

## دور الممارسات والمبادئ الأخلاقية في التقليل من مظاهر التضليل الإعلامي دراسة ميدانية بمؤسسة الحديد والصلب بعنابة

أمال يوب\* ، راضية يوسف\*\*

الإرسال: 2019/04/23

القبول: 2019/05/13

**ملخص:** تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أثر الممارسات والمبادئ الأخلاقية في التقليل من مظاهر التضليل الإعلامي بمؤسسة الحديد والصلب بعنابة. ومن أجل تحقيق هذا الهدف، تم تطوير استبيان وتوزيعه على عينة شملت 70 مبحوث. ومن خلال الاستطلاع الميداني وتطبيق الأداة على أفراد العينة والتحليل باستخدام برنامج (SPSS V24) خلصت الدراسة إلى: مستوى توافر الممارسات الأخلاقية متوسط والمبدأ الأكثر التزاما به هو خدمة المجتمع، توافر نسبي وضعيف لمظاهر التضليل الإعلامي بالمؤسسة محل الدراسة، يوجد أثر معنوي عند مستوى معنوية (0.05) للممارسات الأخلاقية في التقليل من مظاهر التضليل الإعلامي بالمؤسسة المبحوثة ويعود الأثر لمبدأ العدالة، إضافة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد العينة حول مدى توافر مظاهر التضليل الإعلامي بالمؤسسة تعزى لمتغيري (الجنس والخبرة المهنية).

**الكلمات المفتاحية:** الممارسات الأخلاقية ؛ التضليل الإعلامي ؛ مؤسسة الحديد والصلب بعنابة.

تصنيف JEL : L82 ; D23

### The role of ethical principles and practices to reduce the manifestations of Disinformation - a field study of the Iron and Steel enterprise in Annaba-

**Abstract:** This study aimed to investigate the impact of The impact of the practices and principles of ethics in the reducing of the manifestations of the Iron and Steel Corporation misinformation in Annaba. In order to achieve the objective of the study, a questionnaire was developed and distributed to a sample of 70 respondents. Through the field survey, application of the study tool to the sample and the analysis using SPSS V24 program. The study concluded that: The relative availability of ethical principles and principle most commitment is to service the community, the availability of relatively weak tends for manifestations of disinformation in the institution, there is trace of the moral and ethical practices in reducing manifestations of disinformation organization discussed the impact is due to the principle of justice, the absence of statistically significant differences in the responses of the sample members about the availability of the manifestations of misinformation attributable for (gender expertise and professional) at the company.

**Keywords:** Ethical Practices, Disinformation, Iron and Steel enterprise in Annaba.

**JEL Classification:** D23 ; L82

\* أستاذة محاضرة " أ " ، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، الجزائر ، البريد الإلكتروني amalyoub@yahoo.fr

\*\* طالبة دكتوراه، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، الجزائر ، البريد الإلكتروني radiayousfiradia@gmail.com

## 1. مقدمة

يرى البعض أن الحديث عن العلاقة بين الأخلاق والإعلام هو من أمور البلاهة، لكن الحقيقة أنه بغياب الطرف الأول سيؤدي ذلك بالضرورة إلى التأثير على الطرف الثاني ليسلك غير مجراه المفترض ويصبح أداة للتلاعب بالرأي العام سواء عن قصد أو عن غير قصد، لا سيما عندما يتعلق الأمر بفقدان الإعلام السائد للموضوعية والمصادقية لدى قطاع عريض من الجمهور في المجتمع نتيجة سيطرة حالة الشك في جدية وموضوعية تغطيته للعديد من القضايا التي تشغل اهتمام الرأي العام وصولاً إلى اتهامه وتحميله مسؤولية التضليل الإعلامي للرأي العام (اللبان، 2014، ص116)، فرغم اختلاف نظم الإعلام من مجتمع لآخر عبر العالم إلا أن هناك إجماع في كل تلك المجتمعات على ضرورة وجود ضوابط ومبادئ أخلاقية تحول دون حدوث انحرافات إعلامية، لأن عملية نقل المعلومة أو صياغة الخبر إنما تتأثر بالدرجة الأولى بمدى التقيد والالتزام بميثاق الأخلاق، لأن الإعلام الحقيقي هو تزويد الآخرين بالأخبار الصادقة والآراء السديدة والتي لا تعكس مصالح ذاتية إلى جمهور معين، لذلك تعتبر المبادئ الأخلاقية وسيلة تنير الرأي العام بالوقائع والآراء بموضوعية وحياد، وعند الحديث عن المبادئ الأخلاقية يقودنا ذلك إلى خمس مبادئ أساسية هي: العدالة، الصدق والأمانة، عدم التحيز (الحياد)، الاحترام وخدمة المجتمع، حيث سيتم التعرف على أهمية الالتزام بهذه المبادئ وأثرها في التقليل من مظاهر التضليل الإعلامي بمؤسسة الحديد والصلب الحجار بولاية عنابة.

– إشكالية الدراسة: إن ظاهرة التضليل الإعلامي تستهدف الضغط على الوعي العام للمجتمع، وتضليله إعلامياً بما يخدم التوجهات المعلنة والخفية الخاصة بطرف أو بآخر، وهذا بالتأكيد يقود إلى حقيقة مأساوية ناتجة عن التنحي للقيم والأخلاق في أثناء بناء المعادلة الإعلامية، والتي تؤدي بطريقة أو بأخرى إلى تغليب الرأي العام والخروج عن المؤلف والعرف الخاص بذلك المجتمع، ومن هنا فإن مشكلة هذه الدراسة تتمحور حول سؤال رئيس مفاده:

✓ هل يؤثر الالتزام بالممارسات والمبادئ الأخلاقية في التقليل من مظاهر التضليل الإعلامي بمؤسسة الحديد والصلب بعنابة وذلك عند مستوى دلالة (0.05)؟

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيس الأسئلة الجزئية التالية:

- 1- هل توجد ممارسات ومبادئ أخلاقية بمؤسسة الحديد والصلب بعنابة؟
- 2- هل هناك مظاهر للتضليل الإعلامي بمؤسسة الحديد والصلب بعنابة؟
- 3- ما مدى إسهام الممارسات الأخلاقية في التقليل من مظاهر التضليل الإعلامي بالمؤسسة؟
- 4- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) حول توافر مظاهر للتضليل الإعلامي بالمؤسسة محل الدراسة تعزى للمتغيرات (الجنس والخبرة المهنية)؟

– فرضية الدراسة: للإجابة على مشكلة الدراسة، سيتم اختبار الفرضية التالية:

تتأثر مظاهر التضليل الإعلامي بمؤسسة الحديد والصلب بعنابة بمدى تبني هذه المؤسسة للممارسات والمبادئ الأخلاقية. ولاختبار صحة هذه الفرضية؛ تم تجزئتها إلى الفرضيات الجزئية التالية:

الفرضية الجزئية الأولى: يوجد أثر معنوي عند مستوى معنوية (0.05) للممارسات والمبادئ الأخلاقية في التقليل من ظاهرة التضليل الإعلامي بالمؤسسة محل الدراسة.

الفرضية الجزئية الثانية: توجد فروق معنوية عند مستوى معنوية (0.05) في توافر مظاهر التضليل الإعلامي بالمؤسسة محل الدراسة تعزى للمتغيرات (الجنس، والخبرة المهنية).

- أهمية الدراسة: تبرز أهمية الدراسة الحالية في جانبيها النظري والتطبيقي:

- فمن الناحية النظرية؛ تساهم هذه الدراسة في تقديم إطار نظري عن أهم الممارسات والمبادئ الأخلاقية اللازمة لمهنة الإعلام، بالإضافة إلى تقديم نبذة مختصرة عن ظاهرة التضليل الإعلامي، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات التي تنظر إلى مهنة الإعلام على أنها مهنة تتطلب الالتزام الأخلاقي في المهنة أكثر منه في نشر الخبر، على اعتبار أن الإعلام إذا ما تم فيه الالتزام بالممارسات والمبادئ الأخلاقية سيملك غير مجراه الصحيح وتكون قيم المجتمع وكرامته مهددة بالانهيار، بالإضافة إلى إفادة الباحثين في الجانب النظري للدراسة ولفت النظر لإجراء دراسات مماثلة عن أهمية التحلي بالقيم والمبادئ الأخلاقية في أداء المهنة الإعلامية.

- أما من الناحية التطبيقية؛ فجاءت هذه الدراسة لتعالج موضوعاً من المواضيع القائمة بذاتها والتي لازالت تحتاج المزيد من الدراسات والتقسي لآثارها: "مهنة الإعلام" أساسها وسر نجاحها مجموعة من القيم والمبادئ والممارسات الأخلاقية كالعدالة والصدق والأمانة والإنصاف والحياد والموضوعية واحترام كرامة الآخرين وغيرها، إذا ما تم التقيد بها والالتزام بتطبيقها أدت رسالتها التي وجدت من أجلها وهي خدمة الصالح العام (المجتمع) الذي أصلاً تمارس وظيفتها داخله، لأن هذه القيم لا تخص مجتمعاً دون غيره بل هي مبادئ عامة تشترك فيها كل المجتمعات وتوجه جميع القائمين على هذه المهنة وممارسيها ليقوموا بعملهم على النحو المطلوب وبالطريقة الصحيحة. وعليه؛ كان إسقاط هذه الدراسة على واحدة من أكبر المؤسسات في الجزائر هي مؤسسة الحجار بعنابة، ولذلك لمعرفة مدى تحلي القائمين على مهنة الإعلام فيها بالممارسات الأخلاقية أم أن هؤلاء القائمين عليها لهم نيات مبيتة للتلاعب بالرأي العام والمجتمع، كما قد تساهم هذه الدراسة في تكوين اتجاهات إيجابية لدى القائمين على مهنة الإعلام نحو التحلي بالممارسات والقيم الأخلاقية كأساس لنجاح هذه المهنة وأداء رسالتها التي وجدت لأجلها بكل صدق موضوعية.

- أهداف الدراسة: إن الهدف الأساس من هذه الدراسة هو الكشف عن مدى توافر الممارسات والمبادئ الأخلاقية بمؤسسة الحديد والصلب بعنابة وكذلك مدى وجود مظاهر للتضليل الإعلامي فيها؛ إضافة إلى الكشف عن مدى تأثير الممارسات والمبادئ الأخلاقية في التقليل من آثار التضليل الإعلامي؛ ثم الخروج بمجموعة من النتائج والتوصيات والتي من شأنها حث المعنيين في هذا المجال بضرورة الالتزام بالممارسات والضوابط الأخلاقية أثناء تأدية مهامهم الإعلامية.

- منهج الدراسة: تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، والذي يسمح بوصف الظاهرة المدروسة كما هي في الواقع دون تدخل من الباحثين والذي لا يتوقف على جمع المعلومات فقط وإنما تحليلها وتفسيرها للوصول إلى أهم النتائج والتوصيات والتي نأمل أن تساهم في تطوير الواقع وتحسينه.

- مصطلحات الدراسة:

- الممارسات الأخلاقية: هي معايير سلوكية وقواعد أخلاقية تنبع من قواعد المهنة ذاتها، ومن متطلبات نجاح العمل المهني التزام الممارس بهذا النظام الأخلاقي أو الدستور المهني المتفق عليه صراحة (مهدي، 2006، ص196).

التعريف الإجرائي للممارسات الأخلاقية: هي مجموعة من القيم والسلوكيات الأخلاقية والسليمة يلتزم بها القائمون على مهنة الإعلام كنوع من الواجبات الشخصية اللازمة لأداء هذه المهنة.

- التضليل الإعلامي: هي العمية التي يتم من خلالها إعطاء معلومات مضللة وخاطئة ومحرّفة ومنحازة لغرض زعزعة قناعات الرأي العام واستبدالها بأخرى محرّفة ومضلّلة (النقولا، 2014، ص8).

التعريف الإجرائي للتضليل الإعلامي: هو معلومات كاذبة تنشر عمداً لتضليل الرأي العام سواء بالحجب والتكتم أو بالتسريب والبوح بالمعلومات.

## 2. الإطار النظري للدراسة:

### 1.2 مفهوم الأخلاق:

لقد اختار الله كلمة الأخلاق من بين جميع مفردات اللغة ليصف بها نبينا "محمد" (صلى الله عليه وسلم) إذ خاطبه بذلك قائلاً: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾ (القلم: الآية 4)، كما يصف الرسول (صلى الله عليه وسلم) دوره الرسالي الذي بعث من أجله بقوله: "إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق" وتعرف الأخلاق بأنها: "مجموعة من المبادئ والقيم الأخلاقية التي تحكم سلوكيات الشخص أو المجموعة فيما يتعلق بما هو صحيح أو خاطئ" (راضي، وحسن، 2011، ص107). وهي أيضاً: "المعايير التي تحكم سلوك الفرد أو الجماعة والواجبات الأخلاقية للفرد" (Leslie & Byars, 1977, p471). وهنا تبدو أهمية المبادئ الأخلاقية عندما يجد الشخص نفسه في مواجهة موقف لا تحكمه القوانين والأنظمة والتعليمات، وإنما يتحتم عليه إصدار قراره مستنداً إلى ما يعتقد أنه صحيح أو اعتماداً على قيمة الأخلاقية (الطراونة، 2012، ص99).

وفي مجال الإعلام؛ تنصب معايير الأخلاقيات في الغالب على أربعة قيم رئيسية متداخلة تشمل: قول الحقيقة، الالتزام بالعدالة، والحرية التضامنية (أي الشعور بالمسؤولية تجاه الآخر) واحترام الكرامة الانسانية (الموسى، 2005، ص6).

ومن أهم الممارسات والقيم أو المبادئ الأخلاقية التي تتطلبها مهنة الإعلام نجد:

- العدالة والإنصاف: العدل صفة هامة ولا غنى عنها، وذلك من خلال معاملة الآخرين بالعدل والإنصاف (هندي، 2017، موقع الكتروني) دون تمييز بينهم لأنّ في ذلك طمأنينة لنفوسهم واستقرارهم في أعمالهم وفيها احترام وتوقير لهم.
- الصدق والأمانة: أداء العمل بإتقان والإخلاص فيه أمانة واجبة على الجميع، وإتقان العمل والإخلاص فيه تعود منفعتهم على الجميع (طشطوش، 2008، ص276). لذلك يحتاج الفرد الأخلاقي أن يكون صادقاً مع نفسه ومع الآخرين، فعندما لا يكون الفرد صادقاً فإن الآخرين لا يرونه جديراً بالاعتمادية والثوقية ويقبل احترامهم له وبذلك يقل تأثيره عليهم (قبطان، 2015، ص345). فمن الأمانة الإعلامية يأتي الصدق في نقل الأحداث والوقائع ومراعاة التوازن في نقل وجهات النظر.

● الحياد: عُرف حديثاً في عالم السياسة بمعنى "عدم التحيز" إلى أحد من الطرفين المتصارعين، وذلك بعد أن ذاق العالم ويلات الحربين (الخراسي، 2006، ص32)، ومع نشوء المصطلح في المجال السياسي؛ إلا أنه صار لصيقاً بالإعلام، فلا تكاد تجد تقييماً/وصفاً لوسيلة إعلامية إلا كان مفهوم الحياد حاضراً إيجاباً أو سلباً، واشتهر استخدامه في الإعلام أكثر من غيره، ويقصد به في الإعلام "اتخاذ مسافة واحدة من وجهات النظر المختلفة وعدم الانحياز قدر الإمكان لرأي على رأي آخر، بمعنى أن تكون الوسيلة الإعلامية الجماهيرية بمثابة قناة لمختلف الآراء والتوجهات" (هاشم، 2018، موقع الكتروني).

● احترام الآخرين: يقول الموسى (2005، ص12) أن احترام الآخرين أو احترام الكرامة الانسانية يعني عدم المساس بالناس وكرامتهم، أو الإعلام عن شؤونهم الخاصة والسرية أو الخط من قدرهم، أي أن ما يمس الأفراد شخصياً أو يتعلق بحياتهم لا يجوز أن يذاع عنها لأنها معلومات ليست عامة ولا تهم الرأي العام.

• خدمة المجتمع: مبدأ الخدمة مثال لمذهب الإيثار، وهو "السلوك الذي يبرز تفضيل المصلحة العامة للجماعة على المصلحة الفردية الخاصة" (اليازجي، 2001، ص14)، فالأفراد الذين يخدمون غيرهم يؤثرون الآخرين على أنفسهم، والفكرة الأساسية التي تكمن وراء الخدمة هي المساهمة في الصالح الأكبر للآخرين، بمعنى أن يكونوا قادرين على أداء مهامهم بمهنية واحترافية في خدمة مجتمعهم.

## 2.2 مفهوم التضليل الإعلامي

مصطلح التضليل الإعلامي ظهر لأول مرة في اللغة الروسية (Desinformatsia) مع بداية العشرينات من القرن الماضي، وشاع استعماله في الاتحاد السوفييتي سابقا بعد الحرب العالمية الثانية لينعت بـ "الممارسات الإعلامية في البلدان الرأسمالية الهادفة إلى استبعاد الجماهير الشعبية"، ولم ينقل المصطلح إلى الإنجليزية (Disinformation) إلا في الستينات ليشير إلى "التسريب المقصود للمعلومات المضللة"، أمّا في فرنسا فظهر لأول مرة عام 1974، ودخل القاموس الفرنسي مع بداية الثمانينات من القرن الماضي ويتضمن دلالات سياسية أساسا، أي "النّية المبيّنة لتغليب الرأي العام وإبقائه على جهل تام بمشكل خطير، أو عدم تنويره بما فيه الكفاية حول مسائل هامة" (بومعيرة، 2004، ص91). ويعرف بأنه: "محاولات مصادر، معلن عنها أو غير معلن عنها، التلاعب بالرأي العام أو بجهات أخرى عن طريق وسائل الإعلام وباستعمال معلومات كاذبة أو مفبركة أو إخفاء معلومات حقيقية لتحقيق أهداف سياسية غير موضحة للجماهير" (عثمان، 2015، ص46)، ويهدف التضليل عادة إلى التأثير على الرأي العام وتحقيق الأهداف التي يسعى إليها أفراد معينون من خلال نشر معلومات مضللة حيث يعتقد هؤلاء أن نشر الأخبار الوهمية واختلاق القصص الصادمة لمعتقدات الجمهور أكبر تأثيرا من الإعلانات، ومن مظاهره:

- أسلوب التكتّم والحجب والتعمية على المعلومات؛
- أسلوب التسريب والنشر والبوح بالمعلومات.

وتتنوع هذه الأساليب بين التضليل بالانتقائية المتحيزة التي تنتقي بعض الحقائق وتتجاهل الأخرى وتقوم بالتركيز على حقيقة وإغفال حقيقة أخرى مرتبطة بها؛ التلاعب بالمعلومات وترتيب الحقائق بحيث تعطي انطباعات معينة يتم تفسيرها بشكل يخالف الواقع؛ إهمال خلفية الأحداث فلا يستطيع المتلقي فهمها وتفسيرها؛ المزج والخلط وعدم التمييز بين الخبر والرأي فلا يعرف المتلقي هل هذا جزء من الخبر أم هو رأي الصحفي؛ إغراق الجمهور بمعلومات لا تهمه؛ لفت الأنظار عن قضية معينة وتسليط الضوء على قضية أخرى وغيرها (الشميمري، 2010، ص105).

## 3.2 العلاقة بين القيم الأخلاقية والإعلام

تعد العلاقة بين الإعلام والأخلاق علاقة معقدة وذات طابع إشكالي لكنها ليست مستعصية، وقد يبدو الجمع بينهما في سياق واحد أمر غريب، إذ يرتبط الإعلام في ذهن الكثيرين - نتيجة الممارسات الخاطئة - بالإثارة والبلح عن الغرائب والحري وراء الأسرار والفضائح، ليتحقق بالتالي العائد المادي الذي يبدو هدفا أساسيا من تلك الصناعة المعقدة، ويمكن القول أن الإعلام يرتبط بالأخلاق ارتباطا وثيقا لثلاثة أسباب هي: الأول: أن الأخلاق من صفاتها: العموم والشمول، بحيث من الصعب أن نجد مجالا يمكن أن نقول عنه أن الأخلاق لا تشملها ولا تعرف عنه سلطانا. ثانيا: أن الإعلام تمتد خيوطه لتتسج علاقات متينة مع جميع فئات المجتمع ومراحل العمرية، وما لم يرتبط الإعلام حينئذ بالأخلاق فإن نسيج المجتمع وقيمه سيكونان مهددين بالانهيار لا شك. ثالثا: أن صناعة الإعلام ترتبط بشكل كبير بالسلطة الحاكمة (خاصة في العالم العربي)،

وإذا تُرك الإعلام دون أخلاقيات وضوابط تنظّم مساره فإنه سيكون مطية للنظام الحاكم وبوقاً له (السنوسي، 2018، موقع الكتروني).

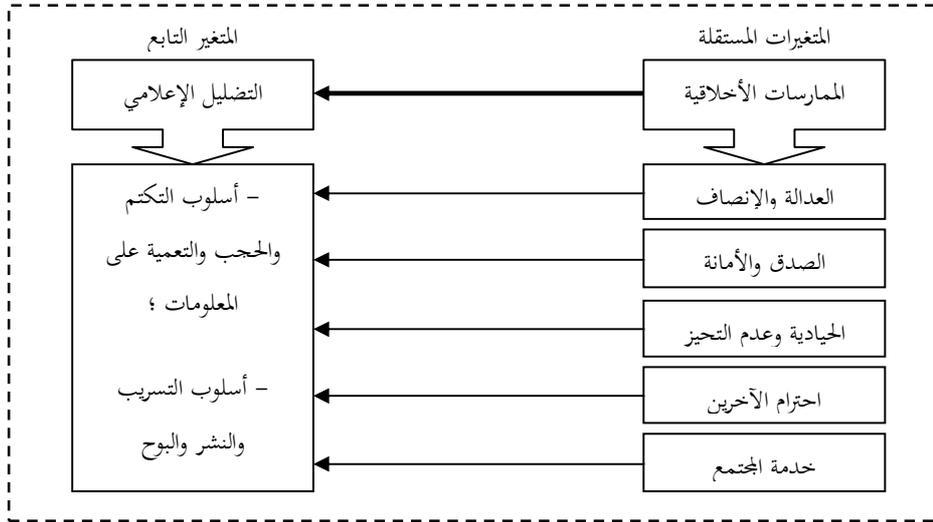
فالصلة بين الأخلاق والإعلام وثيقة وضرورية، وإلا صرنا إزاء شبكات وكيانات إعلامية تفتس الحقيقة، وتدهس القيم وتتلاعب بعقول ومصائر الشعوب. وإذا تم تفعيل الأخلاق في الوسط الإعلامي ستكون أطراً تقن استخدامهما بما يعمق البعد الحضاري له، وعلى العكس حينما يتجرد الإعلام من الأخلاق سيفقد دوره بل إذا تحرك في دائرة مفرغة من القيم سيتحول إلى آلة تأتي على البعد الانساني في المجتمع.

وهنا يضيف (المشاقبة) بقوله: "الأخلاقيات الإعلامية أو أخلاقيات الإعلام تعتبر من الأساسيات للعمل الإعلامي، لأنها تضبط تَوْحُّش و تَعَوُّل الوحش الإعلامي، وبذلك فهي التي تهدب العملية الإعلامية وتحقق أهداف الإعلام في خدمة الصالح العام ونشر الحقائق والمعارف"، وقد يتساءل البعض عن حجم هذا الاهتمام الكبير بمواثيق الشرف والأخلاقيات الخاصة بمهنة الإعلام عن غيرها من المهن والوظائف الأخرى، وتكمن الإجابة الحقيقية على مثل هذا التساؤل من ذلك الدور العظيم الذي تلعبه وسائل الإعلام على مختلف أبناء المجتمع وعناصره ومدى تأثيرها عليهم، فهي تخاطب الانسان وتساهم في تشكيل قيمه واتجاهاته ومعارفه، وهي أيضا رسالة تحقق التواصل والترابط بين الشعوب والحضارات والثقافات المختلفة وتغطي كافة جوانب الحياة الانسانية، بعد ذلك كله؛ ندرك جيدا ضرورة وجود تلك المواثيق والأخلاقيات الإعلامية لأنها ولا شك الطريق الأمثل للوصول إلى إعلام هادف يقوم بهذه المهنة العظيمة على أكمل وجه بما يضمن المصالح لكافة أطراف المجتمع (ملكاوي، 2019، موقع الكتروني).

### 3. الدراسة التطبيقية

#### 1.3 إجراءات الدراسة:

• نموذج الدراسة: يوضح النموذج التالي المبين في الشكل رقم (01) متغيرات الدراسة:



المصدر: من إعداد الباحثين

الشكل (01): متغيرات الدراسة - نموذج البحث الافتراضي -

- حدود الدراسة: الحدود المكانية: مؤسسة الحديد والصلب الحجار بولاية عنابة، الحدود الزمنية: شهري مارس وأفريل 2018، الحدود البشرية: جميع العاملين بمؤسسة الحجار بعنابة وعددهم (3553) عاملا.
- مجتمع وعينة الدراسة: تمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين بمؤسسة الحديد والصلب بعنابة وعددهم 3553 عاملا، وشملت العينة والتي تم اختيارها عشوائيا (70) موظفا من إجمالي هؤلاء العاملين يتوزعون على عدد من المصالح لها علاقة مباشرة بقسم الإعلام والاتصال بهذه المؤسسة، تم استرجاع (50) استبيانا من إجمالي الاستبيانات الموزعة والذي يمثل عدد الاستبيانات المكتملة وهو العدد الصالح للدراسة التطبيقية.
- أداة الدراسة: تمثلت أداة الدراسة الرئيسة لجمع البيانات الأولية في الاستبيان، والتي تم تطويرها وبنائها بعد الاطلاع على الأدب النظري والدراسات السابقة ذات العلاقة بالموضوع، وتم تقسيمها إلى 3 محاور كما يلي: يتعلق المحور الأول بالبيانات الشخصية وتضم (الجنس، العمر، المؤهل العلمي والخبرة)، بينما يتعلق المحور الثاني بالممارسات والمبادئ الأخلاقية، ويتعلق المحور الثالث بالتضليل الإعلامي، صممت الأداة باستخدام مقياس "ليكرت الخماسي" بحيث يتراوح المقياس من 1 إلى 5 أي من "غير موافق تماما" إلى "موافق تماما"، كما هو موضح في الجدول رقم (01):

الجدول (01): درجات مقياس الدراسة

التقدير	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
الدرجة	1	2	3	4	5

- صدق أداة الدراسة: يعد الصدق من أهم الشروط التي ينبغي أن تتوفر في الأداة، وتكون الأداة صادقة إذا قاست فعلا ما وضعت لقياسه، وصدق الأداة يعني أن تكون عباراتها مناسبة للغرض الذي وضعت من أجله، وقد تم حساب صدق الاتساق الداخلي والصدق التمييزي للتأكد من مدى ملائمة الأداة للغرض الذي وضعت لأجله.
- صدق الاتساق الداخلي: والذي يوضح درجة ارتباط كل فقرة مع الدرجة الكلية للمجال التابعة له عن طريق إيجاد معامل الارتباط "بيرسون" كما هو موضح في (الجدول 2).
- الصدق التمييزي: وتم حساب الصدق التمييزي عن طريق المقارنة الطرفية، والذي يوضح قدرة المقياس على تحديد طرفي السمة (الخاصية التي يقيسها الاستبيان) والأشخاص الذين أجابوا على فقرات المقياس، وكذلك معرفة مدى صحة أو قوة المقياس في الكشف عن الفروق الفردية، وقد تم ترتيب درجات المقياس للدراسة تنازليا وتم اختيار 27 في المئة من الفئة العليا (الربيع الأعلى) و 27 في المئة من الفئة الدنيا (الربيع الأدنى) من العينة (50) فكان (14) فرد لكل مجموعة، وبعد ذلك تم حساب الفروق بين المجموعتين عن طريق اختبار (T-test) لمعرفة الفروق بين المتوسطات الحسابية للمجموعتين (العليا والدنيا) كما هو موضح في (الجدول 3)، وقد تم استخدام اختبار (ت) لعينتين مستقلتين لأن كل مجموعة من المجموعتين (العليا والدنيا) ليس لها تأثير في المجموعة الأخرى، أي لا يوجد تداخل بين المجموعتين، أي كل مجموعة مستقلة بذاتها، ولها خصائصها.

الجدول (02): معامل الارتباط "بيرسون" بين كل فقرة من فقرات محاور الدراسة

التضليل الإعلامي				الممارسات الأخلاقية			
معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
0.807**	09	0.865**	06	0.919**	04	0.828**	01
0.956**	10	0.597**	07	0.936**	05	0.900**	02
0.582**	11	0.680**	08	-	-	0.938**	03

المصدر: اعتمادا على نتائج برنامج (SPSS V24)

\*\* دالة عند مستوى دلالة (0.01)

يتضح من الجدول رقم (02) أن جميع معاملات الارتباط "بيرسون" لعبارة محوري المبادئ الأخلاقية والتضليل الإعلامي موجبة وذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01)، وقد تراوحت قيمها بين متوسطة وقوية جدا وهو ما يبين أن جميع العبارات تخدم المحاور التابعة لها.

الجدول (03): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة (T-test)

لعينتين مستقلتين لحساب الصدق التمييزي بطريقة المقارنات الطرفية

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة (t)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المجموعة الطرفية
.000	26	-17.394	.28850	1.5519	14	مجموعة دنيا
دالة			.06027	2.9221	14	مجموعة عليا

المصدر: اعتمادا على نتائج برنامج (SPSS V24)

\*\* دالة عند مستوى دلالة (0.01)

يتضح من الجدول رقم (03) أن قيمة اختبار (ت) تساوي (-17.394) عند درجة حرية (26) ومستوى دلالة (0.000)، وهذا يدل أن قيمة اختبار (ت) دالة عند مستوى دلالة (0.01)، وعليه يمكن القول أن الاختبار يتميز بدرجة مقبولة من الصدق التمييزي، وأن الاستبيان له قدرة تمييزية مقبولة بين المجموعتين الطرفيتين في درجات الاستبيان.

● ثبات أداة الدراسة: للتأكد من ثبات أداة الدراسة تم الاستعانة بمعادلة "كرونباخ ألفا" باستخدام برنامج (SPSS

V24) وجاءت النتائج موضحة في الجدول رقم (04):

الجدول (04): قيم معاملات الثبات "كرونباخ ألفا" لمحوري الدراسة والأداة ككل

محاور الدراسة	عدد العبارات	معامل "كرونباخ ألفا"
محور المبادئ الأخلاقية	05	0.940
محور التضليل الإعلامي	06	0.872
الأداة ككل	11	0.847

المصدر: اعتمادا على نتائج (SPSS V24)

يتضح من الجدول (04) أن قيمة معامل الثبات "كرونباخ ألفا" لأداة الدراسة بلغت (0.847) وهي قيمة مرتفعة وتدل أن الاستبيان ثابت ويعتد به لغرض الدراسة، كما أن قيم معاملات الثبات لأبعاد الدراسة مرتفعة إذ تراوحت قيمها ما بين القيمتين (0.872 و 0.940) وهي كلها أكبر من النسبة المقبولة 60 % وهو ما يؤكد صلاحية الأداة للتطبيق الميداني.

#### 2.3 خصائص أفراد عينة الدراسة:

تشير النتائج أن ما نسبته 64% من أفراد العينة كانوا من الذكور، كما أن أغليتهم تراوحت أعمارهم بين (36-45 سنة) والذين يمثلون 46% من عينة الدراسة، وقد جاءت الفئة التي تحمل شهادة جامعية بأغلبية ساحقة بنسبة 98% أما 2% الباقية فهي من نصيب دراسات عليا، أما من حيث متغير الخبرة المهنية فقد أشارت النتائج أن معظم أفراد العينة تراوح خبرتهم ما بين (16-25 سنة) والذين تمثل نسبتهم 64%.

#### 4. تحليل ومناقشة النتائج:

1.4 النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول: ينصّ السؤال الأول على: "هل توجد ممارسات ومبادئ أخلاقية بمؤسسة الحديد والصلب بعنابة؟"، وللإجابة عن هذا السؤال؛ تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعرفة الممارسات والمبادئ الأخلاقية الأكثر تطبيقاً بمؤسسة الحديد والصلب بولاية عنابة والنتائج موضحة في الجدول رقم (05)، وقد تم تصنيف المتوسطات الحسابية وإعطائها ثلاث درجات كميّار للتحكيم على النحو التالي:

من 1-2.33: درجة منخفضة؛ من 2.34-3.67: درجة متوسطة؛ من 3.68-5: درجة مرتفعة.

#### الجدول (05): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى توافر الممارسات الأخلاقية

بالمؤسسة محل الدراسة مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

البعد	العبارة	م. الحسابي	ا. المعياري	المستوى
خدمة المجتمع	يسعى العاملون للمساهمة في تحقيق المصلحة العامة قبل المصلحة الخاصة.	2.92	1.226	متوسط
العدالة	هناك عدالة في نشر الأخبار والتعليق عن الأحداث	2.86	0.903	متوسط
الصدق والأمانة	هناك أمانة وصدق في نقل الأخبار والمعلومات المتعلقة بالمؤسسة والعاملين بها.	2.76	1.348	متوسط
احترام الآخرين	هناك احترام لحقوق كل الموظفين في التعبير عن آرائهم.	2.64	0.963	متوسط
الحيادية	لا يوجد انحياز في العمل وتفضيل رأي عامل على رأي عامل آخر.	2.52	1.232	متوسط
المحور ككل		2.74	1.030	متوسط

المصدر: اعتماداً على نتائج برنامج (SPSS V24)

توضح نتائج الجدول رقم (05) أن المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة حول مدى توافر الممارسات والمبادئ الأخلاقية بالمؤسسة محل الدراسة قد تراوحت بين (2.52، 2.92) أي أن جميع الأبعاد جاءت بدرجة متوسطة وجاء مبدأ خدمة المجتمع في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.92) يليه مبدأ العدالة بمتوسط حسابي (2.86)، بينما جاء مبدأ الصدق والأمانة، احترام الآخرين والحيادية بالمرتبة الثالثة، والرابعة والخامسة بمتوسط حسابي بلغ على التوالي (2.76)، (2.64)، (2.52)، أما بالنظر إلى مستوى توافر الممارسات والضوابط الأخلاقية بشكل عام في المؤسسة محل الدراسة فقد

جاء بدرجة متوسطة أيضا بمتوسط حسابي (2.74) وانحراف معياري (1.030). ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء وجهة نظر العاملين بهذه المؤسسة، أن هناك توجه إلى خدمة الآخرين قبل أي هدف آخر أي أن جميع العاملين يضعون في أولى اهتماماتهم تحقيق المصلحة العامة في المقام الأول، كما يتبين وجود نظام عدالة في نشر الخبر والتعليق عن الأحداث ومصداقية في نقل الأخبار المتعلقة بالمؤسسة والعاملين بها وغيرها.

2.4 النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني: ينصّ السؤال الثاني على: "هل هناك مظاهر للتضليل الإعلامي بمؤسسة الحديد والصلب بعنابة؟"، وللإجابة عن هذا السؤال؛ تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعرفة مدى توافر مظاهر للتضليل الإعلامي بالمؤسسة محل الدراسة، وجاءت النتائج موضحة في الجدول رقم (06):

#### الجدول (06): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمظاهر التضليل الإعلامي

بالمؤسسة محل الدراسة مرتبة تنازليا حسب المتوسطات الحسابية

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
01	يتم إهمال خلفية الأحداث مما يجعلها ناقصة ومشوهة.	2.32	0.740	منخفض
02	يتم نشر وتسريب معلومات خاطئة عن المؤسسة والعاملين بها.	2.24	0.770	منخفض
03	هناك مزج وخلط في الأخبار حتى لا يحصل العاملون على المعلومات الحقيقية.	2.18	0.849	منخفض
04	يتم إعطاء معلومات وحقائق مخالفة للواقع.	2.10	0.839	منخفض
05	يتم نشر معلومات كاذبة وتلفيق أخبار غير صحيحة.	1.94	0.682	منخفض
06	هناك إيهام وتدليس وعرض معلومات مضللة وأخبار غير صحيحة.	1.82	0.747	منخفض
				المحور ككل
		2.26	0.524	منخفض

المصدر: اعتمادا على نتائج برنامج (SPSS V24)

توضح نتائج الجدول رقم (06) أن استجابات أفراد عينة الدراسة لم تكن متباعدة حول مدى توافر مظاهر للتضليل الإعلامي بالمؤسسة محل الدراسة، حيث تراوحت متوسطاتها الحسابية ما بين (1.82-2.32) وجاءت جميع العبارات بدرجة منخفضة، وهذه النتائج تعطي انطباعا إيجابيا بما يمكن التعبير عنه بغياب مظاهر التضليل الإعلامي بالمؤسسة محل الدراسة، أي أن المؤسسة تولي اهتماما بالغا بصحة الأخبار التي تنقلها للعاملين بها، ويمكن أن نلمس ذلك من خلال العدد الذي تصدره المؤسسة دوريا (من شهر إلى 3 أشهر) والذي يتم من خلاله إعلام العاملين بأدنى التفاصيل التي تحدث في المؤسسة والتي تتعلق بالعمل والعاملين.

3.4 النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث: ينصّ السؤال الثالث على: "ما مدى إسهام الممارسات والمبادئ الأخلاقية في التقليل من مظاهر التضليل الإعلامي بالمؤسسة؟"، وللإجابة عن هذا السؤال تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد باستخدام الطريقة التدريجية (Stepwise) للكشف عن مدى إسهام الممارسات والمبادئ الأخلاقية في الحد من مظاهر التضليل الإعلامي، وجاءت النتائج موضحة في الجدول رقم (08)، وقبل ذلك نود معرفة علاقة الارتباط بين كل مبدأ/بعد من المبادئ والممارسات الأخلاقية والتضليل الإعلامي كما هو في الجدول رقم (07):

الجدول (07): معامل الارتباط "بيرسون" بين الممارسات الأخلاقية والتضليل الإعلامي

التضليل الإعلامي	المبادئ	العدالة	الصدق والأمانة	الحيادية	احترام الآخرين	خدمة المجتمع
	معامل الارتباط "بيرسون"	-0.358*	-0.357*	-0.406**	-0.409**	-0.428**
	مستوى الدلالة	0.011	0.011	0.003	0.003	0.002

المصدر: نتائج (SPSS V24)

\*\*دالة عند مستوى دلالة (0.01) \*دالة عند مستوى دلالة (0.05)

يوضح الجدول رقم (07) أن جميع معاملات الارتباط "بيرسون" سالبة ودالة عند مستوى دلالة (0.01) و(0.05) وذلك بالنظر إلى قيمة (SIG) وهي كلها أقل من مستويي الدلالة وهذا ما يدل على وجود علاقة عكسية وذات دلالة إحصائية بين المبادئ والممارسات الأخلاقية (العدالة، الصدق والأمانة، الحيادية، احترام الآخرين وخدمة المجتمع) ومستوى التضليل الإعلامي، وتعني هذه العلاقة العكسية أنه كلما توافرت هذه الممارسات الأخلاقية بالمؤسسة كلما قلّ ذلك من مظاهر التضليل الإعلامي فيها، وبالتالي فإن أي قصور في هذه المبادئ سوف يؤدي إلى ظهور مظاهر للتضليل الإعلامي، كما يتضح أن أكثر المبادئ ارتباطاً عكسياً مع التضليل الإعلامي هو مبدأ خدمة المجتمع، احترام الآخرين والحيادية، وذلك بالنظر إلى قيم معامل الارتباط، وبالتالي كلما توافرت النية لتحقيق الصالح العام أثناء نشر الحدث وكلما كان هناك احترام لكرامة الآخرين وعدم تمييز لصالح طرف دون آخر في نقل الأحداث كلما قلّ ذلك من مظاهر التضليل الإعلامي بالمؤسسة محل الدراسة.

الجدول (08): تحليل الانحدار المتعدد التدريجي لأثر المبادئ الأخلاقية على التضليل الإعلامي

المتغيرات المستقلة	معامل الانحدار	قيمة اختبار T	القيمة الاحتمالية SIG	معامل الارتباط R	معامل التحديد R <sup>2</sup>
المقدار الثابت	2.147	6.952	0.000**	0.399	0.159
مبدأ العدالة	-	3.015	0.004**		

المصدر: اعتماداً على نتائج (SPSS V24)

\*\*دالة عند مستوى دلالة (0.05)

يتضح من الجدول رقم (08) ومن نتائج تحليل الانحدار المتعدد باستخدام الطريقة التدريجية (Stepwise) أن المتغير المؤثر على التقليل من مظاهر التضليل الإعلامي بالمؤسسة محل الدراسة هو مبدأ العدالة في نشر الحدث، حيث بلغ معامل الارتباط "بيرسون" (0.399) وذلك بالنظر إلى قيمة (SIG) والتي بلغت (0.004) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) كما تبين أن معامل التحديد (R<sup>2</sup>) بلغ (0.159) أي أنّ (15.9%) من التغير في التضليل الإعلامي تم تفسيره من خلال العلاقة الخطية والنسبة المتبقية (84.1%) قد ترجع إلى عوامل أخرى تؤثر في التقليل من التضليل الإعلامي، ما يعني أن النتائج المتحصل عليها والتي أشارت إلى غياب نسبي في مظاهر التضليل الإعلامي بهذه المؤسسة، والذي هو ناتج عن التزام القائمين على قسم الإعلام بمبدأ العدالة في نشر الحدث، أي أن جميع الأحداث يتم إبلاغها للعاملين في الوقت المحدد ودون

استثناء، وكل عامل بالمؤسسة لديه كل الحق في معرفة أخبار المؤسسة وكل ما يتعلق بالعمل والعاملين، وهو ما نلمسه من خلال العدد الذي يصدره قسم الإعلام بالمؤسسة دورياً (من شهر إلى ثلاثة أشهر) يتم فيه نشر أخبار المؤسسة سواء تعلق الأمر بحوادث العمل، الزيارات الدبلوماسية ورجال الأعمال والوزراء، قوانين جديدة... الخ، في حين بيّنت النتائج أن هناك تأثير ولكنه ضعيف لكل من مبدأ احترام الآخرين وخدمة المجتمع بينما لم تؤثر النتائج إلى وجود أثر معنوي لكل من مبدأ الصدق والأمانة والحيادية.

4.4 النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرابع: ينصّ السؤال الرابع على: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في توافر مظاهر للتضليل الإعلامي بالمؤسسة محل الدراسة تعزى للمتغيرات (الجنس، والخبرة المهنية)؟". وللإجابة عن هذا السؤال:

● الفروق باختلاف متغير "الجنس": تم استخدام اختبار T للعينات المستقلة وذلك باستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لوجهة نظر العاملين بالمؤسسة المبحوثة حول مدى توافر مظاهر للتضليل الإعلامي تبعاً لمتغير (الجنس). والجدول رقم (09) يوضح ذلك:

#### الجدول (09): اختبار T للعينات المستقلة (Independent Simple Test)

للفروق بين المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة تبعاً لاختلاف متغير "الجنس"

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة (t)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الجنس	
0.243	48	1.183	.60239	2.1719	32	ذكر	التضليل
غير دالة			.51529	1.9722	18	أنثى	الإعلامي

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج (SPSS V24)

تشير نتائج الجدول رقم (09) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين إجابات أفراد عينة الدراسة (الذكور والإناث) حول مدى توافر مظاهر للتضليل الإعلامي بالمؤسسة محل الدراسة، حيث بلغت (t) القيمة (1.183) وهي ليست ذات دلالة إحصائية حيث بلغ مستوى الدلالة لها القيمة (0.243) وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، وقد بلغ المتوسط الحسابي للذكور (2.1719) وانحراف معياري (0.60239) في حين بلغ المتوسط الحسابي للإناث (1.9722) وانحراف معياري (0.51529)، وهنا يتبين أنه لا يوجد فرق في إدراك أفراد العينة حول مدى توافر مظاهر للتضليل الإعلامي في المؤسسة محل الدراسة تبعاً لمتغير الجنس، وهذه النتيجة تقود إلى القول بأن كلا الجنسين لهم رأي واحد وتجسد ذلك في انعدام الفروق في إجاباتهم.

● الفروق باختلاف متغير (الخبرة المهنية): تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (OneWay ANOVA) للكشف عن مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة تعزى للمتغير (الخبرة المهنية)، والنتائج موضحة في الجدول رقم (10):

## الجدول (10): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)

للفروق بين المتوسطات في إجابات أفراد العينة باختلاف متغير (الخبرة المهنية)

مستوى الدلالة	قيمة (F)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	
.803	.220	.075	2	.151	بين المجموعات	الخبرة المهنية
غير دالة		.342	47	16.072	داخل المجموعات	
			49	16.222	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج (SPSS V24)

يوضح الجدول رقم (10) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في مستوى إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى توافر مظاهر للتضليل الإعلامي بالمؤسسة المبحوثة تعزى لمتغير (الخبرة المهنية)، حيث أن مستوى الدلالة لقيمة (F) بلغت (0.803) وهي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من مستوى الدلالة (0.05). ويمكن تفسير هذه النتيجة في ظل عدد سنوات الخدمة للعاملين بالمؤسسة، أنها مؤسسة تولي اهتماماً بالممارسات الأخلاقية في نقل الأحداث كالعادلة في نشر الخبر بين العاملين واحترام كرامة الآخر عند التصريح بالمعلومات والسعي لخدمة الصالح العام أثناء تأدية المهام الإعلامية والحياد وعدم التحيز لصالح طرف دون الآخر وغيرها.

## 5. خاتمة:

كان الهدف الأساس من هذه الدراسة معرفة أثر الالتزام بالمبادئ الأخلاقية في التقليل من آثار التضليل الإعلامي، ومن خلال تحليل المعطيات تم التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- هناك توافر للممارسات الأخلاقية والالتزام بتطبيقها بالمؤسسة محل الدراسة، وقد جاءت بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي (2.74) وكان مبدأ خدمة المجتمع الأكثر تطبيقاً بالمؤسسة، ولم تكن درجة الالتزام بمبادئ متباينة حسب تصورات المبحوثين إذ جاءت جميعها بدرجة متوسطة؛

- تصورات أفراد العينة حول مدى وجود مظاهر للتضليل الإعلامي جاءت بدرجة ضعيفة بمتوسط حسابي (2.26) وهذه النتيجة تعبر عن وجود مظاهر للتضليل الإعلامي ولكن بشكل ضعيف، أي هناك مصداقية ومسؤولية في التعبير عن الأحداث التي تم كلاً من المؤسسة والعاملين؛

- وجود علاقة ارتباط عكسية وذات دلالة معنوية بين جميع المبادئ الأخلاقية والتضليل الإعلامي؛

- وجود أثر معنوي لمبدأ العدالة في التقليل من مظاهر التضليل الإعلامي، بينما لا يوجد تأثير معنوي لباقي المبادئ (احترام الآخرين، خدمة المجتمع، الصدق والأمانة والحيادية)؛

- عدم وجود فروق معنوية في المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول توافر مظاهر للتضليل الإعلامي بالمؤسسة محل الدراسة تعزى لمتغيري (الجنس والخبرة المهنية).

- التوصيات: في ضوء ما تم التوصل إليه من النتائج، يمكن تقديم التوصيات التالية:

- حث المسؤولين والقائمين على مهنة الإعلام سواء الإعلام المتحسد في الصحافة أو الإعلام الخاص بالمؤسسات على الالتزام بالمبادئ الأخلاقية خاصة مبدأ العدالة الصدق والأمانة أثناء نقل الحدث وكل ما يصدر من معلومات بالإضافة إلى احترام كرامة الآخرين وعدم التحيز لرأي على رأي آخر ؛
  - تعميق الشعور والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والمهنية أثناء ممارسة السياسة الإعلامية ؛
  - الارتقاء بواقع مهنة الإعلام والحفاظ عليها من الممارسات غير الأخلاقية ؛
  - تربية الأجيال الإعلامية القادمة على التحلي بالقيم والسلوكات والمبادئ الأخلاقية السليمة، وذلك لتحسين المجتمع من التلاعبات والمغريات الإعلامية التي تأتي على مصائر أفرادها وعلى البعد الانساني لذلك المجتمع.
- وكدراسات مستقبلية؛ تقترح الباحثان حث الباحثين في هذا المجال نحو القيام بدراسات مماثلة، تتناول أساليب الدعاية والتضليل من ابتزاز واستعطف وتغليب للرأي العام في وسائل الإعلام، وكذا إجراء دراسات تحث على تحكيم الأخلاق في السلوك الانساني وفي مهنة الإعلام خاصة والتي يمكن أن يؤدي غيابها إلى التدهور الأخلاقي للمجتمع والدوس على كرامته، كذلك دراسة واقع أخلاقيات مهنة الإعلام في الوطن العربي.

## 6. قائمة المراجع:

### المراجع العربية :

- بومعيزة، السعيد. (2004). التضليل الإعلامي وأقول السلطة الرابعة، *المجلة الجزائرية للاتصال*، 9(18)، 87-115.
- الخراشي، سليمان. (2006). *المستدرك على معجم المناهي اللفظية*، ط1، دار طيبة للنشر والتوزيع، الرياض.
- راضي، جواد وحسن، عبد الله. (2011). العلاقة بين السلوك الأخلاقي للقيادة والالتزام التنظيمي، *مجلة القرى للعلوم الاقتصادية والإدارية*، العدد 21، 103-120.
- السنوسي، محمد. (2018). *الأخلاق والإعلام: خطورة الفصل وضرورة الوصل*، تاريخ الاطلاع: 2018/04/26، من الموقع: <https://islamonline.net/18162>
- الشميمري، فهد. (2010). *التربية الإعلامية*، ط1، فهرسة مكتبة الملك فهد أثناء النشر، الرياض.
- الطراونة، تحسين. (2012). *الفلسفة الأخلاقية وعلم القيادة وتطبيقاتها في قيادة فرق العمل الأمنية*، ط1، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- طشطورش، هائل. (2008). *أساسيات في القيادة والإدارة*، ط1، دار الكندي للنشر والتوزيع، إربد.
- عثمان، مجد. (2015). *الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية: دراسة تحليلية*، رسالة ماجستير صحافة وإعلام، جامعة البترا.
- قبطان، شوقي. (2016). الحاجة إلى قيادة أخلاقية في المؤسسة الاقتصادية لأهميتها في خلق الالتزام التنظيمي لدى الكفاءات البشرية: دراسة حالة، *مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات*، 5(1)، 333-355.
- اللبان، شريف. (2014). الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، *مجلة رؤى استراتيجية*، العدد 07، ص ص 96-135.

- ملكاوي، عمر. (2019). أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة في منهج الإعلامي الإسلامي، تاريخ الاطلاع: 2019/04/15، من الموقع: <https://diae.net/wp-content/uploads/2016/09/pdf>
- مهدي، محمد. (2006). أخلاقيات العمل الصحفي: المفهوم والممارسة، مجلة أهل البيت، 1(3)، 193-225.
- الموسى، عصام. (2005). الضوابط المهنية والأخلاقية الإعلامية لمواجهة الجريمة والانحراف في المجتمع العربي، ورقة مقدمة إلى الندوة العلمية "الإعلام والأمن"، الخرطوم.
- النقولا، دانيال. (2014). التضليل الإعلامي ودور الإعلام في توجيه الرأي العام، حلقة بحث في مادة الوطنية، المركز الوطني للمتميزين، سورية.
- هاشم، محمد. (2018). الحيادية في الإعلام: دراسة نظرية تحليلية للإعلام المرئي، تاريخ الاطلاع: 2018/04/25، من الموقع: <https://platform.almanhal.com/files/2/87206>
- هنيدي، عبد العزيز. (2017). القيادة في الإدارة الإسلامية، تاريخ الاطلاع: 2017/08/12، من الموقع: [www.alukah.net/culture/0/26591/](http://www.alukah.net/culture/0/26591/)
- اليازجي، ابتسام. (2001). الإيثار وعلاقته ببعض المتغيرات النفسية لدى طالبات الجامعة الإسلامية بغزة، رسالة ماجستير في علم النفس، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة.
- المراجع الأجنبية :
- Rue, L. W & Byars. L. L. (1977). *Management Theory Application*, Home Wood, Richard D. Irwin, Inc.

