



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي -

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: العلوم الإنسانية

التخصص: سمعي بصري

الشعبة: علوم إنسانية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

أخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر

-دراسة ميدانية لعينة من الاعلاميين الجزائريين -

(إذاعة أم البواقي نموذجا)

إشراف الاستاذ:

إعداد الطالبة:

د/الجمعي حجام

منصورة بلخيري

السنة الجامعية 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
مَنْ كَفَرَ بِاللَّهِ مِنْ بَعْدِ إِيمَانِهِ
سَاءَ مَا يَحْكُمُ اللَّهُ لَهُ

سنة ١٤٢٠ هـ
١٣١٠ م



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي -

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: العلوم الإنسانية

التخصص: سمعي بصري

الشعبة: علوم إنسانية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

أخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر

-دراسة ميدانية لعينة من الاعلاميين الجزائريين -

(إذاعة أم البواقي نموذجا)

إشراف الاستاذ:

إعداد الطالبة:

د/الجمعي حجام

منصورة بلخيري

السنة الجامعية 2020/2019

شكر وعرافان

الشكر أولا وأخيرا إلى الله سبحانه وتعالى فالحمد لله الذي

أعانني ووفقني في إنجاز هذا العمل

وأقدم بخالص الشكر والامتنان إلى أستاذي المشرف

الدكتور حجام الجمعي الذي لم يبخل علي بتوجيهاته

وإرشاداته التي كانت عوناً لي في إتمام هذا البحث، وكذا

جميع أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال الذين لم يبخلوا

علي بمعارفهم وتوجيهاتهم القيمة.

كما أتقدم بجزيل الشكر إلى كل من ساعدني في إنجاز

وإتمام هذه المذكرة من قريب أو بعيد.

شكر وعرهان

إهداء

فهرس الجداول

مقدمة.....أ-ج

الفصل الأول: الإطار المنهجي.....1-25

أولاً: موضوع الدراسة وإطارها المفاهيمي.....3

1-1- تحديد إشكالية الدراسة.....3

1-2- تساؤلات الدراسة.....4

1-3- أسباب اختيار موضوع الدراسة.....5

1-4- أهمية موضوع الدراسة.....5

1-5- أهداف الدراسة.....6

1-6- تحديد مفاهيم الدراسة.....6

1-7- الدراسات السابقة.....11

ثانياً: المدخل النظري للدراسة.....14

2-1- مفهوم نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام.....14

2-2- نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام.....15

2-3- المبادئ الرئيسية التي قامت عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام.....16

2-4- أهداف نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام.....17

2-5- نقد نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام.....17

- 2-6 - تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام على موضوع الدراسة 18
- ثالثا: الإجراءات المنهجية للدراسة 18
- 3-1 - منهج الدراسة 18
- 3-2 - أدوات جمع البيانات 19
- 3-3 - مجتمع البحث وعينة الدراسة 22
- 3-4 - مجلات الدراسة 23
- الفصل الثاني: الإطار النظري 28- 50
- تمهيد 28
- 2-1-1 - قواعد السلوك المهني 28
- 2-1-1-1 - تعريف السلوك المهني للصحفيين 28
- 2-1-2 - العناصر المشكلة للسلوك المهني للصحفيين 29
- 2-1-3 - مبادئ ومواثيق السلوك المهني 32
- 2-1-4 - العوامل المؤثرة في السلوك المهني للصحفيين 32
- 2-2-1 - أساسيات أخلاقيات المهنة الإعلامية 34
- 2-2-1-1 - نشأة أخلاقيات المهنة الإعلامية 34
- 2-2-2 - أهمية أخلاقيات المهنة الإعلامية 37
- 2-2-3 - أشكال مواثيق الاعلام 37
- 2-2-4 - أهداف مواثيق الإعلام 38
- 2-3-3 - أخلاقيات المهنة في قوانين الإعلام الجزائرية (1968- 2014) 39

2-3-1- أخلاقيات المهنة من خلال القانون الأساسي للصحفيين المهنيين	عام 1986.....39
2-3-2- أخلاقيات المهنة الاعلامية من خلال قانون الإعلام لعام 1982	40.....
2-3-3- أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال قانون الإعلام 1990	42.....
2-3-4- أخلاقيات المهنة الاعلامية خلال قانون الإعلام العضوي لعام 2012	46.....
2-3-5- أخلاقيات المهنة الاعلامية من خلال قانون السمعى البصرى 2014	49.....
خلاصة الفصل الثانى	50.....
الفصل الثالث: الإطار التطبيقى	54- 85.....
تمهيد	54.....
3-1-1- تفرىغ البيانات وتحليلها	55.....
3-1-1- تفرىغ وتحليل بيانات المحور الأول مدى وعى اعلامى إذاعة أم البواقى الجهوىة بأخلاقيات المهنة	59.....
3-1-2- تفرىغ وتحليل بيانات المحور الثانى مدى التزام الإعلامىين العاملىن بإذاعة أم البواقى الجهوىة بالقوانين الإعلامىة السارىة المفعول بأخلاقيات المهنة الإعلامىة	73.....
3-1-3- تفرىغ وتحليل بيانات المحور الثالث موقع ومكانة أخلاقيات المهنة الإعلامىة فى التشرىع الإعلامى الجزائرى حسب وجهة نظر اعلامى إذاعة أم البواقى الجهوىة	73.....
3-2- النناىج النهائىة للدراسة	80.....
3-2-1- نناىج متعلقة بتساؤلات الدراسة	80.....
3-2-3- آفاق الدراسة	85.....
خلاصة الفصل الثالث	85.....

الخاتمة.

قائمة المراجع

الملاحق

ملخص الدراسة

استمارة استبيان

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
54	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.	1
55	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.	2
56	يبين توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي.	3
57	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المنصب.	4
58	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الاقدمية العملية في العمل الإذاعي.	5
59	يبين إن كان الإعلامي يفرق بين قانون الاعلام والاخلاقيات المهنية المنظمة لمهنة الاعلام.	6
60	يبين ماذا تعني أخلاقيات المهنة الإعلامية لإعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية.	7
61	يبين إن كانت إذاعة أم البواقي الجهوية تمتلك ميثاقا أو مدونة لأخلاقيات المهنة.	8
62	يبين توضيح التبرير الإجابة ب(لا) على السؤال السابق.	9
63	يبين مصادر أخلاقيات المهنة التي تعتمد عليها إذاعة أم البواقي الجهوية.	10
64	يبين رأي اعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية أي الأمور التالية الاقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية.	11
65	يبين إن كان الضمير المهني هو ما يدفع إعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية بمبادئ أخلاقيات المهنة الإعلامية.	12
66	يبين أهم المعايير الأخلاقية التي يسعى إعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية بالمعايير الأخلاقية.	13
67	يبين دوافع التزام إعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية بالمعايير الأخلاقية.	14
68	يبين أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني في رأي إعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية.	15
69	يبين دور استقلالية الإعلامي في تحقيق الموضوعية والمصداقية كمييار لأخلاقيات المهنة حسب المبحوثين.	16
70	يبين نوع الرقابة التي يتعرض لها المبحوثين.	17
71	يبين إن كانت أخلاقيات المهنة الإعلامية تتعارض مع الرقابة أم لا حسب رأي المبحوثين.	18
72	يبين الأسباب التي تحول دون التزام الإعلامي بأخلاقيات المهنة الإعلامية حسب رأي المبحوثين.	19
73	يبين إن كانت التشريعات الإعلامية في الجزائر قد اهتمت بموضوع أخلاقيات المهنة الإعلامية حسب رأي المبحوثين	20

فهرس الجداول

74	يبين إن كان إعلاميو إذاعة أم البواقي الجهوية اطلعوا على القانون العضوي للإعلام 2012.	21
75	يبين إن كان قانون الاعلام أولى اهتماما بأخلاقيات المهنة حسب راي المبحوثين.	22
76	يبين إن كان المبحوثين قد اطلعوا على ميثاق الشرف الإعلامي.	23
77	يبين موقف المبحوثين من موثيق الشرف المهنية الخاصة بمهنة الاعلام.	24
78	يبين سهر المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة في الجزائر على تنظيم مهنة الاعلام.	25
79	يبين أهم الاقتراحات التي قدمها إعلاميو إذاعة أم البواقي الجهوية للحد من الممارسات غير الأخلاقية وتحسين الممارسة الإعلامية في الجزائر.	26

مقدمة

للإعلام دورا مهما داخل كل مجتمع، حيث تعد وسائل الإعلام مصدرا مهما من مصادر التوعية الفكرية وبناء العلاقات المجتمعية وتنميتها وتعزيز القيم الموجودة فيها والمحافظة عليها من خلال الرسائل والمضامين الإعلامية الموجهة للجمهور، فالإعلامي يعمل على توعية وتنوير الجمهور وهذا حسب رغبته واحتياجاته، لكن لا يكون ذلك إلا من خلال التحلي بجملة من المبادئ الأخلاقية لممارسة المهنة الإعلامية المستندة على منظومة أخلاقية تم تطويرها على مدى عقود طويلة بحيث أصبحت مطلبا أساسيا لدى العديد من التنظيمات والحكومات وحتى الشعوب.

من ناحية أخرى أحدث تحرر وسائل الإعلام وكثرتها إلى زيادة بعض التجاوزات الأخلاقية وسيطرتها على الأداء الإعلامي، ولهذا السبب جاءت أخلاقيات المهنة الإعلامية للحد من هذه التجاوزات والممارسات، ومن هنا تبدو أهمية وضرة وجود المواثيق الأخلاقية التي تنظم عمل وسائل الإعلام على المستوى الوطني، حيث كان لزاما على المشرع الجزائري ضبط سلوكيات الإعلاميين وممارستهم اليومية في إطار احترام المبادئ العامة والأسس والمعايير التي حددها الخبراء والباحثون المتخصصون في مجال أخلاقيات المهنة الإعلامية.

ومن هذا المنطلق حاولنا أن ندرس موضوع أخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر من وجهة نظر الإعلاميين الجزائريين من خلال دراسة ميدانية لإعلاميي إذاعة أم البواقي الجهوية. وقد قمنا بتقسيم الدراسة الى ثلاثة فصول:

الفصل الأول: تمثل في الإطار المنهجي للدراسة، وتناولنا فيه التعريف بموضوع الدراسة من حيث مشكلة الدراسة وطرح تساؤلاتها وأسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها، تحديد مفاهيم الدراسة كما قمنا بتحديد نظرية الدراسة والمتمثلة في نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام، كما قمنا في هذا الفصل بعرض الاجراءات المنهجية للدراسة من حيث منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات، ومجتمع البحث وعينة الدراسة، ثم تعرضنا الى مجالات الدراسة.

مقدمة

الفصل الثاني: تمثل في الإطار النظري للدراسة، تناولنا فيه ثلاثة مباحث تمثل الأول في قواعد السلوك المهني والثاني في أساسيات أخلاقيات المهنة الإعلامية، أما المبحث الثالث يتعلق بأخلاقيات المهنة الإعلامية في قوانين الاعلام الجزائرية من 1968 إلى 2014.

الفصل الثالث: تمثل في الإطار التطبيقي للدراسة، حيث تناولنا فيه الجداول وحللناها وتوصلنا في الأخير نتائج الدراسة وختمنا بخاتمة للدراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

الفصل الأول: الإطار المنهجي

أولاً: موضوع الدراسة وإطارها المفاهيمي

1-1- تحديد إشكالية الدراسة

1-2- تساؤلات الدراسة

1-3- أسباب اختيار موضوع الدراسة

1-4- أهمية موضوع الدراسة

1-5- أهداف الدراسة

1-6- تحديد مفاهيم الدراسة

1-7- الدراسات السابقة

ثانياً: المدخل النظري للدراسة

2-1- مفهوم نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام

2-2- نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام

2-3- المبادئ الرئيسية التي قامت عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام

2-4- أهداف نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام

2-5- نقد نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام

2-6- تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام على موضوع الدراسة

ثالثاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

3-1- منهج الدراسة

3-2- أدوات جمع البيانات

3-3- مجتمع البحث وعينة الدراسة

3-4- مجالات الدراسة

أولاً: موضوع الدراسة وإطارها المفاهيمي

1-1 - إشكالية الدراسة:

تعتبر الأخلاقيات المهنية مجموعة من الواجبات والالتزامات الخاصة التي تنشأ في ممارسة ما، ويشكل الاهتمام بأخلاقيات المهن أولوية لدى مجتمعات العالم، لأنها تدخل في باب التعامل والاتصال بين البشر مما يتطلب معايير وضوابط ينظم من خلالها هذا التعامل، ومن هنا ظهرت مواثيق الشرف وأخلاقيات المهنة لتضبط جل المهن التي يمارسها البشر كالتب والمحاماة وصولاً إلى مهنة الإعلام.

إن العمل الإعلامي يمثل العميلة التي تسعى من خلالها وسائل الاتصال تزويد الناس بالمعارف والحقائق والمعلومات، وكذلك المحافظة على المجتمع وأصالته وأخلاقياته، بحيث أصبحت وسائل الإعلام القوة التي تصوغ أكثر من أي قوة أخرى الآراء والأذواق والسلوك، فوسائل الإعلام تقوم بدور إيجابي لصالح المجتمع، ولضمان حصول وسائل الإعلام على مساندة شعبية تكون كضمان لحريتها عليها أن تعي جيداً وظيفتها في المجتمع.

تعتبر أخلاقيات الإعلام مجموعة من المبادئ والقيم المنظمة للسلوك المهني الذي تلتزم به الأسرة الإعلامية دون أي تشريعات تضعها الدولة فما بينها وبين المجتمع، فهي مواثيق اختيارية تستند فقط على ضمير الإعلامي، لذلك أصبح موضوع أخلاقيات المهنة الإعلامية مطلباً ملحا وأساسياً لدى العديد من التنظيمات والحكومات وحتى الشعوب نظراً للدور الذي لعبه الإعلام على الصعيدين الإقليمي والدولي وحتى المحلي خاصة أثناء النزاعات وهو أقل ما يذكر عنه أن له سلبيات وإيجابيات على حد سواء، وفي الكثير من الأحيان يكون تأثيره السلبي أكثر من الإيجابي، هذا ما دفع الكثير من التنظيمات المهنية والجمعيات إلى وضع إطار أخلاقي لمهنة الإعلام قصد تجنب سلبيات الممارسة الإعلامية وتحقيق رسالة إعلامية هادفة.

باعتبار أن حرية التعبير والحق في الإعلام من الحريات الأساسية التي تساهم في نشر الديمقراطية والتعددية الإعلامية، فإن حرية وسائل الإعلام من الرقابة الحكومية كحق الصحفي في الحصول على المعلومة أدى إلى ممارسات غير مسؤولة من بينها التعدي على خصوصية الأفراد والتلاعب بالحقائق وغيرها من التجاوزات الأخلاقية، لذلك يجب العمل على خلق الموازنة بين ما أصدرته السلطات الدستورية من مواثيق قانونية وبين الأنشطة الإعلامية التي يزاولها الإعلاميون مما أثار جدل واهتمام الإعلاميين مما أثار جدل واهتمام الكثير من الإعلاميين و الأكاديميين.

نظرا لأهمية هذا الموضوع حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على أخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر من خلال دراسة ميدانية لعينة من الإعلاميين الجزائريين، وإعلاميي إذاعة أم البواقي الجهوية نموذجا الأمر الذي دفعنا إلى طرح الإشكال التالي:

-ما واقع أخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر من وجهة نظر إعلاميي إذاعة أم البواقي الجهوية؟

1-2- تساؤلات الدراسة:

- 1-مامدى وعي إعلاميي إذاعة أم البواقي الجهوية بأخلاقيات المهنة الإعلامية؟
- 2-ما مدى التزام اعلاميي إذاعة أم البواقي الجهوية بالقوانين الإعلامية السارية المفعول التي تنظم أخلاقيات الممارسة؟
- 3-ما هو موقع ومكانة أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال وجهة نظر إعلاميي إذاعة أم البواقي الجهوية؟

1-3 أسباب اختيار الموضوع:

يمكننا تلخيص الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذه الدراسة إلى:

- إن موضوع أخلاقيات المهنة الإعلامية مهما نظرا للأهمية القانونية والاجتماعية كونها تعمل على ضبط حقوق وواجبات الإعلامي ضمن ما تسمح به المعايير الاجتماعية والأخلاقية داخل كل مجتمع، وهذا ما حاولنا إثباته من خلال دراستنا أخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر من خلال اعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية.

-قمتنا بقراءات خاصة حول موضوع أخلاقيات المهنة الإعلامية، وهذا ما دفعنا إلى التفكير في البحث الجدي كون هذا

-تطبيق منهجية البحث العلمي من خلال كيفية صياغة إشكالية الدراسة وفروضها وتحديد تحديد تساؤلاتها وأهدافها.

1-4- أهمية موضوع الدراسة:

تعتمد أهمية البحث على طبيعة المشكلة التي يريد الباحث البحث فيها وعلى طبيعة الأهداف المراد التوصل إليها حيث يقوم الباحث في هذا الجانب بإبراز أهمية البحث في الجانب الأكاديمي، المعرفي والتطبيقي ومدى الاستفادة منه في مجال معين أو عدد من المجالات في الحياة العملية.¹ فلا يمكن لأي دراسة أن تخلو من عنصر الأهمية كون الباحث يسعى إلى تحقيق مجموعة من النتائج العلمية والحقائق، بناء على المعطيات التي يتحصل عليها في مجال تخصصه، ومنه تكمن أهمية موضوع أخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر فيما يلي:

¹ردينة عثمان يوسف: أساليب البحث العلمي في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار المناهج للنشر والتوزيع الأردن، (ط 1)، 2005، ص20.

تكمن أهمية موضوع الدراسة من الأهمية القانونية وكذلك أهمية الإعلام في بناء المجتمعات وتمييزها من خلال إعلام حر ونزيه كحق الأفراد في الحفاظ على حياتهم الخاصة وحمايتهم وحق المجتمع في الحفاظ على الآداب العامة التي تسمح بالحفاظ على عاداته وتقاليده، نظرا لتعدد المؤسسات الإعلامية في الجزائر في ظل فرض الرقابة العمومية من السلطات المعنية على الصحفي أثناء ممارسته لمهنته.

1-5- أهداف الدراسة:

إن أي دراسة أو بحث علمي يحتاج إلى عدة أهداف توضح وتحدد بدقة من أجل الوصول إليها في النهاية، ومنه تسعى هذه الدراسة التي تحت عنوان أخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر إلى ما يلي:

- التعرف على مدى وعي إعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية بأخلاقيات المهنة الإعلامية.

- التعرف على مدى التزام إعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية بالقوانين الإعلامية السارية المفعول التي تنظم الممارسة الإعلامية.

- التعرف على موقع ومكانة أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال وجهة نظر إعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية.

1-6- تحديد مفاهيم الدراسة:

لكل بحث علمي مجموعة من المفاهيم تتطلب شرحا وتفسيرا من طرف الباحث، سواء من الناحية الاصطلاحية أو الإجرائية لكي يفهم القارئ طبيعة هذه المصطلحات الموظفة في موضوع الدراسة والتي تتمثل فيما يلي:

1-6-1 - الأخلاق:

- لغة:

السجية والطبيعة، أو الطبع.¹

- اصطلاحا:

يعرفها "سليمان صالح" على أنها: "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

كما تعرف الاخلاقيات أنها مجموعة من القواعد التي تحكم العلاقة بين أفراد المجتمع ومؤسساته، فتضبط سلوكهم وتحدد حقوقهم وواجباتهم.³

1-6-2 - أخلاقيات المهنة:

- اصطلاحا:

هي المبادئ والمعايير التي تعد مرجع للسلوك المطلوب لأفراد المهنة الواحدة والتي يعتمد عليها المجتمع في تقييم أدائهم إجابا أو سلبا.⁴

كما تعرف أخلاقيات المهنة على أنها التزام الموظف بواجباته الوظيفية كما حددها القانون وتشمل احترام الموظف للأنظمة والقوانين، وقيم وعادات المجتمع والعدالة والعمل من أجل المصلحة العامة.¹

¹ ابن منظور: لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر، بيروت، (د ط)، 2005، ص 199.

² سليمان صالح: أخلاقيات الإعلام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، (ط 1)، 2002، ص 58.

³ وليد خلف الله دياب: أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، (د ط)، 2014، ص 64.

⁴ بلال خلف السكرانة: أخلاقيات العمل، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2009، ص 21.

-إجرائيا:

هي مجموعة من القيم والمعايير التي يعتمدها أفراد مهنة ما، أو هي معايير قياسية للسلوك الأخلاقي، أي السلوك المقبول من المجتمع في إطار الصواب مقابل الخطأ.

1-6-3- الاعلام:

-اصطلاحا:

يعرف الاعلام على أنه تلك العملية التي يترتب عليها نشر الاخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعقولهم السامية والارتقاء بمستوى الراي العام ويقوم الاعلام على التقرير والتنقيف مستخدما أسلوب الشرح والتفسير والسؤال المنطقي².

وهو كذلك نقل المعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية، بطريقة معينة، خلال أدوات ووسائل الاعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، بقصد التأثير، سواء عبر موضوعيا او لم يعبر، وسواء كان التعبير بعقلية الجماهير او لغرائزها³.

ويعرف الاعلام بانه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين راي صائب في واقعة من الوقائع، او مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الراي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم⁴.

¹ أسامة محمد خليل الزيناي، دور أخلاقيات المهنة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المستشفيات الحكومية الفلسطينية (مذكرة ماجستير)، أكاديمية الإدارة والسياسة العليا بالمشاركة مع جامعة الأقصى، 2014، ص 7.

² بسام عبد الرحمان المشابقة: معجم مصطلح العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2015، ص 72.

³ ياسين فضل ياسين: الاعلام الرياضي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، (ط 1)، 2011، ص 21.

⁴ سمير بن جميل راضي: الاعلام الإسلامي رسالة وهدف، دعوة الحق للنشر والتوزيع، (د ط)، 2015، ص 28.

-اجرائيا:

الاعلام هو مهنة تعتمد على وسائل إعلامية عديدة لتزويد الناس بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة داخل إطار أخلاقي والتزامي.

1-6-4- أخلاقيات المهنة الإعلامية:

-اصطلاحا:

هي منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الصحفيين خلال قيامهم بأعمالهم واتخاذ قراراتهم بما يتناسب مع وظيفة المؤسسات الإعلامية، ويضمن الوفاء بحقوق الجمهور¹.

الاختيارات التي تواجه الإعلاميين أثناء عملهم وترشددهم الى الطريق الصحيح للفعل الإعلامي².

هي مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المهني والتي وضعتها مهنة منظمة لكافة أعضائها، حيث تحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها وتسهر على احترامها، وهي اخلاق وآداب جامعية وواجبات مكملة أو معوضة للتشريع وتطبيقاته من قبل القضاء³.

وينظر إلى أخلاقيات الإعلام على أنها تلك الاخلاقيات المتعلقة بمهنة الإعلام وهي مجموعة القواعد والواجبات المسيرة لمهنة الصحافة، أو هي مختلف المبادئ التي يجب أن يلتزم بها الصحفي أثناء أدائه لمهامه، وتتصل هذه المعايير بعلاقة الصحفي بالمصادر والمؤسسات وغيرها، فالأخلاقيات يصوغها الصحفيين من أنفسهم في إطار النقابات المهنية (التنظيم الذاتي)، وقد

¹ طه أحمد الزبيدي: معجم مصطلحات الدعوة والاعلام الإسلامي (عربي-انجليزي)، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، (ط1)، 2002، ص 129.

² حسني محمد نصر: قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الامرات العربية المتحدة، (ط1)، 2010، ص 271.

³ سامان فوزي عمر: المسؤولية المدنية للصحفي، دار وائل للنشر والتوزيع، (ط1)، 2007، ص 19.

حددت أخلاقيات الإعلام بقواعد السلوك المهني التي توضح للصحفي ماله وما عليه ومنها ضمان حرية الإعلام والصحافة¹.

كما عرفها "جون هونبرغ" على أنها: "تلك الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها كل صحفي والمتمثلة أساسا بضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية منصفة شاملة ودقيقة، صادقة وواضحة مع مراعاة حماية المصادر وتحقيق الصالح العام لا غير، عن طريق احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة للأشخاص وتصحيح الأخطاء في حال وجودها"².

كما تعني أخلاقيات الإعلام مجموع الأعراف والضوابط التي ينبغي للصحافي احترامها. وفي الوطن العرب، تتولى الدفاع عن هذه الأعراف نقابة الصحفيين، كما هو الحال بالنسبة لمصر. وقد ظهرت هذه النقابات، على غرار مجالس الأطباء (فما يتعلق بأخلاقيات مهنة الطبيب) ونقابات المحامين (فيما يخص أعراف مهنة المحاماة). إذا مجلس الأطباء له السلطة الكاملة في تأنيب أو فصل أي طبيب ثبت أنه ارتكب خطأ في حق مريض، وإذا كانت نقابة المحامين لها السلطة في تأنيب أو فصل أي محام لم يحترم مبادئ المهنة، فإن نقابة الصحفيين تخول لها هي كذلك، السلطة في تأنيب أو فصل أي صحافي لم يحترم أخلاقيات المهنة الإعلامية³.

-اجرائيا:

أخلاقيات المهنة الإعلامية هي جملة الضوابط الأخلاقية النابعة من الضمير المهني للإعلامي وفق ما تحدده التشريعات والقوانين الإعلامية في الجزائر.

¹ عبد العظيم الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: الاعلام الجديد وإشكاليات التواصل الرقمي، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، (ط 1)، 2016، ص ص 104، 101.

² جون هونبرغ: الصحفي المحترف، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، (د ط)، 1996، ص 51.

³ محمود إبراهيم: المبرق قاموس موسوعي للإعلام والاتصال (فرنسي-عربي)، ثالة للنشر والتوزيع، الجزائر، (ط 2)، 2007، ص 205.

1-7- الدراسات السابقة:

تعرف الدراسات السابقة بأنها الجهود البشرية السابقة التي بحثت في الموضوع الذي يدرسه الباحث بعينه أو موضوعا مقاربا له من زاوية مختلفة، وفي ظرف من الظروف المتعددة، مما تم نشره بأي شكل من الأشكال بشرط أن تكون مساهمة ذات قيمة علمية¹.

ومن بين الدراسات السابقة التي سأعتمد عليها في موضوع دراستي مايلي:

1-7-1- الدراسة الأولى:

لحسناوي عبد الجليل بعنوان أخلاقيات المهنة الإعلامية في القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر، دراسة وصفية تحليلية من خلال صحفي قناة النهار TV، رسالة ماجستير، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2014.

وهي دراسة تهدف الى التعرف على مدى وعي صحفي قناة النهار بقواعد السلوك المهني واهم العوامل المؤثرة فيه، ومعرفة اهم الأسباب التي تؤدي عدم احترام اخلاقيات المهنة الإعلامية.

وتتمحور إشكالية الدراسة حول تسليط الضوء على مدى التزام قناة النهار بأخلاقيات المهنة في الممارسة الإعلامية من خلال صحافييها، والتي كان تساؤلها الرئيسي كالتالي:

الى أي مدى تتقيد قناة النهار بالقيم الأخلاقية في الممارسة الإعلامية؟

وقد فرغ الباحث التساؤل الرئيسي الى تساؤلات فرعية جاءت كما يلي:

-هل تتقيد القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر بأخلاقيات المهنة؟

-ما مدى وعي صحفيي قناة النهار بقواعد السلوك المهني واخلاقيات المهنة؟

-ماهي العوامل المؤثرة في السلوك المهني للصحفيين؟

¹ أحمد إبراهيم خضر: إعداد البحوث والرسائل العلمية من الفكرة حتى الخاتمة، قسم الخدمة الاجتماعية وتنمية المجتمع جامعة الأزهر للنشر والتوزيع، القاهرة، (د ط)، 2013، ص 25.

اتبع الباحث المنهج الوصفي، كما استعان بمنهج المسح التحليلي من خلال عينة من صحفيي قناة النهار وجمهور قناة النهار كدراسة وصفية تحليلية، واستخدم استمارة استبيان والمقابلة كأدوات من أدوات جمع البيانات.

وقد توصل الباحث الى عدة نتائج منها:

-يرى اغلب افراد العينة بنسبة 40 % أن فتح قطاع السمعي البصري كان استجابة لضغوط داخلية وخارجية وهذا ما فسر التجاوزات التي وقعت بعد فتح القطاع تزامنا مع ما سمي بالربيع العربي.

-يعتبر ما نسبته 80 % من افراد العينة الأداء الاعلامي للقنوات الخاصة بالمتوسط خاصة مع حداثة فتح قطاع السمعي البصري.

-يعتبر ما نسبته 78.3 % من افراد العينة بوجود تجاوزات وقعت فيها القنوات الخاصة من بينها النهار وهذا ما يدفع نحو التركيز على معالجة النقائص الموجودة من خلال البحث في الأسباب.

-يرى اغلبية افراد العينة بنسبة 46.7 % ان التشريعات الإعلامية في الجزائر لم تولي اهتماما كبيرا لأخلاقيات المهنة الإعلامية بسبب غياب الدراسات القانونية من البداية.

-يرى اغلبية افراد العينة بنسبة 60 % ان الصدق والدقة والموضوعية هي اهم التجاوزات التي وقعت فيها قناة النهار.

-أوجه التشابه:

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا كونها تبحث في اخلاقيات المهنة الإعلامية في القنوات الفضائية

الخاصة، بينما تركز دراستنا على اخلاقيات المهنة الاعلامية في الجزائر، فتعد هذه الدراسة

الأقرب الى دراستنا من حيث والمنهج ومن حيث أداة جمع البيانات الاستبيان.

-أوجه الاختلاف:

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في المتغير الثاني والمتعلق بالقنوات الفضائية الخاصة بالجزائر.

-أوجه الاستفادة:

قد أفادتنا هذه الدراسة خاصة فيما يتعلق بالجانب الميداني، حيث استقننا من النتائج التي توصلت اليها الدراسة فكانت بمثابة منطلق لدراستنا.

1-7-2: الدراسة الثانية:

لرو داليا بزورق بعنوان "اخلاقيات ممارسة الصحافة المكتوبة في الجزائر". دراسة ميدانية بجريدة اخر ساعة -عنابة، رسالة ماجستير، قسم العلوم الإنسانية شعبة. الاعلام والاتصال، جامعة تبسة، 2009م.

وهي دراسة تهدف الى كشف واقع ممارسة الصحافة المكتوبة في الجزائر ومعرفة مدى التزام الصحفيين بالقوانين التي تضبط حقوقهم وواجبتهم اثناء ممارستهم لمهنتهم.

وتتمحور إشكالية الدراسة حول فتح المجال امام ظهور العيد من الجرائد واليوميات المتعددة الاتجاهات، مما جعل الساحة الإعلامية تشهد بين الساعة والأخرى صراعا بين الإعلاميين والسلطة، وأدى ذلك الى التضيق على الحرية الإعلامية من جهة، وفي العديد من الصحفيين من جهة أخرى بتهمة عدم احترام القانون وعدم التقيد بأخلاقيات المهنة الصحفية والتي كان تسأؤلها الرئيسي كالتالي:

وقد فرعت الباحثة التساؤل الرئيسي الى تساؤلات فرعية جاءت كما يلي:

ما هو واقع ممارسة الصحافة المكتوبة في الجزائر؟

-ماهي العوامل المؤثرة في عناصر السلوك المهني اثناء ممارسة الصحفي الجزائري لمهنته؟

- ما هو موقع اخلاقيات مهنة الصحافة المكتوبة ضمن التشريع الإعلامي؟

- هل يلتزم الصحفي الجزائري بتطبيق القوانين الإعلامية السارية المفعول المنظمة لأخلاقيات مهنته ميدانيا؟

- اتبعت الباحثة المنهج المسحي، واستخدمت الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات.

وقد توصلت الى عدة نتائج من أهمها:

- 66.66 % من المبحوثين يؤكدون ان مفهوم اخلاقيات المهنة هو مجموعة مبادئ قانونية ومعايير أخلاقية تنظم مهنة الصحفي، بينما نجد 33.33 % من المبحوثين يرون انها مجموعة الحقوق والواجبات القانونية التي يلتزم بها الصحفي

- يؤكد الإعلاميين نسب 56.66% ان التزامهم بالتشريع الإعلامي لا يحد من حريتهم الإعلامية بينما النسبة المتبقية والمقدرة بنسبة 43.33 % ترى ان التشريعات الإعلامية تحد من حرية الصحفي.

- برر الصحفيين تعارض اخلاقيات المهنة مع الرقابة يتمثل في الافراط في حرية الصحافة وعدم التزام الصحفي بالقوانين والتشريعات.

-أوجه التشابه:

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا كونها تبحث في اخلاقيات الصحافة المكتوبة في الجزائر، بينما تركز دراستنا حول اخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر، فتعد هذه الدراسة قريبة من دراستنا من حيث المنهج وأداة جمع البيانات الاستبيان.

-أوجه الاختلاف:

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير الأول والمتعلق بالصحافة المكتوبة.

-أوجه الاستفادة:

قد أفادتنا هذه الدراسة فيما يتعلق بالجانب النظري والجانب الميداني ومن حيث النتائج.

ثانيا: المدخل النظري للدراسة

تمهيد

يعتبر منظور الدراسة أو البراد يغم بمثابة البوصلة التي تحدد اتجاه البحث وتوجهه وفق اتجاه معين، حيث يرجع الباحث في دراسته لموضوع ما الى نظريات مستعينا باتجاهاتها فتكون بمثابة النموذج الارشادي لدراسة موضوعه¹. ونظرا لطبيعة الموضوع المراد دراسته، وهو "اخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر" ارتأينا الى تبني نظرية واحدة بما يتماشى مع طبيعة موضوعنا وهي نظرية المسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال الاستفادة من التراكم المعرفي، ومن ثم مسارنا في العمل التطبيقي من خلال تحديد التساؤلات تحديدا واضحا.

ان المبدأ الأساسي لهذه النظرية يعتمد على ضرورة وضوح اهداف المجتمع وقيمه التي ينبغي ان تتجسد في مضمون ما تبثه أو تنشره وسائل الاعلام.

2-1- مفهوم نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام:

عرف الدكتور "عبد اللطيف حمزة" المسؤولية الاجتماعية للإعلام بانها "المهام التي ينبغي ان يقوم بها الاعلام امام المجتمع على ان يكون ذلك في إطار تمتع الاعلام بالحرية القائمة على المسؤولية والمنهج الأخلاقي الذي حدده المجتمع والقانون"².

وهي النظرية التي تعتمد على نهجا مستقلا ووسطا بين النظرية الشمولية والنظرية الموضوعية، وتؤمن هذه النظرية بان العمل الإعلامي لابد أن يخضع إلى سياسة واضحة ومحددة وتكون خطته في ضوء ذلك مدروسة وهادفة وتتسجم مع التوجه الذي ترسمه البلدان المعنية بهذه النظرية، ومعظم البلدان النامية وغيرها تنتهج حاليا هذا التوجه وحتى عدد من البلدان الأوروبية.

¹ الياس خيضر البياتي: النظرية الاجتماعية جذورها التاريخية وروادها، الجامعة المفتوحة للنشر والتوزيع، طرابلس، (ط 1)، 2002، ص 108.

² محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، (ط 1)، 2004، ص 488.

وعلى أثر ذلك نادى عدد من المفكرين إلى ضرورة وضع مفهوم جديد للحرية يضمن توجيهها نحو خدمة المجتمع، وتأمين مصالح أفرادها الأساسية، بحيث تصبح هذه الحرية جزء لا يتجزأ من التركيب الاجتماعي المعقد الذي يستلزم المسؤولية والحرية جنبا إلى جنب.

2-2- نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام:

لقد نشأت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية في القرن العشرين بمجموعة من الأفكار صاغتها اللجنة الأمريكية لحرية الصحافة والتي عرفت بلجنة (هو شنر) عام 1947، ومصدرها ("هوكنج" ولجنة حريات الصحافة البريطانية¹)، لاسيما بعد ظهور وسائل أخرى للاتصال كالإذاعة والسينما في مراحلها التجريبية، ولم يعد الفرد يعتمد على الصحافة وحدها لتزويده بالمعلومات، وبظهور هذه النظرية انتشر النقد الجريء للأنشطة الحكومية والقطاعات الاجتماعية والاقتصادية، وفي الوقت نفسه التزمت الصحافة بفتح المجال للرأي الآخر بالكتابة عن الجوانب الإيجابية للإنجازات التي تستحق الإشادة².

وظهرت التكتلات الإعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية وفي بريطانيا وغيرها من بلدان العالم الرأسمالي الغنية، وتمثلت في تجمع عدد من الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون ودور نشر الكتب وشركات التوزيع في يد شخص واحد أو عدة أشخاص أو شركة مساهمة تمتلك عددا كبيرا من الصحف، وأصبحت منافسة هذه الاحتكارات الإعلامية مستحيلة سواء في الاستمرار أو الصدور الجديد، لأن ما تملكه من وسائل السيطرة في مجلات الأشهار والنفوذ السياسي والسيطرة الإعلامية يفوق قدرة أي مشروع إعلامي جديد.

واعتبرت هذه النظرية التي نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية وغرب أوروبا أن الحرية لابد وأن تقابلها مسؤولية، وبالتالي فإن من يتمتع بالحرية عليه التزامات معينة قبل المجتمع، وأن

¹ عبير الرحمانى: الاعلام رسالة ومهنة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، (ط1)، 2013، ص ص 46، 47.
² إبراهيم عبد العزيز الدعليج: الاتصال والتقنيات التعليمية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، (ط1)، 2011، ص 25.

الحرية هي حق وواجب ونظام ومسؤولية في وقت واحد، وهذه نظرية ترفض الفردية المطلقة في ليبرالية القرن التاسع عشر¹.

ولهذه النظرية عدة عوامل ساهمت في نشوئها وهي كالتالي:

- دور ثورة تكنولوجيا الاتصال والاعلام في تغيير الكثير من معالم الحياة.
- النقد الميرير الموجه للصحافة الغربية ووسائل الاعلام المختلفة التي تحولت الى عنصر ضغط على الحكومات بعد عنصر ضغط على الحكومات بعد تنامي احتكاراتها وتوسع حجمها وازدياد أهميتها.

- الجو الفكري الجديد الذي وضع حرية الصحافة تحت الجمهور وراجع اثار هذه الحرية وخطورة انفلاتها.

- ارساء قواعد مهنة الصحافة وتبلور تقاليدها المهنية والأخلاقية والحاجة الى اخلاقيات إعلامية تصون هذه المهنة وتحمي قيم المجتمع².

2-3- المبادئ الرئيسية التي قامت عليها قامت نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام:

- يجب ان تقبل وسائل الاعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والدقة والموضوعية والتوازن والدقة³.

- لا سلطان للحكومة على الصحافة أو غيرها متعن وسائل الاعلام لهذا فهي تقوم بالتعبير عن وجهات النظر متنوعة ومتعددة دون أي رقابة عليها من أي جهة حكومية لا يقيدها الا الضمير المهني أو السياسة الخاصة المؤسسة الإعلامية -لتحكم عملها.
- الجماهير حرة في اختيار الرسالة أو الوسيلة الإعلامية التي تناسب ميولها ورغباتها.

¹محمد السيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، دار الرفاعي للنشر والتوزيع، الرياض، (د ط)، 1983، ص ص 123، 124.

²كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والاعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، (ط 1)، 2011، ص 263.

³عبد الرزاق محمد الديلمي: علوم الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، (ط 1)، 2015، ص 197.

- نشر اهداف المجتمع وقيمه، أي اعتبار الاعلام أداة تعليمية ووسيلة من وسائل التنشئة الاجتماعية¹.

2-4- أهداف نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام:

-الحصول على الربح.

-رفع مستوى النقاش البناء .

-تؤمن نظرية المسؤولية الاجتماعية بأن حق حرية الراي والتعبير واجب، ومن الضروري تقديم الحقيقة بشكل موضوعي².

2-5- نقد نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام:

-تعرضت لجنة "روبرت هوتشنر" للنقد فيما يخص طبيعة تكوينها، والأفكار التي طرحتها حيث لم تضم عضويتها أي اعلامي وخاصة أن من بين مهامها الرئيسة النقد والتقويم للأحداث والوقائع، ولكن خارج حدود بيتها.

-يرى البروفيسور "جون ميرل" أن املاء المسؤوليات على الصحفيين عمل متعجرف ودكتاتوري، ويجب مقاومته لأنه يفترض أن جماعة خارج الجماعة المهنية للصحافة أكثر وعيا بما هو مسؤول اجتماعيا.

-على الرغم من ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية وتعدد الكتابات الشارحة لها وانتشار موثيق الأداء المهني، ومجالس الصحافة في الولايات المتحدة الامريكية وكثير من البلدان الأوروبية دافعة بالشك في إمكانية اصلاح مهنة الصحافة والإعلام بالتنظيم الذاتي لها³.

¹ محمد بن سعود البشر: نظريات التأثير الإعلامي، العبيكان للنشر والتوزيع، الرياض، (ط1)، 2014، ص ص 29، 28.

² عبير الرحباني، المرجع نفسه، ص 47.

³ محمد حسام الدين: المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، (ط1)، 2003، ص ص 69، 70، 71.

2-6- تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام في موضوع الدراسة :

اعتمدنا في هذه الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية باعتبارها الأكثر ملائمة لموضوع دراستنا حيث يمكن من خلال هذه النظرية معرفة واقع أخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر من وجهة نظر الإعلاميين الجزائريين وهذا من خلال معرفة مبادئ وأهداف هذه النظرية. من خلال هذه النظرية يمكن تفسير مدى تطبيق أخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر ومدى التزام الإعلاميين الجزائريين بالقوانين المنظمة لها، وكذلك ساعدتنا هذه النظرية في صياغة إشكالية الدراسة وتحديد أسئلة الدراسة.

ثالثا: الإجراءات المنهجية للدراسة.

3-1- منهج الدراسة:

يعد اختيار المنهج المناسب للدراسة خطوة أساسية يعتمد عليها كل باحث لتحديد أدوات جمع البيانات والمعلومات، وهو الوسيلة الأساسية التي يتعامل بها موضوع الدراسة. فالمنهج المتبع في أي بحث علمي لا بد أن يرتبط بموضوع الدراسة لإثبات فرضياتها وتحقيق الانسجام بينها وعملية اثباتها ميدانيا وعليه فالمنهج:

"هو ذلك التنظيم الفكري المتداخل في الدراسة العلمية، وبمعنى أبسط هو الخطوات الفكرية التي يسلكها الباحث لحل مشكلة معينة"¹.

يقول "ديكارت" "لا نستطيع أن نفكر في بحث حقيقة ما إذا كنا سنبحثها بدون منهج، لأن الدراسات والأبحاث بدون منهج تمنع العقل من الوصول الى الحقيقة"².

فالمنهج اذن هو الطريقة المتبعة للإجابة عن الأسئلة التي تثيرها إشكالية البحث كما أن اختياره لا يأتي من قبيل الصدفة أو ميل لرغبة الباحث لمنهج دون اخر، بل إن موضوع الدراسة وأهدافها، هما اللذان يفرضان نوع المنهج المناسب وهذا الاختيار الدقيق هو الذي يعطي مصداقية

¹ مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة وراق للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2000، ص 60.
² أحمد حافظ نجم، محمد ماهر الصواف: دليل الباحث، دار المريخ للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، (د ط)، 1988، ص 13.

فدراستنا دراسة وصفية من خلال إجراء دراسة على "اخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر-دراسة ميدانية لعينة من الإعلاميين الجزائريين -"وبالتالي تعد دراستنا دراسة وصفية، ويعد المنهج المسحي المنهج المناسب لدراستنا، حيث يؤكد "محمد عبد الجبار خندقي" أن المنهج هو وصف الوضع القائم للظاهرة بشكل تفصيلي ودقيق¹، حيث يقوم هذا المنهج برصد ومتابعة دقيقة لموضوع الدراسة بطريقة كمية ثم تحليل وتفسير البيانات المختلفة للوصول إلى تفسيرات كيفية تضاف إلى النتائج الكمية.

3-2- أدوات جمع البيانات:

تعتبر أدوات جمع البيانات من أهم الوسائل والطرق والأساليب المختلفة التي يتعمدها الباحث في الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لإنجاز البحث، وإذا كانت أدوات البحث متعددة ومتنوعة، فإن طبيعة الموضوع أو المشكلة هي التي تحدد حجم ونوعية وطبيعة أدوات البحث التي يجب أن يستخدمها الباحث لإتمام عمله².

أما فما يخص أدوات البحث وتقنياتها والتي يمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع فقد اعتمدنا على الملاحظة البسيطة واستمارة الاستبيان كأداة رئيسية واعتمدنا كأداة باعتبارها أكثر الأدوات التي تسمح لنا بجمع المعلومات عن المبحوثين بشكل معمق.

3-2-1- الملاحظة:

هي مشاهدة مقصودة دقيقة ومنظمة، هادفة وعميقة، تربط بين الظواهر وهي رؤية منظمة ممزوجة باهتمام الظواهر الخاضعة لها، وقد تستعين بأدوات علمية دقيقة مع الاستعانة بأساليب البحث والدراسة التي تتلاءم مع طبيعة هذه الظاهرة³.

أما في هذه الدراسة فقد على الملاحظة البسيطة والتي تعرف على أنها:

¹ محمد جبار الخندقي: مناهج البحث العلمي، منظور تربوي معاصر، دار بدر للنشر والتوزيع، الأردن، (د ط)، 2012، ص 197.

² عبد الحميد لطفى: علم الاجتماع، دار المعارف، القاهرة (ط 7)، 1996، ص 353.

³ مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، (د ط)، 2010، ص 190.

وسيلة من وسائل البحث التي يلاحظ من خلالها بعض الظواهر المفترضة سلفا والهدف منها جمع وتصنيف وتحليل الحقائق والمعلومات¹

حيث كان لها دورا كبيرا في اختيار موضوع دراستنا من خلال ملاحظتنا لبعض التجاوزات الأخلاقية على القنوات التلفزيونية الجزائرية وبرامجها كالتجاوزات التي عرفتها برامج الكاميرا الخفية في رمضان 2019، ومختلف وسائل الاعلام الأخرى من صحافة وإذاعة وغيرها.

3-2-2- الاستبيان:

يعرف الاستبيان بأنه أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة، مرتبة بأسلوب منطقي مناسب، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها².

ويعرف "محمد عبد الحميد" الاستبيان بأنه "مجموعة من الأسئلة مرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة، توصل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد، تمهيدا للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها وبواسطة يمكن التوصل الى حقائق جديدة عن الموضوع أو المعلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بالحقائق"³.

ويعرف كذلك بأنه إحدى الوسائل الشائعة للحصول على معلومات وحقائق تتعلق بآراء اتجاهات الجمهور حول موضوع معين أو موقف معين، والهدف الأساسي هو الحصول على بيانات واقعية وليس مجرد انطباعات وراء هامشية⁴.

*تم اختيارنا لأداة الاستبيان لعدة أسباب تتمثل فيما يلي:

جمع أكبر قدر ممكن من الحقائق المتعلقة بموضوع الدراسة في جانبها الميداني.
ملائمة أداة الاستبيان لنوع الدراسة وطبيعة المنهج المعتمد.

¹ فريد كامل أبو زينة وآخرون: مناهج البحث العلمي الكتاب الثالث طرق البحث النوعي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة الأردن، (ط 1)، 2005، ص 138.

² أحمد عارف العساف، محمد الوادي: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية وإدارة المفاهيم والأدوات، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2011، ص 255.

³ أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، الديوان للمطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، (ط 1)، 2013، ص 16.

⁴ كامل محمد المغربي: أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2009، ص 135.

ملائمة الأداة التي تمكنا من الوصول إلى أكبر قدر ممكن من أفراد مجتمع البحث.

*وقد مرت استمارة الاستبيان قبل وصولها إلى صورتها النهائية بعدة خطوات وهي:

-قمنا بتحويل التساؤلات الفرعية إلى محاور .

قمنا بصياغة أسئلة الاستمارة.

-ثم قمنا بعرض الاستمارة للتحكيم من أجل الاستفادة من توجيهات أساتذة علوم الاعلام والاتصال

المحكمين في كلية العلوم الإنسانية في جامعة العربي بن مهدي بأم البواقي، والذين قدموا

مجموعة من الملاحظات.

ومن خلال الاطلاع على ملاحظات الأساتذة وتوجيهات الأستاذ المشرف قمنا بصياغة الاستمارة

في شكلها النهائي.

وظفت أداة الاستبيان في هذه الدراسة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع أخلاقيات

المهنة الإعلامية في الجزائر -دراسة استطلاعية لعينة من الصحفيين الجزائريين-حيث يتكون هذا

الاستبيان من محاور:

أولاً: بيانات شخصية للمبحوثين وهي: الجنس، المستوى التعليمي، التخصص العلمي الاقدمية

بالعمل والمنصب.

ثانياً: محور خاص بمدى وعي إعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية بأخلاقيات المهنة الإعلامية.

ثالثاً: محور خاص بمدى التزام إعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية بالقوانين الاعلامية السارية

المفعول التي تنظم اخلاقيات المهنة الإعلامية.

رابعاً: محور خاص بموقع ومكانة اخلاقيات المهنة الإعلامية في التشريع الإعلامي الجزائري

حسب وجهة نظر إعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية.

3-3-3- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

3-3-1- مجتمع البحث:

تستوجب أبحاث ودراسات البحث العلمي انتقاء مجتمع الدراسة، كمجال للتطبيق وممارسة الدراسة عليه¹.

كما يعرف المجتمع على أنه "مجموعة من الأفراد أو الأشياء التي تشترك في خاصية واحدة أو أكثر وهو مجموعة ذات خصائص مشتركة من الأشياء أو المفردات ذات أهمية خاصة لدراسة علمية، وفي دراسة المجتمع يكون تركيزنا على خصائص الوحدات والتي يطلق عليها اسم المتغيرات والتي تتطلب تحديدا واضحا لمفردات مشكلة الدراسة"².

ويعرف أيضا 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"³.

فمجتمع البحث الأصلي في دراستنا يشمل جميع الاعلاميين الجزائريين، ويصعب الوصول الى المجتمع ككل لأنه مجتمع ضخم لذا تم التركيز على المجتمع المتاح والممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات والذي يعتبر جزءا مماثلا للمجتمع المتاح ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها ونختار منه عينة الدراسة⁴.

ففي دراستنا هذه أخلاقيات المهنة الإعلامية، دراسة ميدانية لعينة من الإعلاميين الجزائريين حيث يعتبر الاعلاميين الجزائريين هم المجتمع الأصلي وإعلاميي إذاعة أم البواقي الجهوية بولاية

¹ منال هلال مزاهرة: نظريات الاتصال، دار المنيرة للنشر والتوزيع الأردن، (ط 1)، 2012، ص 147.

² لحسن عبد الله باشيوية وآخرون، البحث العلمي، مفاهيم، أساليب، تطبيقات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، (د ط)، 2009، ص 254.

³ يوسف تمار: العينة في الدراسات الإعلامية والاتصالية، دار بغداد للنشر والتوزيع، الجزائر، (ط 1)، 2010، ص 10.

⁴ أحمد بن مرسلني: مرجع سبق ذكره، ص 170.

أم البواقى هم المجتمع المتاح وعليه تم اختيار عينة الدراسة، فالعينة هي عبارة عن الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة لتمثيل مجتمع البحث تمثيلاً علمياً وسلماً¹.

فبعد تحديد مجتمع الدراسة تحديداً جيداً قمنا بتحديد عينة الدراسة، وعينة الدراسة هنا هي عينة قصدية والتي تمثل إعلامي الإذاعة الجهوية بولاية أم لبواقي، حيث يعتمد الباحث أن تتكون من وحدات معينة اعتقاداً منه أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل، فالباحث فهذه الحالة قد يختار مناطق محددة تتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع بحيث تعطي نتائج أقرب ما تكون إلى النتائج التي يمكن أن يصل إليها الباحث بمسح المجتمع كله².

وشملت دراستنا في جانبها الميداني كل إعلامي الإذاعة الجهوية بولاية أم لبواقي حيث كان عددهم 17 صحفياً موزعين على قسم الأخبار وقسم الإنتاج.

3-4-4-مجالات الدراسة:

إن تحديد المجال الدراسي من الخطوات الأساسية في الجانب المنهجي، كما أنه يساعد على تحقيق الهدف المرجو من الدراسة، ويشمل المجال الدراسي ثلاثة مجالات وهي المجال المكاني، المجال البشري والمجال الزمني³.

3-4-4-1-المجال المكاني:

أجريت هذه الدراسة بالإذاعة الجهوية لولاية أم لبواقي.

3-4-4-2-المجال البشري:

يتمثل المجال البشري في هذه الدراسة في صحفيي الإذاعة الجهوية لولاية أم لبواقي.

¹محمد السيد علي: موسوعة المصطلحات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، (ط 1)، (د س)، ص 384.

²، فاطمة عوض صابر، مرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الأشعاع الفنية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، (ط 1)، 2002، ص 196.

³سماح سالم سالم: البحث العلمي الأساليب المناهج الإحصاء، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2012، ص 256.

3-4-3- المجال الزمني:

ويقصد به الفترة الزمنية التي يستغرقها الباحث في جمع المعلومات حول الموضوع، من بداية اختيار الموضوع إلى غاية انتهائه، أنجزت هذه الدراسة خلال العام الدراسي (2019-2020).

وتمثلت الفترة الزمنية التي استغرقت لإجراء الدراسة بداية من الإحساس بالمشكلة واختيار موضوع الدراسة ثم تحديد الإشكالية وخطواتها من خلال جمع المراجع والبحث النظري، وتحديد مجالات الدراسة والنزول إلى الميدان من أجل الحصول على المعلومات، وكان المجال الزمني لدراستنا بين جانفي 2020 إلى أكتوبر 2020، وقد تم توزيع استمارتنا في أكتوبر 2020.

الفصل الثاني

الإطار النظري

الفصل الثاني: الإطار النظري

تمهيد

2-1- قواعد السلوك المهني للصحفيين

2-1-1- تعريف قواعد السلوك المهني للصحفيين

2-1-2- العناصر المشكلة للسلوك المهني للصحفيين

2-1-3- مبادئ السلوك المهني للصحفيين

2-1-4- العوامل المؤثرة في السلوك المهني

2-2- أساسيات أخلاقيات المهنة الإعلامية

2-2-1- نشأة أخلاقيات المهنة الإعلامية ومفهومها

2-2-2- أهمية أخلاقيات المهنة الإعلامية

2-2-3- أشكال مواثيق الإعلام

2-2-4- أهداف مواثيق الإعلام

2-3- أخلاقيات المهنة الإعلامية في قوانين الاعلام الجزائرية (1986- 2014)

2-3-1- أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال القانون الأساسي للصحفيين المهنيين عام

1968.

2-3-2- أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال قانون الاعلام عام 1982.

2-3-3- أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال قانون عام 1990.

2-3-4- أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال قانون الاعلام العضوي عام 2012.

2-3-5- أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال قانون السمعى البصري عام 2014.

خلاصة الفصل الثاني

تمهيد

يعد موضوع أخلاقيات المهنة الإعلامية من بين المواضيع التي تثير الكثير من النقاش في الأوساط العامة والإعلامية خلال السنوات الأخيرة، حيث اتخذ هذا النقاش أبعاد جديدة بفعل تنوع وكثرة وسائل الاعلام، وزيادة حدة التنافس فيما بينها، مما يستوجب وضع إطار أخلاقي لممارسي مهنة الاعلام لتحديد وظائف وسائل الاعلام في المجتمع، وبالتالي أصبح موضوع أخلاقيات المهنة الإعلامية من اهتمامات التشريعات الإعلامية الحديثة في جل دول العالم، ونظرا لتعدد المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي والجزائر بصفة خاصة فكان من الضروري الاهتمام به من قبل الصحفيين والمؤسسات الإعلامية ، وذلك من اجل خلق التوازن بين الحرية وإن كانت أساسية لوجودها، فوحدها ليست كافية بحيث تتحول الى فوضى تهدد مهنة الاعلام ،وبين الآداب العامة كمسؤولية يتحلى بها القائم بالاتصال تجاه المجتمع.

وفي هذا الفصل سنتطرق لقواعد السلوك المهني للصحفيين وأساسيات أخلاقيات المهنة الإعلامية وفي الأخير التطرق لأخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر من خلال قوانين الاعلام الجزائرية من 1968 إلى 2014.

2-1- قواعد السلوك المهني:

2-1-1- تعريف قواعد السلوك المهني:

هي مجموعة من الضوابط التي يحكم من خلالها مدى التزام الوسيلة الإعلامية بأخلاقيات الممارسة الإعلامية، وهي التي تركز على مجموعة من النقاط التي اتفقت عليها معظم مواثيق الشرف الصحفي ومعايير الأداء المهني التي وضعتها الهيئات الإعلامية مثل مجالس الصحافة والنقابات والاتحادات والجمعيات، وروابط الصحفيين في العالم والخبراء وأساتذة الصحافة والاعلام¹.

¹ جابر محجوب علي محجوب: مرجع سبق ذكره، ص 18.

كما يعتبر السلوك المهني مجموعة من لعناصر التي توضح للقائم بالاتصال قواعد مهنته التي تطالب بها كل المنظمات والتي يجب عليه إتباعها تجنباً للخطأ من جهة لعدم الاضرار بمهنته ومن جهة الحفاظ على الجمهور، كما أنها توضح له الحقوق والواجبات الخاصة به، كما تتضمن ضوابط واتجاهات ينبغي عليه الالتزام بها من خلال وضع لائحة تشكل مرجعاً للعمل الصحفي وكل ما له علاقة بالإعلامي ومؤسسته وجمهوره.¹ والواجبات الخاصة به، كما تتضمن ضوابط واتجاهات ينبغي عليه الالتزام بها من خلال وضع لائحة تشكل مرجعاً للعمل الصحفي وكل ما له علاقة بالإعلامي ومؤسسته وجمهوره.²

وهي كذلك المبادئ والقيم التي يتعين على الصحفي الالتزام بها ومراعاتها عند ممارسة عمله الإعلامي، إذ أنها الوسيلة التي تضيء له الطريق وتوجهه في مختلف المواقف والموضوعات التي يواجهها في العمل، والتي تصون له كرامته وتحميه من التعرض لأي إذلال أو ضغط وتجعل قلمه لا يسمع سوى صوت ضميره.³

2-1-2- العناصر المشكلة للسلوك المهني للصحفيين:

أ-ضمان حرية الاعلام والصحافة: يرى الإنجليزي "شيردان" خير لنا أن نكون بدون برلمان من أن نكون بدون برلمان من أن نكون بلا حرية إعلامية، الأفضل أن نحرم من المسؤولية الوزارية ومن الحرية الإعلامية الشخصية، ومن حق التصويت على الضرائب على أن نحرم من حرية الاعلام، وذلك أنه يمكن بهذه الحريات وحدها عاجلاً أم أجلاً أن تعيد حريات أخرى، حيث تلعب حرية الاعلام دوراً كبيراً ليس في الوصول إلى الحقيقة فحسب بل إنها تشعر الإعلامي بالارتياح والطمأنينة، وتكون بمثابة الغذاء بالقياس إلى أجسام البشر.⁴

¹ عبد اللطيف حمزة: أزمة الضمير الصحفي، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، (ط 1)، 1960، ص 170.

² عبد اللطيف حمزة: أزمة الضمير الصحفي، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، (ط 1)، 1960، ص 170.

³ سامان فوزي عمر: مرجع سبق ذكره، ص 45.

⁴ خليل صابات: الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، دار المعارف للنشر والتوزيع، القاهرة، (ط 2)، 1960، ص 272.

ب- حرية الوصول الى مصادر معلومات موضوعية: أن من أهم مطالب الإعلاميين الوصول إلى المعلومات الموضوعية، والعمل على بثها ونشرها كما يطالبون بالحق في حرية التعبير عن آرائهم.
ج- الدقة والصدق وعدم تحريف عرض الحقائق: إن الحصول على ثقة الجمهور هو أساس الاعلام المتميز، والحق هو بذل كل جهد لضمان أن يكون المحتوى الإعلامي للوسيلة الإعلامية خاليا من أي تزيف، وكذلك تغطية جميع الجوانب ونشرها بعدالة.

ح- الحق في المعرفة: يعتبر الحق في المعرفة من بين الحقوق الإنسانية والأساسية للإنسان، ويقصد به حق المواطن في معرفة ما يدور في التنظيمات الحكومية، ويعتبر حرمانه من هذا الحق حاجز أمام مصداقية الاعلام وصيرورة الديمقراطية كما أنه يدفعنا لتساؤل عن حرية العلام الحقيقية.

د- الموضوعية وعدم الانحياز: تعتبر أفضل طريق للوصول إلى الحقيقة النهائية، فالموضوعية هي نقيض الذاتية، ونعني أن يعبر عن الموضوع المراد إيصاله إلى الجمهور بدون تأثير مباشر بأمور الذات وقضاياها واهتماماتها، ولا بالعواطف والتصورات، فالإعلامي التجرد الحق من أن يتجرد من أهوائه الحزبية والفكرية، الاجتماعية والسياسية حين ممارسته لمهنته¹.

ذ- المسؤولية: إزاء الراي العام وحقوقه ومصالحه اتجاه المجتمعات القومية والعرقية والدينية والأمة والدين والحفاظ على السلام، حيث يرى الدكتور "مختار التهامي" "في الصحافة والسلام العالمي" نحن نلقي على عاتق الاسرة الإعلامية العالمية مسؤولية ضخمة، ونطالبها باسم شرف المهنة الإعلامية، وباسم الإنسانية وباسم الشعوب التي وثقت فيها، واعتمدت عليها أن ل اتخون هذه الشعوب في المرحلة الحرجة من تاريخ مجتمعا الدولي الحديث، بل من تاريخ الجنس البشري بأجمعه، أن تتقدم إليه بالحقيقة الكاملة عن الأوضاع ، والتيارات التي تسيطر على مجتمعا

أحمد زكي بدوي: معجم المصطلحات والاعلام، دار الكتاب المصري للنشر والتوزيع، القاهرة، (د ط)، (د ت)، ص 71.

الدولي المعاصر، وتتحكم في حياة الملايين ورفاهيتهم وطمأنينتهم دون مجاملة لاحد أو رهبة من احد.

ر- ضرورة الامتناع عن التشهير والالتهام الباطل والقذف والحياة الخاصة: الإعلامي حقيقة مطالب بامتناع عن نشر أي معلومات من شأنها أن تحط من قدر الانسان أو تنقص من اعتباره أو تسيء إلى كرامته، فلكل منا حياته الخاصة التي يحرص أن تظل بعيدة عن العلانية والتشهير، فحياة الناس الخاصة وأسرار عائلاتهم ومشاكلهم الشخصية كلها أمور لاتهم الري العام، ولا تعني المصلحة العامة بل إن الخوض فيها يمس حقا مقدسا من حقوق الإنسان، وهو حرته الشخصية في التصرف والقول والعمل بغير رقيب إلا القانون والضمير، و يترتب على مخالفة هذا المبدأ في بعض الأحيان الوقوع في الجرائم التي ترتكب من خلال الوسائل الإعلامية، وهي جريمة القذف والسب.¹

ز- حق الرد والتصويب: أصبح الحق في الرد والتصويب ضرورة فرضتها الظروف، كما أنه لا يقتصر على حق الانسان في الحصول على المعلومات بل يشمل أيضا الحق المرتبط به والترتيب عليه وحقه في إعلام الغير، وإكمال المعلومات الناقصة وتصويتها عندما تكون زائفة.

س- احترام السرية المهنية: السرية المهنية هي حق وإلزام في الوقت نفسه، وهدفها حماية الإعلاميين وحرية الاعلام على حد سواء، وتيسير الوصول إلى المعلومات، تجنب خداع ثقة الجمهور بعدم إعاقة الإعلامي بممارسة مهنته باللجوء إلى أي ضغط، أو ترويع أو نفوذ لحمله على عدم تقديم رواية غير صحيحة أو محرفة عن الحقائق، وهكذا فالإعلامي ملزم بأن يمتنع عن نشر المعلومات الزائفة أو غير المؤكدة.²

¹ خليل صابات: مرجع سبق ذكره، ص 271.

² احمد زكي بدوي، مرجع سبق ذكره، ص 71.

ش-الحفاظ على الآداب والأخلاق العامة: ويقصد بالآداب والأخلاق العامة كل ما يتصل بأسس الكرامة الأدبية بالجماعة وأركان حسن سلوكها، ودعائم سموها المعنوية بعدم الخروج عليها، ووجوب رعايتها.¹

2-2-3- مبادئ السلوك المهني للصحفيين:

- إن الاعلام مسألة مقدسة ينبغي أن يكون دقيقا غير محرف أو مكبوت أو مخادع.
- ضرورة الفصل بين المعلومات ووظيفة الأخبار والتعليق، وإبداء الراي.
- أن يخدم النقد والتعليق المصلحة العامة لا أن يكون هدفه مجرد الافتراء أو تشويه سمعة².

2-2-4-العوامل المؤثرة في السلوك المهني للصحفيين:

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 الحرية المطلقة غير ممكنة وغير موجودة أصلا، ويقول "هنري هيربرت" بأن الرقابة هي الحد من التعبير العام عن الأفكار والدوافع التي يمكن أظن 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 والرقابة اللاحقة، وأسلوب الأخطار، وتتشرب الرقابة الإعلامية أكثر في الأنظمة الشمولية ودول العالم الثالث.

ب-الاحتكار: يطغى الاحتكار خاصة في الأنظمة الرأسمالية، فاحتكار الصحافة وخضوعها

¹سعيد مقدم: أخلاقيات الوظيفة العمومية (دراسة نظرية تطبيقية)، دار الامة للنشر والترجمة، الجزائر، (د ط)، 1997، ص 53.

²ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، مركز جامعة القاهرة للنشر والتوزيع، القاهرة، (ط 1)، 2000، ص 234.

لأصحاب رأس المال سيؤثر دون شك على حريتها واستقلاليتها، فالاحتكار في المجال الإعلامي يلغي الحرية وهو طريق لسقوط الصحافة في يد أقلية تتحكم فيها.

ج- المنافسة: لقد أصبحت المنافسة بين الوسائل الإعلامية سبب لسلوكهم طرق غير أخلاقية 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.

ح- الإعلان: يعتبر من أهم المعوقات التي تعترض العمل الصحفي شأن المشاكل الأخرى كالرقابة، والحرية في المجال الإعلامي، ونحن نعرف أن الصحف والوسائل الإعلامية الأخرى لا تقتصر على بيع الأخبار وإذاعتها فقط، فالإعلان يعد أهم مورد مادي بالنسبة إليها، فأى وسيلة إعلامية لا يمكنها أن تستمر دون مداخل الإعلان.¹

خ- الكذب والافتراء والرشوة: تؤكد كل المبادئ الأخلاقية على ضرورة الابتعاد عنها، ونبذ كل طرق الكذب لكن الكثير من الحالات في مجال الاعلام تؤكد وجود هذه الافة، مما جعل الكثير من وسائل الاعلام مليئة بالافتراءات، زيادة على ذلك دفع الرشوة بأشكال متنوعة رغم أن أخلاقيات الاعلام تمنع هذا النمط من التعاملات المؤثرة على المهنة، لأنها تزعزع مصداقية الوسيلة الإعلامية وتشكل خطر عليها.

د- الأسلوب البذيء 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 الاعلام.²

¹ خليل صابات: الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، دار المعارف للنشر والتوزيع، القاهرة، (ط 2)، 1960، ص 273.

² خليل صابات: المرجع نفسه، ص 273.

2-2- أساسيات أخلاقيات المهنة الإعلامية:

2-2-1- نشأة أخلاقيات المهنة الإعلامية ومفهومها:

كانت الصحافة مدركة منذ نشأتها للصعوبات التي تعتيقها عن القيام بدورها كما يجب، كما كانت منتبهة إلى المعوقات التي قد تؤثر على مهمة الصحفي في نقل الواقع بأمانة، وهذا ما عبر عنه أحد روادها الأوائل مؤسس صحيفة "لاغازيت" عام 1630 غير أن الموضوع لم يطرح من الزاوية الأخلاقية ولم يتبلور كإشكالية، بسبب الأنظمة السياسية (السلطوية) التي كانت قائمة في أوروبا في حينها والتي عانت منها الصحافة الكثير، فضلا عن غياب مفاهيم أخلاقية واضحة للمهنة، لذلك عرفت الصحافة في أوروبا ظروفًا صعبة سواء لناحية خضوعها للسلطة السياسية أو لناحية شراء أفلام وضمان صحافيتها.

مع بداية تنظيم المهنة في منتصف القرن التاسع عشر بدأ موضوع الأخلاقيات يطرح نفسه بقوة في فرنسا وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية كضرورة للحفاظ على موقع المهنة ودوره، ظهرت أولى التشريعات المكتوبة حول أخلاقيات المهنة في مطلع القرن العشرين في هذه الدول من هذه التشريعات على سبيل المثال إعلان تحديد واجبات الصحفيين في بولونيا عام 1896، وإعلان جمعية الصحفيين الأمريكيين (في كنساس) عام 1910 عن تشريع يعني الناشرين ومدراء المؤسسات، وتشريع الصحافة الفرنسية الذي وضعته نقابة الصحافة عام 1918 وينص على واجبات الصحفي.

الملفت أيضا تقرير وضعته المكتب العالمي للعمل في جنيف عام 1927 عن مهنة الصحافة يشدد فيه على ضرورة اعتماد ظروف عمل تسمح للصحفي بممارسة على النحو الصحيح: راتب، ضمانات، تأهيل جيد وغيرها، محذرا من هوة أو متعاقدين ظرفيين يمارسون المهنة ويسيون إليها، هذه التشريعات شددت على الدفاع عن حرية الاعلام، واحترام الحقيقة

واحترام الإنسان وتأمين ظروف عمل تضمن ممارسة سليمة للمهنة، على رغم مضي ثمانين عاما على هذا التقرير يبدو وكأنه يطرح مشكلة وسائل الاعلام اليوم.

راح موضوع أخلاقيات المهنة الإعلامية ينال الاهتمام الكبير بين الحريين العالميتين مع التفكير بتنظيم المهنة وتخصيص تدريس عال لها، من أجل إعداد جيد لصحفي المستقبل¹.

تجدد الإشارة الى مرحلة ما بين الحربين كانت الأنظمة السياسية في أوروبا تخوض حربا إعلامية فيما بينها، وكانت الوسائل 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 لعبته وسائل الاعلام عموما في تلك المرحلة، إذ كانت أداة الحرب النفسية بامتياز وامتداد للسلح العسكري، حتى في الدول الديمقراطية.

هكذا بدأت تظهر في مطلع القرن العشرين التشريعات والمواثيق الأخلاقية، وتتطور تبعا لتواكب تطور المهنة والتغيير الاجتماعي الذي يؤثر فيه، هذه التشريعات تحدد السلوكيات المثلى للصحفي في علاقته المهنية في أربع اتجاهات: علاقاته بزملائه، بمصدر الاخبار، برب العمل وبالجمهور، يقوم بوضع هذه التشريعات أفراد، مؤسسات أو جمعيات.

إعلان مكسيكو 1980: اجتمع حوالي 1000 ألف من مختلف أرجاء العالم يمثلون منظمان عالمية وإقليمية وجهوية في اجتماعات استثمارية بإشراف من منظمة اليونيسكو، ويكون فيه المجتمعون عن تأديبهم المطلق للإعلان الصادر عن اليونيسكو الذي يدور حول المبادئ والقيم الأساسية لمساهمة وسائل الاعلام في ترسيخ السلم الدولي وتعزيز حقوق وعلاوة على ذلك اقر الاجتماع مما اصطلح عليه فما بعد اعلان مكسيكو احتوى على مجموعة من المبادئ والاسس

¹ جورج صدقة: الاخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، مؤسسة مهارات للنشر والتوزيع، بيروت، (ط 1)، 2002، ص ص 37 38.

العالمية المشتركة بين الأمم والشعوب في مجال الاخلاقيات الإعلامية وعدم تطبيق توصياتها ميدانيا اثناء تأدية المهام وهذا ما يفسر استمرار موجة المطالبة بتطبيقها إلى يومنا هذا¹.

أما المحولات العربية فقد كانت اثنتين:

*مصر سنة 1961: وذلك من خلال المؤتمر القومي للجمهورية العربية المتحدة وقد كانت هذه المحاولة عبارة عن مشروع فكرت فيه لجنة التوجيه القومي من لجان هذا المؤتمر، ونشرت الصحف هذا المشروع في الرابع والعشرين من شهر جوان سنة 1960 وجعلت عنوانه كالآتي:

*ميثاق الشرف للمنشغلين في وسائل الاعلام" وفيه تناول كل ما يتعلق بحقوق المجتمع وسمعة الافراد وما يتصل بالخبار نفسها، وما يتعلق بحقوق الزملاء في المهنة الإعلامية بالإضافة إلى ما يتصل بقضية السلام بالعالم كله.

*ميثاق الشرف الإعلامي العربي: أقر مجلس الجامعة العربية بتاريخ 14 سبتمبر 1978 ميثاق الشرف الاعلامي العربي، وجاء هذا الميثاق تنفيذا للميثاق التنظيم العربي الصادر عن مؤتمر القمة العربي بالدار البيضاء عام 1965، وقد رتب هذا الميثاق التزامات على الحكومات العربية حيال العمل الصحفي وممارسيه.²

أما فما يخص الجزائر فقد كان ذلك مبادرة من النقابة الوطنية للصحفيين الجزائريين التي أصدرت في 13 أبريل سنة 2000 من خلال مؤتمر الصحفيين الجزائريين والاتحاد الوطني للصحفيين في الجزائر، حيث نص هذا المؤتمر على أن الصحفي الممتحن مهما كان وضعه هو الشخص الذي يكون له عمله المنتظم والرئيسي المدفوع من ممارسة المهنة في واحدة من وسائل الاعلام أو أكثر، التي منها الجزء الأكبر من دخله، كذلك نص على الحق في المعلومات والحرية

¹حسن عماد مكاوي: اخلاقيات العمل الإعلامي، دار المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، (ط 1)، 1994، ص 151.
²ماهر عودة الشمالية وآخرون: أخلاقيات المهنة الإعلامية، دار الاعصار العالمي للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2014، ص 28.

في الكلام والنقد حيث تعتبر من الحريات الأساسية التي تتشارك في الدفاع عن الديمقراطية والتعددية الإعلامية، ومن هنا تتبثق جميع حقوق وواجبات الصحفيين¹.

2-1-2- أهمية أخلاقيات المهنة الإعلامية:

تختلف مهنة الاعلام عن أي مهنة أخرى للأسباب التالية:

-الرسالة أو المنتج الإعلامي الذي يهدف أو تهدف إلى خدمة الانسان لما لهذا المنتج الإعلامي أو الرسالة الإعلامية من دور مهم في تشكيل القيم الإنسانية.
-تحقيق التواصل والترابط ما بين الشعوب والحضارات والثقافات المختلفة².

-تغطية كافة جوانب الحياة الإنسانية ومن هنا فان أخلاقيات الاعلام تتخطى أخلاقيات العمل والمهنة لتمتد وتشمل أخلاقيات الإنسانية بصفة عامة وخاصة بعد ظهور الاعلام الإذاعي والتلفزيوني والتطورات المتلاحقة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات المتمثلة في البث المباشر بالأقمار الصناعية وشبكات المعلومات واخره.

-أدت التطورات المتلاحقة للإعلام الى ظهور العديد من القوانين والمواثيق سواء الوطنية أو الإقليمية أو الدولية لأخلاقيات العمل الإعلامي³.

2-1-3- أشكال مواثيق الاعلام:

أ-مواثيق إجبارية أو إلزامية: وفي هذه تحمل المواثيق بعض أشكال العقاب لمن يخالفون ما جاء بها من معايير للسلوك المهني أو ينتهكونها ويدخل هذا الاحتقار أو التأييب العام أو الوقف عن مزاوله المهنة.

¹ طارق موسى الخوري: أخلاقيات الصحافة ومواثيق الشرف في خمسين دولة، دائرة المكتبة الوطنية للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2004، ص 83.

² يسام عبد الرحمان المشابقة، الاعلام المقاوم بين الواقع والطموح، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2011، ص 27.

³ منى سعيد الحديدي، حسن عماد مكايي: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، القاهرة، (ط 1)، 2005، ص

ب- موثيق اختيارية: أي قوم على أساس رغبة واردة من العاملين في المهنة بحيث يترتب على موافقتهم عليها التزامهم بتنفيذ ما جاء فيها أثناء ممارستهم للعمل وتعد هذه الموثيق بمثابة تنظيم ذاتي لهم¹.

لموثيق الاعلام أشكال متعددة من بينها:

- موثيق خاصة بوسائل الاتصال جميعها وهي الصحافة والكتب والسينما والمسرح والإذاعة الإلكترونية والاتصال بالحاسب الإلكتروني.

- موثيق تهتم بجوانب المضمون الاتصالي (التعليمي، الاعلام، التسلية، والاعلان المباشر والممول).

- موثيق تتناول وسيلة وأداة كالصحافة أو الراديو والتلفزيون أو الفيلم أو المسرح أو نظم الاتصال الإلكتروني.

- موثيق تتناول جانبا أو أكثر من جوانب صناعة الاتصال كأن تغطي في الصحيفة مثلا التحرير (الأخبار والأحداث الجارية)، والاعلان والتوزيع والترويج².

2-1-4- أهداف موثيق الشرف:

- حماية هؤلاء الذين يتم الاتصال من أجلهم وهم غالبية الجمهور من أي استعمال لأجهزة الاعلام بما يسيء للمجتمع أو في الدعاية.

- حماية هؤلاء الذين يعملون كمراسلين من إرغامهم على العمل بطرق غير مسؤولة أو ذليلة أو بأي أسلوب ضد ما تمليه عليهم خسائهم.

¹ عبد الرزاق محمد ديلمي: أخلاقيات الاعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، (ط 1)، 2015، ص 15.

² عبد الرزاق محمد ديلمي: مرجع سبق ذكره، ص 15.

-الاحتفاظ بجميع قنوات الاتصال مفتوحة من أعلى إلى أسفل فمن أعلى بتأكيد أن المراسلين عندهم مدخل مفتوح في كل وقت للحصول على كافة المعلومات مع استثناء الأمور المتعلقة بالأمن التي ستمكن الجمهور من معرفة كيف يحكمون ومن أسفل بتمكين العامة من إيضاح آرائهم من خلال أجهزة الإعلام الجماهيرية سواء كانوا مؤيدين أو ناقدين، والمسؤولية الأولى للملقة على عاتق القائمين بالاتصال الجماهيري أنه يجب أن يحفظوا هاتين القانتين للاتصال ظاهرتين، كما يجب عليهم أيضا تحقيق مدخلا مفتوحا للمعلومات المهنية.¹

2-3- أخلاقيات المهنة الإعلامية في قوانين الاعلام الجزائرية(1968-2014)

2-3-1- أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال القانون الأساسي للصحفيين المهنيين عام 1968:

تحدد المادة الخامسة من القانون الأساسي للصحفيين الممتهين لعام 1968 ما يجب أن يلتزم الصحفي من أخلاقيات الهنة الإعلامية:

-أن يمارس وظيفته ضمن نشاط نضالي.

-أن يمتنع عن تقديم الاخبار الكاذبة أو غير الثابتة أو إشاعتها أو السماح بإشاعتها.

-أن يلتزم بالسر المهني ماعدا قضايا الاسرار العسكرية الماسة بأمن الدولة الداخلي والخارجي.

-أن يمتنع عن استعمال الامتيازات المرتبطة بوظيفته لأغراض شخصية.

-أن يمتنع عن أي عرض إعلاني قد يشيد بمزايا منتج أو مؤسسة يستفيد ماديا من بيعها أو إنجاحها بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

¹بسام عبد الرحمان المشابقة: أخلاقيات العمل الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، (ط 1)، 2012، ص 91.

-أن يعمل بدون انقطاع على تحسين تكوينه السياسي وإكمال ثقافته ومعلوماته التقنية والمهنية¹.
*يعتبر هذا القانون ناقصا في عدة جوانب، فقد أولى الواجبات والعقوبات أهمية قصوى، بينما تغاضى عن الحقوق وحرية الصحافة، كما ظل محدودا في حركته عبر ثلاث هيئات رسمية هي: الحزب والحكومة والنقابة.

2-3-2- أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال قانون الاعلام عام 1982:

يعتبر قانون الاعلام الصادر رسميا بتاريخ 6فيفري 1982 أول قانون جامع مانع للإعلام في تاريخ الجزائر المستقلة، اوجاء في وقت أصبحت الصحافة تعاني من ضغوط كثيرة، وفي ظل فراغ قانوني كبير، من خلال هذه الفترة تسيير الأجهزة الإعلامية والقائمين عليها بقوانين مجزئة كما الحل بالنسبة لقانون المؤسسات الصحفية الصادر في نوفمبر 1967 والقانون الصحفي الصادر في سبتمبر وقانون النشر الصادر عام 1973.

فالجزائر لم تمتلك ميثاقا لأخلاقيات الصحافة إلى 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، وسنحاول التطرق للمواد التي تكملت عن أخلاقيات المهنة.

المواد التي تخص بصفة مباشرة أخلاقيات وآداب المهنة قليلة جدا يمكن حصرها في 5 مواد.

المادة "35": "يعمل الصحفي المحترف بكل مسؤولية والتزام على تحقيق أهداف الثورة كما تحددها النصوص الأساسية لحزب جبهة التحرير الوطني".

¹ عبد العالي رزاق: المهنة الصحفي، قوانين الاعلام وأخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية (التجاوزات في الممارسة الإعلامية)، دار هومه للنشر والتوزيع، الجزائر، (د ط)، 2013، ص 82.

وهذا يعني أن الصحفي لابد عليه أن يكون ملتزما بمبادئ حزب التحرير جبهة التحرير الوطني، ويدافع عن المبدأ الاشتراكي، وبالتالي ربط الصحفي إيديولوجيا بمبادئ الحزب الواحد.

المادة "42": يجب على الصحفي أن يحترس من إدخال أخبار خاطئة أو غير ثابتة أو ينشرها وينشرها أو يسمح بنشرها، واستعمال الامتيازات المرتبطة بالمهنة في أغراض شخصية والاحتراس من تقديم الأعمال الممجدة لمزايا مؤسسة أو مادة يعود بيعها أو نجاحها لفائدة الصحفي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

وهنا نقع في تناقض اخر بين المادة والممارسة الإعلامية، على اعتبار أن الصحفي الذي لا يمدد السلطة أو الذي ينتقدها يعاقب.

المادة "43": "يجب على الصحفي المحترف زيادة على احترام مبادئ الاخلاق المهنية والمسؤولية الاجتماعية، أن يجعل عمله مدرجا في إطار السمو بالمثل العليا لتحرير الانسان والسلام والتعاون ضمن روح العدالة والمساواة بين الشعوب".

المادة "45": "للصحفي المحترف الحق والحرية الكاملة في الوصول إلى مصادر الخبر إطار الصلاحيات المخولة له قانونيا"¹.

وهنا نجد غموضا اخر فالمادة منحتة الحق للوصول للمعلومات من جهة ومن جهة أخرى وسيلة ضغط قانونية هي الصلاحيات المخولة.

المادة "48": "سر المهنة حق وواجب معترف به للصحفيين".

وهذا امر جيد وضروري لترقية الممارسة الإعلامية لولا أن هذا الحق مقيد من حماية السر المهني وذلك في المادة "49" التي تحدد مجالات ليس للصحفي الحق في الاحتفاظ بالسر المهني أثنائها وهي:

¹ عبد الجليل حسناوي: أخلاقيات المهنة الإعلامية في ضوء قوانين الاعلام الجزائرية-دراسة وصفية تحليلية لعينة من قوانين الاعلام-، مجلة العلوم الإنسانية والإعلامية، المدرسة العليا للصحافة والاعلام، ال عدد27، ديسمبر 2016، ص 17،

- مجال السر العسكري على الشكل الذي يحدده التشريع المعمول به.

- السر الاقتصادي والاستراتيجي.

- عندما يمس الاعلام أطفالا ومراهقين.

كما تضمن المادتين "121" - "125" حق النقد البناء والموضوعي.

يمكن القول إن هذا القانون تطرق وبطريقة سريعة وغامضة لأخلاقيات المهنة، حيث لم يحدد المقياس والمعايير التي تبني مبادئ أخلاقيات ونجد أن معظم مواد هذا القانون تغلب عليها صفة القاعدة القانونية الامرة، وطابع الوجوب والمنع والعقاب في أكثر من نصف هذا القانون.¹

*ان قانون الاعلام 1982 جعل الاعلام جزء لا يتجزأ من السلطة السياسية المتمثلة في حزب التحرير الوطني أداة من أدواتها في أداء مهمات التوجيه والرقابة.

2-3-3- أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال قانون الاعلام عام 1990:

يرى الباحثين أنه قبل إقرار التعددية السياسية بتاريخ 1989 لم يكن هناك حديث عن أخلاقيات وآداب المهنة الصحفية، لان الصحفي في ذلك العهد كان مجرد موظف في خدمة برامج النظام الساسي وأيديولوجيته، بحيث تعتبر مصادر ومفهوم أخلاقيات وقواعد المهنة الصحفية في الجزائر انعكاس لطبيعة النظام السياسي وتطويره لدور الاعلام في المجتمع، ويرى أن مصادر أخلاقيات المهنة هي السلطة العمومية والمؤسسات الإعلامية والمنظمات المهنية.²

¹ عبد الجليل حسناوي: المرجع نفسه، ص 18.

² السعيد بومعيزة: أخلاقيات وآداب المهنة في تلفزيون الخدمة العمومية، حالة التلفزيون الجزائري، مداخلة في الملتقى الدولي بتونس، معهد علوم الأخبار، تونس، ص 7، 8.

يعتبر بعض المختصين في الاعلام أن قانون الاعلام لسنة 1990 من بين أهم المكتسبات التي حققتها الجزائر بعد أحداث أكتوبر 1988 حيث كرس مبدأ التعددية الإعلامية وحرية المعتقد والفكر، وقد حقق هذا القانون قفزة نوعية في ملف أخلاقيات المهنة الصحفية في الجزائر¹.

وأهم ما جاء فيه المادة "28" التي عرفت الصحفي المحترف بأنه: " كل شخص يتفرغ للبحث عن الاخبار وجمعها وانتقائها واستغلالها وتقديمها خلال نشاطه الصحفي الذي يتخذه من مهنته المنتظمة باعتبارها مصدرا رئيسا لدخله".

كما تحدد المادة "30" الجهة المخولة بتسليم بطاقة الصحفي، وهو المجلس الأعلى للإعلام مقررا رقم 02/91 أبريل 1991، يتضمن الشروط والكيفية المتعلقة بتسليم بطاقة الصحفي المهنية وتحتوي على البيانات التالية: " هوية صاحب البطاقة (الاسم واللقب وتاريخ ومكان ولادته) وصورته، مع الإشارة إلى القانون 07/90 والمتعلق بالإعلام، وعبارة (الصحافة) وتاريخ تسليم

البطاقة ومدة صلاحيتها والرقم التسلسلي وبيان النشرات والوكالات الإعلامية التي تمارس فيها المهمة، وختم المجلس الأعلى للإعلام وتوقيع رئيسه".²

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.

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

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية: قانون الاعلام 1990، العدد 14، 3 أبريل 1990، ص 100.
² عبد العالي رزاق: المهنة الصحفي، قوانين الاعلام وأخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية (التجاوزات في الممارسة المهنية)، مرجع سبق ذكره، ص ص 85، 84.

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

- أن تكشف سرا من أسرار الدفاع الوطني أو الوحدة الوطنية أو أمن الدولة.

- 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 أمغام الجهات القضائية في الحالات التالية:

- مجال سر الدفاع الوطني كما هو محدد في التشريع المعمول به.

- الاعلام الذي يمس أمن الدولة مساسا واضحا.

- الاعلام 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 المواطن الفردية والدستورية.¹

- الحرص على تقديم إعلام موضوعي.

- ضرورة تصحيح ما يتبين أنه خاطئ.

- الامتناع عن التحريض على العرقية والعنف.

- الدعوة للسلام والتسامح ونبذ كل أشكال العنف.

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية: المصير نفسه، ص 100.

-الامتناع عن القذف والشتم والوشاية.

-الامتناع عن استغلال المهنة لأغراض شخصية.¹

وهنا تم حل وزارة الاعلام 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 ألا يقوم بالتوجيه، ولكن يحرص على الممارسة الفعلية لحرية الاعلام.

كما يعد المجلس الأعلى سلطة إداريا مستقلة تتمتع بعدة صلاحيات من شأنها الرقي بالمهنة، كما أنه يهتم بمسائل أخلاقيات المهنة، والثانية بالتنظيم المهني وتهدفان إلى تنظيم الممارسة الإعلامية وتحديد قواعد السلوك المهني والسهر على تطبيقها.

ويعتبر قانون الاعلام لسنة 1990 أول قانون جزائري للإعلام يولي أهمية خاصة لقواعد السلوك المهني، كما خلص الصحفي من صفة المناضل التي تكررت كثيرا في قانون 1969 - 1982 إذ جاء ذلك تماشيا مع التطورات الجادة الحاصلة على المستوى السياسي، كما أورد في الوقت نفسه مقاييس لاحترام أخلاقيات المهنة الصحفية، وفتح مجالا واسعا أمام حرية الرأي والتعبير، وإحترام الآداب العامة المتفق عليها في المجتمع الجزائري، وحاول القانون أن يوازي بين حقوق الجمهور ومن جهة وحقوق الإعلاميين من جهة أخرى².

*إن قانون الاعلام 1990 قد أعطى كليات ولم يفصل في الجزئيات، حيث نجد أن معظم مواده ذات أسس وطبيعة قانونية مختلفة، كما أن حرية الصحافة والصحفي بحاجة إلى ضمانات كبيرة لم ينص عليها هذا القانون، بل ذكرها كعموميات من خلال المواد وبالتالي لم يفسر الجزئيات، زيادة

¹الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية: مصدر سبق ذكره، ص 111.

²علي قسايسية: التشريعات الإعلامية الحديثة في ظل السوق الحرة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 14، جويلية 1996، ص 16.

على ذلك على ذلك غياب الكثير من الضمانات المهنية التي تحمي الصحفيين باعتبارها شرط أساسي لممارسة مهنة الاعلام.

2-3-4- أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال قانون الاعلام العضوي عام 2012:

تضمن القانون العضوي رقم 12-05 في 12 جانفي المتعلق بالاعلام، المتضمن 133 مادة موزعة على 12 بابا، كما أكد ولأول مرة على ضرورة فتح قطاع السمعي البصري الذي ظل محتكرا ومغلقا لسنوات، وأثير الكثير من الجدل حول هذا القانون بين مؤيد ومعارض له على اعتبار أنه لم يأتي بما كان منتظرا منه، ووضعت المادة "2" للقانون الخطوط العريضة للعمل الإعلامي والإطار العام لها، وحدود الممارسة الإعلامية فأكدت على أن نشاط الاعلام يمارس بحرية في ظل احترام:

- الدستور وقوانين الجمهورية.
- قانون الإسلام وباقي الأديان.
- الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع.
- السيادة والوحدة الوطنية.
- متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني.
- متطلبات النظام العام.
- المصالح الاقتصادية للبلاد.
- مهام والتزامات الخدمة العمومية.
- حق المواطن في اعلام كامل وموضوعي.
- سرية التحقيق القضائي.

-الطابع التعددي للآراء والأفكار .

-كرامة الانسان والحريات الفردية والجماعية.¹

وفي الباب السادس المتعلق بمهمة الصحفي وأخلاقيات المهنة، يعترف القانون في المادة"83" بالحق في الوصول للمعلومات وحق المواطن في الاعلام وينص على أنه" يجب على كل الهيئات والإدارات والمؤسسات أن تزود الصحفي بالأخبار والمعلومات التي يطلبها بما يكفل حق المواطن في الاعلام، وفي إطار هذا القانون العفوي والتشريع المعمول به".

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.

-عندما يتعلق الخبر بسر اقتصادي استراتيجي.

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

كما تؤكد المادة"85" على السر المهني 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".

¹الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية: القانون العضوي للإعلام 2012، العدد 02 بتاريخ 12 جانفي 2012، ص 2.

وزيادة على الأحكام الواردة في المادة "2" من هذا القانون العضوي يجب على الصحفي على الخصوص:

-احترام شعارات الدولة ورموزها.

-تحلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل موضوعي.

-نقل الواقع بنزاهة وموضوعية.

-تصحيح كل خبر غير صحيح.

-الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر.

-الامتناع عن تمجيد الاستعمار.

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

-الامتناع عن السرقة الأدبية والوشاية والقذف.

-الامتناع عن استعمال الحظوة المهنية لأغراض شخصية أو مادية.

-الامتناع عن نشر أو بث صورا وأقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن، كما تنص

المادة "93" على أنه " يمنع انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم وإعتبارهم كما يمنع إنتهاك

الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة أو غير مباشرة".¹

كما ينص القانون على إنشاء المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات المهنة ويصهر على

احترامها وتطبيقها في الممارسة الإعلامية وتحدد الحقوق والواجبات المتعلقة بالصحفي ويقر

عقوبات على من يخالفها.

¹الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية: مصدر سبق ذكره، ص 10.

-أن ينشر أو يبث مجانا كل تصحيح يبلغه إياه شخص طبيعي أو معنوي، بشأن وقائع أو آراء تكون قد أوردتها وسيلة الاعلام المعنية بصورة غير صحيحة."

وجاءت المادة "101" مدعمة لسابقتها حيث نصت على " يحق لكل شخص يرى أنه تعرض لاثهات كاذبة من شأنها أن تضر بشرفه أو سمعته أن يستعمل حق الرد."¹

*يتضح من خلال هذا القانون العضوي للإعلام أن المشرع الجزائري ولأول مرة يمنح صفة الإلزامية لمجلس أخلاقيات المهنة ولكن غير واضحة، أضف إلى ذلك أن المجلس غير مفعّل إلى هذه اللحظة ولم يتم انتخاب أعضائه بعد، وذلك نظرا لغياب اللجنة التي تسهر على منح بطاقة الصحفي المحترف.

3-2-5- أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال قانون السمعى البصرى عام 2014:

بعد عرض مشروع القانون على المجلس الشعبى الوطنى، وبعد التعديلات التي أجريت على بعض مواده خرج القانون في صيغته النهائية في الجريدة الرسمية يوم الاثنين 23 مارس 2014، وأهم المواد التي تناولت أخلاقيات المهنة في هذا القانون نجد المادة "2" من القانون العضوي 2012، وأحكام هذا القانون والتشريع السارى المفعول.²

كما حددت المادة "48" الشروط التي يتضمنها دفتر الشروط الذي يتعين على كل القنوات الالتزام وفي حال عدم احترام الشروط التي يتم الاتفاق عليها مع سلطة الضبط وارتكاب تجاوزات أخلاقية قد تمس البث التلفزيونى والاذاعى فتحدد المواد "98" و"100" و"101" مختلف العقوبات الإدارية التي تنجر عن ذلك، وما يلاحظ على هذا القانون عموما أنه 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

¹الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية: المصدر السابق، ص 11.

²الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية: القانون المتعلق بالنشاط السمعى البصرى، العدد 16 بتاريخ 23 مارس 2014، ص 8.

بعيدة عن المستوى وغير كافية وقادرة على معالجة الأمر¹.

* ما يلاحظ في هذا القانون أنه 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 لمرتبكي التجاوزات تبقى بعيدة عن المستوى وغير كافية وقادرة على معالجة الامر.

خلاصة الفصل الثاني

نستنتج من خلال ما تطرقنا اليه في هذا الفصل أن موضوع أخلاقيات المهنة الإعلامية بداية من تعريفها نشأتها وأهميتها، أشكال وأهداف موثيق الاعلام، مرورا بقواعد السلوك المهني والعوامل المؤثرة فيه، موضوع جد مهم لتنظيم العملية الإعلامية من خلال ترشيد سلوك الصحفيين وفق ما يناسب الوظيفة العامة للمؤسسات الإعلامية ودورها فالمجتمع، وما يضمن حرية المهنة ونزاهة الصحفيين، وصولا إلى أخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر فتعرفنا عليها من خلال قوانين الاعلام بداية من القانون الأساسي للصحفيين سنة 1986 إلى غاية قانون السمعي البصري 2014، حيث لا حظنا بعض التطورات من خلال كل قانون وكذلك لعرض الثغرات التي أدت إلى فراغات قانونية.

¹حنان بن علال: أخلاقيات المهنة الإعلامية في زمن الاعلام الجديد (دراسة قانونية في الجزائر)، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، مخبر علم الاتصال، العدد الخامس، مارس 2018.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

تمهيد

3-1-1-تفريغ البيانات وتحليلها

3-1-1-1-تفريغ وتحليل بيانات المحور الأول مدى وعبي اعلامي إذاعة أم البواقي

الجهوية بأخلاقيات المهنة الإعلامية وقواعد السلوك المهني

3-1-2-تفريغ وتحليل بيانات المحور الثاني مدى التزام الاعلاميين العاملين

بإذاعة أم البواقي الجهوية بالقوانين الإعلامية السارية المفعول التي تنظم أخلاقيات

المهنة الإعلامية وقواعد السلوك المهني

3-1-3-تفريغ وتحليل بيانات المحور الثالث موقع ومكانة أخلاقيات المهنة

الإعلامية في التشريع الإعلامي الجزائري حسب وجهة نظر اعلامي إذاعة أم

البواقي الجهوية

3-2-النتائج النهائية للدراسة

3-2-1-نتائج متعلقة بتساؤلات الدراسة

3-2-2-آفاق الدراسة

خلاصة

تمهيد

يعتبر الجانب التطبيقي من أهم جوانب البحث في علوم الاعلام والاتصال على أنه يربط الجانب النظري مع الواقع الفعلي للدراسة.

فتناولنا في هذا الجزء من دراستنا تحليلي بيانات الدراسات الميدانية استنادا للمعطيات المتحصل عليها من استمارة الاستبيان، التي تم توزيعها على المبحوثين، وقد تم تبويب الإجابات في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية، ثم تم التعليق عليها كميا وكيفيا لإيجاد تفسيرات ذات دلالة لأجوبة المبحوثين من خلال ربطها مباشرة بما جاء في الإطار النظري في الدراسة من أجل الوصول إلى النتائج.

3-1- تفرغ البيانات وتحليلها:

-البيانات الأولية:

جدول 1: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

متغير الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	12	70.58%
أنثى	5	29.42%
المجموع	17	100%

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه والذي يمثل جنس المبحوثين يتضح لنا أن نسبة الذكور منهم 70.58% بينما بلغت نسبة الإناث 29.42، وبذلك يتجاوز عدد الذكور عدد الإناث وتبدو نسبة الإناث قليلة مقارنة بنسبة الذكور وقد يرجع ذلك لكون مهنة الاعلام مهنة المتاعب والصعوبات والمخاطر فعلا مما يجعلها تتوافق بصعوبة مع طبيعة وظروف المرأة بصفة عامة، والمرأة في مجتمع البحث بصفة خاصة و المرأة الإعلامية تضطر أحيانا إلى العمل ليلا والسفر والمبيت خارجا، وقد تتعرض للتهديدات والسجن وهذا ما يجعلها تفضل العمل في مناصب أخرى عوضا عن الاعلام وهذا ما يفسر نقص اليد العاملة الأنثوية في قطاع الاعلام.

جدول 2: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
جامعي	14	82.35%
دراسات عليا	3	17.65%
المجموع	17	100%

يوضح الجدول أعلاه أن المبحوثين الحاصلين على تكوين جامعي يمثلون نسبة 82.35% وهم يشكلون الأغلبية مقارنة بأصحاب الدراسات العليا بنسبة 17.65% من المبحوثين، وهؤلاء يكون لهم إنتاج فكري بحكم التحصيل العلمي لديهم لهذا تستغل اذاعة أم لبواقي الجهوية قدراتهم الفكرية لزيادة جودة إنتاجها الإعلامي، وعموما فإن النتائج تعكس ارتفاعا في المستوى التعليمي لإعلاميي الإذاعة، وهو مؤشر إيجابي للارتقاء بالمهنة.

جدول 3: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص العلمي:

النسبة المئوية	التكرار	التخصص العلمي
35.30%	6	إعلام واتصال
23.52%	4	علوم سياسية
5.88%	1	علوم اجتماعية
5.88%	1	حقوق
17.65%	3	إعلام ألي
5.88%	1	إلكترونيك
5.88%	1	ترجمة
100%	17	المجموع

يوضح الجدول أن الإعلاميين الذين كان تخصصهم إعلام واتصال يشكلون نسبة 35.30% من المبحوثين يليهم أصحاب تخصص إعلام ألي بنسبة 17.65%، بينما يشكل أصحاب تخصص علوم سياسية بنسبة 23.52%، ويتشارك كل من تخصص علوم اجتماعية وحقوق والإلكترونيك وترجمة بنسبة 5.88%، ومنه فأغلبية الإعلاميين العاملين في الإذاعة قد تخصصوا في المجال بينما قلة منهم كانت تخصصاتهم بعيدة عن المهنة.

جدول 4: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المنصب:

النسبة المئوية	التكرار	المنصب
47.06%	8	صحفي
17.65%	3	تقني
11.77%	2	مخرج
5.88%	1	منشط
5.88%	1	مراسل
5.88%	1	رئيس التحرير
5.88%	1	رئيس مصلحة الانتاج
100%	17	المجموع

من خلال قراءة الجدول أعلاه والذي يتعلق بمتغير المنصب للمبحوثين يتضح لنا أن الصحفيين هم أكثر المبحوثين بنسبة 47.06% بالمئة، ويرجع ذلك إلى طبيعة العمل الذي يتطلب عددا كبيرا من الصحفيين لإنجاز المهام بسرعة وتغطية أكبر عدد من الأحداث في مناطق جغرافية مختلفة، يليهم التقنيون بنسبة 17.65% نظرا لمكانتهم الوظيفية في الإذاعة وأنهم عمود العمل الإذاعي فعمليات المكساج وهندسة الصوت وغيرها من العمليات التقنية لا تتم الا بوجود هؤلاء، ومن ثم المخرجون بنسبة 11.77% وهذا راجع إلى مهمة الإخراج في الإذاعة لا تحتاج الى عدد كبير من المخرجين حيث يمكن لتقني متمرس أن يؤدي هذا العمل، في حين يأتي في المرتبة الأخيرة كل من المنشط والمراسل ورئيس التحرير ورئيس مصلحة الإنتاج، نظرا لكون هذه المناصب محدودة في الإذاعة.

جدول 5: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الأقدمية العملية في العمل الاذاعي:

النسبة المئوية	التكرار	الفئات
5.88%	1	سنة -5سنوات
29.41%	5	6سنوات -10سنوات
58.83%	10	11 سنة -15سنوات
5.88%	1	أكثر من 15 سنة
100%	17	المجموع

إن الأقدمية العملية تكسب الفرد خبرة في سيرورة أداء العمل في الاعلام للتقدم نحو الأفضل حيث يبين هذا الجدول توزيع المبحوثين تبعا لأقدميتهم في العمل الإعلامي بالإذاعة حيث عادت أعلى نسبة فيه للإعلاميين الذين تتراوح أقدميتهم من 11 سنة إلى 15 سنة بنسبة 58.83%، ويأتي بعدها على التوالي الإعلاميين الذين تتراوح أقدميتهم بين 6 سنوات الى 10سنوات بنسبة 29.41%، يليهم الإعلاميين ذوي الأقدمية من سنة الى 5سنوات وأكثر من 15 سنة بنسبة 5.88% ما يجعل أغلب المبحوثين لديهم أقدمية في العمل تفوق الخمس سنوات وذلك قد يعني أن لهم خبرة ودراية بالعمل الإعلامي وتزداد كلما زادت سنوات الاقدمية .

3-1-1-1- مدى وعي اعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية بأخلاقيات المهنة الإعلامية وقواعد

السلوك المهني:

جدول 6: يبين إن كان الإعلامي يفرق بين قانون الاعلام والأخلاقيات المهنية المنظمة لمهنة

الاعلام:

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	16	95%
لا	1	5%
المجموع	17	100%

يبين الجدول أن الإعلاميين العاملين بإذاعة أم البواقي الجهوية يفرقون بين قانون الاعلام والأخلاقيات المهنية المنظمة للعمل الإعلامي وذلك بنسبة 95% وهذا مؤشر على أن أغلب الإعلاميين يعون أن أخلاقيات المهنة ليست مواد قانونية بل هي مبادئ ومعايير أخلاقية.

إلا أن نسبة 5% لا يفرقون بين قانون الاعلام 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 7: يبين ماذا تعني أخلاقيات المهنة الإعلامية لإعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية:

النسبة المئوية	التكرار	مفهوم أخلاقيات المهنة الإعلامية
57.14%	12	مبادئ ومعايير أخلاقية لتنظيم ممارسة المهنة
9.52%	2	مجموعة من الواجبات التي يلتزم بها الإعلامي قانونيا
0%	0	حقوق يتمتع بها الإعلامي
33.33%	7	مجموعة من الحقوق والواجبات التي يلتزم الإعلامي قانونيا
100%	21	المجموع

إن معظم المبحوثين يعتبرون أن أخلاقيات المهنة الإعلامية هي مجموعة من المبادئ والمعايير التي تنظم مهنة الإعلامي وهم يشكلون نسبة 57.14% من مجتمع البحث، أما ما يقدر بـ 33.33% من المبحوثين يرون أن أخلاقيات المهنة الإعلامية تتمثل في مجموعة من الحقوق والواجبات القانونية التي يلتزم بها الإعلامي، أما 9.52% منهم يرون أن أخلاقيات المهنة الإعلامية مجموعة من الواجبات التي يلتزم بها الإعلامي قانونيا في حين انعدمت نسبة من يرون أن أخلاقيات المهنة الإعلامية تمثل مجموعة حقوق يتمتع بها الإعلامي، ومن خلال هذا الجدول يتضح أن أخلاقيات مهنة الاعلام تحكمها بالدرجة الأولى ضوابط ومعايير أخلاقية نابعة من ضمير الصحفي أثناء ممارسته لمهنته لكن يبقى ذلك وفق ما تنص عليه التشريعات القانونية التي تساهم بدور كبير في تنظيم ممارسة مهنة الاعلام وترسم الخطوط العريضة التي لا يجوز للإعلامي تجاوزها بغض النظر عن مجموعة المبادئ والمعايير الأخلاقية التي يلتزم بها، وذلك من أجل الحفاظ على الأمن والاستقرار في المجتمع.

جدول 8: يبين إن كانت إذاعة أم البواقى الجهوية تمتلك ميثاقا أو مدونة لأخلاقيات المهنة الإعلامية:

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	0	%0
لا	14	%82.35
لا أدري	3	%17.64
المجموع	17	%100

يبين الجدول أعلاه أن أغلبية الإعلاميين يقرون أن الإذاعة لا تمتلك مدونة أو وثيقة لأخلاقيات المهنة الإعلامية وهم يشكلون نسبة 82.35% من المبحوثين، بينما يشكل الإعلاميين الذين لا يعلمون بالأمر نسبة 17.64%، وهذا قد يرجع إلى كون هؤلاء الإعلاميين يعتمدون على خبرتهم المهنية أو مستوى تعليمهم في ممارسة عملهم ولا يهتمون إن كان هناك وثيقة لأخلاقيات المهنة الإعلامية أم لا.

جدول 9: يوضح التبرير في حالة الإجابة بـ(لا) على السؤال السابق:

النسبة	التكرار	التبرير
31.58%	6	اكتفاء المؤسسة الإعلامية بقانون الاعلام كنصوص تنظيمية ملزمة
52.64%	10	اعتبار الاخلاقيات المهنية ترتبط بالضمير المهني وبالتالي لا حاجة لمدونة تعبر عنها
15.78%	3	القانون الداخلي للمؤسسة هو الذي يحكم العمل الإعلامي
100%	19	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه يتضح لنا أن أغلب المبحوثين ونسبتهم 52.64% يرون غياب مدونة لأخلاقيات المهنة في مؤسستهم راجع الى كون الاخلاقيات المهنية ترتبط بالضمير المهني وبالتالي لا حاجة لمدونة أخلاقية تعبر عنها، في حين نسبة 31.58% يؤكدون أن مؤسستهم الإعلامية تكتفي بقانون الاعلام كنصوص تنظيمية ملزمة، بينما يعتبر ما يشكل نسبة 15.78% أنهم يكتفون بالقانون الداخلي للمؤسسة فهو كافي ينظم العمل الإعلامي.

جدول 10: يبين مصادر أخلاقيات المهنة التي تعتمد عليها إذاعة أم البواقي الجهوية:

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
التشريعات الإعلامية في الجزائر	10	37.03%
ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر	07	25.92%
القيم الاجتماعية ومبادئ الضمير المهني	05	18.51%
موثيق الشرف المهنية الإقليمية والدولية	05	18.51%
المجموع	27	100%

يبين الجدول أعلاه أن هناك تنوع في مصادر أخلاقيات المهنة الإعلامية التي تعتمد عليها إذاعة أم البواقي الجهوية حيث أكد المبحوثين بنسبة 37.03 % أن مصادر أخلاقيات المهنة التي تعتمد عليها مؤسستهم هي التشريعات الإعلامية في الجزائر، واعتبر نسبة 25.92% منهم أنها تعتمد أيضا على ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر، يليهم كل من يعتبر أن مصدر أخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر هو القيم الاجتماعية ومبادئ الضمير المهني وكذلك موثيق الشرف المهنية الإقليمية والدولية بنسبة 18.51%، وبالتالي فكل العناصر تشكل مصادر لأخلاقيات المهنة في مؤسستهم.

جدول 11: يبين رأي اعلاميي إذاعة أم لبواقي الجهوية أي الأمور التالية الأقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية:

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
القوانين والتشريعات الاعلامية الملزمة	13	61.90%
مبادئ الضمير المهني	7	33.33%
الهيئات والمنظمات الإعلامية	1	4.76%
المجموع	21	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين بنسبة 61.90% يرون أن القوانين والتشريعات الإعلامية الملزمة هي الأقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية، بينما يرى 33.33% أن الضمير المهني كفيل بتنظيم العمل الإعلامي دون الحاجة الى التشريعات والقوانين الملزمة، بينما يرى 4.76% أن الهيئات والمنظمات الإعلامية هي الأقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية.

3-1-2- مدى التزام اعلاميي إذاعة أم البواقي الجهوية بالقوانين الإعلامية السارية المفعول التي تنظم أخلاقيات المهنة الإعلامية:

جدول 12: يبين إن كان الضمير المهني هو ما يدفع اعلاميي إذاعة أم البواقي الجهوية إلى الالتزام بمبادئ أخلاقيات المهنة:

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	13	76.47%
غالباً	1	5.88%
أحياناً	3	17.64%
المجموع	17	100%

من خلال الجدول يتضح لنا أن أغلب المبحوثين بنسبة 76.47% يؤكدون أن الضمير المهني هو الأمر الأساسي الذي يدفعهم للالتزام بأخلاقيات المهنة، فالإعلامي الذي يتحلى بضمير مهني يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالواجب الذي يشعر به الإنسان بالصفاء والرضا إذا قام به على اتم وجه، كما يشعر الإنسان في نفس الوقت بوخز الضمير إذا قصر في تأديته، ويبتعد كل البعد عن كل ما يخلق تعدي على تلك المبادئ التي تشكل قوام مهنة الاعلام، كون هذه الأخيرة لا تخلو من المغريات التي تدفع ذوي الضمائر الهشة الى الوقوع في تجاوزات لامت لمهنة الاعلامي بصلة، كما تشكل نسبة 17.64% من المبحوثين من يرون أنه أحياناً ما يدفعهم الضمير المهني للالتزام بمبادئ أخلاقيات المهنة الإعلامية، بينما نسبة 5.88% يرون أنه غالباً ما يدفعهم الضمير المهني الى الالتزام بالمبادئ العامة لأخلاقيات المهنة .

جدول 13: يبين أهم المعايير الأخلاقية التي يسعى اعلاميي إذاعة أم البواقي الجهوية للالتزام بها:

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
الموضوعية	13	25%
الصدق	15	28.84%
احترام الحياة الخاصة للأفراد	11	21.15%
احترام قيم المجتمع وعاداته وتقاليده	12	23.07%
أخرى تذكر	1	1.92%
المجموع	52	100%

من خلال الجدول أعلاه يرى نسبة 28.84% من المبحوثين أن الصدق من أهم المعايير الأخلاقية التي يسعون للالتزام بها كونه من الركائز الأساسية للعمل الإعلامي للوصول الى عدد من الجمهور، يليها نسبة 25% من المبحوثين أن الموضوعية من أهم المعايير الأخلاقية التي يسعى الإعلامي للالتزام بها فهي مجموعة من الممارسات التي اذا قامت بها الوسيلة الإعلامية بالشكل الصحيح، فإنها تجعل الجمهور يثق بها ويعتمد عليها في الحصول على المعلومات، كما يرى نسبة 23.07% من المبحوثين أن احترام قيم المجتمع وعاداته وتقاليده، ويفترض لأي وسيلة أو مؤسسة إعلامية أن تحافظ على أصالة المجتمع وثقافته وأخلاقياته، وأخيرا نسبة 1.92% بأن عدم المساس بالحياة الشخصية للأفراد من أهم المعايير الأخلاقية التي يسعون للالتزام به.

جدول 14: يعبر عن دوافع التزام اعلاميي إذاعة أم البواقي الجهوية بالمعايير الأخلاقية:

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
قناعتك الشخصية	12	32.34%
المحافظة على سمعة المؤسسة	08	21.62%
الالتزام الطوعي بمسئوليتك الاجتماعية	06	16.21%
وعيك بضرورة العمل وفق أخلاقيات المهنة	11	29.72%
المجموع	37	100%

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن التزام المبحوثين بالمعايير الأخلاقية بنسبة 32.34% راجع الى القناعات الشخصية، في حين نسبة 29.72% منهم يرون أن وعيهم بضرورة العمل وفق أخلاقيات المهنة هو دافعهم الرئيسي للالتزام بالمعايير السابقة، في حين نسبة 21.62% جعلوا الحفاظ على سمعة المؤسسة أحد الدوافع، ونسبة 16.21% منهم يؤكدون أن التزامهم بتلك المعايير راجع الى التزامهم الطوعي بمسئوليتهم الاجتماعية، ولم يشير المبحوثون الى مؤشرات أخرى.

جدول 15: يبين أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني في رأي اعلاميي إذاعة أم البواقي
الجهوية:

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
طغيان النزعة الربحية	08	19.51%
تغليب المصالح الشخصية	11	26.82%
قلة الشعور بالمسؤولية الاجتماعية	05	12.19%
ضعف مستوى الأداء المهني للإعلاميين	10	24.39%
الرقابة بأنواعها المختلفة	07	17.07%
المجموع	41	100%

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن نسبة 26.82% من المبحوثين يؤكدون أن تغليب المصالح الشخصية من أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني، بينما نسبة 24.39% منهم يرون أن ضعف مستوى الأداء المهني للإعلاميين أكثر العوامل تأثيرا في السلوك المهني، في حين يقر ما نسبته 19.51% من المبحوثين أن طغيان النزعة الربحية هي أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني كون المادة هي نقطة ضعف للكثيرين، يليها نسبة 17.07% من المبحوثين يرون أن الرقابة بمختلف أنواعها عامل شديد التأثير في السلوك المهني، وأخيرا يقر ما نسبته 12.19% من المبحوثين أن قلة الشعور بالمسؤولية الاجتماعية من أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني.

جدول 16: يبين دور استقلالية الإعلامي في تحقيق الموضوعية والمصداقية كمعيار لأخلاقيات المهنة حسب المبحوثين:

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	11	64.70%
لا	6	35.29%
المجموع	17	100%

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 64.70% من المبحوثين يرون أن لاستقلالية الإعلامي دور في تحقيق الموضوعية والمصداقية، لأن انعدام استقلالية الإعلامي هي بمثابة ناقوس خطر على موضوعية ومصداقية العمل الإعلامي، بينما يقر نسبة 35.29% من المبحوثين لا يمكن لاستقلالية الإعلامي تحقيق الموضوعية والمصداقية كونها قد تؤدي الى ممارسات وتجاوزات أخلاقية غير مسؤولة.

جدول 17: يبين نوع الرقابة التي يتعرض لها المبحوثين:

النسبة المئوية	التكرار	نوع الرقابة
52.38%	11	أخلاقية ذاتية
47.61%	10	قانونية عمومية
100%	21	المجموع

من خلال معطيات الجدول نجد أن المبحوثين بنسبة 52.38% يؤكدون أنهم يتعرضون للرقابة الذاتية وذلك نظرا لكون أن الإعلامي مكلف بأداء عمله من غير الحاجة الى مسؤول أو مراقب يذكره بتصرفاته وأفعاله، بينما يرى ما نسبته 47.61% من المبحوثين يتعرضون الى الرقابة القانونية العمومية التي تقرها التشريعات الإعلامية وعلى الإعلامي التقيد بها باعتبارها تنظم ممارسته لمهامه، وهذه الرقابة أقرها قانون الاعلام وألزم الإعلامي بها للحفاظ على أمن واستقرار الاعلام.

جدول 18: يبين إن كانت أخلاقيات المهنة الإعلامية تتعارض مع الرقابة أم لا حسب رأي المبحوثين:

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	09	52.94%
لا	08	47.05%
المجموع	17	100%

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن المبحوثين بنسبة 52.94% يؤكدون على تعارض الرقابة باختلاف أنواعها مع أخلاقيات المهنة الإعلامية فوجود الرقابة في الميدان الإعلامي يقيد الإعلامي ويعيق عملية الابداع، بينما نسبة 47.05% من المبحوثين يرون أن الرقابة لا تتعارض وأخلاقيات المهنة فهم يجدون أن الرقابة تضمن الحفاظ على مبادئ السلوك المهني.

جدول 19: يبين الأسباب التي تحول دون التزام الإعلامي بأخلاقيات المهنة حسب رأي المبحوثين:

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
المصالح الشخصية وطغيان النزعة الربحية	7	41.18%
غياب الرقابة	1	5.88%
ضعف مستوى الأداء الإعلامي	4	23.53%
تعرض الإعلامي لضغوط المهنة الإعلامية	1	5.88%
غياب الضمير المهني	4	23.53%
المجموع	17	100%

من خلال الجدول أعلاه يرى المبحوثون بنسبة 41.18% أن المصالح الشخصية وطغيان النزعة الربحية هي أحد الأسباب البارزة التي تحول دون التزام الإعلامي بأخلاقيات المهنة الإعلامية وبالتالي التنازل عن الهدف الأساسي لمهنة الاعلام وهو إنارة الرأي العام، في حين يرى ما نسبته 23.53% من المبحوثين أن ضعف مستوى الأداء الإعلامي هو السبب الأبرز كون من يجهل أساسيات العمل الإعلامي قابل أكثر من غيره إلى الوقوع في الخطأ، وأيضا يرى 23.53% من المبحوثين أن غياب الضمير المهني من بين أهم الأسباب التي تحول دون التزام الإعلامي بأخلاقيات المهنة فمن لا ضمير له لا أخلاق له، كما يقر ما نسبته 5.88% من المبحوثين أن تعرض الإعلامي لضغوط العمل الإعلامي قد تسبب في عدم الالتزام بأخلاقيات المهنة الإعلامية، كذلك يقر نسبة 5.88% من بين المبحوثين أن غياب الرقابة قد يؤدي الى تجاوزات أخلاقية غير مسؤولة وبالتالي تكون من أسباب عدم التزام الإعلامي بأخلاقيات المهنة الإعلامية.

3-1-3- محور خاص بموقع ومكانة أخلاقيات المهنة الإعلامية في التشريع الإعلامي

الجزائري حسب وجهة نظر اعلاميي إذاعة أم البواقي الجهوية:

جدول 20: يبين إن كانت التشريعات الإعلامية في الجزائر قد اهتمت بموضوع أخلاقيات المهنة الإعلامية حسب رأي المبحوثين:

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
كليا	02	11.77%
جزئيا	12	70.58%
لم تليها أي اهتمام	03	17.65%
المجموع	17	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين بنسبة 70.58% يجدون أن التشريعات الإعلامية في الجزائر قد قصرت بخصوص موضوع أخلاقيات المهنة ولم تعطيها الكافي وكل ما ورد في القوانين كان أقرب الى العقوبات، في حين نسبة 11.77% اعتبروا التشريع الجزائري كان منصفاً بشأن أخلاقيات المهنة وأولاهما كل الاهتمام، أما نسبة 17.65% منهم يرون أنها لم تهتم مطلقاً بأخلاقيات المهنة الإعلامية وكانت مقصرة كل التقصير بخصوص الموضوع.

جدول 21: يبين إن كان اعلاميو إذاعة أم البواقي الجهوية اطلعوا على القانون العضوي للإعلام الصادر سنة 2012:

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	15	88.23%
لا	02	11.76%
المجموع	17	100%

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن أغلبية المبحوثين بنسبة 88.23% اطلعوا على قانون الاعلام 2012 وهذا مؤشر إيجابي كون الإعلامي مطالب بالاطلاع على القوانين والتشريعات المنظمة للمهنة، فالإعلامي المحترف الذي يحترم مهنته يسعى دائما للاطلاع 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، بينما هناك نسبة 11.76% من المبحوثين لم يطلعوا على قانون الاعلام الصادر سنة 2012.

جدول 22: يبين إن كان قانون الاعلام 2012 أولى اهتماما بأخلاقيات المهنة حسب رأي المبحوثين:

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
كلياً	3	20%
جزئياً	12	80%
لم يلبها أي اهتمام	-	-
المجموع	15	100%

يبين الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين بنسبة 80% يرون أن قانون الاعلام 2012 اهتم بشكل جزئي بموضوع أخلاقيات المهنة الإعلامية، في حين يرى نسبة 20% منهم أنه أولاًها كل الاهتمام، وهذا راجع في الأساس إلى كون ما جاء في قانون الاعلام 2012 بخصوص أخلاقيات المهنة والمبادئ الأساسية المنظمة لها لا يرقى لتطلعات العاملين في الميدان.

جدول 23: يبين إن كان المبحوثين قد اطلعوا على ميثاق الشرف الإعلامي:

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	02	%11.76
لا	15	%88.24
المجموع	17	%100

يتضح من خلال معطيات الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين بنسبة 88.24% لم يطلعوا على ميثاق الشرف المهني، وهذا مؤشر على عدم اهتمام الإعلاميين بهذا الجانب الذي قد يعتبره بعضهم غير مهم أو غير مؤثر في عملهم، وهو يتناقض أيضا مع مطالبتهم بالتكوين المستمر، فنجد أنهم يتعلمون ما ينبغي أن يتجنبوه أو يخوضوا فيه من خلال الممارسة اليومية والاحتكاك بالزملاء الأكثر خبرة، وليس من خلال الاطلاع على المواثيق أو الخضوع لدورات تدريبية في مجال أخلاقيات المهنة، خاصة في ظل غياب برامج للتكوين داخل المؤسسات الإعلامية، في حين 11.76% من المبحوثين اطلعوا على ميثاق الشرف الإعلامي وهم في الاغلب الإعلاميين الأكثر خبرة في الميدان.

جدول 24: يبين موقف المبحوثين من موثيق الشرف المهنية الخاصة بمهنة الاعلام:

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
القبول	09	52.94%
الرفض	-	-
القبول بتحفظ	05	47.05%
المجموع	17	100%

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن أغلب المبحوثين بنسبة 52.94% يساندون فكرة أخلاقيات المهنة وموثيق الشرف المهنية الخاصة بمهنة الاعلام، ونسبة 47.05% يساندون الفكرة ولكن بتحفظ، وهذا ما يتفق مع الطرح الدولي الجديد والنظرة الإعلامية والقانونية الحالية التي تدعوا دول واعلامي العالم لضرورة وضع ميثاق أخلاقي للمهنة والعمل على تطبيق مواده واحترام احكامه.

جدول 25: يبين سهر المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة في الجزائر على تنظيم مهنة الاعلام حسب رأي المبحوثين:

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	04	76.47%
لا	13	23.52%
المجموع	17	100%

من خلال معطيات الجدول أعلاه يتضح أن أغلبية المبحوثين بنسبة 76.47% يرون عدم اهتمام المجلس الأعلى للأخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر بالمهنة، وقد يرجع ذلك إلى عدم وجود ممارسة فعلية لما أقره هذا المجلس وعدم وضوح موقفه من السياسة العامة للدولة لان مضمون ميثاقه لا يختلف كثيرا عما جاء به قانون الاعلام 1990 فيما يخص أخلاقيات مهنة الاعلام وهذا بدوره يؤكد أن صياغة التشريعات الإعلامية في الجزائر مصدرها الأساسي هو الدستور وإهمالها للمصادر الأخرى كالقران الكريم و السنة النبوية والعادات والتقاليد التي تعتبر أساس التشريعات الإعلامية في الدول العربية الأخرى وهذا بالضرورة لا يخدم الاخلاق والمبادئ المهنية عند فصلها عن الجانب القانوني، 23.52% يرون بأن المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة في الجزائر يسهر على تنظيم مهنة الإعلام.

جدول 26: يوضح أهم الاقتراحات التي قدمها إعلاميو إذاعة أم البواقي الجهوية للحد من الممارسات غير الأخلاقية وتحسين الممارسة الإعلامية في الجزائر:

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
31.58%	6	التكوين المتواصل للطاقم الإعلامي
21.06%	4	حرية الممارسة الإعلامية
26.32%	5	الرقابة على مستوى المؤسسات الإعلامية والأداء الإعلامي
10.52%	2	ضرورة التحلي بالحياد والموضوعية
10.52%	2	الالتزام بروح المسؤولية الاجتماعية
100%	19	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه يرى أغلب المبحوثين بنسبة 31.58% يرون أن التكوين المتواصل للطاقم الإعلامي من بين أهم الاقتراحات للحد من الممارسات غير أخلاقية وتحسين الممارسة الإعلامية في الجزائر، بينما يرى ما نسبته من المبحوثين 26.32% أن الرقابة على مستوى المؤسسات الإعلامية والأداء الإعلامي من قبل السلطة حتى لا تكون هناك تجاوزات أخلاقية من شأنها أن تمس بالصالح العام، يليهم نسبة 21.06% من يقرون أن حرية الممارسة الإعلامية كحق إعلامي في الوصول إلى مصادر المعلومة والحق في حرية التعبير عن آرائهم، وبالتالي تدعم الحرية الإعلامية الحكم الرشيد بحيث يتم النظر بدقة في أساسيات وتشريعات جديدة مما يؤدي تحسين الممارسة الإعلامية في الجزائر، في حين يرى نسبة 10.52% من المبحوثين أن ضرورة التحلي بالحياد والموضوعية يساهم وبشكل كبير في الحد من الممارسات الأخلاقية وتحسين الممارسة الإعلامية وبالتالي كسب ثقة الجمهور في الحصول على المعلومات

والاعتماد عليها من الوسائل الإعلامية ، وأيضاً ترى نسبة 10.52% من المبحوثين أن الالتزام بروح المسؤولية الاجتماعية يؤدي الى وضع ضوابط أخلاقية لمهنة الاعلام.

3-2- نتائج الدراسة:

3-2-1- نتائج متعلقة بتساؤلات الدراسة:

-نتائج متعلقة بالبيانات الأولية:

1-نسبة الذكور تجاوزت نسبة الاناث كون مهنة الاعلام مهنة المتاعب والمخاطر هذا ما يجعلها لا تتوافق مع طبيعة المرأة.

2-توضح النتائج أن أغلب المبحوثين حاصلين على تكوين جامعي بينما نسبة قليلة منهم حاصلين على دراسات عليا تستغل المؤسسة الإعلامية قدراتهم الفكرية لزيادة جودة إنتاجها الإعلامي.

وعلى العموم فإن النتائج تعكس ارتفاعاً في المستوى التعليمي لإعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية.

3-تظهر النتائج أن المبحوثين الذين كان تخصصهم اعلام واتصال يشكلون النسبة الأكبر في الإذاعة بينما باقي التخصصات (علوم سياسية، علوم اجتماعية، حقو إعلام ألي، إلكترونيك)، وبالتالي الشيء الإيجابي الملاحظ هو تنوع التخصصات العلمية.

4-من خلال النتائج المتحصل عليها يتبين أن الصحفيين هم أكثر المبحوثين بنسبة 47.06% وهي أعلى نسبة ويرجع ذلك لطبيعة العمل الإعلامي الذي يتطلب عدد كبير من الصحفيين لإنجاز المهام بسرعة، ومن بعدها يأتي التقنيون نظراً لمكانتهم الوظيفية في المؤسسة خاصة في المكساج وهندسة الصوت وغيرها من العمليات التقنية ومن بعدها تأتي باقي المناصب.

5- من أهم النتائج المتوصل إليها أن الأقدمية في العمل تكسب الفرد خبرة في سيرورة أداء العمل في المؤسسة الإعلامية للتقدم نحو الأفضل.

-نتائج متعلقة بالتساؤل الأول: والذي يدور مضمونه حول مدى وعي الإعلامي الجزائري بأخلاقيات المهنة الإعلامية وقواعد السلوك المهني.

6- يفرق أغلب الإعلاميين بإذاعة أم البواقي الجهوية بين قانون الاعلام وأخلاقيات المهنة وهو مؤشر إيجابي على أن الإعلاميين يعون أن أخلاقيات ليست مواد قانونية بل هي مبادئ ومعايير أخلاقية تنظم مهنة الإعلامي.

7- إن معظم إعلاميي إذاعة أم البواقي الجهوية يعتبرون أن أخلاقيات المهنة الإعلامية هي مجموعة من مبادئ ومعايير أخلاقية تنظم مهنة الاعلام.

8- يقر إعلاميو إذاعة أم البواقي الجهوية أنها لا تمتلك مدونة أو وثيقة لأخلاقيات المهنة راجع في الأساس الى كون الاخلاقيات المهنية ترتبط بالضمير المهني، وبالتالي لا حاجة لمدونة تعبر عنها.

9- يبرر المبحوثين بنسبة 52.64% أن غياب مدونة أخلاقية تعبر عن أخلاقيات المهنة الإعلامية راجع الى كوت أخلاقيات المهنة تربط بالضمير المهني، في حين نسبة 31.58% يؤكدون أن مؤسستهم تكتفي بقانون الاعلام كنصوص تنظيمية، بينما يعتبر نسبة 15.78% أنهم يكتفون بالقانون الداخلي للمؤسسة.

10- تشير المعطيات أن هناك تنوع في مصادر أخلاقيات المهنة الإعلامية التي تعتمد عليها إذاعة أم البواقي الجهوية.

11- يرى أغلب المبحوثين أن القوانين والتشريعات الإعلامية الملزمة هي الاقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية.

- نتائج متعلقة بالتساؤل الثاني: والذي يدور مضمونه حول مدى التزام الإعلاميين بإذاعة أم البواقى الجهوية بالقوانين الإعلامية السارية المفعول التي تنظم أخلاقيات المهنة الإعلامية.

12- يرى أغلب المبحوثين أن الضمير المهني هو الأقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية، وهذا إيماناً منهم بأن تحلي الإعلامي بالضمير المهني كفيل بتنظيم العمل الإعلامي دون الحاجة إلى التشريعات والقوانين الملزمة.

13- يؤكد اعلاميو إذاعة أم البواقى الجهوية بنسبة 28.84% أن الصدق من أهم المعايير الأخلاقية الذي يسعى كل اعلامي للالتزام به فالحصول على ثقة القارئ هو أساس الاعلام المتميز، فحين يرى نسبة 25% من المبحوثين أن الموضوعية أيضاً ذات جدوى من خلال العمل على كسب ثقة الجمهور، يليهم المبحوثين بنسبة 23.07% الذين يقرون أن احترام قيم المجتمع وعاداته وتقاليده معيار ولا يجوز أبداً التعدي بأي شكل من الأشكال على عاداته وتقاليده، في حين يؤكد نسبة 1.92% من المبحوثين أن هناك معايير أخرى لا تقل أهمية عما نذكر يسعون للالتزام بها.

14- أما عن دوافع التزام المبحوثين بالمعايير الأخلاقية سألنا الذكر يؤكد أغلب اعلاميو إذاعة أم البواقى الجهوية بنسبة 32.34% أنه راجع إلى قناعتهم الشخصية، وكذا يرى نسبة 29.72% وعيهم بضرورة العمل وفق أخلاقيات المهنة، فحين يرى نسبة 21.62% من المبحوثين أن التزامهم بالمعايير الأخلاقية راجع إلى الحفاظ على سمعة المؤسسة، وأخيراً هناك من يقر أن التزامهم بالمعايير السابقة راجع إلى التزامهم الطوعي بمسؤوليتهم الاجتماعية.

15- يعتبر السلوك المهني مجموعة من الضوابط التي يحكم من خلالها مدى التزام الوسيلة الإعلامية بأخلاقيات الممارسة الإعلامية، حيث يؤكد المبحوثين بنسبة 26.82% أن تغليب المصالح الشخصية من أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني، يليهم نسبة 24.39% من المبحوثين أن ضعف مستوى الأداء المهني للإعلاميين أكثر العوامل تأثيراً في السلوك المهني،

في حين يقر ما نسبته 19.51% من المبحوثين أن طغيان النزعة الربحية هي أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني، يليها نسبة 17.07% من المبحوثين يرون أن الرقابة بمختلف أنواعها عامل شديد التأثير في السلوك المهنة، وأخيرا ما نسبته 12.19% أن قلة الشعور بالمسؤولية الاجتماعية من أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني.

16- يرى نسبة 64.70% من المبحوثين يرون أن لاستقلالية الإعلامي دور في تحقيق الموضوعية والمصداقية، بينما تقر نسبة 35.29% من المبحوثين لا يمكن لاستقلالية الإعلامي تحقيق الموضوعية والمصداقية.

17- يقر المبحوثين بنسبة 52.38% أنهم يتعرضون للرقابة الذاتية، بينما يرى ما نسبته 47.61% من المبحوثين أنهم يتعرضون الى الرقابة القانونية العمومية التي تقرها التشريعات الإعلامية وعلى الإعلامي التقيد بها باعتبارها تنظم ممارسته لمهامه، الا أن لها دور سلبي من خلال عدم تمتع الإعلامي بالحرية اللازمة لتقديم اعلام صادق وموضوعي.

18- يؤكد المبحوثون بنسبة 52.94% على تعارض الرقابة باختلاف أنواعها مع أخلاقيات المهنة الإعلامية، نسبة 47.05% من المبحوثين يرون أن الرقابة لا تتعارض وأخلاقيات المهنة الإعلامية.

19- يرى المبحوثون بنسبة 41.18% أن المصالح الشخصية وطغيان النزعة الربحية هي أحد الأسباب البارزة التي تحول دون التزام الإعلامي بأخلاقيات المهنة الإعلامية، يرى ما نسبته 23.53% من المبحوثين أن ضعف أداء المستوى الإعلامي هو السبب الأبرز، وأيضا يرى 23.53% من المبحوثين أن غياب الضمير المهني من بين أهم الأسباب التي تحول دون التزام الإعلامي بأخلاقيات المهنة الإعلامية، كما يقر ما نسبته 5.88% من المبحوثين أن تعرض الإعلامي لضغوط العمل وغياب الرقابة قد يؤدي تجاوزات غير مسؤولة وغير أخلاقية.

20- يجد أغلب الإعلاميين العاملين بإذاعة أم البواقي الجهوية بنسبة 70.58% أن التشريعات الإعلامية في الجزائر قد قصرت بخصوص موضوع أخلاقيات المهنة ولم تعطيه الاهتمام الكافي، في حين نسبة 11.77% اعتبروا أن التشريع الجزائري كان منصفا بشأن التشريع الجزائري، أما نسبة 17.65% يقرون بأن التشريع الإعلامي لم يهتم مطلقا بأخلاقيات المهنة الإعلامية.

21- الملاحظ من خلال النتائج أن أغلبية المبحوثين بنسبة 88.23% اطلعوا على قانون الاعلام 2012 وهذا مؤشر إيجابي كون الإعلامي مطلع على القوانين والتشريعات المنظمة لمهنة الاعلام.

22- يرى نسبة 80% من المبحوثين أن قانون الاعلام 2012 اهتم بشكل جزئي بموضوع أخلاقيات المهنة الإعلامية، في حين يرى نسبة 20% منهم أنه أولاها كل الاهتمام.

23- صرح أغلبية المبحوثين بنسبة 88.24% أنهم لم يطلعوا على ميثاق الشرف المهني حيث يعتبره البعض غير مهم أو غير مؤثر في عملهم، في حين يقر نسبة 11.76% من المبحوثين أنهم اطلعوا عليه.

24- يساند المبحوثين بنسبة 52.94% فكرة أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف المهنية الخاصة بمهنة الاعلام، بينما نسبة 47.05% يساندون الفكرة بتحفظ.

25- يرى نسبة 76.47% من المبحوثين أن المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر لا يهتم بأخلاقيات المهنة الإعلامية ويرجع ذلك إلى عدم وجود ممارسة فعلية لما أقره هذا المجلس، في حين يرى ما نسبته 23.52% يرون بأن المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة في الجزائر يسهر على تنظيم مهنة الاعلام.

26- يرى المبحوثين بنسبة 31.58% أن التكوين المتواصل للطاقم الإعلامي من بين أهم الاقتراحات للحد من الممارسات غير أخلاقية وتحسين الممارسة الإعلامية في الجزائر، يليهم في

المرتبة الثانية بنسبة 26.32% من يرون أن الحل هو الرقابة على مستوى المؤسسات الإعلامية والأداء الإعلامي، في حين يرى نسبة 21.06% أن حرية الممارسة الإعلامية هي السبيل الوحيد للحد من الممارسات غير أخلاقية، وتأتي في المرتبة الأخيرة نسبة 10.52% من المبحوثين الذين يرون أن الالتزام بروح المسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى وضع ضوابط أخلاقية لمهنة الاعلام.

3-2-2- آفاق الدراسة:

- يجب أن يكون هناك دورات مكثفة على أخلاقيات العمل الإعلامي ومبادئه.
- إجراء الدراسات والبحوث العلمية عن أخلاقيات المهنة الإعلامية وتدريبها كمنهاج لطلاب الاعلام في الكليات والمعاهد.
- عدم منح ممارسة العمل الإعلامي إلا بعد التأكد من امتلاك القدرات العلمية والموهبة ورغبة صادقة لممارسة عمله.
- تنمية أدوار النقابات والمجالس الإعلامية التي تعمل كأنظمة ضبط أخلاقيات الإعلاميين.
- إعادة تقييم أوضاع الاعلام من الناحية المهنية والارتباط الاخلاقي المهني.

خلاصة

بعد عرض وتحليل البيانات المتحصل عليها من الجانب الميداني توصلنا الى أن إعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية ليسوا على دراية كافية بأخلاقيات المهنة الإعلامية نظرا لكون أن لهذا الملف في الجزائر مقاربتين واحدة علمية وأخرى قانونية، حيث لاحظنا وجود هوة بين النص القانوني وتطبيقه في الواقع وبذلك موضوع الاخلاقيات في الجزائر فشل من باب الممارسة وليس على مستوى النصوص التشريعية.

خاتمة

خاتمة

إن موضوع أخلاقيات المهنة الإعلامية والتقييد بها في الممارسة الإعلامية يستحق اهتماما أكثر في ظل وجود العديد من العوامل التي ساهمت في وقوع مهنة الاعلام في التجاوزات ما من شأنها أن يؤثر على الجمهور بالدرجة الأولى على اعتبار أنه المستهدف الأول وخاصة بعد فتح قطاع السمعي البصري أمام الخواص، ويرجع هذا الى تداخل العديد من العوامل والاعتبارات كما أن الاعلام في الجزائر بحاجة الى تفعيل حقيقي لدور سلطة الضبط وإبعادها عن الضغوطات المختلفة، مما يجعلها أداة فاعلة وإيجابية.

بناء على الجانب النظري والميداني للدراسة الموسومة بعنوان أخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر من وجهة نظر الصحفيين الجزائريين، وتحليل متغيرات الدراسة، تم التعرف على مدى دراية والتزام الاعلاميين الجزائريين بقواعد السلوك المهني وكذا التعرف على مكانة الاخلاقيات المهنية المنظمة لمهنة الاعلام في التشريع الإعلامي الجزائري حسب رأي الاعلاميين العاملين في القطاع.

إضافة الى ما تم ملاحظته من خلال نتائج الدراسة الميدانية لإعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية حيث أسفرت أبرز النتائج على أن الضمير المهني هو الاقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية، فالإعلامي الذي يتحلى بضمير مهني يلتزم طوعا بمبادئ أخلاقيات المهنة الإعلامية ويبتعد كل البعد عن كل ما يخلق تعدي على تلك المبادئ التي تشكل قوام مهنة الاعلام، كون هذه الأخيرة لا تخلو من طغيان النزعة الربحية والمصالح الشخصية التي لا تمت للإعلام بصلة لهذا الإعلامي مطالب للاطلاع على القوانين والتشريعات المنظمة للمهنة والاطلاع على كل ما هو جديد حتى يتسنى له معرفة ماله من حقوق وما عليه من واجبات، وبالتالي ممارسة مهنة الاعلام بكل حرية وموضوعي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

1-الكتب:

1. إبراهيم عبد العزيز الدعيلج: الاتصال والوسائل التعليمية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، (ط1)، 2013.
2. إلياس خيضر: النظرية الاجتماعية جذورها التاريخية وروادها، الجامعة المفتوحة للنشر والتوزيع، الأردن، (ط 1)، 2013.
3. أحمد إبراهيم أخضر: إعداد البحوث والرسائل العلمية من الفكرة حتى الخاتمة، قسم الخدمة الاجتماعية وتنمية المجتمع، جامعة الازهر للنشر والتوزيع، القاهرة، (د ط)، 2013.
4. أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، الديوان للمطبوعات الجامعية، الجزائر، (ط1)، 2013.
5. أحمد حافظ نجم، محمد ماهر الصواف: دليل الباحث، دار المريخ لنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، (ط 1)، 1988.
6. أحمد عارف العساف، محمد الوادي: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية وإدارة المفاهيم والأدوات، دفر وفاء للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2011.
7. أحمد محمد عمر: البحث العلمي، إجراءاته ومنهجه، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، القاهرة، (ط 1)، 2000.
8. بسام عبد الرحمان المشابقة: الإعلام المقاوم الواقع والطموح، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، (ط1)، 2011.
9. بسام عبد الرحمان المشابقة: أخلاقيات العمل الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، (ط 1)، 2012.

10. بلال خلف سكارنة: أخلاقيات العمل، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2009.
11. جابر محجوب على محجوب: قواعد أخلاقيات مفهوماها، أساس إلزامها ونطاقها، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، (ط 2)، 2001.
12. جورج صدقة: الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، مؤسسة مهارات للنشر والتوزيع، بيروت، (ط 1)، 2001.
13. جون هونبرغ: الصحفي المحترف، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، (د ط)، 1996.
14. حسن عماد مكاوي: أخلاقيات العمل الإعلامي، دار المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، (ط 1)، 1194.
15. حسن محمد نصر: قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الامارات العربية المتحدة، (ط 1)، 2010.
16. خليل صابات: الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، دار المعارف للنشر والتوزيع، القاهرة، (ط 2)، 1960.
17. ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد عنيمة: أساليب البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، (ط 2)، 2008.
18. ردينة عثمان يوسف: أساليب البحث العلمي في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، (ط 1)، 2005.
19. سامان فوزي عمر: المسؤولية المدنية للصحفي، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، (ط 1)، 2007.
20. سليمان صالح: أخلاقيات الاعلام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، (ط 1)، 2002.

21. سماح سالم سالم: البحث الاجتماعي الأساليب المناهج الإحصاء، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2012.
22. سمير بن جميل راضي: الاعلام الإسلامي رسالة وهدف، دعوة الحق للنشر والتوزيع، (د ط)، 2015.
23. طارق موسى الخوري: أخلاقيات الصحافة النظرية والواقع والدراسات ومواثيق الشرف في خمسين دولة، دائرة المكتبة الوطنية للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2004.
24. عبد الحميد لطفي: علم الاجتماع، دار المعارف للنشر والتوزيع، بيروت، (ط 7)، 1996.
25. عبد الرزاق محمد الديلمي: أخلاقيات الاعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2012.
26. عبد الرزاق محمد الديلمي: علوم الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، (ط 1)، 2015.
27. غبد العالي رزاق: المهنة الصحفي، قوانين الاعلام وأخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية (التجاوزات في الممارسة المهنية)، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، (د ط)، 2013.
28. عبد العظيم الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: الاعلام الجديد وإشكاليات التواصل الرقمي، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، (ط 1)، 2016.
29. عبد اللطيف حمزة: أزمة الضمير الصحفي، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، (ط 1)، 1960.
30. عبيد الرحماني: الاعلام رسالة ومهنة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، (ط 1)، 2013.
31. فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، (ط 1)، 2002.

32. فريد كامل أبو زينة وآخرون: **مناهج البحث العلمي، طرق البحث النوعي**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، (ط 1)، 2005.
33. كامل خو رشيد مراد: **الاتصال الجماهيري والاعلام**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، (ط 1)، 2011.
34. كامل محمد المغربي: **أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية**، دار العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2009.
35. لحسن عبد الله باشيوة وآخرون: **البحث العلمي، مفاهيم أساليب، تطبيقات**، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، عمان، (د ط)، 2009.
36. ليلي عبد المجيد: **التشريعات الإعلامية**، مركز جامعة القاهرة للنشر والتوزيع، القاهرة، (ط 1)، 2000.
37. ماهر عودة الشمايلة وآخرون: **أخلاقيات المهنة الإعلامية**، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2014.
38. محمد السيد محمد: **المسؤولية الإعلامية في الإسلام**، دار الرفاعي للنشر والتوزيع، الرياض، (د ط)، 1983.
39. محمد بن سعود البشر: **نظريات التأثير الإعلامي**، العبيكات للنشر والتوزيع، الرياض، (ط 1)، 2014.
40. محمد جبار الخندقي: **مناهج البحث العلمي**، دار بدر للنشر والتوزيع، الأردن، (د ط)، 2012.
41. محمد حسام الدين: **المسؤولية الاجتماعية للصحافة**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، (ط 1)، 2003.
42. محمد عبد الحميد: **البحث العلمي للدراسات الإعلامية**، غالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، (ط 1)، 2000.

43. مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة وراق للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2000.
44. مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة وراق للنشر والتوزيع، الأردن، (د ط)، 2010.
45. مصطفى يوسف عاضي: الراي العام ونظريات الاتصال، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، (ط 1)، 2015.
46. منال هلال مزاهرة: نظريات الاتصال، دار المنيرة للنشر والتوزيع، الأردن، (ط 1)، 2012.
47. منى سعيد الحديدي، حسن عماد مكاوي: الفضاءات العربية ومتغيرات العصر، الدار المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، (ط 1)، 2005.
48. وليد خلف دياب: أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، (د ط)، 2014.
49. ياسين فضل ياسين: الاعلام الرياضي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، (ط 1)، 2011.
50. يوسف تمار: العينة في الدراسات الإعلامية والاتصالية، دار البغدادي للنشر والتوزيع، الجزائر، (ط 1)، 2010.
- 2- الرسائل الجامعية:
1. أسامة محمد خليل الزيناي: دور أخلاقيات المهنة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المستشفيات الفلسطينية، رسالة ماجستير في تخصص قيادة وإدارة، أكاديمية الإدارة والسياسة العليا، جامعة الأقصى، 2014.
2. روداليا بوزرق: أخلاقيات ممارسة الصحافة المكتبة في الجزائر، دراسة ميدانية بجريدة آخر ساعة بعنابة، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة تبسة، 2008-2009.

3-المجلات:

- 1.حنان بن علال: أخلاقيات المهنة في زمن الاعلام الجديد، دراسة قانونية في الجزائر، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، مخبر علم الاتصال، العدد الخامس، مارس 2018.
 - 2.عبد الجليل حسناوي: أخلاقيات المهنة الإعلامية في ضوء قوانين الاعلام الجزائرية، دراسة وصفية تحليلية لعينة من قوانين الاعلام، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المدرسة العليا للصحافة وعلوم الاعلام، العدد 27، ديسمبر 2016.
 - 3.عبد الجليل حسناوي: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر، دراسة تحليلية من خلال صحفيي قناة النهار، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، العدد 2، 2015.
 - 4.علي قساسة: التشريعات الإعلامية الحديثة في ظل السوق الحرة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 14، جويلية 1996.
- 4-المعاجم والموسوعات:
- 1.إبن منظور: لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر لبنان، بيروت، (د ط)، 1956.
 - 2.أحمد زكي بدوي: معجم المصطلحات والاعلام، دار الكتاب المصري للنشر والتوزيع، مصر، القاهرة، (د ط)، (د س).
 - 3.بسام عبد الرحمان المشابقة: معجم مصطلح العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان، (ط 1)، 2014.
 - 4.جبران مسعود: الرائد ألفبائي في اللغة والاعلام، دار للملايين، لبنان، بيروت، (ط 3)، 2005.
 - 5.طه أحمد الزيدي: معجم مصطلحات الدعوى والاعلام الإسلامي(عربي-إنجليزي)، دار النقاش للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، (ط 1)، 2002.

6. محمد السيد علي: موسوعة المصطلحات والاعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، عمان، (ط 1)، (د س).

7. محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، (ط 1)، 2009.

8. محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي: دار الفجر للنشر والتوزيع، (ط 1)، 2004.

9. محمود إبراقن: المبرق، قاموس موسوعي للإعلام والاتصال، ثالة للنشر والتوزيع، الأبيار، الجزائر، (ط 2) 2000.

5-الملتقيات:

1.السعيد بومعيزة: أخلاقيات وآداب المهنة في تلفزيون الخدمة العمومية، حالة التلفزيون الجزائري، مداخلة في الملتقى الدولي في تونس، معهد علوم الأخبار في تونس، تونس.

6-الوثائق الرسمية:

1.الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية: قانون الاعلام 1990، العدد 14، بتاريخ 3 أفريل 1990.

2.الجريدة الرسمية للجمهورية: القانون العضوي 2012، العدد 2، بتاريخ 12 جانفي 2012.

3.الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية: قانون السمعى البصرى، العدد 16، بتاريخ 23 مارس 2014

الملاحق

جامعة العربي بن مهدي - أم البواقي -

كلية: العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم: العلوم الإنسانية

استمارة الاستبيان بعنوان:

أخلاقيات المهنة الإعلامية في الجزائر

-دراسة ميدانية لعينة من الإعلاميين الجزائريين-

(إذاعة أم البواقي الجهوية نموذجاً)

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري

إشراف الأستاذ :

د/الجمعي حجام

إعداد الطالبة :

- بلخيري منصور

ملاحظة:

هذه الاستمارة خاصة بإعداد بحث علمي في إطار إنجاز مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، نرجو منكم مساعدتنا بملأ الاستمارة بكل صدق وموضوعية ونتعهد من جهتنا بالسرية التامة أن هذه المعلومات تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

وتقبلوا منا فائق التقدير والاحترام

السنة الجامعية 2020/2019

أولاً: البيانات الأولية.

1-الجنس:

- ذكر -أنثى

2-المستوى التعليمي:

- جامعي -دراسات عليا

3-التخصص العلمي:

4-المنصب:

- صحفي -مراسل -تقني -رئيس تحرير

آخر تذكره.....

5-الأقدمية العملية:

- سنة - 5 سنوات

- 6 - 10 سنوات

- 11 - 15 سنة

- أكثر من 15 سنة

ثانياً: محور خاص بمدى وعي اعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية بأخلاقيات المهنة الإعلامية.

6-هل تفرق بين قانون الإعلام وأخلاقيات المهنة المنظمة لعمالكم كإعلاميين؟

- نعم -لا

7-ماذا تعني لك أخلاقيات المهنة الإعلامية؟

- مبادئ ومعايير أخلاقية لتنظيم ممارسة المهنة

- مجموعة من الواجبات التي يلتزم بها الصحفي قانونيا
- حقوق يتمتع بها الاعلامي
- مجموعة من الحقوق والواجبات التي يلتزم بها الصحفي قانونيا

8- هل تمتلك مؤسستكم الإعلامية ميثاقا أو مدونة لأخلاقيات المهنة؟

- نعم

- لا

- لا أدري

- في حالة عدم امتلاك المؤسسة الإعلامية ميثاق أو مدونة لأخلاقيات وآداب المهنة فإلى ما يعود ذلك؟

- اكتفاء المؤسسة الإعلامية بقانون الإعلام كنصوص تنظيمية ملزمة
- اعتبار الأخلاقيات المهنية ترتبط بالضمير المهني وبالتالي لا حاجة لمدونة تعبر عنها
- القانون الداخلي للمؤسسة هو الذي يحكم العمل الإعلامي

9- ما هي 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

10- في رأيك أيهما أقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية؟

- القوانين والتشريعات الإعلامية الملزمة

- مبادئ الضمير المهني

- الهيئات والمنظمات الإعلامية

ثالثاً: محور خاص بمدى التزام الاعلاميين العاملين بإذاعة أم البواقي الجهوية بالقوانين الإعلامية السارية المفعول التي تنظم أخلاقيات المهنة الإعلامية.

11- هل يدفعك الضمير المهني إلى الالتزام بالمبادئ العامة لأخلاقيات المهنة؟

- دائماً

- غالباً

- أحياناً

12- ما هي أهم المعايير الأخلاقية التي تسعى للالتزام بها كإعلامي؟

- الموضوعية

- الصدق

- احترام الحياة الخاصة للأفراد

- احترام قيم المجتمع وعاداته وتقاليده

- أخرى تذكر.....

13- هل التزامك بهذه المعايير نابع من؟

- قناعتك الشخصية

- المحافظة على سمعة المؤسسة

- الالتزام الطوعي بمسؤوليتك الاجتماعية

- وعيك بضرورة العمل وفق أخلاقيات المهنة

- أخرى تذكر.....

14- في رأيك ما 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

15- هل لاستقلالية الإعلامي دور في تحقيق الموضوعية والمصداقية كمعيار لأخلاقيات المهنة؟

- نعم - لا

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

- أخلاقية ذاتية

- قانونية عمومية

17- هل تتعارض أخلاقيات المهنة الإعلامية مع الرقابة؟

- نعم - لا

18- في رأيك ما هي الأسباب التي تحول دون التزام الإعلامي بأخلاقيات المهنة؟

.....

رابعا: محور خاص بموقع ومكانة أخلاقيات المهنة الإعلامية في التشريع الإعلامي الجزائري

حسب وجهة نظر إعلامي إذاعة أم البواقي الجهوية.

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

- كليا

- جزئيا

- لم تليها أي اهتمام

20 - هل اطلعت على القانون العضوي للإعلام الصادر في 2012؟

- نعم - لا

- إذا كانت إجابتك بنعم هل تعتقد أن قانون الإعلام 2012 أولى اهتماما كافيا لمبادئ أخلاقيات المهنة؟

- كليا

- جزئيا

- لم يليها أي اهتمام

21 - هل اطلعت على ميثاق الشرف الصحفي؟

- نعم - لا

22 - ما هو موقفك من موثاق الشرف المهنية الخاصة بمهنة الإعلام؟

- القبول

- الرفض

- القبول بتحفظ

23 - في رأيك هل يسهر المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة في الجزائر على تنظيم مهنة الإعلام؟

- نعم - لا

24 - ما هي أهم الاقتراحات التي تقدمها للحد من الممارسات غير الأخلاقية وتحسين الممارسة الإعلامية في الجزائر؟

.....

.....

.....

المُلخَص

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى دراية والتزام الإعلاميين الجزائريين بالتشريعات الإعلامية والأخلاقية من خلال اجراء دراسة ميدانية بإذاعة أم البواقي الجهوية.

وتتمثل أهمية هذه الدراسة في الأهمية القانونية وكذلك أهمية الاعلام في بناء المجتمعات وتتميتها من خلال اعلام حر ونزيه، ومن هنا تتبع أهمية دراستنا التي من خلالها تعرفنا على مدى التزام الإعلاميين الجزائريين واعلاميو إذاعة أم البواقي الجهوية نموذجاً بمبادئ أخلاقيات المهنة الإعلامية.

تم استخدام المنهج الوصفي اعتماداً على المسح الشامل لكون مجتمع البحث صغيراً، وذلك من اجل الحصول على المعلومات من مختلف عناصر أو مفردات الدراسة مع الاعتماد على الملاحظة وكذلك الاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة أساسية وتوزيعها على 17 مبحوثاً من الإعلاميين العاملين بإذاعة أم البواقي الجهوية خلال الدراسة الميدانية لجمع البيانات والمعلومات.

وقد توصلت الدراسة الى جملة من النتائج أهمها أن الضمير المهني هو الأقدر على تنظيم الممارسة الإعلامية، فالإعلامي الذي يتحلى بضمير مهني يلتزم طوعاً بمبادئ أخلاقيات المهنة الإعلامية كون هذه الأخيرة لا تخلو من طغيان النزعة الربحية، وبالتالي الإعلامي مطالب بالاطلاع على القوانين والتشريعات الإعلامية وعلى كل ما هو جديد فيها حتى يحقق رسالة إعلامية هادفة.

وفي الأخير خلصت الدراسة بمجموعة من الآفاق حيث أوصت إلى ضرورة تكثيف دورات تكوينية حول أخلاقيات المهنة الإعلامية، كذلك تنمية أدوار النقابات والمجالس الإعلامية التي تعمل كأنظمة لضبط أخلاقيات الإعلاميين والعمل على تقييم أوضاع الاعلام من الناحية المهنية والارتباط الأخلاقي المهني.

L'étude visait à connaître les connaissances et l'engagement des professionnelles des médias Algériens éthique en menant une étude exploratoire sur la radio régionale Oum El Boughi.

L'approche descriptive a été utilisée sur le fait que la communauté de recherche est petite afin d'obtenir des informations à partir des différents éléments, ou du vocabulaire de l'étude, en s'appuyant sur le formulaire de questionnaire comme outil de base et en le distribuant à 17 personnes interrogées des médias travaillant dans la radio régionale Oum EL Boughi, pendant l'étude de terrain pour collecter données et informations.

L'étude a abouti à un ensemble de résultats dont le plus important est que la conscience professionnelle est la plus capable d'organiser la pratique médiatique, car le journaliste qui a une conscience professionnelle adhère volontairement aux principes de l'éthique de la profession médiatique, puisque cette dernière n'est pas exempte de la tyrannie de la tendance au profit. En cela pour atteindre un message médiatique significatif.

Enfin, l'étude s'est conclue par un ensemble de perspectives. Car cette étude recommandait la nécessité d'intensifier les cours sur l'éthique de la profession des medias. Ainsi que de développer les rôles des syndicats et des conseils des médias qui agissent comme des systèmes de contrôle de l'éthique des professionnels des medias et travaillent à évaluer les conditions des médias en termes de professionnalisme, et de connexion éthique professionnelle.