحفي مطالب بالإطلاع على القوانين والتشريعات المنظمة للمهنة والصحفي المحترف الذي يحترم مهنته يسعى دائما للإطلاع على كل ما هو جديد بخصوصها ويحاول قدر الإمكان الإحاطة بكل ما يتعلق بمهنته خاصة القوانين المنظمة لها حتى يتسنى له معرفة ما له من حقوق وما عليه من واجبات هذا من جهة وأن لا يقع ضحية الجهل فيفعل ما يجره للعقاب عن غير قصد، لأنه لا يعذر بجهل القانون .

– يرى بنسبة 60 %من المبحوثين أن قانون الإعلام 2012 اهتم بشكل جزئي بموضوع أخلاقيات المهنة، في حين يرى نسبة 40%منهم أنه أولاها كل الاهتمام . وهذا راجع في الأساس إلى كون ما جاء في قانون الإعلام 2012 بخصوص أخلاقيات المهنة والمبادئ الأساسية المنظمة لها لا يرقى لتطلعات العاملين في الميدان.

خاتمة

موضوع أخلاقيات المهنة والتقيد بها في الممارسة الإعلامية في الجزائر يستحق اهتماما أكبر في ظل وجود العديد من العوامل التي ساهمت في وقوع العاملين في القطاع في التجاوزات غير الأخلاقية ما من شانه أن يؤثر على نزاهة المهنة كما أن الممارسة الإعلامية في الجزائر وخاصة بعد فتح قطاع السمعي البصري أمام الخوصصة لا تستند في الكثير من الأحيان إلى آداب وأخلاقيات المهنة،ويرجع هذا إلى تداخل الكثير من العوامل والاعتبارات كما أن الإعلام في الجزائر وخاصة قطاع السمعي البصري بحاجة إلى تفعيل حقيقي لدور سلطة الضبط وإ بعادها عن الضغوطات المختلفة، مما يجعلها أداة فاعلة وإ يجابية .وكون دراستنا تطرقت إلى واقع أخلاقيات ممارسة العمل الإذاعي في الجزائر والذي يعد جزء لا يتجزأ من منظومة الإعلام حاولنا من خلال الدراسة التعرف على مدى دراية والتزام صحفيي الإذاعات الجزائرية بقواعد السلوك المهني وكذا التعرف عل مكانة الأخلاقيات المهنية المنظمة لمهنة الإعلام في التشريع الإعلامي الجزائري حسب رأي الصحفيين العاملين في القطاع.

وقد أسفرت نتائج الدراسة التي تم من خلالها استقصاء صحفيي إذاعة الأغواط على أن الضمير المهني هو الأمر الأساسي الذي يدفع صحفيي إذاعة الأغواط لالتزام بأخلاقيات المهنة.

كونه المحرك الأول لوجدان الإنسان، فالصحفي الذي يتحلى بضمير مهني يلتزم طوعا بمبادئ أخلاقات المهنة الصحفية ويبتعد كل البعد عن كل ما يخلق تعدي على تلك المبادئ التي تشكل قوام مهنة الصحافة، كون هذه الأخيرة لا تخلو من المغريات التي تدفع بذوي الضمائر الهشة إلى الوقوع في تجاوزات لا تمت لمهنة الصحفي بصلة مع هذا فالصحفي مطالب بالإطلاع على القوانين والتشريعات المنظمة للمهنة، والصحفي المحترف الذي يحترم مهنته يسعى دائما للإطلاع على كل ما هو جديد بخصوصها ويحاول قدر الإمكان الإحاطة بكل ما يتعلق بمهنته خاصة القوانين المنظمة لها حتى يتسنى له معرفة ما له من حقوق وما عليه من واجبات هذا من جهة أخرى أن لا يقع ضحية الجهل فيفعل ما يجره للعقاب عن غير قصد، لأنه لا يعذر بجهل القانون.

قائمة المصادر

والمراجع

الكتب:

1) احمد بن مرسلي ،الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال،ط1،دار الورسم للنشر والتوزيع،الجزائر،2013 .

2) احمد خليل صابات ،الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، ط2 ، دار التوزيع والنشر، القاهرة.

3) أحمد زكي بدوي ،معجم المصطلحات والإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة.

4) إسماعيل معراف قالية ،الإعلام حقائق وأبعاد، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية،1999 .

5) براهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير،ط1، القاهرة، مكتبة النجلو المصرية،1969

6) جابر محجوب على محجوب، قواعد أخلاقيات المهنة مفهومها أساس إلزامها ونطاقها، ط 2،دار النهضة العربية، سنة 2001.

7) جورج صدقة، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع،مؤسسة مهارات للنشر، بيروت، 2008.

8) جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985.

9) حسن عماد مكاوي وأخرون، نظريات الاعلام،2007.

10) السعيد بومعيزة ، أخلاقيات وأدأب المهنة في تلفزيون الخدمة العمومية، حالة التلفزيون الجزائري،الملتقى الدولي بتونس، معهد علوم الأخبار، أفريل 2009 .

11) سعيد مقدم، أخلاقيات الوظيفة العمومية (دراسة نظرية تطبيقية)، دار الأمة للطباعة والنشرو الترجمة، الجزائر، 1997.

12) سليمان صالح ، أخلاقيات الإعلام، مكتبة الفلاح، الكويت،2000 .

13) شون ماك ب ا ريد وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981 .

14) صالح خليل أبو أصبح.الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار أرم للدراسات والتوزيع والنشر، عمان, 1995 .

15) عادل فهمي البيومي، البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في التثقيف الديني للشباب، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1991.

16) عبد اللطيف حمزة، أزمة الضمير الخلقي، القاهرة،دار الفكر العربي سنة 1996 طبعة 4 .

17) عبد اللطيف حمزة، أزمة الضمير الصحفي، دار الفكر العربي، القاهرة،1960

18) عبد المجيد ليلى ،تشريعات الإعلام، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001 .

19) عبد المجيد ليلى، الصحافة في الوطن العربي، القاهرة، العربي للنشر و التوزيع.

20) علي قسايسية ، التشريعات الإعلامية الحديثة في ظل سوق الحرة، المجلة الجزائرية للإتصال، العدد14 ،جويلية 1996 .

21) عمار بوحوش ، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،1995 .

22) محمد الجوهري وآخرون ، دراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، مصر، 1992

23) محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة،2000 .

24) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتاب، 1997.

25) محمد عبود مهدي،أخلاقيات العمل الصحفي،المفهوم والممارسة،جامعة أهل البيت،العراق سنة 2011.

26) محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها،دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة،2008.

27) محمود ابوبكر الهوش،التقنية الحديثة في المعلومات والمكتبات,نحو إستراتيجية عربية لمستقبل مجتمع المعلومات دار الشروق للنشر والتوزيع,القاهرة,2002.

28) مصطفى حسان، عبد المجيد البدوي، قاموس الصحافة و الإعلام، لبنان المجلس الدولي للغة الفرنسية، سنة 1991 .

29) نجوى فوال، القائمون بالاتصال، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، القاهرة، 1992.

30) نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر.

31) نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، الدار الخلدونية للنشروالتوزيع، الجزائر.

32) يوسف تمار، العينة في الدراسات الإعلامية والاتصالية، دار بغدادي للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2010 .

المذكرات:

1) إبراهيم إبراهيمي،"**السلطة والصحافة في الجزائر مذهب الإعلام والإيديولوجية السياسية**".

2) عصام الموسى2005 بعنوان " **الضوابط المهنية والأخلاقية الإعلامية لمعالجة الجريمة والانحراف في المجتمع العربي** "

3) نور الدين هادف،" **تكنولوجيا الاتصال الحديثة "دراسات تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الالكترونية في وسائل الاعلام الجزائرية**"

4) يونس ،2005 "**العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية الحكومية في ظل تصاعد المنافسة الإعلامية** "

القوانين:

1)القانون رقم 82-01 المؤرخ في 12 ربيع الثاني عام 1402 الموافق لـ06 فيبراير سنة 1982 المتضمن قانون الإعلام

2)القانون 90-07 المؤرخ في 08 رمضان عام 1410 الموافق لـ03 أفريل 1990 المتعلق بالإعلام الجريدة الرسمية، العدد 14

3)القانون 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق لـ12 يناير 2012 المتعلق بالإعلام الجريدة الرسمية، العدد 02

4)القانون رقم 14-04 المؤرخ في 24 ربيع الثاني عام 12435 الموافق لـ24 فيبراير 2014، المتعلق' بالنشاط السمعي البصري، الجريدة الرسمية ،العدد16

المواقع الإلكترونية:

1) www.osamh.me/blog

الملاحق

جامعـة عمـــار ثليجـي بالأغــواط

كلية العلوم الإنسانية و الاسلامية والحضارة

قســـم علـوم الإعلام و الاتصـال

تخصص اتصال وعلاقات العامة

تم إعداد هذا الاستبيان بهدف الاستفادة من آراء المبحوثين حول موضوع حرية الممارسة الإعلامية من خلال القوانين الإعلامية كما يعد هذا النموذج خاص لإعداد المذكرة تحت عنوان:

أخلاقيات المهنة عند القائم بالاتصال لدى المؤسسات الإعلامية وأثرها على الممارسةالإعلامية في الجزائر

– دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال فى إذاعة الأغواط–

من اعداد الطالبين،

اشراف الأستاذ،

* موسى غويرق

* معيزة سليم

* محمد الأمين طاسي

السنة الجامعية : 2017-2018

المحور الأول:

1- البيانات الشخصية

النوع ،

أنثى ☐ ذكر ☐

2- الخبرة المهنية،

من سنة إلى 5 سنوات ☐ من 5 إلى 10 سنوات ☐

من 10 إلى 15سنة ☐ أكثر من 15 سنة ☐

3- المستوى التعليمي،

مستوى ثانوي ☐ شهادة الليسانس ☐ دراسات عليا ☐

المحور الثاني:

مدى دراية صحفيي إذاعة الاغواط بأخلاقيات العمل الإذاعي

4- هل تفرق بين قانون الإعلام والأخلاقيات المهنية المنظمة لعملكم كصحفيين؟

نعم ☐ لا ☐

5- ماذا تعني لك أخلاقيات المهنة الإعلامية؟

-مبادئ ومعايير أخلاقي لتنظيم ممارسة المهنة . ☐

-مجموعة من الواجبات التي يلتزم بها الصحفي قانونيا ☐

-حقوقى تمتع بها الصحفي ☐

- مجموعة من الحقوق والواجبات التي يلتزم بها الصحفي قانونيا.☐

- أخرى تذكر: .....

-اكتفاء المؤسسة الإعلامية بقانون الإعلام كنصوص تنظيمية ملزمة.

-اعتبار الأخلاقيات المهنية ترتبط بالضمير المهني وبالتالي لاحاجة لمدونة تعبر عنها. ☐

-القانون الداخلي للمؤسسة هو الذي يحكم العمل الإعلامي. ☐

7- ماهي مصادر أخلاقيات المهنة التي تعتمدها مؤسستكم الإعلامية؟

-التشريعات الإعلامية في الجزائر. ☐

-ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر. ☐

-القيم الاجتماعية ومبادئ الضمير المهني. ☐

-مواثيق الشرف المهنية الإقليمية والدولية. ☐

8- في رأيك أيها أقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية؟

-القوانين والتشريعات الإعلامية الملزمة. ☐

-مبادئ الضمير المهني. ☐

-الهيئات والمنظمات الإعلامية. ☐

- أخرى تذكر:..... .....

المحور الثالث:

مدى التزام الصحفيين العاملين في إذاعةالأغواط بأخلاقيات المهنة

9- هل يدفع كالضميرالمهني إلى الالتزام بالمبادئ العامة لأخلاقيات المهنة؟

دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐

10- ماهي أهم المعاييرالأخلاقيةالتي تسعى للالتزام بها كصحفي؟

-الموضوعية. ☐

-الصدق. ☐

-احترام الحياة الخاصة لأفراد. ☐

-احترام قيم المجتمع وعاداته وتقاليده. ☐

أخرى تُذكر

.....

.....

11- هل التزامك بهذه المعايير نابع من؟

-قناعاتك الشخصية. ☐

-المحافظة على سمعة المؤسسة. ☐

-الالتزام الطوعي بمسؤوليتك الاجتماعية. ☐

- وعيك بضرورة العمل وفق أخلاقيات المهنة. ☐

-أخرى تذكر

.....

.....

12- في رأيكما هي أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني؟

-طغيان النزعة الربحية. ☐

-تغليب المصالح الشخصية ☐

-قلة الشعور بالمسؤولية الاجتماعية ☐

-ضعف مستوى الأداء المهني للإعلاميين. ☐

-الرقابة بأنواعها المختلفة. ☐

13-هل لاستقلالية الصحفي دور في تحقيق الموضوعية والمصداقية كمعيار لأخلاقيات المهنة؟

نعم ☐ لا ☐

14- ما هو نوع الرقابة التي تتعرض لها في ممارستك لمهنتك كإعلامي؟

-أخلاقية ذاتية ☐

-قانونية عمومية ☐

15- هل تتعارض أخلاقيات المهنة الصحفية مع الرقابة؟

نعم ☐ لا ☐

16- في رأيك ماهي الأسباب التي تحول دون التزام الصحفي بأخلاقيات المهنة؟

.....

.....

.....

المحور الرابع

رأي صحفيي إذاعة الأغواط في أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال التشريع الإعلامي الجزائري

17-في رأيك هل اهتمت التشريعات الإعلامية في الجزائر بأخلاقيات المهنة؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐ لم تليها أي اهتمام ☐

18-هل اطلعت على القانون العضوي للإعلام الصادر سنة2012 ؟

نعم ☐ لا ☐

19- إذا كانت إجابتك بنعم، هل تعتقد أن قانون الإعلام 2012 أولى اهتماما كافى المبادئ أخلاقيات المهنة؟

كليا ☐ جزئيا ☐ لم يليها أي اهتمام ☐

20- ماهي أهم الاقتراحات التي تقدمها للحد من الممارسات غير الأخلاقية وتحسين الممارسة الإعلامية في الجزائر؟

.....
.....
.....

قائمة

الجداول

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
الجدول رقم (1)	يوضح توزيع المبحوثين حسب النوع	82
الجدول رقم (2)	يوضح توزيع المبحوثين حسب الخبرة المهنية في العمل الإذاعي	83
الجدول رقم (3)	يوضح المستوى التعليمي للمبحوثين	84
الجدول رقم (4)	يوضح إن كان الصحفي يفرق بين قانون الإعلام والأخلاقيات المهنية المنظمة للعمل الإذاعي	85
الجدول رقم (5)	يوضح ماذا تعني أخلاقيات المهنة الإعلامية لصحفيي إذاعة الاغواط	86
الجدول رقم (6)	يوضح إن كانت إذاعة الاغواط تملك ميثاقا أو مدونة لأخلاقيات المهنة	87
الجدول رقم (7)	يوضح التبرير في حالة الإجابة بـ (لا) على السؤال السابق	88
الجدول رقم (8)	يوضح مصادر أخلاقيات المهنة التي تعتمدها إذاعة الاغواط	89
الجدول رقم (9)	يوضح رأي صحفيي إذاعة الاغواط أي الأمور التالية أقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية	90
الجدول رقم (10)	يوضح إن كان الضمير المهني هو ما يدفع صحفيي إذاعة الاغواط إلى الالتزام بمبادئ أخلاقيات المهنة	91
الجدول رقم (11)	يوضح أهم المعايير الأخلاقية التي يسعى صحفيي إذاعة الاغواط للالتزام بها	92
الجدول رقم (12)	يعبر عن دوافع التزام صحفيي إذاعة الاغواط بالمعايير الأخلاقية سالفة الذكر	94
الجدول رقم (13)	يوضح أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني في رأي صحفيي إذاعة الاغواط	95
الجدول رقم (14)	يوضح دور استقلالية الصحفي في تحقيق الموضوعية والمصداقية كمعيار لأخلاقيات المهنة حسب المبحوثين	96

الجدول رقم (15)	يوضح نوع الرقابة التي يتعرض لها المبحوثين	*97*
الجدول رقم (16)	، يوضح إن كانت أخلاقيات المهنة الصحفية تتعارض مع الرقابة أم لا حسب المبحوثين	*98*
الجدول رقم (17)	يوضح الأسباب التي تحول دون التزام الصحفي بأخلاقيات المهنة حسب رأي المبحوثين	*99*
الجدول رقم(18)	يوضح إن كانت التشريعات الإعلامية في الجزائر قد اهتمت بموضوع أخلاقيات المهنة حسب رأي المبحوثين	*101*
الجدول رقم(19)	يوضح إن كان صحفيي إذاعة الاغواط اطلعوا على القانون العضوي للإعلام الصادر سنة 2012	*102*
الجدول رقم(20)	يوضح إن كان قانون الإعلام 2012 أولى اهتماما لأخلاقيات المهنة حسب رأي المبحوثين	*103*

فهرس المحتوى

فهرس المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
الشكر	
الإهداء	
الخطة	
مقدمة	أ
الفصل الأول: الإطار المنهجي	11 -32
إشكالية الدراسة	11 - 13
التساؤلات	13
الفرضيات	14
أسباب اختيار الموضوع	14
أهمية وأهداف الدراسة	15
مجتمع البحث والعينة	16
تحديد المفاهيم	16-18
الإجراءات المنهجية للدراسة	19
مجالات الدراسة(المكاني والزمني)	19
منهج الدراسة وأداة جمع البيانات	20-22
الدراسات السابقة	22-26
المقاربة النظرية	28
نظرية حارس البوابة	28

فهرس المحتويات

الفصل الثاني: الإطار النظري لدراسة	80-33
المبحث الأول : أخلاقيات المهنة	*58-34*
المبحث الثاني : ماهية القائم بالاتصال	*67-59*
المبحث الثالث : أخلاقيات العمل الإذاعي في التشريع الإعلامي الجزائري	*79-68*
خلاصة الفصل	*80*
الفصل الثالث : تفريغ البيانات وعرض النتائج	*111-81*
تحليل وتفسير الجداول	*103-82*
نتائج العامة الدراسة	*111-103*
الخاتمة	*112*
قائمة المصادر والمراجع	*114*
الملاحق	*119*
فهرس الجداول	
فهرس المحتويات	